

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**  
**División de Estudios de Posgrado**



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS JÓVENES ARTESANOS DE LA CIUDAD DE CUENCA,  
ECUADOR**

**Tesis doctoral presentada por:  
Mgs. Patricio Esteban Mendieta Andrade**

**Como requisito para obtener el grado de  
Doctor en Filosofía con Orientación en Administración**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**



**TESIS  
FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS JÓVENES ARTESANOS DE LA CIUDAD DE CUENCA,  
ECUADOR**

**Tesis doctoral presentada por:  
Mgs. Patricio Esteban Mendieta Andrade**

**Directo de Tesis:  
Dr. Alfonso López Lira Arjona**

**Monterrey, México**

**Mayo, 2025**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**  
**DIVISIÓN DE POSGRADO**  
**Comité doctoral de Tesis:**



**FACTORES MOTIVACIONALES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS JÓVENES ARTESANOS DE LA CIUDAD DE CUENCA,  
ECUADOR**

**Aprobación de Tesis**

---

**Presidente**

**Dr. Alfonso López Lira Arjona**

---

**Secretario**

**Dr. Pedro Yamil Astudillo Arias**

---

**Vocal 1**

**Dr. Elías Alvarado Lagunas**

---

**Vocal 2**

**Dra. Mónica Blanco Jiménez**

---

**Vocal 3**

**Dr. Aldahir Caballero Campbell**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Mgs. Patricio Esteban Mendieta Andrade



Firma:

Fecha: 13 de enero de 2025

## **ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS**

ACP: Análisis de componentes principales.

AFC: Análisis factorial confirmatorio.

AFE: Análisis factorial exploratorio.

ESE: Autoeficacia emprendedora.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor.

IE: Intenciones emprendedoras.

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

JNDA: Junta Nacional de Defensa del Artesano.

KMO: Índice Kaiser-Meyer-Olkin.

MPE: Modelo del potencial emprendedor.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

PIB: Producto interno bruto.

PYME: Pequeña y mediana empresa.

SEM: Structural Equation Modeling (modelación con ecuaciones estructurales).

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences.

TCP: Teoría del comportamiento planificado.

TEE: Teoría del evento empresarial.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE FIGURAS .....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO.....	13
1.1. Antecedentes del problema a investigar.....	13
1.1.1. Hechos que contextualizan el problema.....	14
1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos.....	20
1.1.3 Gráfica de causas y consecuencia del problema a investigar .....	22
1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema .....	23
1.2.1 Antecedentes teóricos de la variable dependiente (Y). Intención empresarial.....	23
1.2.2 Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente (Y) con respecto a las variables independientes.....	24
1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos .....	28
1.3. Pregunta central de investigación.....	29
1.4. Objetivo general de la investigación .....	30
1.4.1. Objetivos metodológicos de la investigación .....	30
1.5. Hipótesis general de investigación .....	30
1.6. Metodología.....	30
1.7. Justificación de la investigación.....	31
1.8. Delimitaciones del estudio.....	32
1.9 Matriz de congruencia .....	34

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO .....	36
2.1 Marco teórico de la variable dependiente (Y). Intención emprendedora.....	36
2.1.1 Teorías y definiciones de la variable dependiente: Intención emprendedora.....	37
2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable dependiente: Intención emprendedora.....	41
2.2 Marco teórico y estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes.....	45
2.2.1 Variable independiente (X1): Capital humano.....	45
2.2.2 Variable independiente (X2): Actitud personal.....	51
2.2.3 Variable independiente (X3): Influencia social .....	59
2.2.4 Variable independiente (X4): Acceso a financiamiento .....	67
2.3 Hipótesis operativas.....	72
2.3.1. Modelo gráfico de la hipótesis.....	74
2.3.2. Modelo de relaciones teóricas con las hipótesis .....	74
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	76
3.1 Tipo y diseño de la investigación .....	76
3.1.1 Tipos de investigación.....	76
3.1.2 Diseño de la investigación.....	78
3.2 Métodos de recolección de datos.....	78
3.2.1 Elaboración del instrumento .....	79
3.2.2 Operacionalización de las variables de la hipótesis.....	81
3.2.3 Validez de contenido .....	84
3.3 Población, marco muestral y muestra .....	85
3.3.1 Tamaño de la muestra .....	87
3.3.2 Sujetos de estudio.....	89

3.3.3 Métodos de análisis.....	89
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	100
4.1 Prueba piloto.....	100
4.2. Resultados finales.....	102
4.2.1. Estadística descriptiva del perfil de los encuestados y los Centros de Formación Artesanal.....	106
4.2.2 Análisis estadístico de ecuaciones estructurales .....	110
4.3 Comprobación de hipótesis.....	125
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	128
Referencias.....	147
APÉNDICE A. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN .....	170
APÉNDICE B. FORMATO PARA LA PRUEBA DE VALIDEZ DE CONTENIDO POR EXPERTOS .....	175
APÉNDICE C. RESULTADOS DE LA PRUEBA 1 DE VALIDEZ DE CONTENIDO POR EXPERTOS .....	179
APÉNDICE D. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	184
APÉNDICE E. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN INICIAL DEL MODELO DE MEDIDA .....	187
APÉNDICE F. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA AJUSTADO.....	189

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de congruencia.....	35
Tabla 2. Relación estructural hipótesis-marco teórico.....	75
Tabla 3. Distribución de los ítems en función de las variables.....	80
Tabla 4. Resumen de la operacionalización de las variables.....	82
Tabla 5. Distribución de los estudiantes por Centro de Formación Artesanal en la ciudad de Cuenca, Ecuador.....	86
Tabla 6. Comparación entre CB-SEM y PLS-SEM.....	93
Tabla 7. Coeficientes de fiabilidad por cada factor y escala en general.....	101
Tabla 8. Participantes por cada CFA.....	102
Tabla 9. Coeficientes de fiabilidad por cada factor y escala en general.....	105
Tabla 12. Criterio de Fornell-Larcker (modelo inicial).....	115
Tabla 13. Criterio de Fornell-Larcker (modelo de la investigación).....	118
Tabla 14. Evaluación del modelo estructural: coeficientes de camino, valores t y significancia.....	121
Tabla 15. Indicadores de capacidad explicativa y predictiva del modelo estructural.....	122
Tabla 16. Valores de VIF para evaluar la colinealidad en el modelo estructural.....	123
Tabla 17. Indicadores de ajuste del modelo.....	124
Tabla 18. Comprobación de las hipótesis de la investigación.....	125

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tasas de variación interanual del PIB real de Ecuador.....	14
Figura 2. Evolución del número de actas de finiquito laboral registradas en el período 2020-2022.....	16
Figura 3. Evolución trimestral de la tasa de desempleo, 2021-2022. Principales ciudades del Ecuador.....	17
Figura 4. Actividad emprendedora por etapas, promedio anual 2012-2017 por grupos etarios.....	18
Figura 5. Línea de tiempo de los hechos que contextualizan el problema.....	20
Figura 6. Mapa conceptual del problema a investigar.....	22
Figura 7. Mapa de los antecedentes teóricos del emprendimiento.....	29
Figura 8. Geolocalización de la ciudad de Cuenca y provincia del Azuay.....	32
Figura 9. División de la ciudad de Cuenca por parroquias.....	33
Figura 10. Modelo de la teoría del comportamiento planificado.....	37
Figura 11. Modelo del potencial emprendedor.....	37
Figura 12. Modelo gráfico de variables.....	74
Figura 13. Modelo estructural para medir la intención emprendedora.....	99
Figura 14. Género de los encuestados.....	107
Figura 15. Encuestados según grupos de edades.....	108
Figura 16. Estado civil de los encuestados.....	109
Figura 17. Actividades a las que se dedican los encuestados.....	110
Figura 20. Modelo de ecuaciones estructurales (algoritmo SmartPLS 4).....	119

## INTRODUCCIÓN

El problema de la tasa de desempleo representa una gran preocupación a nivel global. En la región de América Latina, este problema se torna en uno más desafiante, al igual que en el más complicado, ya que la tasa de desempleo es alta y el contexto es muy diverso. Las oportunidades en esta región son escasas. La crisis generada por el COVID-19 agravó este escenario afectando sobremanera el mercado laboral. Por tanto, la necesidad de contar con una estrategia que fuese sostenible y ayudase a fortalecer los recursos se hizo más que urgente. En este sistema, las iniciativas empresariales ofrecen una buena alternativa de trabajo, y emprender un negocio es una buena salida al grave problema del desempleo. Esto permitiría a las personas ganar dinero por propia cuenta y sería una esperanza de cambiar su situación. Sin embargo, el éxito de estas iniciativas depende, en mayor medida, de factores motivacionales que configuran la intención emprendedora. Averigüemos cuáles son esos factores.

Bajo esta premisa, la ciudad de Cuenca es un caso relevante a considerar debido a la importancia de su actividad artesanal, que está asociada a la riqueza cultural de la región. En este sentido, los jóvenes artesanos tienen un fuerte perfil emprendedor, no obstante, enfrentan desafíos importantes, como educación y acceso a financiamiento, mientras que también se ven influidos por patrones sociales que controlan sus acciones y oportunidades. Todas estas variables se consideran relevantes para explicar la intención emprendedora, aunque la literatura sobre el tema se no ha profundizado el análisis en el sector artesanal juvenil, sector trascendente en el contexto cultural de la ciudad de Cuenca y que ha sido poco estudiado, limitando el entendimiento de sus dinámicas emprendedoras.

La estructura de la presente tesis ha sido elaborada de manera que logre dar respuesta a la problemática que se trata en esta investigación. En el capítulo 1 se plantea el problema de investigación, los objetivos, la justificación y la delimitación del estudio, proporcionando el contexto necesario para comprender el propósito general del trabajo. En el capítulo 2, la revisión teórica se apoya en el conocimiento de lo que ha sido escrito anteriormente sobre la relación entre juventud y emprendimiento y sus estimulantes, construyendo así la base teórica del trabajo. En el capítulo tercero, titulado “Estrategia Metodológica”, se describe un abordaje cuantitativo que especifica la forma en que se realiza el estudio y en el cual se hace uso de modelos de ecuaciones estructurales como

medio de examinación de las relaciones que se dan entre múltiples variables. El capítulo cuarto, "Análisis de Resultados", informa sobre los resultados más significativos, de los cuales se infiere que son los factores motivacionales los que determinan la intención emprendedora de los jóvenes artesanos. Finalmente, el capítulo 5, "Conclusiones y Recomendaciones", resume el contenido del análisis de la información obtenida respecto al tema mencionado, con lo cual se ofrecen recomendaciones de alcance académico y práctico, así como medios concretos dirigidos al fomento del emprendimiento juvenil en organizaciones con características análogas.

Así, el presente documento articula el problema con el marco teórico y el diseño metodológico, guiando al lector desde la fundamentación teórica hasta los hallazgos del estudio. El análisis y las recomendaciones propuestas se enfocan a fortalecer el emprendimiento juvenil en Cuenca, Ecuador ofreciendo evidencia empírica sólida para entender el fenómeno de estudio.

## **CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO**

Este apartado introduce la problemática central del estudio y su contexto global y local, enmarcando el escenario donde se sitúa la investigación. Se abordan las condiciones que influyen en el deseo de emprender por parte de jóvenes vinculados a la formación artesanal en la ciudad de Cuenca. Asimismo, se establecen los elementos clave para el análisis, incluyendo el planteamiento del interrogante principal, la razón del estudio y su propósito general.

### **1.1. Antecedentes del problema a investigar**

Como señala Zubieta (2015), el arte que conlleva implícito la artesanía es una mediación que conecta la identidad social con el lenguaje de la identidad individual, utilizando medios elementales y comúnmente aceptados a manera de un vehículo para preservar y transformar el patrimonio cultural. Para justificar esta perspectiva, la autora recurre sobre todo a las teorías de Oscar Wilde, en particular, argumenta que Wilde considera el arte de la artesanía como un proceso de hacer algo hermoso a partir de las cuestiones más prácticas. Evidentemente, se supone que la funcionalidad del arte de la artesanía no puede limitarse a la funcionalidad de los objetos debido a la especificidad del arte. Más bien, la funcionalidad implica que el artesano debe tener en cuenta tanto la funcionalidad del objeto como la identidad cultural del creador. Como tal, no se puede ver como un recordatorio de la producción industrial anónima: comunica su individualidad al mundo.

La artesanía ha sido históricamente un eje clave en el desarrollo económico y cultural de las sociedades. En la India, por ejemplo, la casta Vaishya, compuesta de comerciantes y artesanos, ha sido fundamental para el auge del comercio y las habilidades manuales, ya que es con estos elementos que una sociedad puede surgir y desarrollarse representando la creatividad y la inteligencia práctica (Yonglin, 2023). En Europa, la Edad Media marcó también un antes y un después en la formación de las ciudades medievales al consolidar al artesano como una figura clave (Llibrer, 2021).

Así, en América Latina, la Conquista conllevaría la unión de conocimientos y prácticas europeas con los saberes y técnicas precolombinos. Ese sincretismo cultural se tradujo en una riqueza que, a pesar de los siglos transcurridos, sobrevive en las

manufacturas artísticas locales, aunque en peligro dado factores como la industrialización o la falta de interés con la que se ve ese aspecto de la idiosincrasia nacional (Mendieta, 2020).

En el caso de Cuenca, Ecuador, la ciudad se distingue por el legado cultural significativo que posee; el saber de las culturas cañari e inca se ve intensificado por las reminiscencias de las culturas europeas, lo que conlleva que en esta ciudad el trabajo artesanal sea destacable, tanto que en el año 2020 fue nombrada “Ciudad Artesanal y Diversa del Mundo” por el Consejo Mundial de Artesanías, organismo asociado a la Unesco, además de haber sido declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad (Ordóñez, 2021).

A pesar de esto, la artesanía en Cuenca sigue teniendo importantes desafíos a superar, entre ellos, una disminución en el número de jóvenes emprendedores, barreras económicas sin financiamiento y desincentivos en el entorno familiar y sociocultural. Aunque estudios dan cuenta de la importancia histórica y cultural del sector artesanal, existe un limitado análisis de los factores motivacionales que inciden en las intenciones emprendedoras de los jóvenes del sector; por lo que examinarlos aportará a fortalecer su conservación y desarrollo sostenible.

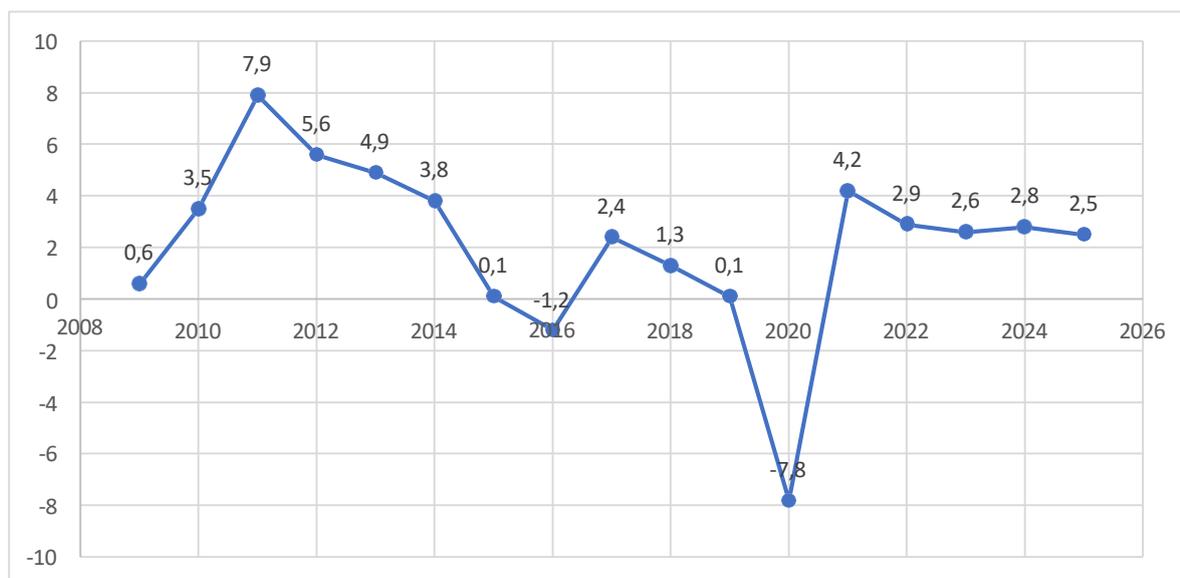
### **1.1.1. Hechos que contextualizan el problema**

En este apartado se analizan los factores económicos y sociales que enmarcan el emprendimiento juvenil artesanal en un entorno caracterizado por recientes desafíos globales. Estos elementos contextualizan el entorno actual de los jóvenes en Cuenca, Ecuador, y destacan las dificultades que ellos enfrentan.

#### **a) Contextualización económica que origina el emprendimiento**

Durante los últimos periodos, la situación económica del Ecuador ha sido afectada por diversos factores estructurales, intensificados por la crisis sanitaria global provocada por el COVID-19. Según datos oficiales, en 2020 se registró una reducción del 7.8% en la actividad económica nacional, mientras que el desempleo entre los jóvenes alcanzó cifras preocupantes, superando el 13% (BCE, 2021; INEC, 2020).

**Figura 1. Tasas de variación interanual del PIB real de Ecuador.**

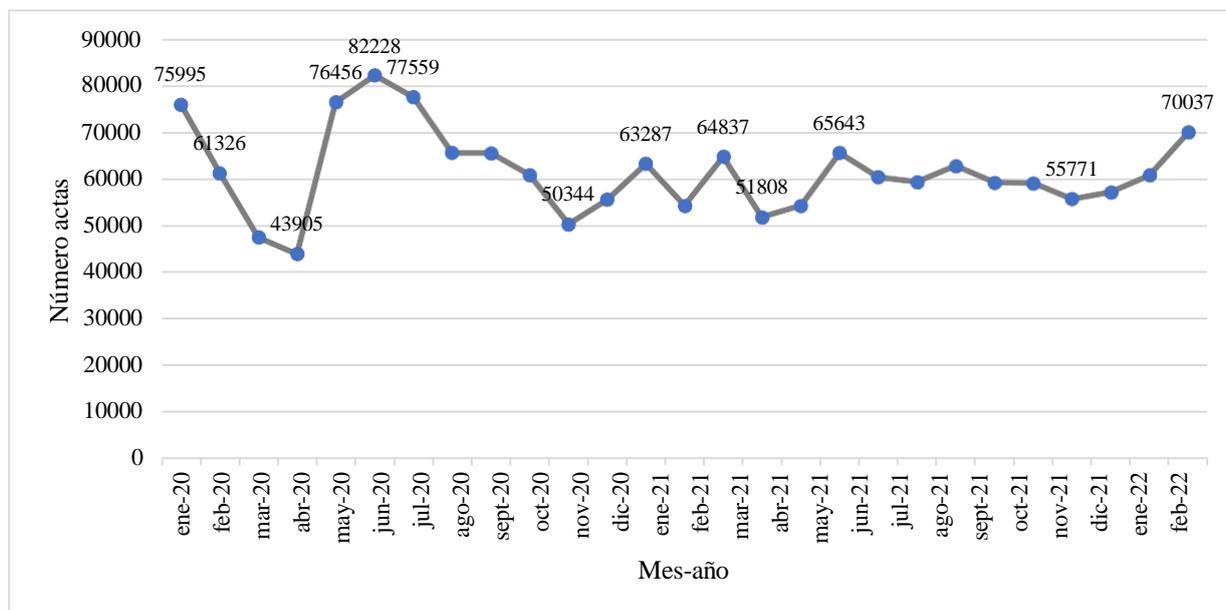


**Nota:** Se presentan las proyecciones de crecimiento para 2024 y 2025.

**Fuente:** Banco Central del Ecuador.

Aunque en 2021 se observó un crecimiento del PIB del 4.23%, los niveles de empleo juvenil no lograron recuperarse para alcanzar los índices previos a la crisis sanitaria, lo que reflejó una reactivación económica desigual (Banco Mundial, 2022). Adicionalmente, el aumento en los registros de finiquitos laborales, en especial durante los meses críticos de la pandemia, evidenció un clima de inestabilidad laboral persistente (Ministerio del Trabajo, 2022) (Figura 2).

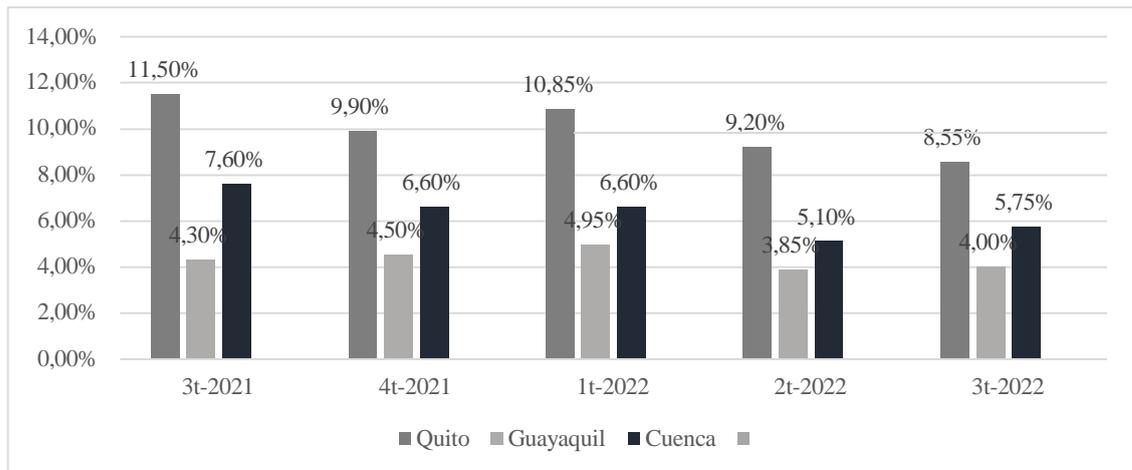
**Figura 2. Evolución del número de actas de finiquito laboral registradas en el período 2020-2022**



**Fuente:** Ministerio del Trabajo (2022).

En el ámbito local, Cuenca experimenta un escenario preocupante en términos de empleo juvenil. En el tercer trimestre del 2021, la tasa de desempleo fue del 7.6% (Figura 3), superando a ciudades más grandes como Guayaquil, lo que pone de manifiesto las limitaciones estructurales del mercado laboral cuencano (INEC, 2022a). De esta manera, los hechos presentados afectarían también al sector artesanal, en el que la limitada disponibilidad de oportunidades laborales y otros factores conducen a los jóvenes a actividades informales y, más aún, descartar oficios tradicionales, lo cual pone en riesgo no solo la sostenibilidad económica del sector, sino también la preservación del acervo cultural de la región (Holguin y Rodríguez, 2020).

**Figura 3. Evolución trimestral de la tasa de desempleo, 2021-2022. Principales ciudades del Ecuador**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022).

En este contexto se enmarca el sector artesanal de la ciudad de Cuenca, la cual en el año 2020 fue declarada “Ciudad Artesanal y Diversa del Mundo” por parte el Consejo Mundial de Artesanías. Este hecho manifiesta la importancia del desarrollo del sector, en el cual se evidencia un desaliento notable referente al relevo generacional necesario para su conservación en el tiempo (Ordóñez, 2021). Estos problemas no solo amenazan la continuidad de los conocimientos ancestrales, sino también el desarrollo económico de la región. Por ello, es urgente fortalecer el ecosistema emprendedor mediante políticas y programas que fomenten el emprendimiento juvenil en el sector artesanal, ofreciendo oportunidades económicas sostenibles y asegurando la preservación de este patrimonio cultural.

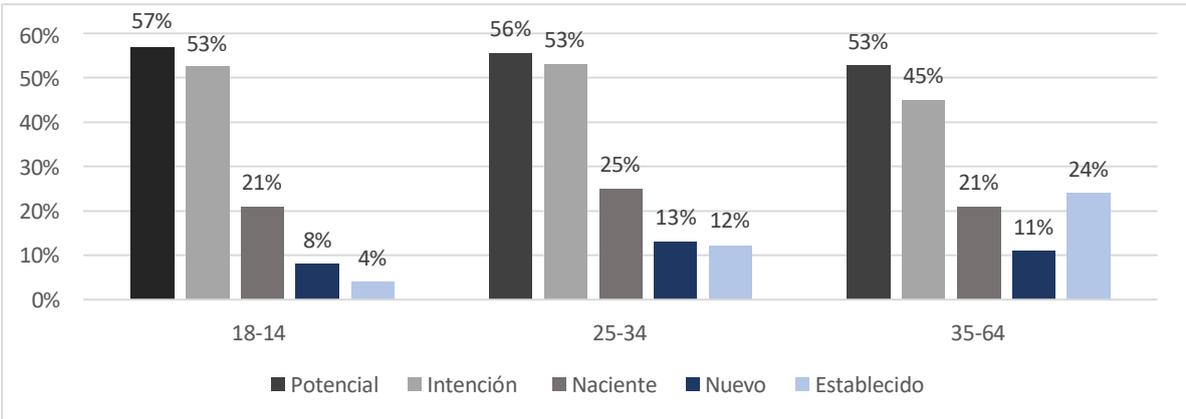
### **b) Emprendimiento como alternativa al desempleo juvenil**

En la presente investigación, en atención al criterio especificado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), se entiende como jóvenes a las personas entre 18 y 34 años de edad. En Ecuador, este grupo corresponde al 27.66% de la población, según el censo nacional de 2022, porcentaje que equivale a 4 689 939 personas en estas edades (INEC, 2024).

Así, ante el fenómeno del desempleo juvenil, el emprendimiento representa una opción de ingresos y bienestar sostenible (Martínez et al., 2021). Sin embargo, los datos del GEM evidencian que, aunque el potencial y la intención emprendedora son constantes entre diferentes grupos de edad, los jóvenes enfrentan más dificultades para concretar estas intenciones en negocios establecidos (Zambrano y Lasio, 2019).

Según Zambrano y Lasio (2019), los jóvenes de 18 a 34 años muestran un mayor interés y potencial emprendedor, con un 57% en potencial y un 53% en intención, superando al grupo de 35 a 64 años; no obstante, solo el 4% de los jóvenes de 18 a 24 años logra consolidar emprendimientos frente al 24% del grupo mayor (Figura 4), lo cual evidencia importantes barreras que median intención y la acción emprendedora. Estas limitaciones, tanto estructurales como personales, restringen la capacidad de los jóvenes para establecer negocios sostenibles, especialmente en contextos como el del sector artesanal en Cuenca. Este fenómeno subraya la necesidad de estudiar los factores de personalidad que inciden en la intención emprendedora –como se plantea en esta investigación– para identificar cómo estos rasgos pueden potenciar o limitar el emprendimiento. Comprender estas dinámicas es crucial para superar las barreras existentes y dinamizar el desarrollo económico y cultural de los jóvenes artesanos.

**Figura 4. Actividad emprendedora por etapas, promedio anual 2012-2017 por grupos etarios**



Fuente: Zambrano y Lasio (2019).

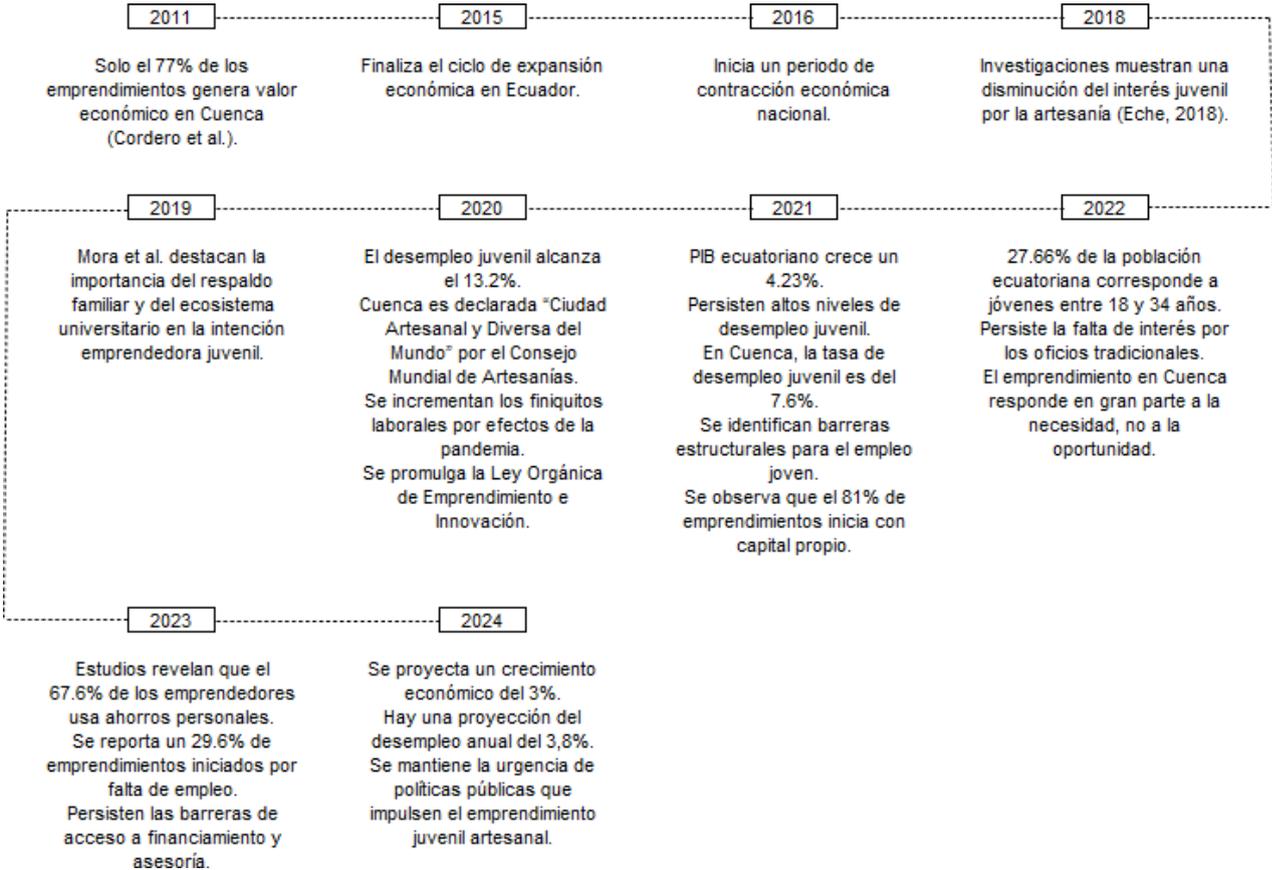
Es importante aunar a este contexto los resultados de diversas investigaciones que han evidenciado la cada vez mayor falta de interés de los jóvenes para incursionar en emprendimientos de tipo artesanal. Este hecho contribuye a una pérdida paulatina de la riqueza intangible de los pueblos, porque los conocimientos tradicionales se van perdiendo ante la falta de continuidad de estos oficios entre generaciones (Mendieta, 2020; Eche, 2018; Winkelman et al., 2019; López y Espeso, 2020; Toral et al., 2021).

Ya en el plano local, el emprendimiento en Cuenca ha mostrado ser una fuerza significativa para el desarrollo económico, donde muchos emprendedores han enfrentado barreras como el limitado financiamiento, capacitación y asesoría. Esto pone de manifiesto que un gran porcentaje de emprendimientos surge por necesidad, con un 29.6% de los emprendedores motivados por la falta de empleo y un 67.6% utilizando ahorros personales para iniciar sus negocios (Guamán et al., 2021). El emprendimiento cuencano se encuentra afectado por factores de tipo personal, motivacional y experiencias de los emprendedores, pero también por condiciones externas: financiamiento, regulaciones, mercado y consumo. Un 81% de los emprendimientos inicia con un aporte de capital del propio emprendedor. En general, el acceso a créditos con bajos intereses no es tarea sencilla, los cuales implican trámites engorrosos y prolongados. Solo el 77% de los emprendimientos genera valor económico, por lo tanto, este no podría ser un modelo sostenible sin la implementación de políticas de apoyo y formación (Cordero et al., 2021).

El emprendimiento juvenil en Cuenca, en particular en el ámbito universitario, enfrenta desafíos en términos de apoyo y percepción social. Estudios revelan que la intención emprendedora entre los estudiantes está influenciada principalmente por la aprobación de su entorno cercano, como la familia y los profesores, así como por el ecosistema universitario (Mora et al., 2019). Sin embargo, aunque un ecosistema adecuado fomenta la intención de emprender, el respaldo de familiares y amigos resulta fundamental para que los jóvenes decidan iniciar proyectos. Estos factores sugieren que, aunque existe interés en el emprendimiento, persisten barreras relacionadas con la falta de apoyo y los recursos necesarios para transformar la intención en acción efectiva (Mora et al., 2019).

Hasta aquí se presentan los hechos que especifican el contexto en el cual se enmarca el problema en torno al cual se estructura la investigación planteada. En la Figura 5 se muestran estos hechos de manera cronológica.

**Figura 5. Línea de tiempo de los hechos que contextualizan el problema**



Fuente: Elaboración propia.

**1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos**

La intención emprendedora de los jóvenes está influenciada por múltiples factores interrelacionados que generan barreras significativas para el emprendimiento sostenible. Querejazu (2020) identifica cuatro fuentes principales que afectan esta intención: el capital humano, la influencia social, la actitud personal y el acceso a financiamiento. Estas dimensiones interactúan entre sí ampliando sus efectos.

El capital humano reflejado en bajos niveles de educación y experiencia en la dirección desestimula la posibilidad de que los jóvenes identifiquen y se apropien de las oportunidades artesanales. Shane y Venkataraman (2000) apuntan que el capital humano que se representa por la historia y la educación es clave en la identificación de oportunidades empresariales frente a lo contrario, que se traduce en barreras como la falta de liderazgo y el desalentar el riesgo (Canales et al., 2017). Este cometido se manifiesta en la deserción del empleo de actividades tradicionales, lo cual afecta la sostenibilidad del sector artesanal (Mendieta, 2020).

De igual forma, la actitud personal, estudiada mediante dimensiones como la autoeficacia, la propensión al riesgo y el locus de control interno, también juega un rol crítico. Así, Bandura (1977) afirma que la autoeficacia fortalece la confianza de los individuos para enfrentar los desafíos, mientras que Knight (1921) indica que una baja propensión al riesgo limita las intenciones emprendedoras y Rotter (1966) especifica que el locus de control interno contempla la capacidad de autodirección, dificultando el inicio de emprendimientos.

Por ello, la influencia social se convierte en el factor más notable de la intención de emprender. Según Cialdini (2007), tanto la norma subjetiva como el capital social pueden tener un doble efecto: ya sea una ayuda para lanzar a los aspirantes empresarios, o una piedra en la corriente sinusoidal de sus vidas. Asimismo, Holguin y Rodríguez (2020) señalan que uno de los obstáculos básicos existentes para la juventud se encuentra en la falta de apoyo moral de la familia. Esta desmotivación no sólo consume su confianza, sino que también pone en jaque su intención de emprender un nuevo proyecto empresarial, y, por tanto, su potencial para ser emprendedor. Contra esto, hay que reconocer que el entorno social ocasiona que las oportunidades de emprender disminuyan, con lo cual, en la actualidad, la informalidad y el desempleo juvenil quedan anclados (OIT, 2020a).

Finalmente, el financiamiento es una barrera para el fomento de las intenciones emprendedoras de los jóvenes emprendedores. Así, Shane y Venkataraman (2000) destacan que la disponibilidad de recursos financieros influye directamente en la percepción de oportunidad y en la capacidad de acción. Mas allá de lo anotado, García

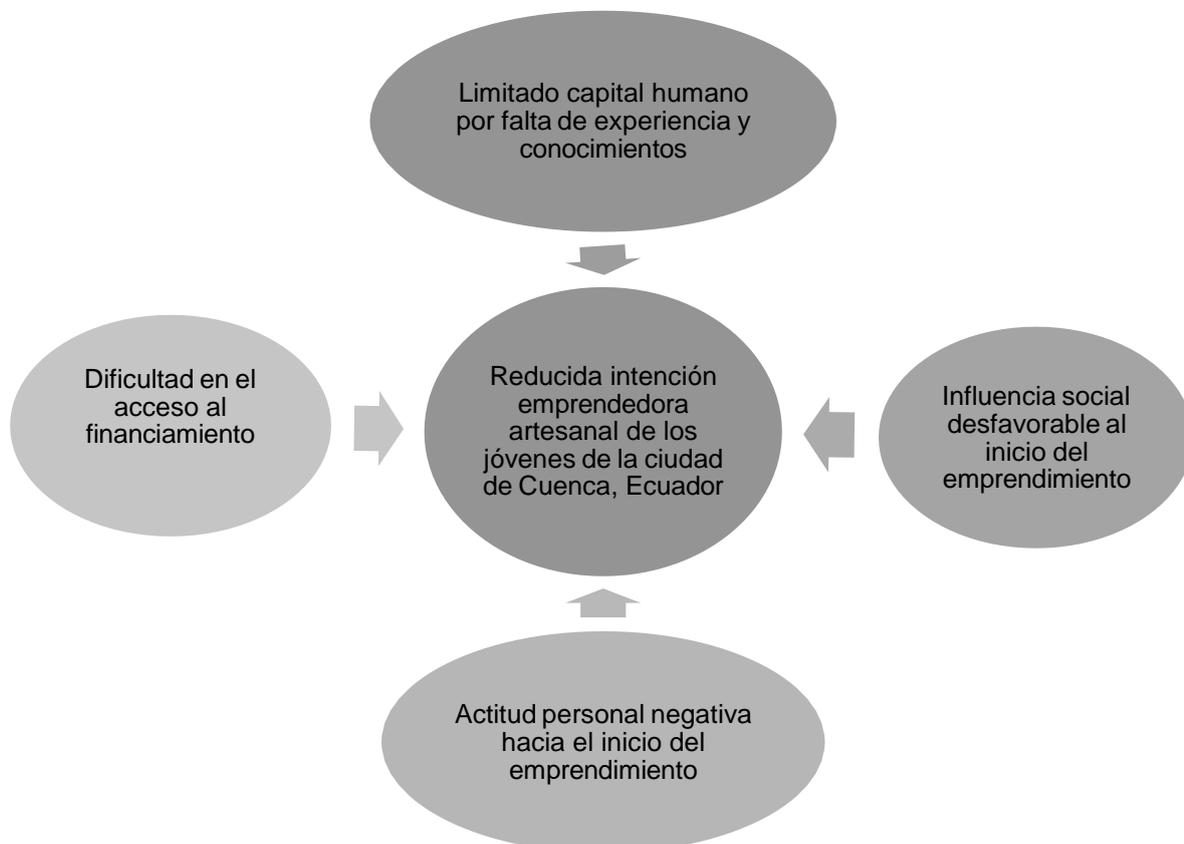
et al. (2018) evidencian que la falta de acceso al crédito restringe el inicio y el desarrollo de emprendimientos en los jóvenes, perpetuando la precariedad económica.

Estas causas generan efectos que trascienden el ámbito individual. La alta tasa de desempleo juvenil en América Latina, tres veces mayor que la de los adultos (OIT, 2020), está vinculada a problemas como migración forzada (Suárez et al., 2017), deterioro de la salud mental (Lozano et al., 2020) y la pérdida de oficios tradicionales. Así, en Cuenca solo el 16% de los participantes en la festividad del Corpus Christi son menores de 37 años, y la mayoría ya no produce dulces artesanales tradicionales, lo que evidencia la crisis en la continuidad cultural (Mendieta, 2020).

### 1.1.3 Gráfica de causas y consecuencia del problema a investigar

En este apartado se presenta de manera gráfica el planteamiento del problema por medio del correspondiente mapa conceptual (Figura 6).

**Figura 6. Mapa conceptual del problema a investigar**



**Fuente:** Elaboración propia.

## **1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema**

En el presente apartado se establecen los antecedentes teóricos que sustentan el planteamiento del problema, es decir, la primera aproximación a los aportes teóricos, que más adelante serán desarrollados a detalle y que proporcionan un sustento teórico a la investigación.

### **1.2.1 Antecedentes teóricos de la variable dependiente (Y). Intención emprendedora**

El marco teórico de la intención emprendedora combina múltiples perspectivas que explican cómo factores internos y externos inciden en la decisión de emprender. Entre estas perspectivas, destacan las teorías que abordan los componentes individuales, sociales y contextuales relacionados con la intención de iniciar un negocio.

La Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991) sostiene que la intención de actuar responde a una combinación de percepciones personales, sociales y de control. En este marco, se reconoce que la disposición hacia el emprendimiento se ve influida por la evaluación personal de la conducta, la influencia de referentes sociales y la percepción de control sobre las propias acciones. En el caso de los jóvenes artesanos, adoptar una visión positiva respecto a su oficio fortalece su motivación. Las creencias compartidas por su entorno familiar pueden actuar como incentivo o como freno, dependiendo del contexto. Por su parte, sentirse capaz de gestionar los retos propios del emprendimiento es clave para iniciar el proceso.

De manera complementaria, la teoría del comportamiento financiero, derivada de la teoría social cognitiva de Bandura (1977), aporta una dimensión adicional al análisis. Según esta perspectiva, cuando los jóvenes emprendedores cuentan con acceso adecuado a recursos financieros y se sienten competentes en su manejo, aumenta significativamente su confianza para iniciar un negocio. Este acceso no solo provee los medios económicos necesarios, sino que también fortalece su percepción de control, incrementando así su capacidad para enfrentar los retos y construir una iniciativa empresarial sostenible.

El modelo del potencial emprendedor, desarrollado por Krueger y Brazeal (1994), también resulta especialmente relevante en este contexto. Este modelo enfatiza la importancia de la valoración personal y del entorno. La valoración personal, vinculada al deseo de emprender, se combina con la valoración externa, que se centra en la viabilidad de las ideas. Esta última depende, en gran medida, de la disponibilidad de recursos, como financiamiento y apoyo social, los cuales son determinantes para superar las barreras que caracterizan al sector artesanal.

Asimismo, la teoría del capital social, formulada por Pierre Bourdieu (1987), ofrece una explicación profunda sobre cómo las relaciones familiares y comunitarias impactan las decisiones de los jóvenes emprendedores. Estas redes no solo facilitan el acceso a mercados y recursos clave, sino que también proporcionan apoyo emocional e información valiosa, elementos fundamentales para superar los obstáculos iniciales y consolidar un emprendimiento.

En síntesis, los marcos teóricos que abordan el capital humano y las intenciones empresariales ofrecen una perspectiva integral de las variables internas y externas que condicionan a los jóvenes emprendedores. Mientras que las variables internas (como las actitudes personales) fortalecen la disposición individual de los jóvenes, las externas (relacionadas con la influencia social y la disponibilidad de recursos) configuran el entorno en el que ellos se desarrollan. Este enfoque interconectado permite comprender cómo estos factores convergen para fomentar la participación de los jóvenes en el sector artesanal, en un contexto que plantea desafíos económicos y culturales únicos.

### **1.2.2 Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente (Y) con respecto a las variables independientes**

En este punto, son relevantes las ideas de Querejazu (2020), dado que podemos decir que hay varios factores que influyen en la conducta emprendedora, y estos incluyen aspectos económicos, concepciones sociales y actitudes personales. Con esto en mente, parece lógico seleccionar cuatro variables clave para nuestro estudio: el capital humano, las actitudes individuales, la influencia social y la disponibilidad de financiamiento. Al considerar estos elementos, podremos entender de mejor manera los factores tanto internos como externos que impactan directamente la intención de emprender.

En este contexto, es fundamental el análisis de la posible incidencia que tienen las variables independientes en la variable de estudio, especificada, esta última, como la intención emprendedora artesanal juvenil en el cantón Cuenca; por lo que en este apartado se hace una primera aproximación a esta relación desde una perspectiva teórica.

#### **a) Capital humano (X1)**

Desde un enfoque centrado en el individuo, el capital humano se construye mediante la adquisición progresiva de conocimientos, habilidades aplicadas y competencias desarrolladas en distintos momentos de la vida. Estas capacidades fortalecen la posibilidad de aportar en entornos laborales y productivos (Cueva et al., 2017). En esta línea, Becker (1964) resalta dos aspectos fundamentales que contribuyen a fomentar el deseo de emprender: la instrucción formal obtenida en instituciones educativas y el recorrido profesional en espacios de trabajo. La integración de estos elementos configura un perfil de competencias que se va consolidando con el tiempo, facilitando que las personas puedan adaptarse a nuevos contextos y aprovechar oportunidades que generen rendimientos positivos.

Desde una perspectiva formativa, el capital humano se configura a partir de los aprendizajes adquiridos mediante procesos educativos estructurados, los cuales representan un recurso clave para la competitividad individual y organizacional, tal como señalan Cipres y Llusar (2018). En esta línea, Bravo et al. (2021) estudiaron cómo la preparación académica orientada a la gestión empresarial influye en el deseo de emprender, tomando como referencia a estudiantes de Administración en una institución de educación superior de Ecuador. Sus hallazgos respaldan la existencia de una relación favorable entre los antecedentes formativos y la motivación hacia la actividad emprendedora.

Schultz (1961) amplió el enfoque sobre capital humano al incluir no solo la educación estructurada, sino también las vivencias laborales como componentes clave que aportan al desarrollo de capacidades productivas. En esta misma línea, Heckman (2000) destaca el papel que desempeña la experiencia adquirida en contextos de trabajo para fortalecer

dicho capital a lo largo del tiempo. Asimismo, se sostiene que participar activamente en entornos laborales diversos contribuye a enriquecer habilidades útiles para la acción emprendedora (Becker, 1964). Estudios previos respaldan que existe una conexión estadísticamente relevante entre la trayectoria profesional y la intención de emprender.

### **b) Actitud personal (X2)**

Al analizar los rasgos de la personalidad como factores explicativos del desarrollo del emprendimiento, Coon y Mitterer (2012) reconocen aspectos innatos, estables y perdurables de los individuos emprendedores, que conforman su personalidad caracterizada por creatividad e innovación, con facilidad para la gestión empresarial, carácter optimista, alta resiliencia, dueños de energía mental, comprometidos y perseverantes enfocados en sobresalir entre sus similares.

En investigaciones previas, como la de Valencia et al. (2018), se identificó que ciertos rasgos de personalidad vinculados al perfil emprendedor —como la iniciativa, la resolución y la capacidad para enfrentar incertidumbre— se manifiestan con fuerza en individuos de contextos urbanos como Cuenca. Por su parte, Hernández (2019), al examinar variables psicológicas en una población universitaria de 200 personas, encontró que características como la sociabilidad y la disposición a explorar nuevas experiencias guardaban una relación significativa con la predisposición a emprender dentro del grupo analizado.

### **c) Influencia social (X3)**

En cuanto a los factores externos, diversos estudios han abordado cómo las relaciones sociales influyen en el interés por iniciar un proyecto empresarial. En este contexto, se reconoce que los vínculos interpersonales, especialmente aquellos que surgen dentro de círculos sociales cercanos, pueden tener un impacto significativo en la valoración de posibilidades de negocio y en la elección de caminos estratégicos en el proceso de emprendimiento.

En este marco, Krueger (2000) resalta el papel que ejercen los vínculos sociales en la detección y aprovechamiento de iniciativas emprendedoras, subrayando el valor que tienen las redes de contacto y la dinámica de interacción entre individuos. Por otro lado,

Ajzen, en su teoría del comportamiento planificado, incorpora la noción de norma subjetiva como variable determinante de la intención de emprender, entendiéndola como la percepción que tiene la persona sobre las presiones sociales percibidas respecto a su accionar.

En coherencia con lo señalado, al profundizar en el concepto de influencia social, se incorpora la dimensión del capital social, la cual ha sido definida desde distintas perspectivas. Bourdieu (1987) lo describe como un entramado de vínculos sociales que el individuo puede activar para acceder a recursos o beneficios dentro del entorno social. Estas redes pueden conformarse mediante relaciones familiares, profesionales o comunitarias. Desde esta mirada, el capital social se interpreta como un tipo de poder que repercute en el posicionamiento y las opciones disponibles para las personas en un contexto determinado (Seid, 2022).

En este punto se destaca la investigación de Davidsson y Honig (2003), desarrollada a partir de una muestra de 380 empresarios nacientes de Suecia mediante regresión logística binomial, en la que no se rechaza la hipótesis de que ciertos aspectos del capital humano aumentan la probabilidad de descubrimiento empresarial, ni la hipótesis de que el capital social se asocia positivamente con una explotación exitosa en términos de poder hacer avanzar el proceso; por lo que el estudio confirma la relación de la influencia social en la intención emprendedora en los términos presentados en esta investigación.

#### **d) Acceso al financiamiento (X4)**

Al analizar el papel que desempeñan los recursos en la actividad emprendedora juvenil, Lasio et al. (2020) señalan que el financiamiento representa un elemento clave para impulsar la consolidación de nuevos proyectos. Este aspecto no solo facilita el surgimiento de ideas innovadoras, sino que también mejora la infraestructura empresarial, permitiendo condiciones adecuadas para el desarrollo. En línea con ello, García et al. (2018) evidencian que el entorno y su accesibilidad financiera influyen significativamente en la creación de nuevas iniciativas empresariales.

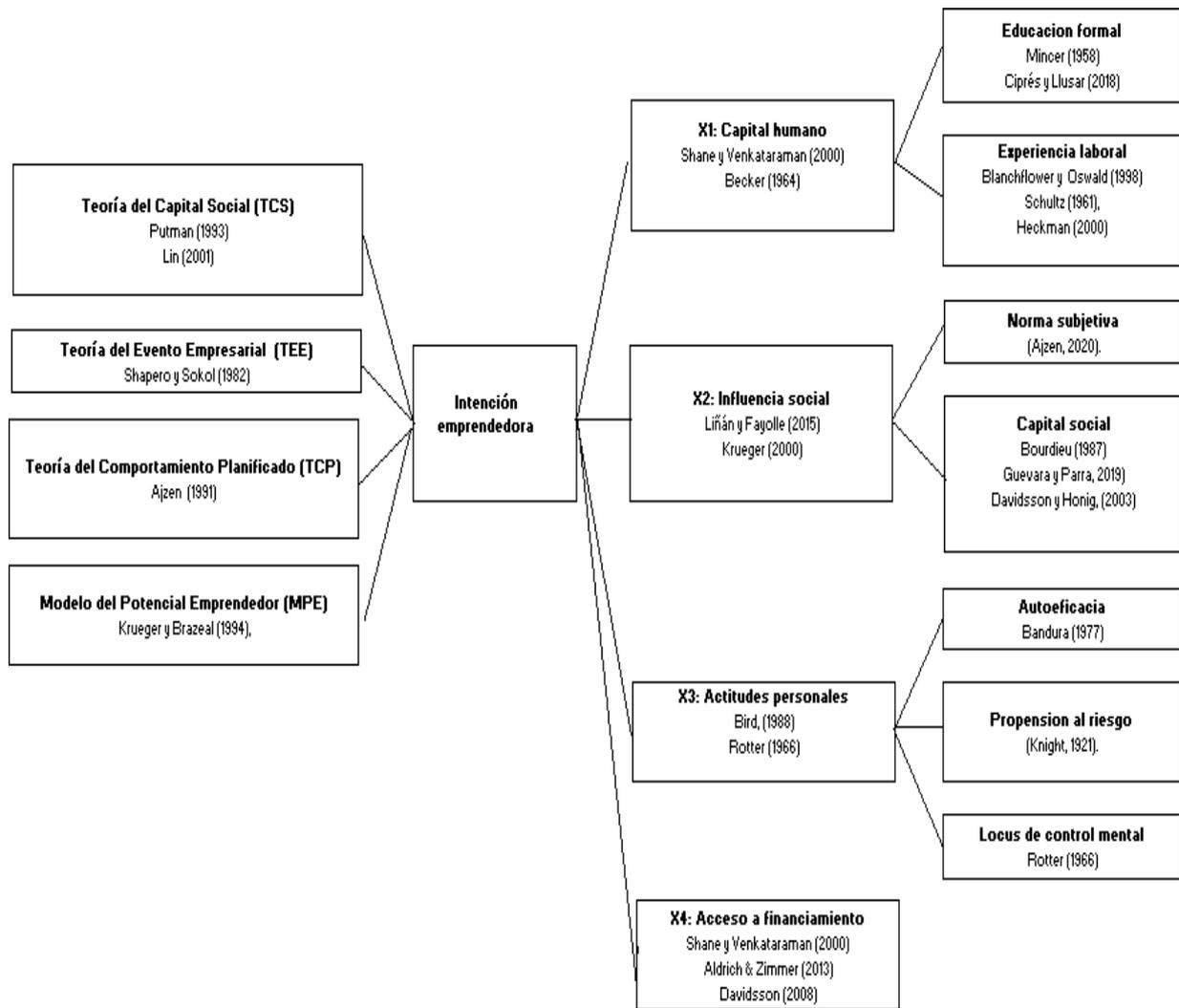
Por su parte, Sánchez et al. (2014) analizaron los factores que inciden en los emprendimientos de las pequeñas y medianas empresa de México, destacando, como un aspecto importante en el crecimiento de los emprendimientos, la capacidad de los gerentes para acceder a los recursos, principalmente financieros, entre otros.

En adición a lo presentado, García et al. (2018), en su estudio sobre los factores del entorno que condicionan el emprendimiento empresarial en México, identifican el acceso a financiamiento como un factor importante y significativo ( $p=0.0024$ ), que influye en el desarrollo del emprendimiento, y destacan la importancia de dicho acceso durante los primeros años del emprendimiento como un factor del éxito empresarial.

### **1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos**

La Figura 7 muestra de forma esquemática el emprendimiento como variable dependiente de la investigación, junto con los enfoques teóricos que lo explican y los autores que contribuyen a su fundamentación.

**Figura 7. Mapa de los antecedentes teóricos del emprendimiento**



Fuente: Elaboración propia.

### 1.3. Pregunta central de investigación

¿Cuáles son los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos?

#### **1.4. Objetivo general de la investigación**

Identificar los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos localizados en la ciudad de Cuenca, Ecuador.

##### **1.4.1. Objetivos metodológicos de la investigación**

Los procesos metodológicos corresponden a la secuencia de pasos estructurados que guían el enfoque y las técnicas utilizadas para alcanzar el objetivo general de la investigación, conforme al orden establecido a continuación:

1. Establecer los antecedentes teóricos y empíricos de la intención de emprender en jóvenes artesanos en la ciudad de Cuenca.
2. Diseñar y validar el instrumento de medición para las variables planteadas en el estudio.
3. Aplicar el instrumento a la muestra determinada y proceder con el procesamiento de la información recolectada.
4. Evaluar mediante la técnica estadística las hipótesis de la investigación.
5. Presentar las conclusiones, recomendaciones y propuestas del estudio.

#### **1.5. Hipótesis general de investigación**

Los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos son poseer un capital humano y la actitud personal (internos), así como la influencia social y el acceso a financiamiento (externos).

#### **1.6. Metodología**

El presente estudio se enmarca en una metodología cuantitativa, con un alcance que combina elementos descriptivos, explicativos y correlacionales. Su diseño corresponde a un enfoque no experimental, aplicado en un momento determinado, dentro de un corte transversal. Se apoya en técnicas documentales y bibliográficas que permiten profundizar en fundamentos teóricos relevantes. Asimismo, se incorpora el trabajo de campo mediante encuestas, y los datos obtenidos se procesan a través del software estadístico SPSS.

## **1.7. Justificación de la investigación**

En este apartado se exponen las razones teóricas, metodológicas y prácticas que justifican la realización de la presente investigación, detallando sus contribuciones tanto al ámbito académico como al desarrollo práctico del emprendimiento juvenil artesanal en la ciudad.

- 1. Aportación teórica.** Esta tesis fundamenta su marco conceptual en lineamientos que orientan el estudio del deseo de emprender en jóvenes artesanos de Cuenca, Ecuador. El análisis se estructura, entre otras referencias, en los postulados de Putnam (1983) sobre los vínculos sociales y su importancia en las redes de apoyo. Además, se consideran los planteamientos de Ajzen (1991), quien resalta el rol de las percepciones personales y sociales en la intención de emprender. El objetivo es comprobar cómo estas teorías se ajustan al entorno local mediante procesos de validación y contextualización.
  
- 2. Aportación metodológica.** Por medio de este trabajo se hace una propuesta metodológica, que ayudará a resolver un problema real, con la elaboración de un cuestionario que proporcione una guía para desarrollar el estudio de las intenciones de emprender en diferentes grupos, además del que se plantea en la presente investigación.
  
- 3. Aportación práctica.** Esta investigación beneficiará a:
  - Los jóvenes emprendedores artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador, pues se conocerán de cerca los factores que han permitido favorecer sus emprendimientos y los que se constituyen como barreras para su desarrollo.
  
  - Las instituciones educativas y de formación artesanal relacionadas en temas de emprendimiento y administración de empresas, a fin de disponer de insumos para el mejoramiento de sus mallas de estudio con enfoque en el desarrollo de la intención emprendedora.

- La Junta de Defensa del Artesano debido a que, a partir de los resultados de esta investigación, se desarrollarán estrategias, planes y programas enfocados en el desarrollo del sector juvenil artesanal de la ciudad de Cuenca.

### 1.8. Delimitaciones del estudio

Se presentan los puntos que delimitan el estudio, definiendo los aspectos específicos que lo enmarcan y acotan.

1. **Delimitaciones espaciales.** El presente estudio se desarrollará en la zona urbana del cantón Cuenca, localizada dentro de la provincia de Azuay, en Ecuador. Este territorio forma parte del área interandina del país y se distingue por su diversidad cultural, así como por la presencia de paisajes naturales que aportan riqueza al contexto de investigación. Estas características geográficas ofrecen un escenario propicio para comprender el fenómeno objeto de estudio (Figura 8).

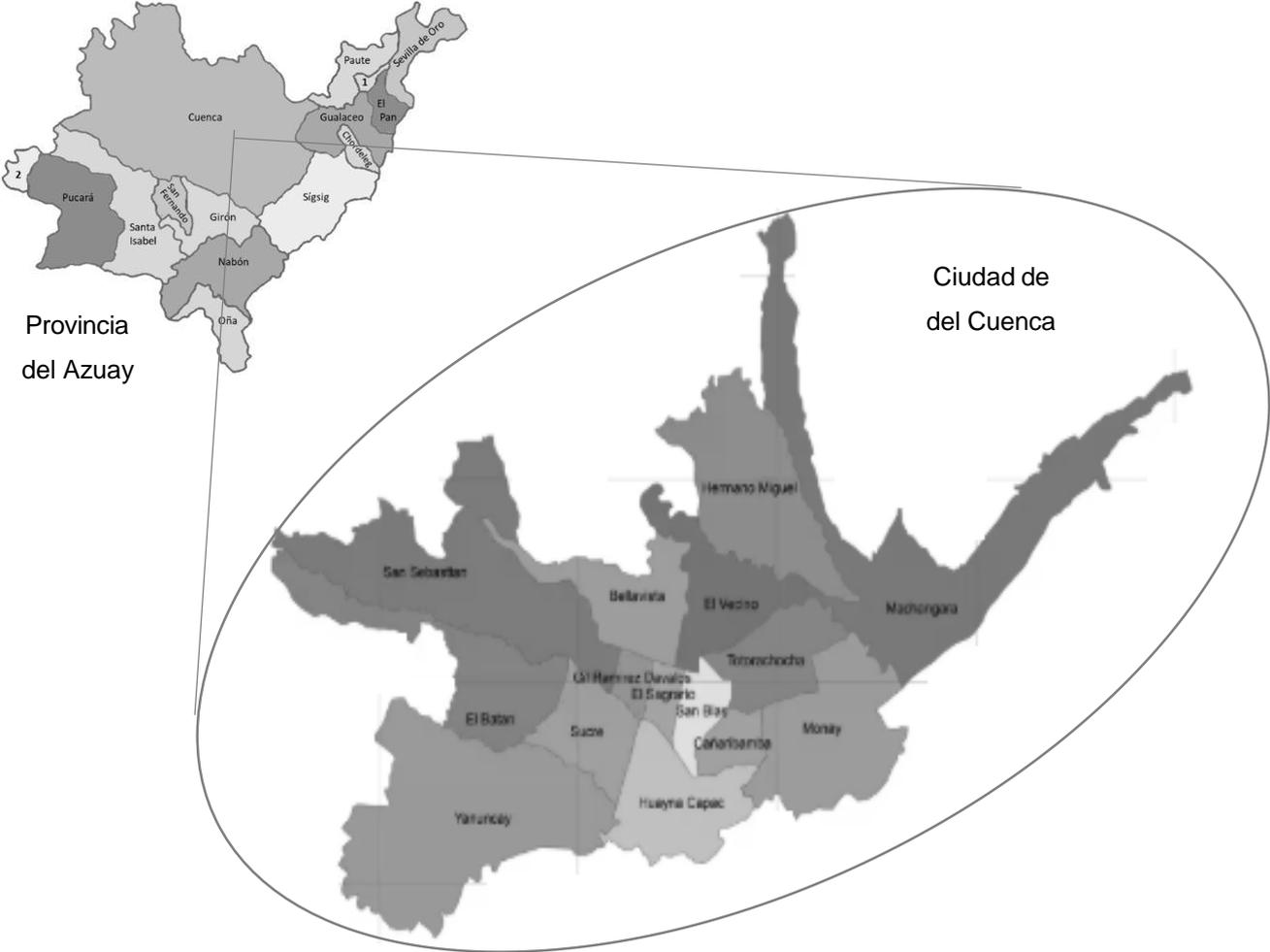
**Figura 8. Geolocalización de la ciudad de Cuenca y provincia del Azuay**



Fuente: Google Maps.

La ciudad de Cuenca es la capital de la provincia del Azuay; se sitúa en la región andina a 2 560 metros de altura sobre el nivel del mar, encontrándose a 441 km al sur de Quito. Cuenca está dividida en 15 parroquias urbanas: Bellavista, Cañaribamba, El Batán, El Sagrario, El Vecino, Gil Ramírez Dávalos, Huaynacápac, Hermano Miguel, Monay, San Blas, San Sebastián, Sucre, Totoracochoa, Yanuncay y Octavio Cordero Palacios (Figura 9). Cabe señalar que las encuestas se hicieron en ocho de las 15 parroquias urbanas, ya que allí se encuentra la mayor concentración de los Centros de Formación Artesanal.

**Figura 9. División de la ciudad de Cuenca por parroquias**



Fuente: Google Maps.

2. **Delimitación demográfica.** El objeto de estudio son los nueve Centros de Formación Artesanal (CFA) acreditados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano de la ciudad de Cuenca, Ecuador. El sujeto de estudio son los jóvenes emprendedores estudiantes entre las edades de 18 y 34 años que actualmente se encuentran inscritos en estos centros.
3. **Delimitación temporal.** Es una investigación transversal porque se analizarán los datos recolectados en un único tiempo.
4. **Delimitaciones temáticas.** El estudio dirige su atención al examen de los aspectos psicológicos internos que influyen en la disposición a iniciar un negocio en actividades artesanales por parte de jóvenes en la ciudad de Cuenca. Se excluyen del análisis aquellos factores de carácter estructural, ya sean económicos, políticos o institucionales, que también podrían tener repercusión en el fenómeno, concentrándose, en cambio, en los aspectos conductuales y socioculturales que configuran el marco temático de la investigación..

## 1.9 Matriz de congruencia

La Tabla 1, correspondiente a la matriz de congruencia, refleja la coherencia entre el problema formulado, los objetivos definidos y las hipótesis establecidas, sustentadas en diversos marcos teóricos. El objetivo de identificar los factores motivacionales que inciden en la predisposición hacia la actividad empresarial se fundamenta teóricamente y se conecta directamente con las hipótesis; estas asumen que el capital humano, la influencia social, la actitud personal y el acceso a financiamiento son las principales variables que explican la intención emprendedora.

**Tabla 1. Matriz de congruencia**

Pregunta de investigación	Objetivo de investigación	Fundamento teórico	Hipótesis	Variables
¿Cuáles son los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador?	Identificar los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.	<p>Teorías que fundamentan la intención emprendedora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría del comportamiento planificado (TCP) (Ajzen, 1991).</li> <li>• Teoría de la autoeficacia financiera, derivada de la teoría social cognitiva de Bandura (1977).</li> <li>• Modelo del potencial emprendedor (MPE) (Krueger y Brazeal, 1994).</li> <li>• Teoría del capital social (TCS) (Putnam, 1993; Lin, 2001).</li> </ul>	Los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador, son el capital humano, la influencia social, la actitud personal y el acceso a financiamiento.	<p>Y= Intención emprendedora de los jóvenes artesanos.</p> <p>X<sub>1</sub>= El capital humano.</p> <p>X<sub>2</sub>= La influencia social.</p> <p>X<sub>3</sub>= La actitud personal.</p> <p>X<sub>4</sub>= El acceso a financiamiento.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

De esta manera, se asegura la coherencia y relevancia del estudio. Con estos fundamentos, en el próximo capítulo se exponen los aspectos clave del marco teórico y se consolidan las bases conceptuales y empíricas que explican los factores que influyen en la tendencia a involucrarse en actividades emprendedoras de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Este análisis teórico permitirá una comprensión y contextualizar los hallazgos aportando de manera significativa al entendimiento del fenómeno analizado.

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

El capítulo dos expone los principales aportes teóricos sobre las variables especificadas en esta investigación, proporcionando así el fundamento conceptual del estudio y detallando sus definiciones. Además, se identifican las relaciones entre estas variables a partir de estudios previos, lo cual permite establecer las hipótesis y construir el modelo gráfico de la investigación.

La información fue recopilada por medio de la revisión de artículos publicados en diversas bases científicas digitales. Se destaca la revisión de estudios de grandes pensadores y pioneros en el ámbito del emprendimiento, como Cantillon, Say, Mill, Marshall, Weber, Knight, Schumpeter, entre otros, cuyas teorías dieron forma al concepto de emprendimiento y su relación con las variables explicativas planteadas.

Este apartado se desarrolla en tres secciones, a saber, la primera aborda los aspectos teóricos de la variable dependiente, acompañados de investigaciones que respaldan su relación con las variables explicativas. La segunda sección profundiza de forma individual en los fundamentos conceptuales de cada una de estas últimas, incorporando los aportes de autores que han definido sus características y aplicaciones. Finalmente, en la tercera parte, se plantean las hipótesis que orientan el estudio.

### **2.1 Marco teórico de la variable dependiente (Y). Intención emprendedora**

Se exponen, siguiendo un orden temporal, los principales aportes de autores que teorizan sobre la intención emprendedora, para luego concretar la conceptualización del emprendimiento y el reconocimiento del emprendedor como un individuo que posee determinadas características que lo distinguen y lo conducen a tomar la iniciativa en la gestión de nuevas empresas. Más adelante, se analizan los resultados de diferentes estudios científicos, de carácter empírico, referentes a la intención emprendedora, proponiendo pistas de su posible dependencia de otras variables, que se podrían considerar como explicativas.

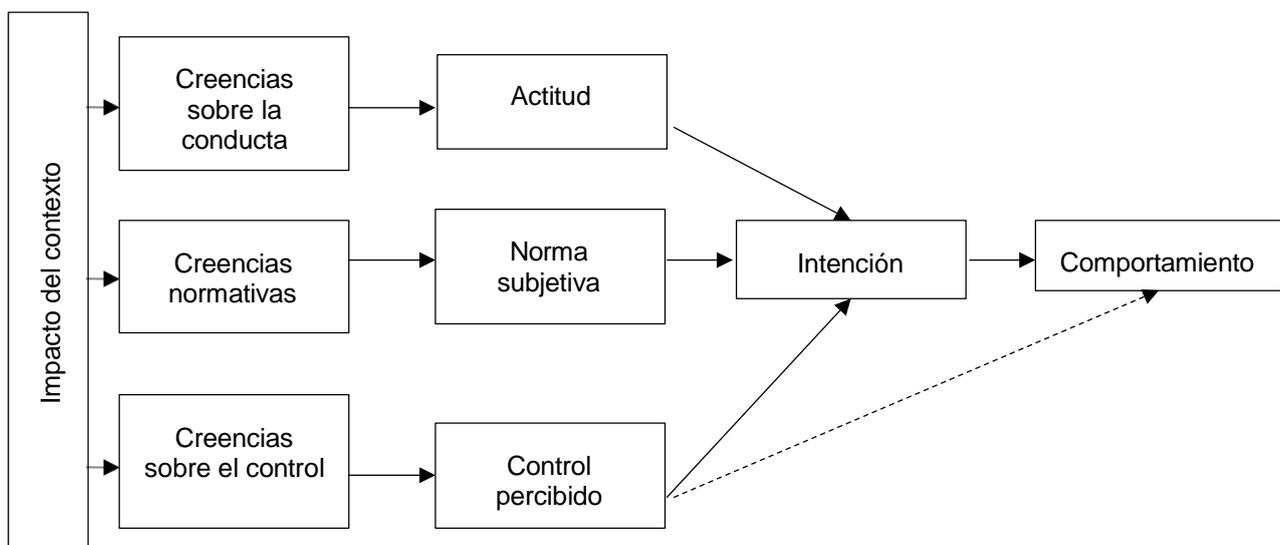
### 2.1.1 Teorías y definiciones de la variable dependiente: Intención emprendedora

En este punto se revisan las definiciones y modelos teóricos que fundamentan la variable intención emprendedora.

- **Teorías**

El modelo de conducta planificada de Ajzen (1991) respaldar el estudio de la intención emprendedora . Esta propuesta teórica sostiene que dicha intención surge a partir de tres factores clave: la predisposición hacia la acción, la influencia social percibida y la percepción del propio control sobre la situación. En el contexto de jóvenes artesanos, estas variables se ven influenciadas por el entorno familiar y cultural, promoviendo la continuidad en los saberes tradicionales y fortaleciendo la confianza personal frente a los desafíos del emprendimiento.

**Figura 10. Modelo de la teoría del comportamiento planificado**

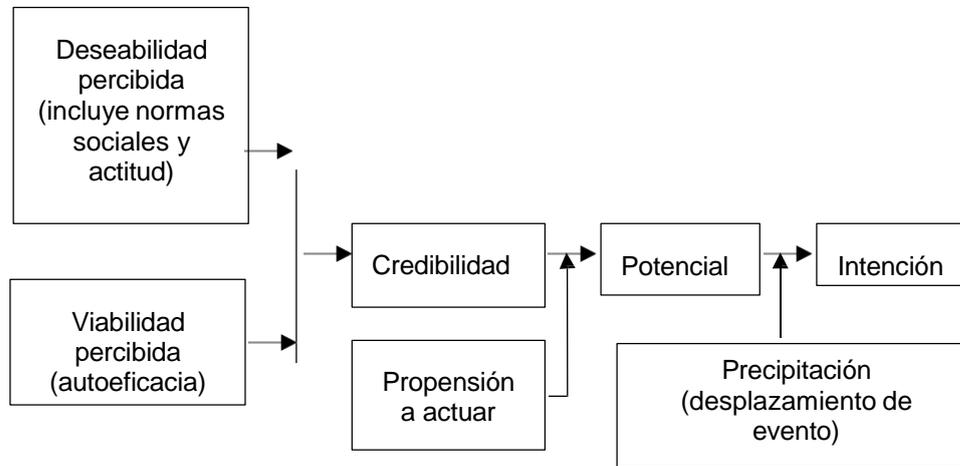


Fuente: Ajzen (1991).

Por su parte, el enfoque de procesos emprendedores (MPE), desarrollado por Krueger y Brazeal (1994), se apoya tanto en la teoría de la expectativa de éxito (TEE) como en la teoría del control conductual percibido (TCP) para señalar que la disposición a emprender está condicionada por dos aspectos fundamentales: la percepción sobre la conveniencia del emprendimiento y la viabilidad percibida (Figura 11). La primera se refiere a cómo los jóvenes valoran la actividad artesanal, mientras que la segunda se vincula con la

autoconfianza, es decir, con el grado en que consideran que poseen las habilidades necesarias para enfrentar los retos asociados a este ámbito.

**Figura 11. Modelo del potencial emprendedor**



**Fuente:** Elaboración propia con base en Krueger y Brazeal (1994).

La teoría del capital social, de Bourdieu (1987), nos brinda una herramienta valiosa para entender cómo influyen nuestras relaciones sociales en los recursos y oportunidades que tenemos en la vida. El capital social, según Bourdieu, se refiere a los recursos que una persona puede obtener a través de sus conexiones con los demás, como información útil, apoyo emocional y oportunidades de empleo. Para los jóvenes artesanos, estas redes son especialmente importantes, ya que les permiten acceder a financiación, orientación y mercados, lo que les ayuda a superar las dificultades que enfrentan al iniciar su propio negocio.

Es primordial indicar que los lazos familiares y comunitarios también poseen una función complementaria en este proceso. A pesar de que las familias suplen apoyo financiero y emocional, tienen limitaciones en formaciones marginalizadas que impiden la creación de negocios sustentables (Holguin y Rodríguez, 2020). Por el contrario, los vínculos comunitarios, como las cooperativas de artesanos, fomentan el intercambio y la colaboración e incentivan el acceso a los mercados (Guevara y Parra, 2019). De esta manera, el capital social no solo mejora la capacidad emprendedora, sino que también

garantiza la perpetuidad de la cultura en sectores críticos como el de la manufactura (Mendieta, 2020).

A partir de la teoría social cognitiva de Bandura (1977) el supuesto de la autoeficacia financiera sugiere que la percepción sobre nuestra capacidad para manejar y administrar recursos financieros tiene un impacto significativo en nuestra confianza para emprender. Dando señas de que los emprendedores que perciben seguridad en sus habilidades financieras tienden a ver el acceso al financiamiento no como un obstáculo, sino como una oportunidad para superar las dificultades económicas y, en cambio, desarrollar negocios viables y en marcha. En el caso de los jóvenes artesanos, esta teoría implica que al fortalecer sus habilidades financieras y al tener acceso a recursos económicos, su percepción sobre la viabilidad de sus proyectos mejora. Esto los motiva a llevar a cabo sus proyectos de forma acertada y a perseguir sus sueños. Así, la financiación se convierte en un impulsor clave para transformar sus ideas en realidades concretas en el mundo de la artesanía.

En conclusión, el marco teórico desarrollado se centra en la incidencia de las variables internas y externas en la formación de la intención emprendedora de los jóvenes artesanos. Tal y como se mencionó, las teorías revisadas no solo contribuyen a explicar los componentes centrales de la intención; también describen cómo el acceso a recursos, redes sociales y habilidades personales forman condiciones críticas para impulsar la actividad empresarial en el ámbito artesanal. Dadas estas ideas, el marco obtenido pretende ser completamente comprensible y probado de manera empírica.

- **Definiciones**

Shapero y Sokol (1982) relacionan la intención emprendedora con un renovado espíritu que busca identificar nuevas oportunidades de negocio. De manera similar, Krueger (1993) resume de forma concreta que la intención emprendedora se puede definir como el deseo que una persona tiene de iniciar un nuevo negocio junto con la creencia de que cuenta con las habilidades necesarias para lograr el éxito en esa nueva aventura. Por su parte, Bird (1988) define la intención emprendedora como el deseo de establecerse en un negocio independiente mediante un plan para iniciar dicho negocio en un futuro próximo.

Siguiendo el planteamiento de Ajzen (1991), la intención emprendedora se concibe como la inclinación personal a involucrarse en actividades orientadas a la creación de nuevos negocios. De forma complementaria, Liñán y Chen (2009) explican que esta intención refleja el deseo de emprender, expresado también en planes futuros de establecer una empresa. Asimismo, Autio et al. (2001) señalan que este constructo combina tanto la disposición individual para emprender como la percepción que tiene la persona sobre su capacidad real para hacerlo.

De acuerdo con Xanthopoulou y Sahinidis (2024), la intención emprendedora se concibe como una decisión deliberada que lleva al individuo a proyectarse hacia la creación de un negocio, condicionada por diversos factores de tipo psicológico, social y contextual. Según los autores, esta intención constituye un componente clave en la manifestación del comportamiento emprendedor. Subrayan la importancia de comprender tanto los impulsos como los obstáculos que afectan esta decisión. Elementos como la preparación personal, el respaldo social y el acceso a recursos financieros influyen notablemente en la toma de decisiones. Además, destacan el papel de la educación y del entorno familiar como condicionantes relevantes en la disposición de las personas para emprender.

En el contexto de esta investigación, la intención de emprender se puede entender como un deseo bien planificado y consciente de una persona que aspira a iniciar su propio negocio en el futuro. Es una actitud innovadora y única frente al *statu quo*, que refleja una predisposición a adoptar un enfoque empresarial distinto al de los demás. Esta visión crítica del estado actual de las relaciones laborales busca desafiar las prácticas empresariales obsoletas y la manera en que funcionan dichas relaciones, especialmente a través de la generación de nuevas formas de organización.

Detrás de esta intención se encuentra el anhelo de ser independiente, junto con la firme creencia de que uno tiene las capacidades necesarias para alcanzar grandes metas. No obstante, esta decisión también está influenciada por diversos factores, tanto internos como externos. Entre ellos, se encuentran las razones personales, las redes sociales, el apoyo familiar y educativo, así como el capital humano, todos estos como elementos que juegan un papel crucial en la disposición de una persona para fundar una nueva empresa.

## 2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable dependiente: Intención emprendedora

De acuerdo con los antecedentes conceptuales, Kruse et al. (2018) demostraron que el marco explicativo de la Teoría del Comportamiento Planeado resulta adecuado para entender la intención emprendedora. Su estudio, desarrollado con una muestra de 1326 estudiantes universitarios en Alemania mediante técnicas de modelado estructural, arrojó evidencias significativas de relaciones entre variables personales como la actitud, la norma percibida y el autocontrol, lo cual respalda la pertinencia del modelo en el contexto evaluado.

Al-Jubari et al. (2019) investigaron los elementos motivacionales que inciden en la conducta emprendedora en escenarios internacionales, empleando fundamentos de la Teoría del Comportamiento Planeado y del modelo de autodeterminación. Su análisis subraya cómo la autonomía, la competencia y la pertenencia influyen en las decisiones emprendedoras de jóvenes universitarios en Malasia. Se apoyaron en el instrumento propuesto por Liñán y Chen (2009). Los hallazgos revelaron que el 71 % de la intención emprendedora se explicó mediante la actitud personal ( $\beta = 0.392$ ,  $p < 0.001$ ), las normas percibidas ( $\beta = 0.116$ ,  $p < 0.001$ ) y el autocontrol ( $\beta = 0.164$ ,  $p < 0.001$ ), lo cual confirma la validez del modelo para comprender los procesos motivacionales del emprendimiento.

Por su parte, Munir et al. (2019) revisan la mediación de las dimensiones contempladas en la TCP entre las características de la personalidad y la disposición a iniciar un negocio en 1016 universitarios de China y Pakistán, recogiendo información por medio de encuestas y analizándola con ecuaciones estructurales y mínimos cuadrados parciales evidenciando que la actitud al emprendimiento, la influencia social y el control conductual explicaron el 65,2% de la intención emprendedora en China y el 48,9% en Pakistán. El locus de control mostro una relación directa significativa en los dos grupos ( $\beta = 0.082$  en Pakistán y  $\beta = 0.091$  en China), mientras que factores de la personalidad fueron más influyentes en China ( $\beta = 0.191$ ,  $p < 0.001$ ) confirmando que la intención emprendedora se forma a partir de factores tanto individuales como sociales, con claras diferencias contextuales.

Siguiendo la perspectiva de la TCP, Shi et al. (2020) examinaron cómo inciden la creatividad, la autoeficacia y distintas variables cognitivas en la intención de emprender, tomando como muestra a 523 estudiantes universitarios de la provincia de Zhejiang, China. Aplicaron análisis estadísticos confirmatorios y modelos de regresión, evidenciando que la autoeficacia se asocia positivamente con el control conductual percibido ( $\beta = 0.727$ ,  $p < 0.001$ ). Además, sus hallazgos mostraron que tanto la actitud hacia predisposición empresarial, como las normas sociales percibidas, el control percibido y la creatividad, influyen significativamente en la motivación para emprender ( $\beta_1 = 0.387$ ,  $p < 0.001$ ;  $\beta_2 = 0.234$ ,  $p < 0.001$ ;  $\beta_3 = 0.103$ ,  $p = 0.007$ ;  $\beta_4 = 0.136$ ,  $p = 0.001$ ).

En el mismo sentido, Liñan y Chen (2009), con base en la TCP, se propusieron construir un cuestionario que dimensionara la intención emprendedora analizando sus propiedades psicométricas, el cual fue probado en una muestra de 519 individuos en España y Taiwán. Se encontraron propiedades satisfactorias en dicho cuestionario, que lo han hecho muy difundido y replicado en otros estudios posteriores; así, se estimó la confiabilidad de las escalas propuestas, mediante un alfa de Cronbach con valores que oscilaron entre 0.773 y 0.943, especificándolas como confiables según el indicador. También, se confirmaron las hipótesis de que la actitud personal influye positivamente en la intención emprendedora ( $\beta_1=0.663$ ;  $p < 0.05$ ), al igual que el control conductual percibido ( $\beta_2=0.264$ ;  $p < 0.05$ ).

Por un lado, Soomro et al. (2020), al examinar por medio de los postulados de la TEE la propensión a iniciar un negocio en una muestra de 310 universitarios de Pakistán mediante el error estándar de la media en el programa AMOS encontraron un impacto positivo y significativo de la viabilidad percibida ( $CR=8.26$ ,  $p<0.001$ ), la deseabilidad percibida ( $CR=7.950$ ,  $p<0.001$ ) y la autoeficacia ( $CR=5.723$ ,  $p<0.001$ ) en la variable intención empresarial; de esta manera, confirman los postulados de la TEE en la muestra estudiada.

Por otro lado, García et al. (2020) estudiaron, desde la perspectiva de la TEE, la intención emprendedora y sus antecedentes en Cuba, considerando su contexto colectivista, en comparación con España. Para ello, analizaron los datos de una encuesta aplicada a una muestra de 484 universitarios de La Laguna, en España, y 236 de la Universidad de Holguín, en Cuba, mediante la técnica de mínimos parciales, y encontraron

que la deseabilidad ( $b=0.229$ ,  $p<0.001$ ) y la factibilidad ( $b=0.356$ ,  $p<0.001$ ) constituyen los principales antecedentes de la intención emprendedora en Cuba; aunque la influencia de la deseabilidad en la intención emprendedora es menor en Cuba frente a España, donde los valores de deseabilidad ( $b=0.492$ ,  $p<0.001$ ) y factibilidad ( $b=0.347$ ,  $p<0.001$ ) son significativamente mayores. Esto representa una pista de que, debido a su régimen político, en Cuba el emprendimiento surge principalmente por necesidad.

Agu y Nwachukwu (2020), con el objetivo de evaluar la relevancia de la educación recibida en el sistema de escuelas tradicionales de negocios en el desarrollo de la disposición a iniciar un negocio, consideraron tres factores incluidos en el MPE de Krueger y Brazeal en una muestra de 122 microemprendedores del Sindicato de Soldadores del Mercado de Maderas y Afines, en Owerri, Nigeria utilizando regresión múltiple aceptaron la hipótesis de que el sistema educativo afecta positiva y significativamente la intención emprendedora y la deseabilidad percibida. Asimismo, se reconoció que la viabilidad percibida y la propensión a la acción son predictores importantes de intención emprendedora al encontrarse en todos los casos un p-valor menor de 0.05.

En el marco de la TCS, propuesta por Bourdieu, Nurhidayani et al. (2021) investigaron el papel del capital social sobre las intenciones empresariales y otras variables que pudieran mediar en la relación entre ambos; a partir de un cuestionario aplicado a 269 universitarios de Indonesia, poniendo en evidencia que el capital social tiene una incidencia estadística directa en la dicha variable ( $b=0.191$ ,  $p<0.05$ ) y un efecto indirecto sobre esta a través de la variable autoeficacia (0.636).

Valencia et al. (2022) estudiaron en Colombia qué influye en que los estudiantes quieran empezar un negocio. Analizaron a 178 jóvenes de la Universidad Católica del Norte. Usaron pruebas estadísticas y hallaron que factores como la actitud, el modo de actuar y la presión del entorno se relacionan con ese deseo emprendedor.

Torres (2022) llevó a cabo un estudio enfocado en comprender qué influye en la intención de emprender entre jóvenes de 16 a 18 años que cursaban programas técnicos en Chile. Se aplicó un cuestionario y se utilizó un análisis de regresión con datos de 2.373 estudiantes de instituciones educativas en distintas regiones. Con base en el Modelo de Potencial Emprendedor, se identificaron factores como la percepción de viabilidad, el

interés por emprender y la disposición para actuar, todos con impacto en la intención emprendedora.

Vidrio et al. (2024) analizaron a 252 estudiantes en México para conocer qué influye en su deseo de emprender. Encontraron que la seguridad personal, la confianza en sus habilidades y sentirse capaces de decidir influyen mucho. Aunque los resultados fueron claros, sugieren hacer más estudios en otros lugares.

Hueso (2024) llevó a cabo un estudio en agricultores del sector olivícola de Jaén, con el propósito de explorar cómo los valores personales se vinculan con la predisposición a emprender. Participaron 116 productores, y el enfoque cuantitativo incluyó encuestas orientadas a identificar creencias vinculadas al cambio y a la autonomía. Los datos revelaron que atributos como la apertura a nuevas experiencias y la autovaloración personal se relacionan estrechamente con la decisión de emprender, siendo estos los factores más influyentes. Se observó que un alto nivel de innovación percibida también incrementa dicha predisposición. El autor destaca que promover valores personales ligados a la mejora continua y a la innovación podría fortalecer las capacidades emprendedoras en contextos agrícolas.

El análisis del sustento teórico sobre la relación entre la intención emprendedora y sus variables explicativas se fundamenta en un marco conceptual diverso que incluye teorías como la TCP y la TEE. La intención emprendedora ha sido definida y evaluada por diversos autores, quienes identifican factores internos, como la autoeficacia y las actitudes personales (Kruse et al., 2018; Liñan y Chen, 2009), y externos, como el apoyo social y las redes de contacto (Nurhidayani et al., 2021). La evidencia empírica sugiere que estos factores son determinantes clave para predecir la disposición a emprender, puesto que influyen tanto la motivación como la percepción de viabilidad en el proceso emprendedor. Estudios recientes han vinculado la intención emprendedora con la necesidad de autonomía y control sobre el entorno, ampliando así el enfoque hacia aspectos motivacionales y contextuales (Al-Jubari et al., 2019; Soomro et al., 2020). Este sustento teórico es fundamental para entender la manera en que variables como el capital humano, las actitudes personales, la influencia social y el acceso a financiamiento impactan en el desarrollo de la intención emprendedora en distintos contextos y poblaciones.

## **2.2 Marco teórico y estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes**

El marco del estudio permite comprender tanto los fundamentos teóricos como su aplicación práctica respecto a las variables independientes seleccionadas: capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento. La elección de estas variables se basa en su relevancia para explicar la intención emprendedora.

Al analizar la decisión de emprender, es clave considerar tanto los elementos personales como los contextuales que la condicionan. Dentro de los aspectos individuales, el capital humano se lo reconoce como la reunión de saberes y destrezas que se adquieren con el tiempo y que permiten enfrentar los retos del entorno emprendedor. Asimismo, las actitudes influyen significativamente, ya que dependiendo de cómo cada individuo interpreta las situaciones, su respuesta puede orientarse hacia la acción o la evitación.

Por otro lado, los factores externos también son importantes. La influencia social puede motivar o desmotivar a una persona dependiendo del apoyo que reciba de su círculo de amigos y familiares. Finalmente, el acceso a los fondos es esencial para poder dar el primer paso en el mundo empresarial, por lo que se considera un factor clave.

Estos factores fueron elegidos en lugar de otros porque en conjunto ofrecen una visión integral que abarca tanto los recursos y percepciones personales como las condiciones externas que pueden favorecer el surgimiento de nuevas empresas. En este marco, se analiza cómo cada variable incide en la formación de la intención emprendedora y se identifican posibles interacciones entre ellos en contextos culturales y económicos específicos.

### **2.2.1 Variable independiente (X1): Capital humano**

Las siguientes son las principales aproximaciones teóricas, definiciones y estudios previos del constructo capital humano, observado a través de las dimensiones de

conocimientos y experiencias y su efecto respecto al establecimiento de la intención emprendedora.

**a) Teorías y definiciones de la variable independiente (X1): Capital humano**

- **Teorías**

Las teorías del capital humano son fundamentales para comprender su vinculación con la variable independiente. Mincer (1958) expone que el número de años de educación y los años de duración de vida laboral se combinan entre sí y generan un aumento de la productividad. De ahí que el capital humano incidiría en la intención emprendedora debido a que la educación y la experiencia fomentarían la predisposición a emprender, más frecuente en sujetos con elevados conocimientos respecto a sus áreas y con la vista puesta en oportunidades de negocio.

Por la misma lógica, Schultz (1961) destaca la importancia de las anotaciones anteriores, haciendo hincapié en que la educación no solo eleva el valor económico de una persona, sino que también es central para el desarrollo de un país. En la medida en que una sociedad con individuos altamente capacitados promueve el bienestar económico general, en un marco en el que se fomenta el ímpetu empresarial, se toma, como una sugerencia, que el crecimiento del espíritu empresarial de un individuo facilita la prosperidad económica de la comunidad. Por lo tanto, la educación no solo es esencial para el individuo, sino que también sería un motor de habilidad sostenible que alimenta los objetivos de crecimiento económico en todos los ámbitos de la sociedad.

De acuerdo con Becker (1964), el capital humano representa una inversión estratégica basada en la formación académica y técnica, al influir directamente en la productividad y el ingreso potencial de las personas. Esta idea se asemeja al concepto de capital físico, en tanto contribuye a generar valor económico. En este estudio, dicha noción se vincula con la intención de emprender, al considerar que las personas con formación sólida pueden detectar oportunidades, analizar riesgos y tomar decisiones con mayor claridad ante los desafíos propios del entorno empresarial.

Las competencias, conocimientos y habilidades obtenidas a través de la educación y formación son una inversión valiosa porque, por un lado, aumentan la productividad general y, por lo tanto, el poder adquisitivo del individuo; por otro lado, esta inversión aumentaría la capacidad de crear valor económico, que es una premisa significativa porque, como se ha demostrado, los emprendedores calificados pueden encontrar y aprovechar más oportunidades comerciales. De este modo, el emprendimiento estaría asociado al capital humano, porque cuanto más se sepa y se practique la aptitud, más informadas serán las decisiones y se tendrá más habilidad para gestionar el riesgo y los desafíos inherentes al emprendimiento.

De acuerdo con lo anterior, se destaca el papel del capital humano en la producción y el desarrollo económico, así como en la intención emprendedora. Se menciona que la experiencia laboral y la educación se complementan y juntas contribuyen a un aumento significativo de los ingresos, lo que resalta su relevancia tanto en el contexto académico como en el económico. Además, se plantea que una sociedad con individuos educados promueve el desarrollo sostenible. El capital humano se considera una inversión en habilidades y conocimientos que, al igual que el capital físico, genera mayores beneficios y valor económico, posibilitando que las personas identifiquen oportunidades de negocio. Esto subraya cómo el capital humano influiría directamente en el emprendimiento al proporcionar las habilidades y la confianza necesarias para transformar ideas en proyectos.

#### • **Definiciones**

Desde los apuntes de Becker (1964), –ya citado–, el capital humano se define como el conjunto de competencias y saberes que una persona desarrolla mediante la formación académica y la experiencia profesional, lo cual incrementa su capacidad productiva y su valor en el entorno laboral. Por su parte, Schultz (1961) describe el capital humano como “la inversión en la educación y la formación de las personas que da como resultado un aumento en su productividad laboral y sus ingresos” (s.p.), y Mincer (1958) lo concibe como “el conjunto de habilidades y conocimientos que un individuo adquiere a lo largo de su vida y que influye en su productividad laboral y sus ingresos” (s.p.).

A partir de las teorías expuestas y las definiciones referidas, en la presente investigación se plantea estudiar el constructo capital humano en sus dos dimensiones claramente diferenciadas: la educación formal y la experiencia laboral. La educación formal se define, según Soto et al. (2023), como el sistema estructurado de aprendizaje que es impartido por instituciones educativas reconocidas, sigue un plan de estudios establecido y conduce a la obtención de una certificación, además, se caracteriza por estar organizado en niveles, con programas de estudio diseñados para cubrir áreas específicas de conocimiento y habilidades, y generalmente se lleva a cabo dentro de un marco institucionalizado con profesores calificados.

Por su parte, Foresto (2020) suma, a las anteriores, otras características del aprendizaje formal tales como su no universalidad –exceptuando el nivel inicial y primario–, una duración definida y limitada, además de ofrecer la posibilidad de incorporar a los estudiantes en un proceso de trabajo intelectual estructurado y metódico, que favorezca su participación activa dentro de un entorno académico organizado.. Así, Colado (2021) reconoce que la educación formal es un proceso intencional educativo en un espacio escolar o centro educativo, enfocado en contenidos marcados por una planificación curricular y encaminados a la obtención de un título.

Por otro lado, al concebir la experiencia laboral como una dimensión importante para entender el constructo capital social se la entiende como el compendio de competencias y saberes técnicos adquiridos a lo largo de las diferentes experiencias laborales (Garabito, 2013). Esta definición es particularmente coincidente con la de Becker (1993), quien plantea que la experiencia laboral es la adquisición de habilidades específicas o conocimientos relacionados con el trabajo mediante la participación en actividades laborales; y para Locke y Lathman (1990) es la acumulación de conocimientos prácticos, habilidades y competencias que un individuo obtiene a través de su participación en diversas tareas y responsabilidades en un entorno laboral.

Con base en lo desarrollado previamente, este estudio entiende el capital humano como el resultado del aprendizaje adquirido mediante procesos educativos y formativos. Tanto la preparación académica como la trayectoria laboral inciden en el rendimiento individual y aportan al contexto económico. Se considera que invertir en formación mejora la capacidad de generar ingresos y optimiza el desempeño. En este marco, se analizan

dos componentes clave del capital humano: la instrucción formal, asociada a estructuras pedagógicas organizadas, y la experiencia práctica, entendida como el saber técnico y operativo adquirido en contextos reales de trabajo que fortalece la ejecución profesional.

#### **b) Investigaciones aplicadas de la variable independiente (X1): Capital humano**

Varios estudios han buscado comprobar cómo el capital humano, entendido como la formación académica y la experiencia laboral, influye en el interés por emprender. Así, Hahn et al. (2020) realizaron una investigación en ocho países europeos con 427 estudiantes universitarios. Su análisis mostró que quienes recibieron formación optativa en emprendimiento mostraron un mayor deseo de iniciar negocios propios, mientras que la formación obligatoria, aunque con tendencia positiva, no arrojó datos estadísticamente relevantes.

Passaron et al. (2018) analizaron cómo influye la educación superior en el impulso del capital humano y en la formación del ímpetu emprendedor. Para ello, aplicaron modelos de ecuaciones estructurales a dos grupos: uno conformado por 128 estudiantes y otro por 141 académicos de una universidad en Nueva Inglaterra, Estados Unidos. Los hallazgos mostraron que quienes cursaron talleres de planificación estratégica en entornos competitivos manifestaron una conexión favorable entre la formación educativa y el deseo de emprender ( $\beta = 0.151$ ,  $p > 0.05$ ). Por su parte, Vingki y Ranto (2023) evaluaron la influencia de la formación empresarial, la percepción de autoeficacia y el locus de control en un grupo de 101 universitarios en Yogyakarta. A través de regresiones múltiples, confirmaron que dicha formación impacta significativamente en la disposición emprendedora de los participantes ( $b = 0.240$ ;  $p < 0.05$ ), alcanzando un coeficiente de determinación elevado ( $R^2 = 0.659$ ). Del mismo modo, Zurriag-Carda (2016) examinó a 264 jóvenes en el ámbito internacional, concluyendo que la educación orientada al emprendimiento tiene un efecto favorable en el surgimiento de la intención de emprender ( $\beta = 0.238$ ,  $p < 0.001$ ).

Gieure et al. (2019) llevaron a cabo una investigación multinacional centrada en estudiantes universitarios, utilizando la TCP como marco de referencia. Su análisis incorporó variables personales, contextuales y sociales, además de incluir las capacidades emprendedoras y la formación académica. Mediante encuestas aplicadas a

276 jóvenes de 74 instituciones ubicadas en 34 países de Europa, América, Asia y África, aplicaron modelos estructurales para interpretar los datos. Los resultados revelaron que las competencias asociadas al emprendimiento ejercen una influencia estadísticamente relevante ( $\beta = 0.840$ ,  $p < 0.05$ ) sobre la intención de emprender. Asimismo, se evidenció que dichas competencias también inciden sobre la actitud personal frente al emprendimiento ( $\beta = 0.738$ ,  $p < 0.05$ ), posicionando al aprendizaje como un componente esencial del modelo propuesto.

En Ecuador, Bravo et al. (2021) exploraron cómo la preparación en administración y la experiencia laboral se vinculan con el deseo de comenzar nuevos negocios. Basándose en el enfoque de la Teoría del Comportamiento Planeado, recolectaron datos de 258 jóvenes inscritos en una institución superior en Santo Domingo. Los resultados mostraron que la formación en emprendimiento influye de forma indirecta, empezando por el nivel de percepción de control personal ( $\beta = 0.24$ ,  $p < 0.05$ ), lo cual impacta positivamente en la intención de emprender ( $\beta = 0.49$ ,  $p < 0.05$ ). También se observó que la experiencia profesional mejora esta disposición cuando va acompañada del desarrollo de habilidades aplicadas ( $\beta = 0.29$ ,  $p < 0.05$ ) y de formación especializada en el área ( $\beta = 0.63$ ,  $p < 0.05$ ).

Diversos estudios han evidenciado que la experiencia laboral, al ser considerada una expresión del capital humano, guarda relación con la predisposición a emprender. En este sentido, Hernández et al. (2018) analizaron factores relacionados con el emprendimiento en una población de 120 trabajadores del sector privado en Medellín, mediante pruebas estadísticas de varianza. Los resultados mostraron que el nivel de escolaridad tiene una incidencia significativa en la intención de iniciar un proyecto empresarial ( $F = 2.892$ ,  $p < 0.05$ ). Estos hallazgos resaltan la relevancia de la formación académica como un factor determinante en el comportamiento emprendedor del grupo estudiado.

Por su parte, Ilyas (2023) comparó las variables que inciden en la intención emprendedora entre niños en edad escolar y niños en situación de trabajo infantil, en el marco de la TCP, en una muestra de 450 niños de cinco pueblos de la ciudad de Lahore, Pakistán, utilizando una prueba de regresión jerárquica encontró que las intenciones de los niños trabajadores son más emprendedoras que las de los niños en edad escolar.

Por otro lado, Pranic (2023) investigó el impacto de varios predictores en conjunto, incluida la experiencia laboral, en la variable intención emprendedora de la generación Z –en una economía en transición altamente dependiente del turismo–, mediante la aplicación de la correlación de Pearson y regresión múltiple en una muestra de 300 estudiantes de Croacia, y confirmó la relación directa y significativa ( $p > 0.05$ ) entre las dos variables.

Las investigaciones revisadas respaldan con solidez científica a la variable del talento humano, subrayando su impacto determinante en la inclinación hacia proyectos de negocio propios. La formación académica y la experiencia laboral refuerzan al capital humano como eje clave en el desarrollo de habilidades y saberes necesarios para esta actividad. Evidencias empíricas demuestran que recibir formación orientada a crear nuevas iniciativas económicas, ya sea de forma estructurada o en escenarios de crecimiento tipo startup, impulsa con firmeza la predisposición a iniciar negocios, elevando con ello la autoconfianza y la capacidad de actuar ante desafíos. Por otra parte, el aprendizaje obtenido a través de empleos técnicos también fortalece esta disposición, al integrarse con la formación formal. La verificación empírica confirma que un enfoque integral del talento humano dinamiza la actitud para generar iniciativas comerciales, proporcionando herramientas conceptuales y operativas, y favoreciendo una actitud más abierta frente a los riesgos y promesas que implica crear una empresa propia.

### **2.2.2 Variable independiente (X2): Actitud personal**

El deseo de emprender suele estar precedido por una actitud proactiva y una convicción personal firme. Para explicar este fenómeno, algunos enfoques teóricos destacan la influencia de la percepción individual sobre las oportunidades y riesgos del entorno. Se ha argumentado que la confianza personal en la capacidad de lograr objetivos influye en la decisión de emprender, especialmente cuando se perciben beneficios potenciales. Asimismo, se resalta que la sensación de control personal y la creencia en la propia eficacia son elementos claves para evaluar la factibilidad de iniciar un negocio.

De esta manera, la actitud personal se considera una variable independiente y se examina a través de dimensiones como la autoeficacia y el locus de control interno, que

han demostrado ser cruciales en la para fomentar la idea de nuevos negocios. La autoeficacia hace referencia a la percepción de confianza que una persona tiene sobre su habilidad para iniciar y gestionar un emprendimiento, y el locus de control interno, que indica cómo los individuos perciben su capacidad para influir en los resultados de sus acciones, son factores clave para enfrentar los retos del sector artesanal. Además, estudios previos destacan la relevancia de características como la disposición al riesgo y la resiliencia ante la adversidad, que fortalecerían las competencias emprendedoras en contextos difíciles (Rueda et al., 2021; Melo, 2020). Este enfoque refuerza la conexión entre las actitudes personales y la intención emprendedora, especialmente en jóvenes artesanos, quienes deben superar barreras culturales y estructurales para establecer sus negocios.

#### **a) Teorías de la variable (X2): Actitud personal**

El interés por iniciar un proyecto propio surge como una actitud interna, moldeada por elementos individuales que influyen en sus decisiones. Se consideran tres dimensiones esenciales: seguridad en sí mismo, responsabilidad sobre sus elecciones y apertura ante lo incierto, factores claves que favorecen la disposición para emprender de manera autónoma.

La confianza en uno mismo impulsa la acción emprendedora, al reducir la duda y favorecer la toma de decisiones. Este rasgo permite afrontar desafíos sin verlos como amenazas. Además, cuando se cree tener control sobre los resultados, es más probable que surja el deseo de emprender de manera decidida y constante (Bandura, 1977, Ajzen, 1991).

La idea de autoeficacia se basa en lo que una persona cree sobre su propia capacidad para realizar ciertas actividades (Bandura, 1977). Si alguien confía en que puede lograr sus metas, es más probable que vea los desafíos como oportunidades en lugar de amenazas. En el contexto de crear un negocio, esta creencia puede reducir la duda y dar más seguridad al momento de actuar. Por su parte, Ajzen (1991), desde su teoría del comportamiento planificado, explica que cuando una persona siente que tiene el control de lo que hace y cree en sus propias habilidades, es más probable que se anime a comenzar un proyecto propio, ya que se siente lista para enfrentar las dificultades que puedan surgir.

Siguiendo lo expuesto, el concepto de control interno fue planteado por Rotter (1966), quien lo describe como la idea de que los resultados que obtenemos dependen principalmente del propio esfuerzo, y no de elementos externos. En el marco de iniciar un negocio, esta forma de pensar resulta clave, ya que quienes presentan un alto nivel de control interno tienden a asumir responsabilidad por sus logros, lo cual incrementa su impulso y compromiso para alcanzar objetivos y enfrentar retos.

Finalmente, la propensión al riesgo se basa en teorías clásicas como la teoría de la utilidad esperada, de Von Neumann y Morgenstern (1944), y el modelo de decisiones, de Bernoulli (1738), que explican cómo las personas evalúan riesgos y recompensas al tomar decisiones. Desde esta perspectiva, iniciar un emprendimiento se relaciona con la disposición del individuo para asumir riesgos calculados, como señala Knight (1921), quien hace una distinción entre riesgos medibles e incertidumbre. Además, el modelo de Kihlstrom y Laffont (1983) sugiere que las personas que son menos adversas al riesgo tienden a optar por el emprendimiento como una carrera, a diferencia de aquellas que prefieren trabajos más estables, como el empleo dependiente.

La variable de actitud personal se considera un factor interno fundamental que impacta de manera significativa en la intención emprendedora. Esto se interpreta a partir de las dimensiones de autoeficacia, control interno y tolerancia al riesgo. La autoeficacia, basada en la teoría social cognitiva y la teoría del comportamiento planificado, alude a cómo una persona percibe su capacidad para ejecutar tareas concretas, lo que impulsa el emprendimiento al reducir la sensación de incertidumbre. El locus de control interno, apoyado en las ideas de Rotter (1966), implica la creencia de que los resultados dependen del esfuerzo personal, lo que promueve la autonomía y la resiliencia ante las adversidades. Por otro lado, la propensión al riesgo, fundamentada en teorías como la ya referida teoría de la utilidad esperada, destaca la disposición a asumir riesgos calculados, lo cual es crucial en el proceso de toma de decisiones emprendedoras. Estas dimensiones ofrecen una base conceptual sólida para comprender cómo la actitud personal incide en la decisión de emprender.

## **b) Definiciones de la variable (X2): Actitud personal**

En este punto se presentan los aportes de diferentes autores, a partir de los cuales se busca especificar, de manera concreta, una definición de la variable actitud personal con el fin de reconocerla y establecerla como fundamento teórico de esta investigación.

Las actitudes personales pueden ser definidas como la predisposición de un individuo para responder de manera consistente y determinado modo a un objeto dado (Fishbein y Ajzen, 1977). En el plano del emprendimiento, las actitudes personales se definen como el nivel de evaluación positiva o negativa del individuo hacia el inicio de una empresa (Kyvik, 2018). Ajzen, en este contexto, considera que el control de la conducta incide en esta actitud por medio de dos factores: la autoeficacia y la capacidad de control (Martín, 2021).

La autoeficacia se refiere a cómo una persona valora su capacidad para llevar a cabo tareas y lograr ciertos resultados. De acuerdo con Bandura (1977, 1999), esta percepción no depende de lo que ya se ha logrado, sino de cómo se ve a sí misma frente a lo que puede alcanzar más adelante (Compeau & Higgins, 1995; Shiau et al., 2020). En el contexto de iniciar un negocio, esta creencia influye en la disposición para actuar, superar obstáculos y seguir adelante con determinación. Una fuerte sensación de autoeficacia ayuda a ver los retos como oportunidades, reduciendo las dudas y favoreciendo la acción hacia metas personales.

Del mismo modo, el locus de control interno implica la creencia de que los acontecimientos personales dependen del esfuerzo y las capacidades propias, a diferencia del locus de control externo, que atribuye los resultados a factores externos como el destino o la suerte (Rotter, 1966). En el contexto del emprendimiento, este concepto sugiere que las personas con un locus de control interno alto tienden a asumir la responsabilidad de sus logros, lo que las motiva a emprender y enfrentar adversidades con mayor confianza. Esta dimensión es clave para entender cómo los emprendedores internalizan sus éxitos y fracasos, lo que refuerza su autonomía y capacidad de resiliencia.

Por su parte, la propensión al riesgo se refiere a la disposición del individuo para aceptar ciertos niveles de incertidumbre en busca de beneficios. Knight (1921) distingue

entre riesgo, que se caracteriza por probabilidades conocidas, e incertidumbre, que se define como eventos imprevisibles. Según Moore y Gullone (1996), los emprendedores con alta propensión al riesgo tienden a maximizar las oportunidades, incluso en situaciones inciertas, aceptando las posibles consecuencias negativas de sus decisiones. Sitkin y Pablo (1992) sugieren que esta dimensión incluye disposiciones cognitivas y experiencias previas, lo que influye en la tendencia de una persona a asumir o evitar riesgos. En el ámbito económico, Von Neumann y Morgenstern (1944) explican la aversión al riesgo a través de la forma cóncava de la función de utilidad, destacando que las personas con menor aversión suelen inclinarse hacia el emprendimiento (Melo, 2020).

En este estudio, la actitud personal se entiende como un constructo interno que refleja la disposición del individuo para evaluar, enfrentar y actuar ante desafíos y oportunidades, lo que influye directamente en sus decisiones relacionadas con el emprendimiento. Este concepto abarca creencias, percepciones y actitudes que determinan la manera en que las personas ven su capacidad para emprender, asumen la responsabilidad de los resultados de sus acciones y manejan la incertidumbre que conlleva el proceso emprendedor. Así, la actitud personal es un elemento fundamental en el desarrollo de la intención emprendedora, conectando los factores internos del individuo con su habilidad para responder a las demandas y oportunidades del entorno.

La actitud personal representa una disposición interna que guía la forma en que un individuo interpreta y responde ante situaciones complejas o inciertas, a partir de sus experiencias y creencias. En el contexto emprendedor, se asocia con la autoconfianza para alcanzar objetivos, la aceptación de riesgos, la gestión de la incertidumbre y la convicción de que sus resultados dependen de sus propias decisiones. Esta disposición integra la percepción, la motivación y la acción, siendo clave para avanzar con determinación hacia iniciativas de emprendimiento.

### **c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente (X2): Actitud personal**

Distintos estudios señalan que la manera en que una persona enfrenta sus decisiones influye bastante en si decide iniciar un negocio o no. Por ejemplo, Kyvik (2018) explica que la forma en que se ve esa elección, ya sea como algo favorable o no, depende mucho de cómo se siente uno por dentro. Shi et al. (2020), en un estudio con estudiantes

en China, encontraron que tener una actitud positiva hacia crear un negocio influye de forma clara en esa decisión ( $\beta=0.387$ ,  $p<0.001$ ), lo que muestra lo importante que es tener confianza y disposición personal en este tipo de procesos.

De manera similar, Gieure et al. (2019) al estudiar a estudiantes universitarios encontraron que las actitudes personales tienen un impacto directo y positivo en la intención emprendedora ( $\beta=0.981$ ,  $p<0.01$ ). Bravo et al. (2021), en el contexto ecuatoriano, confirmaron que las actitudes hacia emprendimiento influyen positivamente en la intención emprendedora ( $\beta=0.29$ ,  $p<0.05$ ), validando así los postulados de la teoría del comportamiento planificado. Estos estudios respaldan la idea de que la actitud personal, entendida como una predisposición evaluativa y conductual del individuo, está estrechamente relacionada con la decisión de este para emprender, lo que proporciona una base sólida para analizar las dimensiones específicas de esta variable.

Concretamente, la autoeficacia la cual alude a la percepción individual sobre la capacidad para superar retos y lograr objetivos (Bandura, 1977), ha demostrado ser un factor clave en la intención de emprender. En el estudio realizado por Shi et al. (2020) – antes referido– con 523 estudiantes universitarios en China, se evidenció, mediante regresión jerárquica, que la autoeficacia tiene un impacto positivo en la intención emprendedora ( $\beta=0.387$ ,  $p<0.001$ ). Los autores concluyen que una alta percepción de competencia personal refuerza el compromiso hacia la acción emprendedora.

En un estudio similar, Sandi y Nurhayati (2020) examinaron cómo la autoeficacia influye en los intereses emprendedores de estudiantes de administración en Indonesia. Utilizando un análisis de mínimos cuadrados parciales, encontraron que la autoeficacia tiene un impacto significativo ( $t\text{-statistics}=6.347$ ,  $p<0.05$ ) en la intención de emprender, y subrayan que los estudiantes que creen tener las habilidades necesarias están más inclinados a iniciar un negocio. Así mismo, Zurriaga.Cardá et al. (2016) evaluaron una muestra 264 jóvenes universitario de diferentes países del mundo mediante modelo de ecuaciones estructurales encontrando que la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.218$ ,  $p < 0.001$ ) y otras variables influyen positivamente en la intención de emprender.

Teixera et al. (2018), utilizando datos del Global Entrepreneurship Monitor (2007-2017) de 22 países de la Unión Europea, identificaron la autoeficacia como un factor fundamental en la intención de emprender ( $r=0.543$ ,  $p<0.01$ ). Este estudio resalta que la percepción de la capacidad personal es determinante para incrementar la tasa de emprendimientos nacientes. De manera similar, Zapata et al. (2018) evidenciaron que el reconocimiento de las habilidades personales influye positivamente en el emprendimiento tecnológico en Sudamérica ( $b_3=0.0117$ ,  $p<0.001$ ). Por último, Sekerbayeva et al. (2023) confirmaron que la autoeficacia tiene un efecto significativo en la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Kazajistán ( $b=0.6848$ ,  $p<0.05$ ).

De igual forma, en el marco de las actitudes personales, la propensión al riesgo, entendida como la predisposición a aceptar incertidumbre en busca de beneficios (Knight, 1921; Moore y Gullone, 1996), también ha sido ampliamente estudiada en relación con el emprendimiento. Agustina et al. (2020), en una muestra de 100 empresarios en Indonesia, encontraron que la aversión al riesgo es la variable más significativa para explicar el éxito empresarial ( $t=4.924$ ). Este resultado sugiere que los emprendedores con menor aversión al riesgo tienen mayores probabilidades de éxito.

Complementariamente, Mahola et al. (2019) mostraron una relación negativa significativa entre la aversión al riesgo y la intención de emprender ( $r=-0.146$ ,  $p<0.05$ ) en estudiantes universitarios de Sudáfrica, y concluyen que quienes son más propensos a asumir riesgos muestran una mayor intención de emprender. Resultados similares fueron los de Zurriaba-Carda (2016) quienes identificaron que la aversión al riesgo tiene un efecto negativo considerable ( $\beta = -1.079$ ,  $p < 0.001$ ) en su estudio a 264 jóvenes a nivel mundial. Riepe et al. (2020), en un estudio con 2000 hogares en los Países Bajos, encontraron que la alfabetización financiera reduce el impacto negativo de la aversión al riesgo sobre la intención emprendedora ( $t=0.033$ ,  $p<0.05$ ), y resaltan el papel moderador de este factor en contextos de decisión emprendedora.

Mabunda et al. (2021), en su estudio longitudinal con universitarios de Alemania y Uganda, concluyeron que la aversión al riesgo tiene un impacto inverso en la intención emprendedora, siendo más pronunciado en hombres alemanes ( $B=-0.45$ ,  $p<0.01$ ). Estos hallazgos destacan cómo la propensión al riesgo fomenta la disposición hacia el emprendimiento al reducir el temor a la incertidumbre.

En el marco de la dimensión actitudinal, el locus de control interno — conceptualizado por Rotter (1966) como la creencia de que los resultados dependen principalmente del esfuerzo y la capacidad personal— ha sido identificado como un elemento clave en la formación de la intención emprendedora. En la investigación desarrollada por Uysal et al. (2022), con una muestra de 111 estudiantes universitarios, se evidenció que la autoeficacia actúa como mediador entre esta creencia y la disposición a emprender, destacando su relevancia para orientar metas vinculadas al ámbito emprendedor.

En Indonesia, Tentama y Abdussalam (2020) identificaron una asociación estadísticamente relevante entre el locus de control interno y la intención de emprender ( $R^2 = 0.002$ ,  $p < 0.05$ ), con base en un grupo de 171 estudiantes de nivel secundario. Los autores sostienen que la percepción de control individual favorece la inclinación hacia iniciativas emprendedoras. Por su parte, Vingki y Ranto (2023), a través de un análisis de regresión múltiple, verificaron que el locus de control ejerce un efecto relevante sobre la propensión a emprender ( $b = 0.427$ ,  $p < 0.05$ ). Finalmente, Sekerbayeva et al. (2023) concluyeron que el locus de control interno incide de manera favorable en la intención de emprender en jóvenes universitarios de Kazajistán ( $b = 0.0777$ ,  $p < 0.05$ ).

Melo (2020) se propuso diseñar y validar una escala que hiciera posible medir las actitudes hacia el emprendimiento. Para lograrlo, realizó un análisis factorial con una muestra de 189 personas de los dos géneros de la Ciudad de México. A través de su estudio, identificó 10 factores clave, de los cuales cinco demostraron tener un índice de consistencia interna superior a 0.70. Estos factores incluyen la disposición emprendedora, la autoeficacia, la tolerancia al riesgo y la apertura al cambio. Todos ellos se consideran fundamentales para entender la actitud emprendedora dentro del grupo analizado.

Los estudios previos proporcionan un sólido fundamento teórico sobre la incidencias de la actitud personal en la intención emprendedora, destacando su papel como un factor clave en la predisposición a emprender. Kyvik (2018) y Shi et al. (2020) demostraron que las actitudes personales y una evaluación positiva del emprendimiento impactan en la intención de emprender. Investigaciones como las de Teixeira et al. (2018) y Sandi y Nurhayati (2020) resaltan la importancia de la autoeficacia al considerarla un

elemento crucial para enfrentar desafíos y aumentar la confianza en el emprendimiento. Por otro lado, Agustina et al. (2020) y Mahola et al. (2019) analizaron la propensión al riesgo y encontraron que una menor aversión a este fomenta la intención de emprender dada la reducción del miedo a la incertidumbre. Además, el locus de control interno, estudiado por Rotter (1966) y respaldado por Uysal et al. (2022), subraya la importancia de creer en el control personal sobre los resultados. Finalmente, Melo (2020) identificó elementos esenciales de la actitud emprendedora y estableció un marco integral que conecta estas dimensiones con las decisiones hacia el emprendimiento.

### **2.2.3 Variable independiente (X3): Influencia social**

La intención emprendedora está influenciada por varios factores, siendo la influencia social uno de los más destacados. En este sentido, el capital social y la norma subjetiva son dos elementos clave para entender cómo el entorno social afecta las aspiraciones emprendedoras de los individuos. Ambas dimensiones interactúan entre sí y en conjunto influyen en la intención emprendedora.

#### **a) Teorías de la variable independiente (X3): Influencia social**

La influencia del entorno como variable que explica la intención emprendedora, se apoya en teorías que subrayan su efecto en la motivación y en la percepción de viabilidad. Bandura (1969), mediante la teoría del aprendizaje social, introduce nociones clave como el aprendizaje por observación, que muestra cómo una persona modela los comportamientos al observar a otras; el refuerzo diferencial, que enfatiza cómo los incentivos o castigos afectan las decisiones, y los procesos cognitivos, que permiten a los individuos evaluar las consecuencias de sus acciones antes de actuar (Duarte et al., 2019). Estas dinámicas son esenciales para comprender la forma en que la presión social y los ejemplos observados impactan en la intención emprendedora.

La teoría del comportamiento planificado (TCP) introduce a la norma subjetiva como elemento central en la formación de la intención emprendedora. Esta dimensión expresa cómo las personas perciben la presión social sobre la decisión de emprender un negocio (Ajzen, 1991). En el contexto del emprendimiento juvenil, la norma subjetiva incluye la aprobación o desaprobación del entorno social, como familiares, amigos y

colegas, lo cual afecta significativamente la motivación para emprender. Este componente resalta la influencia de la percepción social en las decisiones de emprender.

De manera complementaria, la teoría de los recursos sociales, de Lin (2001), refuerza la explicación sobre cómo las conexiones sociales favorecen el acceso a recursos valiosos como información, apoyo emocional y oportunidades económicas. Estas redes fortalecen la confianza y la percepción de viabilidad del emprendimiento al facilitar recursos tangibles e intangibles esenciales para superar barreras iniciales. Las relaciones sociales, por tanto, resultan esenciales para identificar el papel de la influencia social en la formación de la intención emprendedora.

Dentro de las dimensiones de la influencia social, el capital social y la norma subjetiva son componentes clave. La teoría del capital social, desarrollada por Coleman (1990) y Putnam (1993), subraya que las redes sociales y la cooperación al interior de una comunidad facilitan la acción colectiva y la consecución de objetivos. Coleman destaca cómo las interacciones dentro de una estructura social generan confianza y reciprocidad, reduciendo los costos que implica emprender gracias al acceso a recursos compartidos (Guevara y Parra, 2019). Putnam, por su parte, resalta que el capital social acumulado mediante la cooperación y la coordinación beneficia tanto a los individuos como a las comunidades, lo cual, a su vez, promueve el logro de objetivos comunes (Contreras y Martínez, 2019).

Bourdieu (1986) añade una perspectiva crítica cuando señala que el capital social no está distribuido equitativamente, lo que genera desigualdades en el acceso a recursos y oportunidades. Según Bourdieu este tipo de capital se basa en las conexiones y pertenencia a grupos, mientras que el capital simbólico representa la legitimidad percibida de estas relaciones en la estructura social (Volpato, 2019). Así Bourdieu consibería al capital social como un recurso vinculado al poder y la clase social, Coleman lo especifica como un vínculo entre la estructura y el actor, mientras que Putman lo establece como reserva comunitaria que fortalece la vida cívica (Ramírez, 2005) . Estas perspectivas muestran cómo el capital social impulsa la intención emprendedora al proveer recursos clave y reforzar la confianza en la factibilidad del negocio.

En cuanto a la norma subjetiva, Ajzen (1991) detalla que esta dimensión refleja la presión social percibida y las expectativas del entorno respecto al emprendimiento. En el caso de los jóvenes artesanos, esta norma subjetiva puede determinar la percepción de aprobación o desaprobación de su entorno, afectando directamente su intención de emprender. Al interactuar con el capital social, la norma subjetiva refuerza la motivación para emprender al consolidar la percepción de viabilidad y el apoyo social necesario.

En síntesis, la influencia social, sustentada en las dimensiones del capital social y la norma subjetiva, actúa como un factor determinante en la intención emprendedora. Estas dimensiones, fundamentadas teóricamente en las contribuciones de Bandura (1969), Ajzen (1991), Lin (2001), Coleman (1990), Putnam (1993) y Bourdieu (1987), explican cómo las redes sociales y la presión social moldean la percepción de viabilidad y motivación, particularmente en jóvenes artesanos que enfrentan barreras culturales y económicas para iniciar sus emprendimientos.

### **b) Definiciones de la variable independiente (X3): Influencia social**

El presente apartado parte del reconocimiento de la existencia de estructuras o redes sociales, entendidas estas, según Lozares (1996), citado por Dettmer (2019), como un conjunto definido de actores que se vinculan entre sí por medio de una o varias relaciones así también, con la especificación de que estas redes contienen un valor que puede interpretarse como capital social.

De este modo, Cialdini (2007) a influencia social se entiende como la capacidad de una persona para modificar creencias o conductas ajenas, apoyándose en principios como la autoridad, la reciprocidad o la prueba social.

Así, se establecen dos dimensiones con las cuales se desarrolla, en la presente investigación, el entendimiento de la influencia social: el capital social y la norma subjetiva. Coleman (1990) especifica al capital social como el valor de los medios que aporta la estructura social para realizar una acción y que pueden ser usados por los individuos para la satisfacción de sus demandas e intereses. El autor distingue al capital social como la conexión entre las personas y su entorno social, donde los recursos individuales contribuyen a fortalecer la red comunitaria (Guevara y Parra, 2019).

De acuerdo con Putnam (1993), el capital social abarca vínculos de confianza, relaciones asociativas y normas de reciprocidad presentes en una comunidad. Estos componentes son esenciales, pues promueven la cooperación y el trabajo coordinado entre sus miembros, generando beneficios colectivos (Haowen y Úcar, 2021). Esta perspectiva coincide con la postura de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la cual define al capital social como el conjunto de redes, valores, normas y creencias comunes que fortalecen el comportamiento económico dentro de los grupos y en sus vínculos con otros (Sindón et al., 2020).

En este sentido, Putnam (1993) distingue dos tipos de capital social: el capital vínculo, que surge entre personas con características similares, y el capital puente, que se forma al establecer relaciones con individuos de contextos distintos, clave para la cohesión en sociedades diversas. El autor reconoce que quienes cuentan con ambos tipos de vínculo se fortalecen mutuamente (Urkidi, 2019).

En línea con lo anotado, Bourdieu (1986) el capital social comprende los recursos, tanto presentes como futuros, que provienen de relaciones sociales estables, las cuales pueden transformarse en ventajas económicas (Seid, 2022). Así, la socialización emprendedora se entiende como el conjunto de vivencias derivadas del contacto con personas con perfil emprendedor, que actúan como referentes o modelos (Zapkau et al., 2015).

Para identificar la variable de intención emprendedora, se incorpora la norma subjetiva como un componente fundamental dentro del modelo. Según Ajzen (2020), esta se entiende como la percepción personal acerca de la presión social percibida para ejecutar o no una acción, en función de la influencia que ejercen personas relevantes dentro del entorno social del individuo. En este sentido, las expectativas sociales pueden constituirse en un elemento clave que orienta tanto las actitudes como los procesos de decisión.

En el presente apartado se destaca la importancia de las estructuras sociales, definidas como conjuntos de actores conectados por relaciones, en las cuales se reconoce la existencia de un valor denominado capital social. Cialdini (2007) reconoce a la influencia

social como el mecanismo por el cual se modifican las actitudes, creencias o conductas de otros, destacando principios que pueden aplicarse estratégicamente para inducir conformidad. Se establecen dos dimensiones clave para comprender la influencia social: el capital social y la norma subjetiva. Coleman (1990) por su parte define el capital social como los recursos socioestructurales proporcionados por la estructura social para el desarrollo de acciones individuales, y distingue los capitales vinculante y de puentes. Así, Putnam (1993) reconoce al capital social como los *stocks* de confianza, asociaciones y normas de reciprocidad en una comunidad, lo cual facilita la coordinación y cooperación, y Bourdieu (1986) lo conceptualiza como recursos asociados a redes de relaciones capaces de convertirse en recursos económicos. Por último, la norma subjetiva, según Ajzen, se refiere a la percepción de la presión social para realizar, o no, una conducta, influenciada por las expectativas sociales y ejercida por personas importantes en el entorno del individuo, siendo dicha norma determinante en la formación de actitudes y decisiones.

### **c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente (X3): Influencia social**

En este punto se recogen los aportes más significativos del análisis bibliográfico, que permiten comprender cómo la influencia social se relaciona con la intención de emprender, aportando sustento conceptual al estudio.

De acuerdo con lo anterior, López y Vázquez (2016) identificaron la relación entre la existencia de una empresa familiar y los factores que propician la intención de emprender en una muestra de 432 estudiantes de una escuela pública de negocios de México. Los autores demostraron, mediante un modelo de regresión logit, que ni la orientación emprendedora ( $Wald=1.347$ ;  $p.>0.246$ ) ni la influencia ambiental ( $Wald=1.837$ ;  $p.>0.175$ ) tuvieron relación con la condición de contar con una empresa familiar, por lo que se concluyó que el apoyo familiar no está completamente relacionado con la orientación emprendedora, sino más bien con las circunstancias de la familia.

En línea con los autores citados, en el estudio –ya presentado– de Hahn et al. (2020) con estudiantes de emprendimiento de 21 países europeos, se evaluó el efecto de la exposición a familias emprendedoras en el desarrollo de habilidades empresariales y se evidenció una relación positiva entre la percepción del desempeño de los padres en el

emprendimiento ( $\beta=0.198$ ,  $p<0.1$ ) y la predisposición para adquirir habilidades sobre el tema. Así, se concluyó que niveles bajos de percepción de este desempeño representarían escenarios de estrés, problemas financieros y conflictos familiares, que a su vez afectarían el interés por estudiar la temática del emprendimiento, y se estableció la predisposición para adquirir habilidades emprendedoras como una variable que media la relación entre capital social e intención emprendedora en el caso estudiado.

Del mismo modo, se investigó sobre estudios comparativos que estuvieran enmarcados en el tema planteado; así, en un trabajo realizado con el fin de identificar los antecedentes de la actitud emprendedora en un estudio a 226 universitarios chilenos y 273 españoles, mediante regresión se evidenció que únicamente en la muestra española la intención emprendedora estaba influenciada ( $\beta=0.17$ ,  $p=0.03$ ), de manera significativa, por los antecedentes familiares. Igualmente, se identificó una asociación positiva y relevante entre los estudiantes de áreas empresariales y el hecho de contar con progenitores dedicados al emprendimiento ( $r_s=0.27$   $p=0.01$ ), se concluyó que formar parte de una red empresarial familiar influye en la intención de emprender, al brindar respaldo y confianza a los estudiantes (Díaz y Radrigán, 2018).

De manera similar, para entender cómo el capital humano y el capital social pueden impulsar el emprendimiento, en esta investigación utilizaremos un enfoque que combina diversas técnicas estadísticas, tanto descriptivas como inferenciales, lo que incluirá la realización de regresiones logísticas y el análisis de correlaciones entre variables. Este procedimiento está basado en el trabajo del GEM, que proporcionó datos para Alemania y Costa Rica, en el año 2012, y encontró, en el modelo logístico, significancia estadística para la variable capital social, vista a través del constructo “conocer a un emprendedor” tanto en el caso de Costa Rica ( $b=1.953$   $p<0.001$ ) como en el de Alemania ( $b=6.65$ ,  $p<0.001$ ), como predictor de la intención emprendedora. En dicho trabajo se concluye que los contextos culturales sí afectan la propensión de las personas a convertirse en emprendedoras (Madriz y Leiva, 2018).

En el mismo orden de ideas, en un estudio se buscó analizar los antecedentes de los comportamientos emprendedores de estudiantes universitarios de ciencias de la actividad física y del deporte, considerando las diferencias en función del género, la existencia de un familiar emprendedor y el nivel socioeconómico, en una muestra de 181

estudiantes y mediante el empleo de pruebas no paramétricas de U de Mann Whitney y H de Kruskal-Wallis. En el estudio se encontró influencia del constructo “poseer un familiar cercano a la comunidad emprendedora” con efecto positivo, estadísticamente significativo ( $H = 0.079$ ,  $p < 0.05$ ), en la viabilidad percibida del proyecto emprendedor. También se identificó que los estudiantes de nivel socioeconómico medio-bajo ( $t_u = 1428$ ,  $p < 0.01$ ) tienen mayor intención emprendedora que los de nivel socioeconómico medio-alto ya que se asume que en este estrato social existe mayor impacto del desarrollo del capital social en las intenciones emprendedoras, dadas sus mayores necesidades percibidas y el impulso a la satisfacción, que en otros niveles (Lara et al., 2022).

Por su parte, Hernández et al. (2018), en su trabajo –ya presentado en esta investigación– sobre las variables que inciden en la intención emprendedora en una muestra de 120 empleados privados en Medellín, evidenciaron que la relación con familiares que se desenvuelven en el sector empresarial ( $F = 2.463$ ,  $b < 0.05$ ) influye significativamente en la intención emprendedora en el grupo de estudio, e identificaron que la opinión y el apoyo de los familiares ( $F = 2.905$ ,  $b < 0.05$ ) son importantes factores motivacionales en dichas intenciones.

Al explorar las relaciones entre la intención emprendedora y diferentes factores que inciden en ella en una muestra de 771 estudiantes de ocho universidades de Latinoamérica, mediante un modelo regresión logística, se reconoció que la relación de los estudiantes universitarios con personas vinculadas a empresas tiene un efecto positivo en la intención emprendedora de los universitarios ( $b = 0.411$ ,  $b < 0.001$ ), encontrándose un efecto significativo en aquellos que pertenecen a países del norte frente a los del sur ( $b = -0.520$ ,  $b < 0.05$ ) (Krauss et al., 2018).

De forma más concreta, Thai et al. (2020) evalúan empíricamente el impacto de las construcciones de capital social en las tasas nacionales de emprendimiento, mediante una metodología orientada a la regresión, mínimos cuadrados parciales e información de 50 países, y encuentran que la creación de redes se asocia positivamente con la creación de nuevas empresas tanto formales ( $b = 0.15$ ,  $p < 0.05$ ) como informales ( $b = 0.44$ ,  $p < 0.001$ ); los autores evidencian que el fortalecimiento del capital social incide en el desarrollo de los nuevos emprendimientos.

De igual manera, Huggins et al. (2018) examinan la asociación entre el capital social y el espíritu empresarial en un barrio urbano desfavorecido de la ciudad de Leeds, región de Yorkshire y Humber, en el norte de Inglaterra, como medio para contribuir a una mejor comprensión teórica de cómo el espacio modera esta asociación. Mediante la aplicación de una encuesta cuantitativa a empresarios y empresarios potenciales y de entrevistas en profundidad con empresarios que operan en el área de estudio, los autores identificaron que un 58% de la muestra reconoce la importancia de la familia y un 44%, de los amigos, en el inicio y desarrollo de sus emprendimientos, además, para el 31% del total de encuestados la confianza que brinda vivir en una comunidad unida crea oportunidades de iniciar un negocio por el apoyo, financiamiento y asesoramiento informal de su familia y amigos. Los autores concluyen que el capital social tiene una fuerte asociación con patrones de emprendimiento en sectores desfavorecidos de barrios urbanos.

Por su parte, Zapata et al. (2018), al examinar los factores personales que inciden en el emprendimiento tecnológico en países suramericanos, encontraron que el capital social, visto en la variable “conocer personalmente a un emprendedor”, influye de manera positiva y significativa ( $b_3=0.0.131$ ,  $p<0.001$ ) en el desarrollo de la iniciativa por parte de los emprendedores sudamericanos. Los autores, en adición a las puntualizaciones de López y Vázquez (2016) –ya presentadas–, encontraron que la variable “rango de renta de la familia” ( $B_3=0.0060$ ,  $p<0.01$ ) tiene una relación significativa y positiva con el desarrollo de los emprendimientos en su grupo de estudio. En este sentido, cabe destacar el aporte de Wang et al. (2014), quienes elaboraron dos escalas breves para medir el impacto del capital social en diversos entornos, tomando como base la escala de capital social personal –la cual se considera extensa–, y evaluaron su consistencia en una muestra de 269 adultos de China, evidenciando coeficientes alfa de Cronbach de 0.90 y 0.83, lo que indica que ambas escalas están altamente correlacionadas con la escala original ( $R=0.95$ ;  $p>0.001$ ). Estos autores concluyeron que dichos instrumentos son confiables y válidos en su propósito.

Por otro lado, con el fin de establecer el sustento teórico de la dimensión norma subjetiva, se reconoce el estudio de La Barbera y Ajzen (2020), quienes, en el contexto de la teoría de la conducta planificada y mediante la aplicación de 300 encuestas en tres edificios públicos de Italia, evalúan el efecto de los componentes de esta teoría sobre las intención de los individuos y, por medio de la aplicación de análisis de regresión jerarquía,

encuentran que la norma subjetiva ( $b= 0.256$ ,  $p>0.001$ ) predice significativamente dicha intención.

De igual modo, Batz et al. (2024), con el fin de evaluar el impacto de las normas subjetivas y otros factores sobre la intención empresarial en una muestra de 405 emprendedores, fundamentan su investigación en la teoría del comportamiento planificado. Mediante la aplicación de ecuaciones estructurales, evidencian que las normas subjetivas influyen significativamente en la intención empresarial entre emprendedores por necesidad, principalmente, y verifican que la norma subjetiva presenta una fuerte correlación en todos los ítems planteados ( $B= 0.47\sim 0.56$ ,  $p<0.01$ ) en dichos emprendedores.

Luego de revisar distintos estudios empíricos sobre cómo la influencia social incide en la intención de emprender, se justifica analizar esta variable desde dos dimensiones clave: el capital social y la norma subjetiva. La evidencia sugiere que el nivel socioeconómico no tiene un efecto directo relevante sobre la intención emprendedora, pero sí lo tiene el hecho de relacionarse con personas que ya emprenden. Estas conexiones, muchas veces familiares o cercanas, facilitan el acceso a recursos esenciales como guía, financiamiento y apoyo. En el caso de jóvenes artesanos, resulta pertinente explorar si sus vínculos personales estimulan su deseo de emprender. Además, investigaciones como las de La Barbera, Ajzen y Batz respaldan el efecto de la norma subjetiva sobre esta intención, especialmente en contextos de emprendimiento por necesidad.

#### **2.2.4 Variable independiente (X4): Acceso a financiamiento**

El acceso a financiamiento es una variable clave en esta investigación, la cual influiría en la motivación emprendedora juvenil artesanal de Cuenca. En este apartado se examinan teorías como la de la autoeficacia financiera, el Pecking Order (Teoría de la jerarquía de preferencias de financiamiento) y el ciclo de crecimiento financiero, junto con definiciones relevantes y estudios empíricos. A través de este análisis, se busca comprender cómo la disponibilidad y la percepción del acceso a recursos financieros afectan la intención de iniciar una empresa.

#### **a) Teorías de la variable (X4): Acceso a financiamiento**

El financiamiento representa un elemento determinante en el impulso de la intención de emprender, particularmente entre los jóvenes artesanos que enfrentan restricciones económicas y dificultades estructurales. Esta dimensión permite examinar cómo las percepciones individuales y la disponibilidad de fondos inciden en la posibilidad de iniciar y mantener iniciativas productivas. Desde el enfoque teórico, esta relación se sustenta en tres corrientes principales: la teoría de la autoeficacia en el ámbito financiero, la teoría de la jerarquía de preferencias en el uso de recursos y el modelo del crecimiento financiero progresivo.

La autoeficacia financiera, según la teoría social cognitiva de Bandura (1977), refiere a la confianza en la propia capacidad para manejar decisiones económicas: así, la percepción de la capacidad para gestionar recursos financieros juega un rol determinante en la idea de empezar un nuevo negocio, especificando que los emprendedores que confían en su habilidad para acceder y manejar financiamiento percibirían mayores posibilidades de éxito, lo que reforzaría su motivación. Para los jóvenes artesanos, esta autoeficacia es clave en la decisión de emprender, ya que enfrentarán barreras como la falta de experiencia o recursos iniciales. Este marco destaca la importancia de evaluar cómo estas percepciones de capacidad financiera pueden moldear sus intenciones emprendedoras.

En la misma línea, la teoría de la jerarquía de preferencias de financiamiento, introducida por Donaldson (1961), explica cómo los emprendedores priorizan las fuentes de financiamiento. Según este enfoque, las decisiones financieras siguen una jerarquía: primero, recursos internos como ahorros personales; luego, financiamiento informal de familiares o amigos, y por último, créditos externos o emisión de acciones. En el caso de los jóvenes artesanos, esta teoría contextualiza cómo suelen depender inicialmente de financiamiento propio o familiar antes de acceder a opciones formales de crédito. Este enfoque subraya la importancia de analizar las preferencias financieras en función de los costos percibidos y los riesgos asociados.

Finalmente, el ciclo de crecimiento financiero, propuesto por Berger y Udell (1998), complementa estas perspectivas al detallar cómo las fuentes de financiamiento evolucionan a lo largo del ciclo de vida de una empresa. Para los jóvenes artesanos, este

modelo explica la transición desde el uso de financiamiento inicial proporcionado por redes sociales cercanas hasta opciones más formales como créditos institucionales o líneas de financiamiento del Estado. Este paradigma es especialmente relevante para entender cómo el crecimiento y la consolidación del negocio impactan la disponibilidad de financiamiento y la profesionalización de los emprendimientos artesanales.

En conjunto, estas teorías establecen un marco sólido para analizar el acceso a financiamiento como una variable que incide en la intención emprendedora. La percepción de autoeficacia financiera, la jerarquización de fuentes y la evolución de opciones de financiamiento facilitan entender las dinámicas que enfrentan los jóvenes artesanos en su camino hacia el emprendimiento. Estas perspectivas teóricas también destacan que superar barreras iniciales y aprovechar oportunidades específicas pueden fomentar un sector artesanal más sostenible y competitivo.

#### **b) Definiciones de la variable (X4): Acceso a financiamiento**

Desde una perspectiva académica, Gitman y Zutter (2012) consideran que las finanzas combinan elementos tanto técnicos como estratégicos en la gestión del dinero. De forma complementaria, Bodie y Merton (2003) plantean que el campo financiero se enfoca en analizar cómo se distribuyen los recursos limitados a lo largo del tiempo. En el ámbito organizacional, Hampton (2011) describe las finanzas como el manejo eficiente de los flujos monetarios dentro de la estructura empresarial. Por su parte, Guthmann y Dougall (1962) explican que estas operaciones comprenden una serie de procesos orientados a organizar, utilizar y expandir el capital disponible con fines comerciales. Finalmente, Ferrel y Hirt (2004) sostienen que el concepto de finanzas alude a todas las acciones dirigidas a obtener y gestionar los fondos necesarios para alcanzar metas empresariales.

Según el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, el financiamiento es como un apoyo que se ofrece a empresas o personas a través de dinero o créditos, el cual les posibilita realizar sus proyectos o actividades comerciales, lo que a su vez les da la oportunidad de crecer y alcanzar sus metas (Gonzales et al., 2021). Así, el acceso al financiamiento se conceptualiza como la factibilidad de acceder a estos recursos por parte de los agentes económicos; pero también se caracteriza como una de las barreras más persistentes en

el desarrollo y expansión del sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) en América Latina (Gasparini y Ottone, 2018).

De acuerdo con Beck y Demirguc (2008), el acceso a financiamiento es la capacidad de las personas, empresas o sectores económicos para obtener los servicios financieros necesarios para apoyar sus actividades productivas, el cual incluye la disponibilidad y facilidad para acceder a cuentas bancarias, créditos, seguros, servicios de inversión y otros productos financieros, reconociendo que este acceso se encuentra influenciado por factores como la infraestructura financiera, las políticas regulatorias, la calidad de la información crediticia, la inclusión financiera y la eficiencia del sistema financiero.

Desde el enfoque de esta investigación, el acceso a financiamiento se conceptualiza como la capacidad de los jóvenes artesanos de Cuenca para obtener recursos financieros necesarios que respalden sus actividades productivas y emprendedoras. Según Beck y Demirguc (2008), este acceso incluye la disponibilidad y facilidad para obtener productos financieros como créditos, seguros y servicios de inversión, y –como ya se mencionó– se encuentra influenciado por factores como la inclusión financiera, la calidad de la información crediticia y la infraestructura del sistema financiero. El contexto del sector artesanal se alinea con el aporte de Gasparini y Ottone (2018), quienes destacan que el acceso limitado al financiamiento representa una barrera persistente en América Latina, lo cual afecta la sostenibilidad y expansión de los emprendimientos.

#### **c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente (X4): Acceso a financiamiento**

En este apartado se expone una revisión de estudios empíricos que demuestran cómo el acceso al financiamiento influye directamente en el fomento de la intención emprendedora. La evidencia se organiza en tres enfoques principales: emprendimientos femeninos, contextos rurales y sectores específicos (como el artesanal).

En cuanto al acceso al financiamiento en emprendimientos femeninos, Hussin y Aziz (2021) estudiaron a 300 mujeres empresarias en Malasia mediante análisis PLS-SEM

y demostraron que el acceso al financiamiento ( $\beta = 0.322$ ,  $p < 0.01$ ) es un factor determinante para fomentar la intención emprendedora. Este acceso no solo impulsaría el desarrollo empresarial, sino que también contribuye al alivio de la pobreza en las comunidades estudiadas. Por su parte, Araya et al. (2022) analizaron 69 programas en Chile e identificaron que el 54% de los fondos para emprendimientos por oportunidad provienen de entidades públicas, mientras que las emprendedoras por necesidad reciben menor apoyo financiero. Este estudio concluyó que el acceso al financiamiento aumenta la viabilidad de los proyectos y la autoeficacia emprendedora, aunque persisten desigualdades regionales que limitan su alcance. Lo propio, en el estudio de Geraldo et al. (2022) a una muestra de 340 empresarios peruanos mediante análisis factorial evidenció que el acceso a financiamiento se correlaciona significativamente con la intención de sostener los emprendimientos ( $r = 0.613$ ;  $p < 0.001$ ).

En lo concerniente a estudios sobre contextos rurales y jóvenes emprendedores, Senou y Manda (2022) exploraron el impacto del financiamiento en 900 jóvenes rurales de Benín, utilizando técnicas de regresión endógena. Los resultados de su estudio muestran que el acceso al financiamiento incrementa la intención emprendedora en un 15.2%, y destaca una brecha de género del 5.24% a favor de los hombres. Factores como la proximidad a bancos, la educación y la experiencia laboral se identificaron como determinantes clave. De forma coincidente con los resultados de Molina et al. (2023) de quien encontró que el acceso a un financiamiento adecuado influye en la intención emprendedora ( $\beta = 0.306$ ;  $p < 0.001$ ), confirmando que recursos propios, familiares o institucionales favorecen la decisión de emprender en jóvenes universitarias.

Respecto a estudios en sectores específicos: artesanos y negocios regionales, Dash y Mishra (2021) investigaron a 300 artesanos en Odisha, India, e identificaron que el 80% carece de acceso a créditos formales, lo que limita su capacidad para modernizar sus operaciones. Los principales desafíos incluyen métodos de producción obsoletos, materiales de baja calidad y dependencia de intermediarios. El estudio concluyó que las políticas públicas deben fortalecer las capacidades técnicas y financieras de los artesanos para garantizar la sostenibilidad del sector. Sivotwa et al. (2022), por su parte, evaluaron a estudiantes universitarios en Zimbabue y encontraron que el acceso percibido al financiamiento mejora significativamente la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.351$ ,  $p < 0.01$ ) y fomenta actitudes positivas hacia el emprendimiento. Concluyen que mejorar el

acceso a financiamiento y fomentar la autoconfianza puede incrementar significativamente las iniciativas emprendedoras en economías emergentes como la de Botsuana.

La revisión evidencia que el financiamiento es clave para impulsar la intención emprendedora, al facilitar recursos que fortalecen la viabilidad de los proyectos y reducen barreras estructurales. En mujeres, jóvenes rurales y artesanos, el acceso al crédito promueve la actividad empresarial y reduce desigualdades sociales (Hussin y Aziz, 2021; Araya et al., 2022; Senou y Manda, 2022). En contextos artesanales, la falta de financiamiento limita la modernización y sostenibilidad (Dash y Mishra, 2021). Sin embargo, la relación directa entre financiamiento e intención emprendedora ha sido poco abordada, ya que la mayoría de estudios se centra en la creación de empresas. Esta investigación analiza dicha relación en jóvenes artesanos de Cuenca, considerando el efecto del acceso a recursos desde las etapas iniciales del emprendimiento.

### **2.3 Hipótesis operativas**

En estudios con enfoque positivista y carácter cuantitativo, las hipótesis representan suposiciones iniciales sobre el problema de investigación. Se plantean como enunciados declarativos que pueden verificarse mediante evidencia empírica, estableciendo vínculos entre conocimientos previos y los objetivos del estudio. A continuación, y tras haber establecido el correspondiente sustento teórico, se presentan las hipótesis del trabajo investigativo propuesto.

En este estudio, se plantea que la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador, está influenciada por una serie de factores motivacionales, tanto internos como externos, que condicionan su predisposición a emprender. A partir de esta premisa, se formulan las hipótesis del estudio, las cuales buscan analizar cómo el capital humano y la actitud personal (factores internos) y la influencia social y el acceso a financiamiento (factores externos) inciden de manera positiva y significativa en la intención emprendedora. Estas hipótesis permiten estructurar un marco analítico integral, que vincula dimensiones individuales y contextuales, proporcionando así un enfoque teórico sólido para explicar el comportamiento emprendedor en este grupo específico de estudio.

Hipótesis 1 (H1): El capital humano es un factor motivacional interno que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

Hipótesis 2 (H2): La actitud personal es un factor motivacional interno que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

Hipótesis 3 (H3): La influencia social es un factor motivacional externo que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

Hipótesis 4 (H4): El acceso a financiamiento es un factor motivacional externo que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

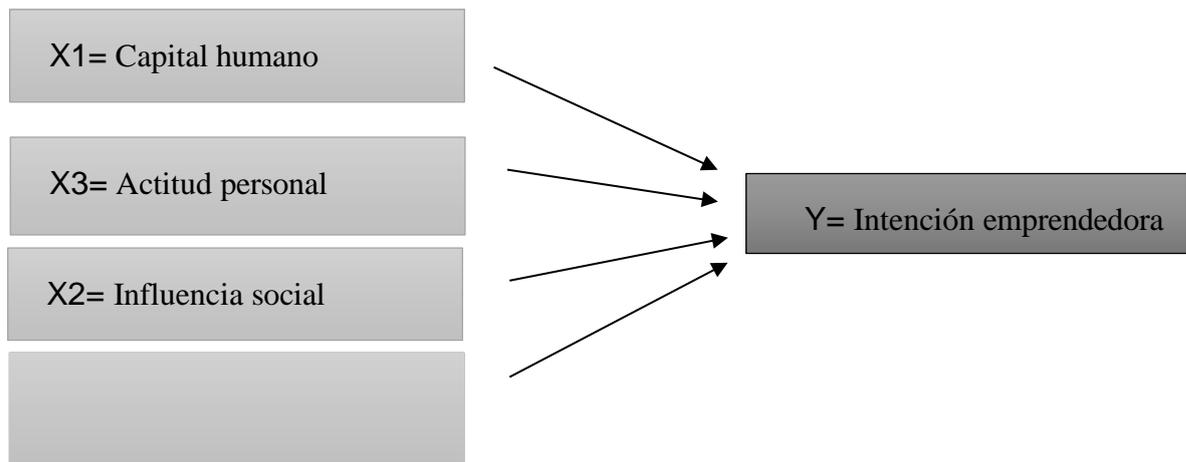
### **Modelo esquemático de la hipótesis**

$$Y = f ( X1, X2, X3,X4)$$

### 2.3.1. Modelo gráfico de la hipótesis

En el presente apartado se exponen de manera gráfica (Figura 12) las variables, en torno a las cuales se estructura la investigación.

**Figura 12. Modelo gráfico de variables**



Fuente: Elaboración propia.

### 2.3.2. Modelo de relaciones teóricas con las hipótesis

La siguiente tabla muestra cómo se relacionan las variables principales del estudio con las teorías y autores más reconocidos que respaldan cada una. En ella se identifican tanto las conexiones conceptuales como el sustento empírico que permite justificar las hipótesis planteadas. Se parte de la premisa de que las decisiones de emprender no surgen al azar, sino que están influenciadas por una combinación de factores personales y del entorno.

Desde esta perspectiva, se entiende la intención de emprender como la inclinación de una persona a organizar recursos de forma innovadora con el objetivo de lanzar un producto o servicio que genere valor en la sociedad y, al mismo tiempo, le permita obtener ingresos, asumiendo los riesgos que implica. Esta intención puede estar condicionada por elementos internos como la formación académica, la experiencia previa, la autoconfianza o la capacidad de tomar decisiones frente a la incertidumbre. También inciden factores

externos, como la red de apoyo social o las facilidades para acceder a financiamiento, los cuales pueden reforzar o limitar la posibilidad de dar el paso hacia un nuevo negocio.

**Tabla 2. Relación estructural hipótesis-marco teórico**

Referencia	Capital humano (X1)	Actitud personal (X2)	Influencia social (X3)	Acceso a financiamiento (X4)	Intención emprendedora (Y)
Becker (1964)	✓				✓
Schultz (1961)	✓				✓
Ajzen (1991)		✓	✓		✓
Bandura (1977, 1999)		✓	✓	✓	✓
Krueger y Brazeal (1994)	✓	✓	✓	✓	✓
Shapero y Sokol (1982)	✓	✓	✓	✓	✓
Coleman (1990)			✓		✓
Putnam (1993)			✓		✓
Bourdieu (1986)			✓		✓
Munir et al. (2019)	✓	✓	✓		✓
Shi et al. (2020)	✓	✓	✓		✓
Al-Jubari et al. (2019)		✓	✓		✓
Knight (1921)		✓			✓
Gieure et al. (2019)	✓	✓	✓		✓
Bravo et al. (2021)	✓	✓			✓
Senou y Manda (2022)				✓	✓
Dash y Mishra (2021)				✓	✓
Zapata et al. (2018)			✓	✓	✓
Hussin y Aziz (2021)				✓	✓

Fuente: Elaboración propia.

Al cerrar este capítulo, se ha delineado el andamiaje conceptual sobre el cual se sustenta la investigación. Se ha explorado el papel de cada variable en la decisión de iniciar un negocio, considerando tanto las capacidades personales como las condiciones del entorno. Este marco permite comprender de forma clara cómo se articulan los distintos elementos que influyen en el proceso emprendedor en el contexto de los jóvenes artesanos de Cuenca. En el próximo capítulo se detallará el diseño metodológico, así como los pasos que se seguirán para comprobar las hipótesis y responder a los objetivos del estudio.

## **CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

Esta sección describe cómo se organizó el proceso investigativo, incluyendo las características del estudio, su propósito y las fases empleadas para obtener y examinar la información necesaria. También se explican los elementos clave que conforman el modelo propuesto, el proceso seguido para validar el instrumento, el análisis estadístico seleccionado, así como la descripción del grupo incluido, el número de participantes contemplados y la forma de seleccionarlos. La estructura metodológica guarda coherencia con los propósitos definidos por la investigación.

### **3.1 Tipo y diseño de la investigación**

En este apartado se definen las características esenciales del estudio, especificando su tipología y diseño metodológico. Se describe la forma en que se estructura el problema de investigación y se expone el plan adoptado para recopilar evidencia empírica que permita analizar las relaciones entre las variables consideradas.

#### **3.1.1 Tipos de investigación**

Este trabajo se construye desde una perspectiva que se basa en el uso de datos numéricos para entender un hecho. Se aplican cálculos y métodos estadísticos para describir y explicar lo que se quiere estudiar, ya que los datos que se tienen son de ese tipo (Ali et al., 2021). Investigaciones como las de Usman y Yennita (2019), Kruse et al. (2018), Al-Jubari et al. (2019), Munir et al. (2019) y Shi et al. (2020) respaldan este tipo de enfoque para analizar decisiones relacionadas con iniciar negocios, que es lo central en este análisis.

El enfoque cuantitativo es ideal para este estudio debido a su capacidad para analizar patrones y relaciones específicas entre variables en grandes poblaciones. Según Hair et al. (2019), este enfoque permite modelar con precisión relaciones entre variables latentes y validar hipótesis mediante métodos estadísticos avanzados, como el análisis de ecuaciones estructurales (SEM). Al centrarse en datos numéricos, optimiza el análisis con rigor y objetividad, proporcionando resultados replicables y generalizables. Aunque el

enfoque mixto podría ofrecer una visión más integral, requeriría fases cualitativas adicionales –que no son esenciales para los objetivos del presente estudio–, lo que a su vez implicaría un mayor uso de tiempo y recursos sin que se obtenga un valor agregado significativo.

En línea con lo anterior, la presente investigación es definida como de tipo exploratorio, el cual es conceptualizado por Saunders et al. (2012) como un medio valioso para plantear preguntas generales enfocadas en obtener información sobre un tema nuevo de interés, además, en tanto el problema a estudiar no ha sido delimitado con certeza, se parte de un enfoque amplio, que pudiera restringirse según el avance de la investigación. De esta manera, autores como Kwapisz (2019), Matos y Hall (2021) o Felix et al. (2019) han desarrollado sus investigaciones bajo un enfoque exploratorio, bien sea estudiando la existencia de barreras gubernamentales y legales para el desarrollo del espíritu emprendedor de los Estados Unidos, el efecto de los factores institucionales en el emprendimiento no productivo de comunidades empobrecidas de Brasil o el liderazgo como motor del emprendimiento en el ámbito de 34 países, en ese orden, estableciendo una referencia de la aplicabilidad de esta tipología a fenómenos novedosos poco estudiados, como el que atañe a esta investigación.

Asimismo, cabe reconocer esta investigación como descriptiva, dado que su propósito también es describir un grupo de variables correspondientes a un grupo de sujetos específicos en un período de tiempo, concretamente corto, desestimando la utilización de grupos de control (Manterola et al., 2019). En este sentido, se identificaron diversos artículos orientados a estudiar las intenciones emprendedoras que, precisamente, han utilizado esta metodología para conseguir sus objetivos de investigación (Usman y Yennita, 2019; Iwu et al. 2021; Leguía et al., 2019).

Finalmente, se establece la presente investigación como de tipo correlacional debido a que busca identificar las relaciones existentes entre dos o más variables planteadas en un contexto dado (Seeram, 2019), en lugar de catalogarla como explicativa, pues con este trabajo se pretende establecer una relación causal que va más allá de describir un problema al orientarse a encontrar sus causas (Organización Panamericana de la Salud [OPS], s.f.). Diversos trabajos investigativos –citados previamente–, entre otros, se han valido de esta tipología para el cumplimiento de sus propósitos, muy

relacionados al que atañe al trabajo aquí planteado (Kruse et al., 2018; Al-Jubari et al., 2019; Munir et al., 2019; Shi et al., 2020).

### **3.1.2 Diseño de la investigación**

Este trabajo se basa en un enfoque donde no se modifican los elementos que se quieren observar, ya que se analizan tal como se presentan en su entorno habitual. Esto permite obtener una mirada realista sin alterar lo que ocurre. Investigaciones previas, como las de Shi et al. (2020), Munir et al. (2019) y Soomro et al. (2020), también siguieron esta forma de estudiar temas similares. Además, se tomó como referencia un solo momento para observar lo que pasa, según lo indican Rodríguez et al. (2021), con el fin de entender cómo se conectan las ideas en ese instante.

### **3.2 Métodos de recolección de datos**

Para obtener información relevante, se recurrió a diferentes métodos. Primero, se hizo una revisión de documentos previos, lo cual ayudó a comprender el tema y su contexto. Luego, se trabajó directamente en el lugar de estudio usando encuestas como instrumento principal para recoger datos sobre las variables definidas. En cuanto a referencias comparativas, Ujunwa et al. (2020) y García et al. (2020) analizaron situaciones parecidas en jóvenes de países como Nigeria, Cuba y España, aunque desde perspectivas distintas.

La presente investigación, especificada como de carácter cuantitativo, se viabilizó mediante la técnica de la encuesta como instrumento de medición, la cual se aplicó con la finalidad de probar las diferentes hipótesis teóricas planteadas en aras del cumplimiento del objetivo de investigación. En este sentido, se considera la encuesta como un método de autoinforme en el cual cada sujeto de estudio responde preguntas sobre sí mismo completando la información y enriqueciendo una base de datos, que será la base para el análisis propuesto (Del Valle y Zamora, 2021). Así, la encuesta se distingue como una técnica importante en el estudio de fenómenos sociales dadas su capacidad y características para el registro de las experiencias de las personas (Ramos et al., 2022).

De esta manera, a continuación se detallan aspectos importantes del proceso de recolección de datos, el cual parte del desarrollo del instrumento de medición correspondiente al trabajo investigativo, reconociendo la operacionalización de las variables de estudio y la prueba de validez del caso.

### **3.2.1 Elaboración del instrumento**

Con el fin de evaluar las hipótesis teóricas anteriormente planteadas, por medio de las cuales se evalúa la posible relación entre las variables del estudio, se desarrolló el cuestionario a aplicar en la encuesta, establecida esta como el instrumento de medición a ser utilizado. Dicho instrumento se estructuró con base en el aporte de diferentes autores, quienes han desarrollado sus propios instrumentos y que, luego de ser validados, fueron de utilidad en el cumplimiento de sus objetivos de investigación, los cuales son afines a los propuestos en este trabajo (Zhang y Huang, 2021; Jácome y Jácome, 2020; Hahn et al., 2020; Lakshmanan y Krishnan, 2011 ; Wang et al., 2014; Tsuruta et al., 2019) ; Shamara, 2010; Zurriaga-carda et al., 2016; Molina et al 2023; Geraldo et al., 2022).

De dichos aportes se seleccionaron los ítems más sobresalientes y, tras adaptar la redacción de algunos al contexto estudiado, se estructuró el cuestionario de la encuesta de esta investigación. Así, se conceptualiza al ítem como la unidad básica de la información de un instrumento, que generalmente consta de una pregunta y una respuesta cerrada (Arribas, 2004).

En cuanto a la estructura de la encuesta (Apéndice B), el cuestionario se diseñó, en primera instancia, de la siguiente manera:

- Como primer punto se presenta la explicación del objetivo de la investigación y la finalidad de la encuesta.
- Continúa la sección I en la que se plantea la pregunta de control a fin de confirmar la pertenencia del sujeto encuestado a la población de estudio: ¿Usted es una persona comprendida entre los 18 y 34 años y está inscrita y cursa sus estudios en un Centro de Formación Artesanal acreditado por la Junta Nacional de Artesanos en la ciudad de Cuenca, Ecuador?

- Prosigue la sección II en la que se presentan cinco preguntas que tienen el fin de establecer el perfil del encuestado.
- La sección III contiene los 45 ítems del instrumento, organizados según las variables analizadas y evaluados mediante una escala Likert, tal como se detalla en la Tabla 3).

**Tabla 3. Distribución de los ítems en función de las variables**

<b>Variable dependiente</b>	Núm.	de
	ítems	
Intención emprendedora	Y	5
<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>		
Capital humano	X1	8
Actitud personal	X2	17
Influencia social	X3	12
Acceso a financiamiento	X4	6
<b>Total</b>		<b>49</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

El instrumento de investigación utiliza la escala de Likert, la cual mide la actitud de un individuo hacia un fenómeno. Esta escala evalúa la predisposición del encuestado a responder de manera coherente dentro de un espectro que va desde lo más favorable hasta lo más desfavorable (Romero y Álvarez, 2022). Es considerada una escala ordinal que permite medir el nivel de concordancia frente a afirmaciones específicas (Graus, 2020). En este estudio, se optó por una escala de Likert de 7 puntos, debido a que brinda mayor variedad de opciones de respuesta, aumentando la posibilidad de capturar evaluaciones objetivas y precisas por parte de los encuestados. Además, este rango facilita el análisis de los datos bajo un enfoque estadístico paramétrico, contando con mayor robustez y precisión en los resultados (Zambrano, 2018; Vleira y Rodríguez, 2019; Chacón y Martínez, 2020). La escala está estructurada desde 1, que indica “totalmente en

desacuerdo”, hasta 7, que representa “totalmente de acuerdo”, y se aplicó a todas las variables del estudio para garantizar uniformidad y confiabilidad en la medición.

### **3.2.2 Operacionalización de las variables de la hipótesis**

La operacionalización de variables es un proceso clave en la investigación científica y posibilita transformar conceptos abstractos en medidas cuantificables y observables. Según Bauce et al. (2018), este proceso implica definir las dimensiones de una variable, determinar indicadores que las representen, establecer escalas de medición adecuadas y diseñar instrumentos para recolectar datos de manera confiable y válida. Una operacionalización rigurosa asegura la objetividad y reproducibilidad de los resultados, fortaleciendo la validez y confiabilidad de los hallazgos (Ontano et al., 2021).

En el presente estudio, se utilizó la escala de Likert de 7 puntos para medir el grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones planteadas, siendo 1 “totalmente en desacuerdo”, 2 “en desacuerdo”, 3 “algo en desacuerdo”, 4 “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, 5 “algo de acuerdo”, 6 “de acuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”.

De esta manera, en la Tabla 4 se presentan las variables, tanto la dependiente como las independientes, así como la definición de cada una, su unidad de medida y las referencias de los estudios en los que se basó el diseño de cada uno de los ítems contemplados en el cuestionario.

**Tabla 4. Resumen de la operacionalización de las variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Unidad de medición</b>	<b>Referencias</b>
Y. Intención emprendedora	La intención emprendedora es un estado mental que enfoca al individuo hacia la consecución de objetivos (Bird, 1988), con pleno dominio e influencia sobre las acciones que conlleva lograrlo (Montoya et al., 2016); estos objetivos se originan en sus creencias, las cuales no siempre son estrictamente veraces.	Escala de Likert del 1-7	Zhang y Huang (2021).
X1. Capital humano	El capital humano es el conjunto de conocimientos, habilidades y experiencias que una persona adquiere a través de la educación y el trabajo, y que incrementan su productividad y valor en el mercado laboral. Representa un recurso esencial para la innovación, la competitividad y el crecimiento económico (Moreno, 2022).	Escala de Likert del 1-7	Jácome y Jácome (2020), Hahn et al. (2020) y Lakshmanan y Krishnan (2011).
X2. Actitud personal	En el plano del emprendimiento, la actitud personal se define como el nivel de evaluación positiva o negativa del individuo hacia la creación de una empresa (Kyvik, 2018). Ajzen, en este contexto, considera que el control de la conducta incide en esta actitud por medio de dos factores: la autoeficacia y la capacidad de control (Martín, 2021).	Escala de Likert del 1-7	Jácome y Jácome (2020), Shamara (2010), Zurriaga-Carda (2016) y Kopalle et al. (2010)

**Tabla 4 (continuación)**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Unidad de medición</b>	<b>Referencias</b>
X3. Influencia social	La influencia social es el proceso por el cual unas personas modifican las actitudes, creencias o conductas de otras, mediante principios como la reciprocidad, autoridad, compromiso, consistencia, prueba social, simpatía y escasez, los cuales pueden emplearse estratégicamente para persuadir y fomentar la conformidad (Cialdini, 2007).	Escala de Likert del 1-7	Hahn et al. (2020), Jácome y Jácome (2020) –para la dimensión norma subjetiva–, Wang et al. (2014) y Tsuruta et al. (2019)
X4. Acceso a financiamiento	Para Beck y Demirguc (2008), el acceso a financiamiento es la capacidad de las personas, empresas o sectores económicos para obtener los servicios financieros necesarios para apoyar sus actividades productivas; incluye la disponibilidad y facilidad para acceder a cuentas bancarias, créditos, seguros, servicios de inversión y otros productos financieros, y se encuentra influenciado por factores como la infraestructura financiera, las políticas regulatorias, la calidad de la información crediticia, la inclusión financiera y la eficiencia del sistema financiero.	Escala de Likert del 1-7	Molina (2023) y (Geraldo et al., 2022)

**Fuente:** Elaboración propia.

Para complementar la presentación del proceso de operacionalización de las variables, en el Apéndice D se detallan los aspectos más relevantes de dicho proceso en cuanto a las variables y las dimensiones planteadas. En la tabla que aparece en el apéndice no solo se refieren las bases teóricas y metodológicas del cuestionario, sino que se resalta la confiabilidad reportada de los instrumentos, garantizando que los constructos analizados sean válidos dentro del contexto investigado.

### **Codificación de las variables**

En la tabla del Apéndice D, la columna “Codificación de los ítems” asigna un identificador único a cada pregunta del cuestionario, lo que permite estructurar y organizar el análisis de datos. Cada ítem está asociado a una variable específica y sigue una nomenclatura que facilita su interpretación dentro del modelo aplicado, por ejemplo, los ítems relacionados con la intención emprendedora llevan el prefijo INT, seguido de un número que indica su orden. De manera similar, el capital humano se identifica con EDU para la dimensión educación y EXP para la dimensión experiencia. La actitud personal se desglosa en AUTOEF para la dimensión autoeficacia, PRORIES para propensión al riesgo y LOCUS para locus de control. En cuanto a la variable influencia social, los ítems bajo NORSUB corresponden a la dimensión norma subjetiva mientras que CAPSOC evalúa la dimensión capital social. Finalmente, los ítems sobre acceso a financiamiento llevan el prefijo ACCFIN.

#### **3.2.3 Validez de contenido**

Mendoza y Garza (2009) reconocen se llega a una validez de contenido si los ítems del cuestionario reflejan con claridad el constructo a evaluar. En la misma línea, Arribas (2004) plantea que esta validez corresponde al grado de congruencia entre lo que se quiere medir y lo que realmente se mide, criterio que suele establecerse a partir de la evaluación de especialistas. Para este estudio, se recurrió al juicio de cuatro expertos con formación doctoral y trayectoria en investigación en administración y contabilidad, incluidos docentes de la Universidad Autónoma de Nuevo León (México) y de instituciones ecuatorianas. Estos profesionales analizaron la pertinencia de los 49 ítems iniciales, usando una escala

del 1 al 4, en la que el extremo inferior indicaba irrelevancia y el superior, alta relevancia. También se habilitó un espacio para comentarios específicos.

Una vez recolectados los puntos de vista de los expertos, expresados, estos puntos, en valores numéricos, fueron tabulados (Apéndice C) y luego se calcularon los promedios correspondientes tras lo cual se eliminaron aquellos ítems con valor menor de 3 (ítems 13, 18 y 37), dado el consenso respecto a su baja relevancia para la investigación. De igual forma, en atención a las observaciones y recomendaciones de los expertos, se eliminó el ítem 11 y se mejoró la redacción de cada uno de ellos a fin de favorecer a los encuestados la comprensión de las preguntas. Así, se logró mejorar el diseño del instrumento planteado, de manera que el cuestionario quedó conformado por 45 ítems.

### **3.3 Población, marco muestral y muestra**

Esta sección describe la población del estudio, el método utilizado para determinar el tamaño de la muestra y el tipo de muestreo aplicado. También se detallan las características de los sujetos investigados y su relevancia en el contexto del estudio. La población se entiende como el grupo total de personas o elementos que reúnen las condiciones necesarias para ser analizados. Con ello, se cumplen los criterios de inclusión establecidos y se representa el alcance del estudio (Bougie y Sekaran, 2019) .

La población de este estudio está conformada por los estudiantes de los Centros de Formación Artesanal (CFA) que operan en la ciudad de Cuenca. Esta elección responde a que los CFA constituyen el único sistema formal en Ecuador que es regulado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA), el organismo encargado de certificar a los aspirantes como artesanos profesionales (Ministerio del Trabajo, 2015). Al centrar el estudio en este grupo, se asegura que los participantes estén inmersos en un proceso de profesionalización que combina habilidades técnicas y formación en valores culturales del sector artesanal, posicionándolos como futuros emprendedores. Además, el rango de edad entre 18 y 34 años coincide con el perfil de jóvenes con mayor potencial emprendedor, lo cual cumple con los objetivos del estudio. Este enfoque se justifica porque los estudiantes de los CFA representan una población homogénea, en términos de

formación y contexto, facilitando el análisis de los factores de la personalidad en la intención emprendedora en un entorno formalmente regulado.

De acuerdo con datos proporcionados por la JNDA, en la ciudad de Cuenca funcionan 15 CFA con un total de 1242 estudiantes, distribuidos según se detalla en la Tabla 5. A fin de cumplir el objetivo planteado en el presente estudio, se aplicó el cuestionario de forma presencial, durante los horarios de clases, previa autorización y en coordinación con las autoridades de los centros. Este enfoque asegura la validez del proceso de recolección de datos al garantizar que la muestra seleccionada sea representativa del grupo objetivo y cumpla con los criterios teóricos planteados.

**Tabla 5. Distribución de los estudiantes por Centro de Formación Artesanal en la ciudad de Cuenca, Ecuador**

<b>Nombre del centro</b>	<b>Número de estudiantes</b>
Centro de Formación Artesanal Eloísa	178
Centro de Formación Artesanal Las Américas	67
Centro de Formación Artesanal María Auxiliadora	94
Centro de Formación Artesanal “5 de Noviembre” y “Daniel Tapia”	51
Centro de Formación Municipal	187
Centro de Formación Latinoamericano	103
Centro de Formación Artesanal Particular Academia Cuenca	35
Centro de Formación Artesanal Continental	76
Centro de Formación Artesanal Particular Academia Cuenca “San Carlos”	35
Centro de Formación Artesanal San Vicente de Paul	88
Centro Artesanal de Belleza Miguel Merchán Ochoa	95
Instituto Artesanal Gaspar Sangurima	79
Centro de Formación Artesanal Fiscal Juan Pablo II	59
Centro de Formación Americana	47
Centro de Formación Artesanal Scuola Di Lutheria	48
<b>Total</b>	<b>1242</b>

**Fuente:** Elaboración propia con información de la JNDA.

### 3.3.1 Tamaño de la muestra

Definir cuántos participantes requiere un estudio es clave para asegurar que los resultados obtenidos representen adecuadamente a la población de interés. De acuerdo con Hair et al. (2019), este procedimiento implica considerar elementos como el nivel de certidumbre deseado, el rango aceptable de error, la dispersión de los datos y el tipo de técnica de muestreo aplicada. En función de las condiciones de esta investigación, se optó por un muestreo intencional no aleatorio, con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad estimada de éxito del 50 %, según los lineamientos propuestos por Hernández y Mendoza (2018).

Para calcular el tamaño muestral en este estudio, se aplicó una fórmula diseñada para poblaciones finitas, adaptada del planteamiento metodológico de Rositas (2014). La expresión utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{NPQ}{(N - 1) \left(\frac{e}{Z}\right)^2 + PQ}$$

Donde:

Donde:

- **n** representa el número de individuos que conformarán la muestra.
- **N** es el total de elementos en la población objetivo.
- **P** indica la probabilidad estimada de ocurrencia del atributo o fenómeno que se investiga.
- **Q** es la probabilidad complementaria a P, es decir, la posibilidad de que no ocurra el atributo.
- **e** corresponde al margen de error aceptado o nivel de precisión requerido.
- **Z** hace referencia al valor crítico de la distribución normal, que para un 95% de confianza es 1,96.

Así, se obtuvo un tamaño muestral de:

$$n = \frac{(1242)(0.50)(0.50)}{(1242 - 1) \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.50)(0.50)} = 294$$

Dado que en este estudio se utiliza análisis de ecuaciones estructurales (SEM), se consideraron las recomendaciones de diversos autores sobre los requerimientos muestrales para este tipo de metodología (Ramos, 2021; Vera, 2020; Soriano y Mejía, 2022). Así, se especifica que el tamaño de la muestra depende de factores como la complejidad del modelo, el propósito del estudio (exploratorio o confirmatorio) y la distribución de los datos, por ejemplo, Kline (2023) sugiere un mínimo de 10 casos por parámetro estimado y recomienda al menos 200 casos para garantizar estabilidad, especialmente en modelos con múltiples variables latentes. Preacher y MacCallum (2003) añaden que comunalidades bajas (<0.5) requieren tamaños mayores, mientras que comunalidades altas (>0.7) permiten tamaños menores, y proponen un rango de 200 a 400 casos para modelos más complejos. Norman y Streiner (2008) refuerzan esta perspectiva, señalando que al menos 10 participantes por parámetro son necesarios para estimaciones confiables, con un mínimo absoluto de 200 casos.

Así, en atención a las especificaciones planteadas por Rositas (2014) y las consideraciones del tamaño muestral mínimo sugerido para el desarrollo de ecuaciones estructurales, se establece en 294 el tamaño mínimo óptimo de estudiantes de los Centros de Formación Artesanal de Cuenca a ser encuestados en este estudio.

### **Tipo de muestreo de la investigación**

En este estudio se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, adaptado a las condiciones específicas de los CFA de la ciudad de Cuenca. Este enfoque fue seleccionado debido a que la recolección de datos dependió de la apertura de los CFA que permitieron la aplicación del cuestionario, así como de la disposición voluntaria de los estudiantes para participar. Los estudiantes que

formaron parte de la muestra fueron aquellos presentes y dispuestos a responder el instrumento en los días asignados por cada centro para realizar la encuesta.

El muestreo por conveniencia se reconoce por su facilidad y rapidez, lo que resulta útil en contextos donde el acceso a los participantes depende de factores externos, como la autorización de instituciones y la disponibilidad de los encuestados. Sin embargo, este método también presenta limitaciones en términos de representatividad, ya que no se contó con una selección aleatoria de participantes, lo que puede generar sesgos. Según Etikan y Bala (2017), el muestreo incidental permite recolectar datos de manera eficiente, aunque no garantiza la generalización de los resultados a toda la población.

A pesar de estas limitaciones, el muestreo realizado permitió recopilar datos relevantes de una población clave en proceso de profesionalización artesanal, asegurando información suficiente para el análisis de los factores de personalidad relacionados con la intención emprendedora. Este enfoque fue adecuado dentro del marco de las restricciones logísticas y temporales del estudio.

### **3.3.2 Sujetos de estudio**

De forma específica, se detalla que la información se recogió directamente de personas a quienes se les entregó el cuestionario diseñado para este estudio. En concreto, participaron jóvenes que estudian en los Centros de Formación Artesanal de Cuenca, con edades entre 18 y 34 años. Estos jóvenes estaban en proceso de aprendizaje en distintas áreas del trabajo manual. Por eso, se consideran representativos del grupo juvenil de la ciudad. El objetivo fue conocer qué elementos personales influyen en su deseo de iniciar un negocio.

### **3.3.3 Métodos de análisis**

El análisis estadístico de los datos obtenidos por medio de encuestas siguió un camino ordenado para revisar las ideas planteadas desde el inicio y alcanzar el propósito central del trabajo: reconocer los elementos que inciden en la decisión de

iniciar actividades comerciales por parte de los jóvenes artesanos de Cuenca. Este método de trabajo permite que cada paso del análisis contribuya a revisar y comprobar las relaciones pensadas al inicio del estudio, manteniendo el orden del proceso que se detalla a continuación.

**a. Evaluación de la confiabilidad del instrumento**

A fin de verificar la confiabilidad del instrumento se estimó el alfa de Cronbach encontrando que los ítems eran coherentes entre sí para medir aspectos como el capital humano, la actitud, la influencia del entorno social y la facilidad para conseguir apoyo económico. Estos factores fueron esenciales para comprobar las ideas planteadas en la investigación (Zhang y Huang, 2021; Lakshmanan y Shanker, 2011; Hahn et al., 2020; Geraldo et al., 2022).

**b. Análisis exploratorio de los datos**

Se identifican los valores perdidos para evitar sesgos; luego, se detectan casos atípicos mediante la prueba de Mahalanobis (Hubert et al., 2020), mejorando la precisión del análisis. Finalmente, se emplea estadística descriptiva para describir el perfil de los participantes usando medias, medianas, porcentajes y desviaciones estándar.

**c. Análisis descriptivo del perfil de los encuestados**

Se utilizó SPSS y Excel para examinar datos sobre aspectos personales y laborales de los encuestados, como su trabajo artesanal y opiniones sobre las variables. Los resultados se mostraron en gráficos circulares, lo que ayudó a detectar patrones importantes relacionados con temas como acceso a crédito y respaldo social.

#### d. **Análisis mediante el modelo de ecuaciones estructurales (SEM)**

Para estudiar cómo se relacionan los aspectos planteados, bajo el enfoque planteado, se desarrolló dos partes. Primero se revisó que cada grupo de preguntas midiera lo correcto, y luego se exploró cómo influyen factores como la preparación, el entorno social y el apoyo económico en los jóvenes artesanos. Se usó el programa SmartPLS 4, útil cuando los datos no siguen reglas de distribución estrictas.

Cabe destacar que se aplica el método de análisis antes mencionado debido a su utilidad y beneficios verificados en diferentes trabajos que dieron el sustento teórico a la presente investigación (Kruse et al., 2018; Munir et al., 2019; Jafari et al., 2020; Passaron et al., 2018; Shahab et al., 2019; Gieure et al., 2019). Se destaca también que para el desarrollo del análisis propuesto se utiliza SmartPLS 4, ya que su eficiencia hace posible crear modelos de actitud y comportamiento que reflejen las relaciones complejas de manera más precisa dentro del fenómeno estudiado.

Así, se identifican cuatro tipos de variables en el modelo de ecuaciones estructurales (Salas et al., 2017):

- **Exógenas:** Representan los factores que originan los fenómenos analizados; no son influenciadas por otras variables dentro del modelo, pero sí ejercen influencia sobre otras.
- **Latentes:** Corresponden a constructos teóricos no observables directamente, que se busca medir mediante indicadores, y que en este contexto se consideran libres de error.
- **Endógenas:** Son aquellas que reciben el efecto de una o más variables y cuya variabilidad depende de relaciones causales internas al modelo; incluyen un componente de error asociado.
- **Residuales:** Explican la porción de la varianza no capturada por las variables del modelo, pudiendo algunas ser observables y de naturaleza exógena

En este contexto, el SEM combina aspectos de análisis factorial y modelos de regresión para evaluar tanto las relaciones directas como indirectas entre variables observadas y latentes. Esta técnica posibilita la estimación simultánea de múltiples ecuaciones de regresión, lo que la hace adecuada para el análisis de modelos teóricos complejos.

Según se detalla en la Tabla 6, se distinguen dos enfoques del SEM: Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) y Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). A partir de los apuntes de Hair et al. (2022), el CB-SEM es un enfoque del SEM, que se centra en ajustar una matriz de covarianzas. Este enfoque intenta reducir las diferencias entre lo que se observa en los datos y lo que predice el modelo. El método CB-SEM es útil cuando se quiere comprobar si una teoría funciona bien, ya que permite revisar si los conceptos analizados son confiables y están bien definidos.

Así, el PLS-SEM es una forma del SEM que se apoya en componentes y tiene como objetivo principal aumentar al máximo la cantidad de variación explicada en las variables que se quieren predecir. A diferencia del CB-SEM, el PLS-SEM no requiere estrictos supuestos de normalidad y es adecuado para trabajar con tamaños de muestra más pequeños y datos no normales.

**Tabla 6. Comparación entre CB-SEM y PLS-SEM**

Enfoque SEM	Tipo de análisis	Alcance
Covariance-Based SEM (CB-SEM)	Ajusta una matriz de covarianzas observada y estimada minimizando la discrepancia entre ambas.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Útil para probar teorías y modelos predefinidos.</li><li>- Evalúa validez y confiabilidad de constructos.</li><li>- Requiere estrictos supuestos de normalidad y tamaños muestrales grandes.</li></ul>
Partial Least Squares SEM (PLS-SEM)	Basado en componentes, maximiza la varianza explicada de las variables dependientes.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ideal para explorar relaciones cuando las teorías aún están en desarrollo.</li><li>- Admite tamaños de muestra pequeños y datos no normales.</li><li>- Apropiado para modelos predictivos en lugar de confirmatorios.</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en Hair et al. (2022).

En definitiva, en los modelos SEM se reconocen dos etapas, a saber, una que se encarga de revisar cómo se miden los conceptos, y otra que analiza cómo se relacionan entre sí. La primera verifica si los datos observados representan bien a las ideas que no se pueden ver directamente, y la segunda estudia cómo esas ideas invisibles se conectan dentro del modelo.

### **El proceso de construcción del modelo de ecuaciones estructurales**

Siguiendo a Escobedo et al. (2016), al construir un modelo de ecuaciones estructurales, se inicia definiendo qué se quiere estudiar y cómo se relacionan las ideas principales con los datos visibles. Estas conexiones se basan en teorías previas que ayudan a plantear suposiciones sobre las relaciones entre los elementos del estudio.

## **Evaluación del modelo de medida**

Revisar cómo se miden las variables es clave cuando se usa este tipo de análisis (SEM), ya que ayuda a comprobar si hay coherencia entre lo que se observa en las encuestas y lo que se quiere representar. Esto asegura que los datos sean confiables y se pueda trabajar con ellos correctamente.

El modelo de medición busca hacer coincidir lo que se puede ver en las respuestas con ideas más abstractas, como las habilidades personales, la influencia del entorno o el acceso a recursos. En este caso, se emplea un modelo donde los indicadores reflejan directamente lo que se espera medir, y se espera que tengan una fuerte conexión con el concepto que representan. A continuación, se detallan los pasos seguidos para evaluar este modelo.

### **1. Validez convergente**

Para conocer si los datos realmente reflejan lo que se quiere medir, se revisa que los indicadores estén bien relacionados entre sí. Esto se hace revisando los llamados "pesos de cada pregunta", esperando valores por encima de 0.70. Si están por debajo, podrían considerarse poco útiles y afectarían el resultado, por lo que se los retira. Además, se calcula cuánto del concepto general está siendo cubierto por esos indicadores. Para ello, se estima la varianza promedio extraída (AVE), esperando encontrar valores superiores a 0.50 para ser considerados como aceptable.

### **2. Fiabilidad de consistencia interna**

La fiabilidad evalúa la consistencia de las mediciones para un constructo en particular. Se calcula mediante dos métricas principales: el alfa de Cronbach y la fiabilidad compuesta (Composite Reliability, rho\_c). Ambos indicadores deben situarse entre 0.60 y 0.90, lo que asegura que los ítems incluidos midan consistentemente el mismo constructo. Este paso es esencial para garantizar que las respuestas de los participantes sean estables y reproducibles.

### **3. Validez discriminante**

La validez discriminante asegura que las variables latentes sean conceptualmente distintas entre sí. Para evaluar este aspecto, se utiliza el criterio HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio), el cual compara las correlaciones entre indicadores de diferentes constructos. Un valor HTMT inferior a 0.85 indica que las variables están claramente diferenciadas. Este análisis es crucial para interpretar las relaciones teóricas en el modelo sin ambigüedades.

### **4. Ajuste del modelo de medida**

El ajuste del modelo implica una revisión iterativa de los indicadores y sus relaciones con las variables latentes. Los indicadores con bajo desempeño (cargas factoriales bajas) se eliminan, lo que mejora la validez convergente y la consistencia interna. Este proceso también contribuye a alcanzar un modelo más parsimonioso y preciso, asegurando que los datos sean consistentes con la teoría subyacente.

Desde el enfoque metodológico, evaluar el modelo de medición permite comprobar que los constructos teóricos sean representados de forma válida y confiable. Este paso es fundamental para asegurar que las variables latentes reflejen adecuadamente las relaciones entre los factores motivacionales —tanto internos como externos— y su efecto en la intención emprendedora. Validar las mediciones fortalece la solidez del análisis estadístico y aporta respaldo empírico para interpretar los hallazgos y contrastar las hipótesis del estudio.

### **Evaluación del modelo estructural**

La evaluación del modelo estructural hace posible analizar las relaciones entre las variables latentes y proporcionar evidencia sobre la validez de las hipótesis planteadas, sentando así las bases para interpretar los resultados del análisis posterior. Este proceso metodológico asegura la robustez del modelo y

permite comprender el significado y la pertinencia de los indicadores y estadísticos utilizados.

### 1. **Especificación de las relaciones entre variables latentes**

El modelo estructural ayuda a entender cómo se conectan las variables del estudio. En este caso, se analizan los efectos que tienen el capital humano, la actitud personal, la influencia social y el acceso al financiamiento sobre la intención de iniciar un negocio. Para hacerlo, se usan los llamados coeficientes de trayectoria (path coefficients), los cuales se calculan a partir de mínimos cuadrados parciales, que indican qué tan fuerte y en qué dirección una variable influye sobre otra. Estos valores son clave para confirmar si las relaciones que se propusieron entre los factores estudiados realmente se cumplen.

### 2. **Capacidad explicativa del modelo**

El coeficiente de determinación ( $R^2$ ) representa el porcentaje de variabilidad de la variable dependiente explicada por la variabilidad de las otras variables incluidas en el modelo. En estudios similares, se considera un  $R^2$  inferior a 0.25 como bajo, entre 0.26 y 0.50 como moderado, y superior a 0.50 como alto. Para este modelo, se espera un  $R^2$  moderado, reflejando una capacidad explicativa adecuada. El  $R^2$  ajustado corrige este valor teniendo en cuenta el número de predictores y proporcionando una medida más precisa cuando se comparan modelos.

### 3. **Significancia estadística de las relaciones**

Cada coeficiente de camino se evalúa mediante sus valores t y p-valores asociados. Así:

- El valor t es una estadística que mide cuán significativa es la relación entre dos variables. Se calcula dividiendo el coeficiente estimado por su error estándar. En el contexto de este estudio, un valor t mayor de 1.96

(para un nivel de confianza del 95%) indica que la relación entre las variables es significativa.

- El p-valor indica la probabilidad de que la relación observada entre las variables ocurra por azar. Se calcula como una función del valor t y permite evaluar la significancia estadística de la relación. Un p-valor menor de 0.05 (nivel de significancia estándar) se interpreta como evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula (que establece que no hay relación entre las variables) y aceptar la hipótesis alternativa (que establece que sí hay relación).

En el contexto del estudio, estos coeficientes no solo validarán las hipótesis propuestas, sino que también harán posible cuantificar el impacto relativo de cada variable independiente sobre la intención emprendedora. Este análisis proporciona una base sólida para formular recomendaciones prácticas y desarrollar estrategias de apoyo que potencien los factores más influyentes, contribuyendo así al fomento del emprendimiento en los jóvenes artesanos de Cuenca.

#### **4. Capacidad predictiva del modelo**

La capacidad predictiva del modelo se evalúa mediante el índice  $Q^2$  predict, calculado a través del procedimiento de blindfolding (método de omisión sistemática de datos). Un  $Q^2$  positivo indica que el modelo tiene capacidad para predecir con precisión los valores de la variable dependiente. En este estudio, se espera un  $Q^2$  superior a 0, lo que confirmaría que el modelo es adecuado para hacer predicciones futuras sobre la intención emprendedora.

#### **5. Tamaño del efecto y colinealidad**

El tamaño del efecto (f-square) indica la magnitud del impacto de cada variable independiente sobre la dependiente. Valores de f-square superiores a 0.02 se consideran pequeños; superiores a 0.15, moderados, y superiores a 0.35, grandes. Con estos valores será posible identificar las variables que

tienen mayor relevancia en el modelo. La colinealidad se evalúa mediante el Variance Inflation Factor (VIF, por su siglas en inglés), que debe ser inferior a 5 para descartar problemas significativos de multicolinealidad entre las variables predictoras.

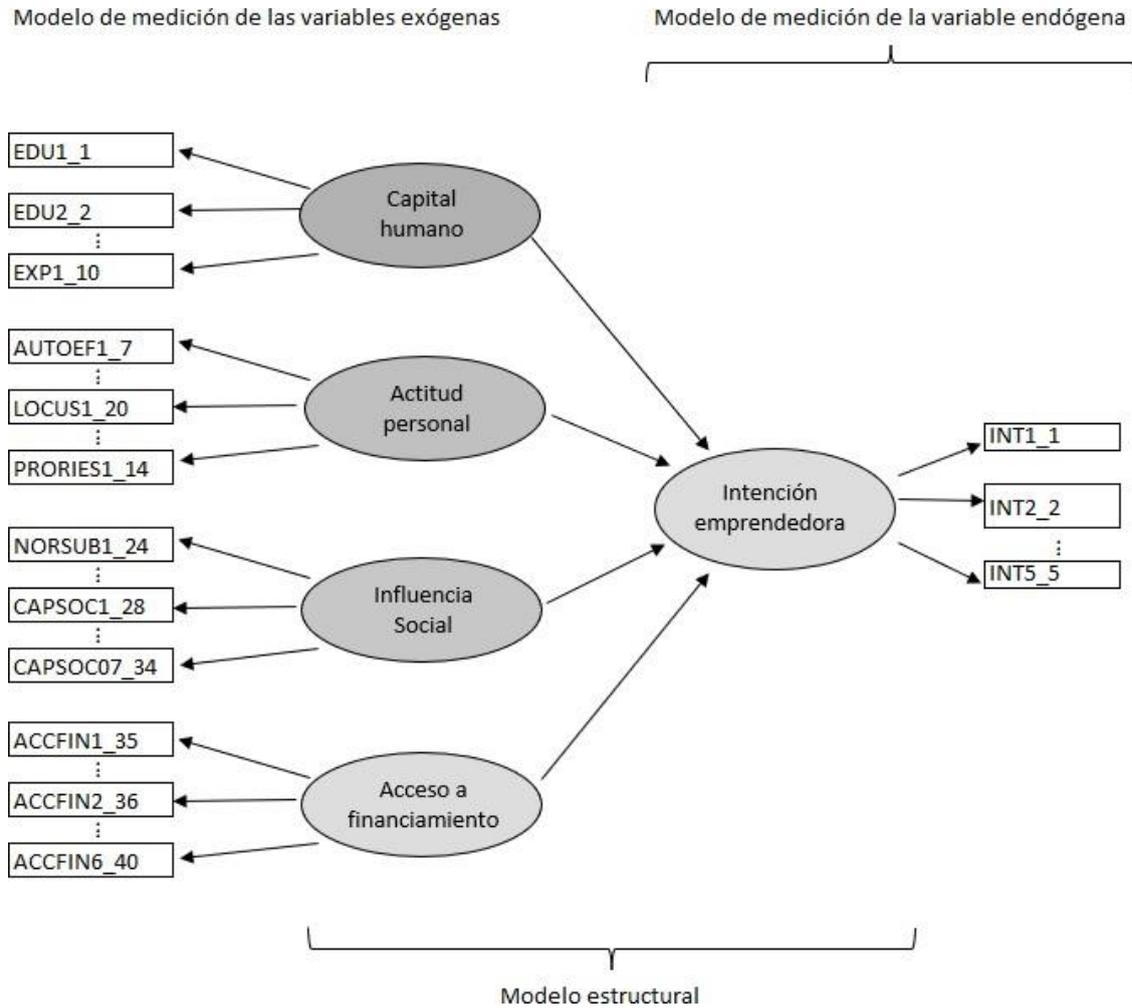
## **6. Indicadores de ajuste del modelo**

Los indicadores de ajuste como el Standardized Root Mean Square Residual (SRMR, raíz cuadrática media estandarizada de los residuos), la discrepancia de los mínimos cuadrados no ponderados ( $d_{ULS}$ ) y la discrepancia geodésica ( $d_G$ ) proporcionan información sobre qué tan bien el modelo estimado se ajusta a los datos observados. Se espera un SRMR inferior a 0.08, indicando un ajuste aceptable, y valores bajos en  $d_{ULS}$  y  $d_G$ , que reflejen coherencia entre las matrices de covarianzas observadas y estimadas.

Finalmente, cabe subrayar que el propósito de la evaluación del modelo estructural es garantizar que este modelo refleje de manera precisa las relaciones teóricas planteadas en las hipótesis del estudio. Dicha evaluación no solo verifica la significancia estadística de las relaciones entre variables, sino que también proporciona una base sólida para analizar los resultados en el capítulo posterior. Al asegurar que los indicadores estadísticos y las métricas de ajuste cumplen con los estándares metodológicos, se refuerza la confianza en la validez y utilidad del modelo para explicar y predecir la intención emprendedora en el contexto de los jóvenes artesanos de Cuenca, Ecuador.

De acuerdo con lo anterior, y considerando que el objetivo del presente trabajo es identificar los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, se plantea estudiar dicha intención a través de sus variables explicativas y sus correspondientes componentes o dimensiones. Así, en la Figura 13 se presenta el modelo estructural del objeto de investigación con sus variables exógenas y endógenas, donde se observa que las variables exógenas capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento tendrían un efecto en la variable intención emprendedora.

**Figura 13. Modelo estructural para medir la intención emprendedora**



**Fuente:** Elaboración propia.

En este capítulo se mostraron los pasos seguidos para definir cómo se llevó a cabo el trabajo de campo, desde la manera en que se recogieron los datos hasta la cantidad de personas que participaron y cómo fueron seleccionadas. También se explicó cómo se especificó el instrumento de recolección de información, basado en ideas previas, el cual fue revisado por personas con conocimiento en el tema para asegurar su validez.

## **CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Este capítulo expone los resultados obtenidos tras aplicar el instrumento de medición, cuya confiabilidad fue previamente verificada. Posteriormente, se presentan los estadísticos descriptivos y se realiza el análisis factorial, tanto exploratorio como confirmatorio. Finalmente, se aplica el modelo de ecuaciones estructurales utilizando el software SPSS, en función de los objetivos establecidos en la investigación.

### **4.1 Prueba piloto**

La validez del instrumento es esencial para garantizar que las mediciones capturen de manera precisa y confiable los constructos teóricos planteados en la investigación. En este estudio, se evaluó la validez de contenido mediante un enfoque que incluyó la opinión de expertos, una prueba piloto y el análisis de fiabilidad.

Como ya se explicó en el capítulo precedente, previo a la implementación de la prueba piloto, cuatro expertos en metodologías de investigación y emprendimiento revisaron el instrumento con el objetivo de asegurar la pertinencia y claridad de los ítems en relación con las dimensiones teóricas de cada constructo. Como resultado de esta evaluación, se retiraron ítems que no contribuían significativamente a las dimensiones propuestas y se ajustó la redacción de otros para mejorar su comprensión. Este proceso de validación de contenido garantizó que el instrumento reflejara de manera adecuada los conceptos clave de la investigación: capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento.

En línea con lo presentado, se realizó una prueba piloto con 42 participantes del Centro de Formación Artesanal Las Américas, representativos del grupo de estudio. Aunque los resultados de la prueba piloto no motivaron modificaciones adicionales en el instrumento, se justificó continuar con la encuesta completa debido a los alfas de Cronbach aceptables obtenidos tras la estandarización de los datos. Esta decisión fue respaldada por los tutores del proyecto, quienes

destacaron que los resultados iniciales cumplían con los estándares metodológicos requeridos.

### Fiabilidad del instrumento

El índice alfa de Cronbach, ampliamente reconocido como un indicador de consistencia interna, se utilizó para evaluar la fiabilidad de las escalas. Según Toro et al. (2022), valores superiores a 0.70 indican una consistencia aceptable, especialmente en etapas avanzadas de investigación. La Tabla 7 presenta los coeficientes de fiabilidad para cada variable con datos estandarizados.

**Tabla 7. Coeficientes de fiabilidad por cada factor y escala en general**

Conjuntos	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados
X 1: Capital humano	0.718
X 2: Influencia social	0.805
X 3: Actitud personal	0.813
X 4: Acceso a financiamiento	0.753
Y: Intención emprendedora	0.723
Escala general	0.847

**Fuente:** Coeficientes obtenidos como resultado del análisis de los ítems.

Así, en la Tabla 7 se aprecia los coeficientes de Alfa de Cronbach a partir de los datos estandarizados para cada uno de los factores y para a nivel de la escala general del instrumento. Se estimó en todos los casos valores superiores a 0.70 en cada factor y un valor de 0,847 a nivel de la escala general, dando cuenta una alta confiabilidad global en la medición d los constructos propuestos en la presente investigación.

Es importante señalar que a partir de los resultados obtenidos en los coeficientes del Alfa de Cronbach con los datos de la prueba piloto no fue necesario

eliminar ninguno de los ítems planteados. Todos los ítems incluidos inicialmente mostraron niveles aceptables de consistencia interna, por lo que se decidió conservar la estructura original del cuestionario. Esta estabilidad en la confiabilidad respaldó la solidez del instrumento y garantizó su viabilidad para ser aplicado en la recolección de los datos totales de la investigación.

De esta manera, la combinación de la validación de expertos y el análisis del coeficiente de fiabilidad respaldan la validez de contenido y la fiabilidad del instrumento aplicado en el presente estudio, lo cual asegura que las mediciones sean representativas y consistente. Con ello, se establece una base metodológica sólida para el análisis propuesto en este trabajo investigativo.

## 4.2. Resultados finales

### Participantes del estudio

Según se anotó anteriormente, a partir de los resultados de la prueba piloto, se decidió mantener el número de preguntas contempladas en el diseño del instrumento y proceder al trabajo de campo; para ello, se aplicó el instrumento en nueve Centros de Formación Artesanal, dada su disposición de participar en el estudio. La proporción de esta participación se muestra en la Tabla 8.

**Tabla 8. Participantes por cada CFA**

Centro de formación	Número de estudiantes encuestados	Proporción con respecto al total de participantes
Centro de Formación Artesanal América	42	11%
Centro de Formación Artesanal Continental	55	14%
Centro de Formación Artesanal Eloísa	38	10%
Centro de Formación Artesanal Las Américas	51	13%
Centro de Formación Artesanal Santa Cecilia	22	6%
Centro de Formación Artesanal San Vicente	20	5%
Centro de Formación Artesanal Ciudad de Gualaceo	29	7%
Centro de Formación Artesanal "5 de Noviembre"	89	23%
Centro de Formación Artesanal "Daniel Tapia"	41	11%
Total de participantes	387	100%

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

Según se aprecia, se logró contar con la participación de estudiantes de nueve distintos CFA, lo cual hizo posible captar la perspectiva de diferentes jóvenes y, así, apuntar a una mejor representatividad en la conformación de la muestra, propendiendo a un análisis robusto de las relaciones estudiadas.

### **Identificación de datos perdidos**

Para el análisis de los datos se parte de la verificación de los datos perdidos, entendidos estos como la ausencia de respuestas en alguno de los ítems. Así, mediante una exploración visual a la base de datos, se constata que todas las respuestas se encuentran completas, por lo que se descartan ajustes a los registros y se garantizan la integridad y consistencia de los datos.

### **Identificación de valores atípicos**

Los valores atípicos son observaciones que se desvían significativamente del patrón general de los datos dada su magnitud extrema, o por su relación inusual con otras variables, lo cual podría influir en los análisis estadísticos. Para tal identificación, se empleó la prueba de Mahalanobis mediante el procedimiento que se describe a continuación.

1. Estimación de la matriz de covarianza: Se calculó la matriz de covarianza de las variables en el conjunto de datos completo, representando la variabilidad y la correlación entre ellas.
2. Cálculo de la distancia de Mahalanobis: Para cada observación, se estimó la distancia de Mahalanobis utilizando la fórmula:

$$D^2=(X_i-\mu)^T*S^{-1}*(X_i-\mu)$$

*Donde:*

- $X_i$  es el vector de la  $i$ -ésima observación.
- $\mu$  es el vector de medias muestrales.
- $S^{-1}$  es la matriz de covarianza inversa.

### 3. Criterios para la identificación de valores atípicos:

- Las observaciones con valores altos de distancia de Mahalanobis fueron consideradas atípicas potenciales.
- Se utilizó el límite superior del 95% del intervalo de confianza de la distribución chi-cuadrado, correspondiente a 45 grados de libertad (número de ítems del cuestionario) y un nivel de significancia de 0.05, lo que arrojó un umbral de 65.41.

Como resultado del procedimiento, se identificaron y eliminaron 68 respuestas que superaron el umbral definido, quedando un total de 319 respuestas validadas para el análisis. Este ajuste asegura que los datos sean consistentes y representativos del grupo de jóvenes artesanos estudiados, alineándose con el fin de la presente investigación de identificar como las variables motivacionales, como el capital humano, la actitud personal, la influencia social y el acceso a financiamiento, inciden en la intención emprendedora. Al eliminar valores atípicos, se garantiza que los resultados reflejen de manera precisa las relaciones planteadas, fortaleciendo la validez del modelo propuesto y las conclusiones establecidas.

### **Evaluación de la fiabilidad y consistencia interna del instrumento de medición aplicado al total de la muestra**

Después de eliminar datos incompletos y atípicos, se calculó el alfa de Cronbach sobre 319 respuestas válidas, con el propósito de comprobar la consistencia interna de la escala diseñada para evaluar los factores motivacionales relacionados con la intención emprendedora. Los resultados, presentados en la

Tabla 9, reflejan un nivel de consistencia interna sólido tanto a nivel de cada factor como en la escala general.

**Tabla 9. Coeficientes de fiabilidad por cada factor y escala en general**

Variable	Nombre del factor	Alfa de Cronbach ( $\alpha$ )	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Número de ítems confiables
Y	Intención emprendedora	0.866	0.873	5
X1	Capital humano	0.735	0.711	6
X2	Influencia social	0.791	0.840	11
X3	Actitud personal	0.907	0.920	17
X4	Acceso a financiamiento	0.8.27	0.825	6
	Escala general	0.922	0.935	45

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

Al analizar los resultados, se destacan los siguientes aspectos.

### **Escala general**

La escala general obtuvo un alfa de Cronbach de 0.922 (0.935 con datos estandarizados), lo que supera ampliamente el umbral de 0.70 recomendado por Marcoulides y Schumacker (1999). Con ello, se establece evidencia de que el instrumento aplicado es confiable para medir las relaciones propuestas.

### **Factores individuales**

- **Intención emprendedora (Y):** Se encontró un coeficiente alfa de 0.866, el cual muestra una fiabilidad sólida que garantizaría el hecho de que los ítems planteados miden consistentemente la intención de los jóvenes para iniciar un negocio de tipo artesanal.
- **Capital humano (X1):** Obtuvo un alfa de 0.735 al evaluar la coherencia interna de los ítems por los cuales se mide la variable capital humano.

- **Influencia social (X2):** Presenta un alfa de 0.791 (0.840 estandarizado), confirmando la fiabilidad del instrumento para medir la variable influencia social en los jóvenes artesanos encuestados.
- **Actitud personal (X3):** El alfa de 0.907 (0.920 estandarizado) encontrado muestra la consistencia interna adecuada en el diseño del cuestionario para evaluar la variable actitud personal.
- **Acceso a financiamiento (X4):** Los ítems relacionados con la disponibilidad de recursos financieros mostraron un alfa de 0.827, manifestando que son consistentes y fiables para evaluar esta variable.

De esta manera, la Tabla 9 muestra que los coeficientes del alfa de Cronbach para cada factor se encuentran dentro de los rangos esperados, asegurando alta consistencia interna del instrumento. A nivel general, se identificó un estadístico de 0.922 (0.935 con datos estandarizados), lo que evidencia su confiabilidad para medir las relaciones por medio de las cuales se busca identificar los factores que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

#### **4.2.1. Estadística descriptiva del perfil de los encuestados y los Centros de Formación Artesanal**

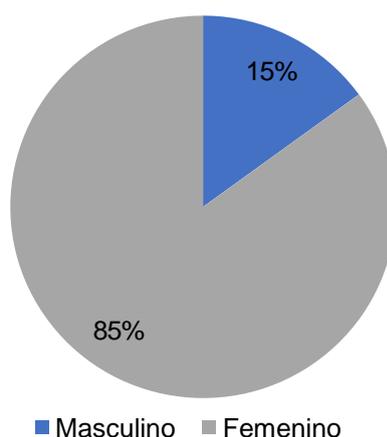
A partir de las puntualizaciones de Triola (2020), se establece la estadística descriptiva como la herramienta que permite examinar las características de un conjunto de datos, identificando su tendencia central, distribución y frecuencias, con lo cual se busca resumir, organizar y presentar los datos de una manera comprensible y, así, buscar su significancia.

#### **Perfil de los encuestados. Estudiantes de los Centros de Formación Artesanal**

A fin de tener una idea general del perfil de los jóvenes artesanos que participaron en el estudio, se solicitó a los participantes contestar un grupo particular de preguntas con las cuales se obtiene tal caracterización.

Así, según se aprecia en la Figura 14, la muestra estuvo conformada por una mayoría de participantes femeninos (85%), frente a un 15% de participación masculina, lo que refleja una notable representación del género femenino en los Centros de Formación Artesanal.

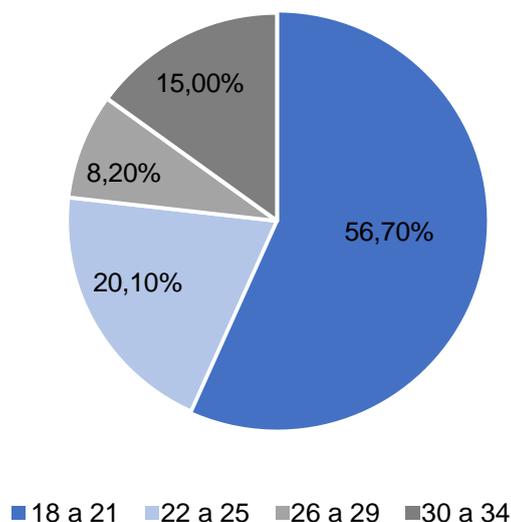
**Figura 14. Género de los encuestados**



**Fuente:** Elaboración propia.

De igual manera, en la Figura 15 se observa que la mayoría de los encuestados (56.7%) pertenece al rango de edad de 18 a 21 años, seguido por un 20.1% en el rango de 22 a 25 años, un 8.2% entre 26 y 29 años y un 15% entre 30 y 34 años. Estos datos reflejan una participación mayoritaria de jóvenes adultos, lo que es consistente con el enfoque del estudio, orientado a analizar los factores motivacionales que influyen en la intención emprendedora en esta población específica. Este perfil etario resalta la pertinencia del estudio en un grupo demográfico clave para el emprendimiento.

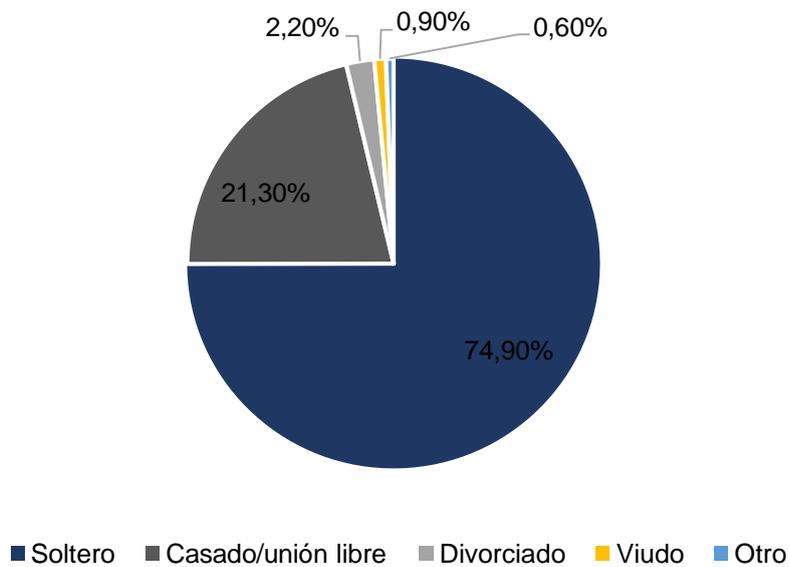
**Figura 15. Encuestados según grupos de edades**



**Fuente:** Elaboración propia.

En cuanto al estado civil, la Figura 16 revela que la mayoría de los encuestados son solteros (74.9%), seguidos por un 21.3% que se encuentra casado o en unión libre, mientras que los divorciados (2.2%), viudos (0.9%) y otros estados civiles (0.6%) representan proporciones menores. Este perfil demográfico, consistente con el rango de edad predominante en el estudio, sugiere una mayor propensión a explorar oportunidades emprendedoras, dado que los solteros suelen tener menos responsabilidades familiares, hecho que facilita la toma de riesgos (Shapero y Sokol, 1982). Estos resultados refuerzan la pertinencia del instrumento al capturar características relevantes de la población estudiada, lo cual proporciona una base sólida para analizar los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de este grupo.

**Figura 16. Estado civil de los encuestados**



**Fuente:** Elaboración propia.

La Figura 17 muestra la distribución de las actividades adicionales realizadas por los encuestados. El 33.2% se dedica a actividades del hogar, seguido por un 18.5% que no reporta ninguna actividad y un 13.8% que continúa estudiando. En cuanto al ámbito laboral, el 13.5% trabaja en relación de dependencia en actividades no artesanales, mientras que un menor porcentaje está vinculado directamente al sector artesanal: el 7.8% trabaja en talleres artesanales.

**Figura 17. Actividades a las que se dedican los encuestados**



**Fuente:** Elaboración propia.

Asimismo, la Figura 17 muestra que solo el 4.4% de los encuestados administra un taller artesanal propio, lo que refleja un vínculo incipiente con el emprendimiento formal en este grupo. Este bajo porcentaje resalta la limitada transición de los jóvenes artesanos hacia la creación de negocios independientes, a pesar de su formación en los Centros de Formación Artesanal. Este resultado podría indicar barreras significativas como la falta de acceso a financiamiento, redes de apoyo o conocimientos administrativos, aspectos esenciales para consolidar un emprendimiento formal.

#### **4.2.2 Análisis estadístico de ecuaciones estructurales**

Tras el análisis estadístico descriptivo del perfil de los encuestados y los Centros de Formación Artesanal, el presente apartado aborda el análisis estadístico basado en ecuaciones estructurales (SEM). Este enfoque permitió profundizar en la comprensión de las relaciones entre los factores motivacionales y la intención emprendedora de los jóvenes artesanos en Cuenca, Ecuador, alineándose con el objetivo del estudio.

## **Modelo de ecuaciones estructurales**

Para el análisis de los datos se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), el cual permite investigar las relaciones directas e indirectas entre variables, además, proporciona información sobre la bondad de ajuste del modelo a los datos observados. Esto facilita modelar las relaciones entre variables observadas y variables latentes, con lo cual se logra analizar constructos o conceptos que no son directamente observables (Jirón y Rioboo, 2022). Como se mencionó anteriormente, se aplica este método de análisis dados su utilidad y beneficios verificados en diferentes trabajos que dieron el sustento teórico a esta investigación (Kruse et al., 2018; Munir et al., 2019; Jafari et al., 2020; Passaron et al., 2018; Shahab et al., 2019; Gieure et al., 2019). También, se destaca que para el desarrollo del análisis se utiliza el programa SmartPLS 4, con el cual se pueden crear modelos de actitud y comportamiento que reflejen de manera más precisa las relaciones complejas del fenómeno estudiado.

En el presente trabajo, el uso del método PLS-SEM se justifica por su capacidad para desarrollar un modelado adecuado a partir de datos con distribuciones no normales, siendo este el caso que nos ocupa; además, dada su aplicabilidad en estudios exploratorios, es adecuado para examinar los factores que inciden en la intención emprendedora, logrando análisis robustos y confiables, según se establece en los trabajos referidos en el párrafo precedente.

### **1. Evaluación del modelo de medida**

La evaluación del modelo de medida constituye una etapa fundamental para garantizar la validez y fiabilidad de los constructos latentes, asegurando que los indicadores seleccionados representen adecuadamente los factores que se desean analizar. Este análisis considera tres aspectos clave: validez convergente, fiabilidad de consistencia interna y validez discriminante, en concordancia con los lineamientos metodológicos establecidos en la literatura (Hair et al., 2022).

Cabe indicar que el proceso de evaluación se realizó en dos etapas: primero, se evaluó el modelo de medida considerando el total de los ítems del cuestionario planteado para las encuestas, cuyos resultados se muestran en el Apéndice E; luego, a partir de estos resultados, se desarrolló una segunda evaluación contemplando retirar los ítems que, por sus cargas factoriales, dieron señales de no aportar al modelo de estudio buscado.

### **1.1 Evaluación inicial del modelo de medida**

En este apartado se presenta la evaluación del modelo de medida considerando, en primera instancia, todos los ítems planteados en el cuestionario, con el propósito de evaluar la validez y fiabilidad de los constructos latentes y, de ser el caso, posteriormente realizar los ajustes necesarios a fin de lograr un modelo óptimo con el cual se cumpla el objetivo de investigación. Así, se detalla el análisis de los resultados de cada dimensión con base en los indicadores contenidos en la tabla del Apéndice E.

#### **Evaluación de la validez convergente**

La validez convergente verifica que los indicadores representen de forma precisa los constructos teóricos, asegurando la calidad del modelo de ecuaciones estructurales al medir los factores que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca. Para ello, se consideran las cargas factoriales estandarizadas, que deben ser mayores a 0.50, preferiblemente superiores a 0.70, y las comunalidades, que también deben superar el 0.50. Asimismo, se evalúa la varianza media extraída (AVE), que debe ser mayor a 0.50, lo cual indica que los indicadores explican más de la mitad de la varianza del constructo. Estos criterios respaldan la consistencia interna y la validez del modelo

En el caso de la variable intención emprendedora, se encontró una estructura sólida en los ítems planteados, con cargas factoriales superiores a 0.70 y un AVE de 0.665, lo que muestra que los indicadores explican de manera significativa la varianza del constructo y reflejan adecuadamente el concepto teórico planteado.

En contraste, la variable capital humano muestra una validez convergente limitada (AVE de 0.254) y presencia de indicadores con cargas factoriales bajas (EDU2\_7, EDU3\_8, EDU4\_9 y EXP2\_11). Así, la baja varianza explicada sería reflejo de la necesidad de mejora en la selección de los indicadores.

En cuanto al constructo actitud personal, se encontró un AVE de 0.428, muy cercano al umbral esperado, lo cual manifiesta que hay un margen de mejora en la definición de los indicadores a fin de fortalecer la medición del constructo. También se verifican ítems con cargas factoriales limitadas (AUTOEF1\_23 y LOCUS4\_39), que requerirían revisión esperando mejorar la validez del modelo.

En cuanto a la variable influencia social, se estimó un AVE de 0.341, por lo que se verifica la necesidad de revisar determinados ítems (CAPSOC3\_18 y CAPSOC4\_19) para los cuales se encontraron cargas factoriales bajas y que no estarían aportando al estudio de la variable. En el caso de la variable acceso a financiamiento, se encontró un estadístico adecuado a lo previsto y sus indicadores muestran cargas factoriales adecuadas para el estudio de dicha variable.

De acuerdo con lo expuesto, se planteó la posibilidad de eliminar o reevaluar los indicadores establecidos a fin de lograr un modelo robusto en el entendimiento de las relaciones de las variables estudiadas.

### **Evaluación de la fiabilidad de consistencia interna**

La evaluación de la consistencia interna asegura que los indicadores reflejen de manera uniforme los factores que influyen en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca. Para ello, se emplean dos criterios: el alfa de Cronbach ( $\alpha$ ), donde valores entre 0.60 y 0.90 indican una fiabilidad adecuada, y la fiabilidad compuesta ( $\rho_a$  y  $\rho_c$ ), que mide la estabilidad del modelo (Torres, 2021). Con ello, se garantizan medidas precisas y confiables y se da validez al estudio.

Así, en el caso de la intención emprendedora, los resultados muestran un alfa de Cronbach de 0.873 y una fiabilidad compuesta ( $\rho_c$ ) de 0.908; esto evidencia que los indicadores miden consistentemente la predisposición de los jóvenes artesanos a emprender. De manera similar, en cuando a la actitud personal se encontraron valores superiores de fiabilidad ( $\alpha=0.915$ ,  $\rho_c=0.926$ ), reforzando su relevancia como variable explicativa de la intención de los jóvenes artesanos.

En cuanto a la variable capital humano, se encontró un alfa de Cronbach adecuado, aunque la fiabilidad compuesta ( $\rho_{ca}=0.557$ ) por debajo de lo esperado señala que el constructo debería ser revisado a fin de mejorar su confiabilidad y coherencia interna.

Por su parte, en las variables acceso a financiamiento e influencia social se encontró una fiabilidad interna adecuada, con valores de  $\alpha=0.825$  y  $\rho_c=0.863$  en la primera, y de  $\alpha=0.811$  y  $\rho_c=0.842$  en la segunda. Esto indica que en los dos casos las escalas planteadas son confiables para medir cada uno de los constructos propuestos.

En general, los resultados respaldan la estructura del modelo y confirman la pertinencia de los factores analizados. Sin embargo, la mejora en la medición del capital humano permitiría una evaluación más precisa de su impacto en la intención emprendedora, contribuyendo así al objetivo de la investigación, que consiste en identificar con claridad los elementos que influyen en el emprendimiento de los jóvenes artesanos de Cuenca.

### **Evaluación de la validez discriminante**

La evaluación de la validez discriminante del modelo se realiza a fin de examinar si cada constructo del modelo mide un concepto único y no se solapa con otros factores. En este estudio, se emplearon los criterios HTMT (Heterotrait-Monotrait) y Fornell-Larcker para verificar que los factores motivacionales analizados en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca sean distintos entre sí.

El análisis HTMT mostró para todas las variables valores por debajo del umbral de 0.85, lo que confirma que los constructos están diferenciados. En cierta medida, se confirma que los constructos analizados (intención emprendedora, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento) representan dimensiones distintas del fenómeno estudiado. Esto valida la estructura del modelo y respalda su capacidad para identificar los factores que inciden en la intención emprendedora. Así, la investigación proporciona un marco sólido para comprender cómo estos factores interactúan y pueden influir en el desarrollo del emprendimiento juvenil en el sector artesanal.

De igual forma, la Tabla 12 de Fornell-Larcker del modelo inicial evidencia problemas en la validez discriminante de los constructos, ya que algunos valores en la diagonal principal (raíces cuadradas del AVE) no son consistentemente mayores que las correlaciones entre constructos, por ejemplo, actitud personal y capital humano presentan correlaciones significativas con otros constructos, sugiriendo una falta de diferenciación adecuada. Esto influye directamente en la forma en que se interpretan las relaciones entre las variables latentes, lo que a su vez condiciona la capacidad del modelo para detectar con precisión los factores motivacionales que explican la intención emprendedora en los jóvenes artesanos de Cuenca. Mejorar la validez discriminante mediante ajustes en los indicadores es crucial para garantizar que el modelo sea capaz de proporcionar resultados confiables y específicos.

**Tabla 10. Criterio de Fornell-Larcker (modelo inicial)**

	Acceso a financiamiento	Actitud personal	Capital humano	Influencia social	Intención emprendedora
Acceso a financiamiento	0.715				
Actitud personal	0.512	0.654			
Capital humano	0.324	0.457	0.504		
Influencia social	0.459	0.626	0.406	0.584	
Intención emprendedora	0.325	0.562	0.533	0.522	0.815

**Fuente:** Elaboración propia.

## **1.2 Evaluación del modelo de medida ajustado**

Posterior al análisis, tal como se anotó, se procedió a retirar los ítems cuyas cargas factoriales fueron inferiores a 0.50, según refiere la literatura citada, y a establecer el modelo propiamente dicho de la presente investigación (Hair et al., 2020). En este sentido, el Apéndice F contiene el resumen de los resultados del modelo, ya con los ítems que se consideraron para la especificación del modelo. Tras la depuración de ítems, el análisis del nuevo modelo refleja una mejora sustancial en varios indicadores clave de calidad, alineándose con las recomendaciones metodológicas y fortaleciendo la validez del modelo para responder al objetivo de investigación. A continuación, se detalla el análisis del modelo con los ítems retirados.

### **Evaluación de la validez convergente**

Según los resultados que se refieren en el Apéndice F, en lo concerniente a la validez convergente del modelo, esta mejoró significativamente tras la depuración de ítems, lo que refuerza la solidez de la medición de los factores que influyen en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca.

Los resultados muestran que las cargas factoriales de los ítems retenidos superan el umbral de 0.50, con la mayoría alcanzando valores superiores a 0.70. Esto indica que los ítems seleccionados representan de manera adecuada los constructos latentes, con lo que se asegura que la medición es consistente y precisa.

Además, la varianza media extraída (AVE) cumple con el criterio mínimo de 0.50 en todos los constructos, lo que confirma que los indicadores explican una proporción suficiente de la varianza de cada concepto medido. Se destaca que el constructo de capital humano mostró una mejora notable, alcanzando un AVE de 0.623. En el modelo inicial, este valor no cumplía con los estándares mínimos, lo que ponía en duda su capacidad explicativa.

A la luz de estos resultados, se plantea la necesidad de mejorar la estructura de la evaluación de los constructos a fin de garantizar un análisis más robusto y confiable para lograr el objetivo de investigación.

### **Fiabilidad de consistencia interna**

Por otra parte, en referencia a los resultados presentados en el Apéndice F, la fiabilidad interna del modelo mejoró luego de la depuración de ítems, logrando una mayor coherencia en la medición de los factores planteados. Así, se encontró un alfa de Cronbach y fiabilidad interna dentro de los rangos especificados como adecuados, lo que evidencia una mejor precisión en la evaluación de los conceptos analizados.

Se destaca la mejora en el alfa de Cronbach para la variable actitud personal ( $\alpha=0.871$ ), así como para la fiabilidad compuesta ( $\rho_c=0.901$ ), asegurando que, con los cambios propuestos, mejora la cohesión interna en la medición de este constructo. De esta manera, la optimización de la fiabilidad interna del modelo refuerza la robustez de los análisis siguientes.

### **Validez discriminante**

En cuanto a la fiabilidad interna del modelo, según se refiere en el Apéndice F, esta mejoró luego de retirar los ítems que no cargaban adecuadamente, logrando una mejor coherencia en la medición de los factores planteados.

Los valores del alfa de Cronbach y la fiabilidad compuesta ( $\rho_c$ ) se ubicaron dentro del rango recomendado (0.60-0.90), asegurando la consistencia de los constructos. Se destaca el caso de la variable actitud personal, que alcanzó un alfa de Cronbach de 0.871 y una fiabilidad compuesta de 0.901, reflejando una mayor cohesión interna.

Así, en comparación con el modelo inicial, el nuevo modelo muestra mejoras significativas, que se alcanzaron mediante la eliminación de ítems con bajas cargas

factoriales, lo que incrementó el AVE y la consistencia interna de todos los constructos. Constructos como capital humano e influencia social, que previamente no alcanzaban estándares mínimos, ahora cumplen con indicadores aceptables, fortaleciendo la robustez del modelo. Además, la depuración redujo el riesgo de sesgos y mejoró la claridad interpretativa. Estas mejoras son cruciales para cumplir con el objetivo de identificar factores motivacionales relacionados con la intención emprendedora al proporcionar un modelo confiable, válido y representativo del contexto investigado. Los resultado detallados se muestran en el Apéndice F.

En correspondencia con lo expuesto, la Tabla 13 muestra los resultados de la validez discriminante evaluada mediante el criterio de Fornell-Larcker. Se evidenció una mejora sustancial respecto al modelo inicial, ya que las raíces cuadradas del AVE (ubicadas en la diagonal principal) superan en todos los casos las correlaciones entre constructos. Por ejemplo, la variable capital humano presenta una raíz cuadrada del AVE de 0.789, valor mayor que sus correlaciones con otros factores, lo que confirma su adecuada diferenciación como constructo latente. Este resultado refuerza la precisión del modelo para distinguir los factores motivacionales que influyen en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca.

**Tabla 11. Criterio de Fornell-Larcker (modelo de la investigación)**

	Acceso a financiamiento	Actitud personal	Capital humano	Influencia social	Intención emprendedora
Acceso a financiamiento	0.731				
Actitud personal	0.458	0.753			
Capital humano	0.284	0.465	0.789		
Influencia social	0.406	0.550	0.338	0.757	
Intención emprendedora	0.321	0.542	0.547	0.496	0.815

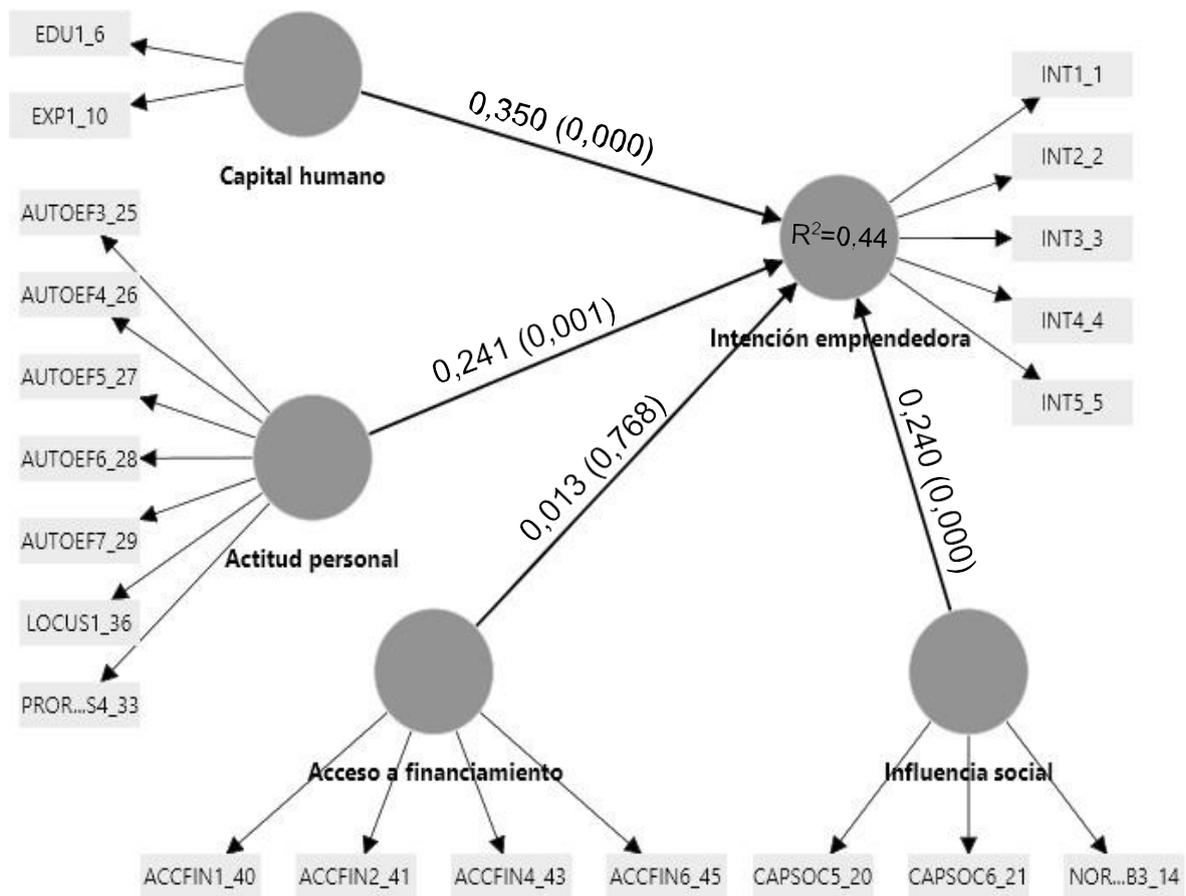
**Fuente:** Elaboración propia.

## 2. Evaluación del modelo estructural

Este apartado expone el análisis del modelo estructural mediante la estimación de los coeficientes de ruta (path coefficients), así como los valores t y p

asociados, los cuales permiten determinar la magnitud y significancia de las relaciones entre las variables latentes. En la Figura 20 se ilustran las conexiones estimadas del modelo junto con el coeficiente de determinación ( $R^2$ ), que indica el nivel de varianza explicada por las variables independientes sobre la intención emprendedora (INT).

**Figura 18. Modelo de ecuaciones estructurales (algoritmo SmartPLS 4)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

El coeficiente de determinación ( $R^2$ ) para la variable dependiente intención emprendedora es 0.44, lo que indica que el 44% de la varianza en la disposición a emprender en los jóvenes artesanos es explicada por las variables independientes consideradas en el modelo. Este valor refleja una capacidad explicativa moderada, ya que supera el umbral de 0.25, propuesto por Cohen (1988) como indicativo de un modelo con poder explicativo razonable en investigaciones sociales.

El resultado sugiere que las variables incluidas en el modelo (capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento) tienen una contribución importante, aunque no total, en la explicación de la intención emprendedora. De esta manera, se verifica que el nivel de explicación es consistente con la naturaleza multifacética de la intención emprendedora, en la cual otros factores, tanto contextuales como personales, podrían ser considerados.

De acuerdo con lo expuesto, la Tabla 14 expone los coeficientes de trayectoria estimados, junto con los valores  $t$  y  $p$  asociados a cada vínculo hipotético. Los resultados evidencian que el capital humano ejerce una influencia significativa sobre la intención emprendedora en la población analizada ( $\beta = 0.350$ ;  $t = 6.310$ ;  $p = 0.000$ ), lo que sugiere que las dimensiones educación y experiencia previa son influyentes en el desarrollo de la intención de comenzar un negocio artesanal por parte de los jóvenes estudiados.

De igual manera, la variable actitud personal muestra una relación estadísticamente significativa ( $\beta = 0.241$ ;  $t = 3.365$ ;  $p = 0.001$ ) con la formación del interés emprendedor en los jóvenes artesanos de Cuenca, Ecuador, confirmando que tanto la autoeficiencia, la disposición al riesgo y el locus de control interno juegan un papel importante en el deseo de los jóvenes artesanos estudiados de comenzar un emprendimiento.

Por otro lado, la influencia social mostró un impacto directo y estadísticamente significativo ( $\beta = 0.240$ ;  $t = 4.583$ ;  $p = 0.000$ ) sobre la intención de emprender, lo que manifiesta que el apoyo del entorno social inmediato podría ser un impulsor o una barrera para que los jóvenes artesanos consideren iniciar un negocio relacionado a su oficio.

Finalmente, el acceso a financiamiento no mostró una relación significativa ( $\beta = 0.013$ ;  $t = 0.295$ ;  $p = 0.768$ ) con la intención emprendedora de los jóvenes artesanos, indicando que la sola disponibilidad de recursos financieros no constituye un factor decisivo en la elección de emprender. La falta de impacto podría estar asociada a una baja alfabetización financiera o a barreras en la gestión eficiente de los recursos económicos. Este hallazgo plantea la necesidad de

complementar el acceso a financiamiento con programas de educación financiera que permitan a los emprendedores utilizar de manera efectiva los recursos disponibles.

**Tabla 12. Evaluación del modelo estructural: coeficientes de camino, valores t y significancia**

Relación	Coeficientes de trayectoria	Valor t	P-valor	Significancia (Sí/No)
Capital humano e intención emprendedora	0.350	6.310	0.000	Sí
Actitud personal e intención emprendedora	0.241	3.365	0.001	Sí
Influencia social e intención emprendedora	0.240	4.583	0.000	Sí
Acceso a financiamiento e intención emprendedora	0.013	0.295	0.768	No

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

En función de lo expuesto, el modelo estructural planteado identifica tres relaciones significativas que explican la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca: la actitud personal, el capital humano y la influencia social. Estas variables destacan como los factores motivacionales clave que inciden en el proceso emprendedor en el grupo de estudio, alineándose con las hipótesis planteadas en la investigación. Por otro lado, la ausencia de significancia en la relación entre la variable acceso a financiamiento y la variable dependiente intención emprendedora abre el debate en cuanto a que el acceso a financiamiento o la percepción de facilidad de dicho acceso influiría en la intención para comenzar un negocio artesanal por parte de los jóvenes de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

Estos resultados evidencian que los aspectos intrínsecos, como la actitud y las competencias individuales, junto con el entorno social, tienen mayor influencia que factores externos, como el acceso a recursos financieros. Este análisis

proporciona una base robusta para avanzar hacia una evaluación más profunda de las relaciones causales en el contexto estudiado.

La Tabla 15 muestra un coeficiente de determinación ( $R^2$ ) de 0.470, el cual indica que el 47% de la varianza de la intención emprendedora del grupo de estudio es explicada por las variables independientes (capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento), mientras que el  $R^2$  ajustado de 0.463 confirma la consistencia del modelo, corrigiendo posibles sesgos derivados del número de predictores. De esta manera, se confirma la capacidad predictiva del modelo planteado, sugiriendo que las variables explicativas consideradas están bien definidas y capturan de manera efectiva los factores que influyen en la intención emprendedora del grupo de estudio.

De igual manera, el índice de relevancia predictiva ( $Q^2$  predict) muestra un valor de 0.448, lo cual refleja una capacidad predictiva adecuada que sugiere que el modelo es robusto para anticipar resultados relacionados con la intención emprendedora. Estos hallazgos se alinean con el objetivo de identificar los factores motivacionales clave, destacando que las variables analizadas tienen un impacto significativo en los jóvenes artesanos de Cuenca.

**Tabla 13. Indicadores de capacidad explicativa y predictiva del modelo estructural**

Variable	R-cuadrado	R-cuadrado ajustado	$Q^2$ predict (relevancia predictiva)
Intención emprendedora	0.470	0.463	0.448

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

Por otro lado, los resultados presentados en la Tabla 16 ofrecen una visión sobre la colinealidad y el tamaño del efecto de las relaciones en el modelo estructural planteado en esta investigación. Así, los valores correspondientes al factor de inflación de la varianza (VIF) están por debajo del umbral de 5, lo que

indica que no existe un problema significativo de colinealidad entre las variables independientes. Esto asegura que las estimaciones de los coeficientes en el modelo no están sesgadas debido a relaciones redundantes entre las variables predictoras.

**Tabla 14. Valores de VIF para evaluar la colinealidad en el modelo estructural**

Relación	VIF	f <sup>2</sup>
Capital humano e intención emprendedora	1.298	0.170
Actitud personal e intención emprendedora	1.769	0.059
Influencia social e intención emprendedora	1.512	0.069
Acceso a financiamiento e intención emprendedora	1.329	0.000

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

De igual forma, en cuanto al índice del tamaño del efecto de Cohen (f<sup>2</sup>), en la Tabla 16 se observa que la relación entre la variable capital humano y la variable intención emprendedora tiene un impacto moderado (0.170), mientras que las relaciones entre actitud personal e intención emprendedora (0.059) e influencia social e intención emprendedora (0.069) presentan efectos más pequeños, aunque relevantes. Por otro lado, la relación acceso a financiamiento e intención emprendedora muestra un tamaño de efecto prácticamente nulo (0.000), con lo que se confirma su falta de significancia en el modelo planteado. Estos resultados están alineados con el objetivo de la investigación al destacar que el capital humano y, en menor medida, la actitud personal y la influencia social son factores clave en la intención emprendedora, mientras que el acceso a financiamiento no contribuye de manera significativa en esta variable.

La Tabla 17 muestra los índices que permiten evaluar qué tan bien se ajusta el modelo estructural a los datos recolectados. Entre ellos, el valor del SRMR (Raíz Cuadrada Media Estándar de los Residuales Estandarizados) fue de 0.073, lo que indica una adecuada correspondencia entre el modelo teórico y las observaciones, ya que se sitúa por debajo del límite aceptado de 0.08, evidenciando un buen ajuste general.

En esta línea de análisis, el estadístico de discrepancia de los mínimos cuadrados no ponderados (Unweighted Least Squares Discrepancy [d\_ULS]) presentó un valor de 3.188; por otro lado, el estadístico de discrepancia geodésica (Geodesic Discrepancy [d\_G]) presentó un valor de 0.928, lo que confirma que la estructura del modelo es coherente y estable. Aunque estos indicadores no tienen un umbral universal, se interpretan en función de la lógica del modelo y los datos.

**Tabla 15. Indicadores de ajuste del modelo**

Indicador	Modelo saturado	Modelo estimado
SRMR	0.073	0.073
d_ULS	3.188	3.188
d_G	0.928	0.928
Chi-square	1661.075	1661.075
NFI	0.725	0.725

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

Igualmente, la Tabla 17 refiere el estadístico chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) con un valor de 1661.075 reflejando una desviación significativa entre la matriz observada y la estimada, lo cual es común en modelos con grandes muestras o alta complejidad, como el planteado en esta investigación. Por último, el índice de ajuste normado (Normed Fit Index [NFI]) presentó un valor de 0.725, lo que indica un ajuste aceptable, aunque un valor superior a 0.90 sería ideal para confirmar un ajuste sólido.

Así, los resultados en la Tabla 17 dan cuenta de que estos son consistentes con el objetivo de la investigación, ya que sugieren que el modelo estructural tiene un nivel adecuado de ajuste para explicar las relaciones entre los factores motivacionales y la intención emprendedora, lo que respalda su validez y utilidad en el análisis.

### 4.3 Comprobación de hipótesis

La comprobación de las hipótesis planteadas en este estudio se realizó utilizando los valores beta y los niveles de significancia obtenidos a través del análisis PLS-SEM, cuyos resultados se presentan en la Tabla 18. Este análisis permitió evaluar el impacto de los factores motivacionales en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca, Ecuador, considerando tanto factores internos como externos.

**Tabla 16. Comprobación de las hipótesis de la investigación**

Hipótesis	Valor beta	Significancia	Conclusión
H1: El capital humano es un factor motivacional interno que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.	0.350	0.000	No se rechaza
H2: La actitud personal es un factor motivacional interno que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.	0.241	0.001	No se rechaza
H3: La influencia social es un factor motivacional externo que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.	0.240	0.000	No se rechaza
H4: El acceso a financiamiento es un factor motivacional externo que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador.	0.013	0.768	Se rechaza

**Fuente:** Elaboración propia.

De acuerdo con lo expuesto, se destaca que la variable capital humano presenta un coeficiente beta de 0.350 con un nivel de significancia de  $p=0.000$ , lo que evidencia su impacto positivo y significativo en la intención emprendedora del grupo de estudio. Así, este resultado reconoce que la formación previa y la experiencia en el oficio son factores motivacionales que inciden en la decisión de los jóvenes artesanos de comenzar un negocio relacionado con su rama artesanal.

En cuanto al efecto de la variable actitud personal sobre la intención emprendedora, se encontró un estadístico beta de 0.241 con un nivel de significancia  $p=0.001$  confirmando su impacto positivo y significativo en dicha intención. De esta manera, la actitud personal, vista por sus dimensiones de autoeficiencia, locus de control interno y propensión al riesgo, tiene un rol importante en el fomento de la propensión al emprendimiento, poniendo en relieve la importancia de desarrollar aspectos psicológicos y motivacionales en los jóvenes a fin de que surja su espíritu emprendedor.

En cuanto a la variable influencia social, se estimó un coeficiente beta de 0.240 y una significancia de  $p=0.000$ , lo que pone en evidencia el efecto positivo y significativo de esta variable sobre la formación del interés emprendedor en los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca. Con este hallazgo se verifica el hecho de que el entorno social es un factor fundamental para fomentar la intención de emprender, a la vez que se reconoce la necesidad de fortalecer la redes de apoyo social y los ecosistemas emprendedores que enmarca a los jóvenes artesanos.

Por otro lado, se estableció el acceso a financiamiento como una de las variables que tendría un efecto en el desarrollo de la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca; sin embargo, se encontró suficiente evidencia para rechazar la hipótesis planteada. De esta manera, se sugiere que en la etapa inicial de la actividad emprendedora, la disponibilidad de recursos no es un factor determinante en el desarrollo de la intención de comenzar un negocio de tipo artesanal en el caso de los jóvenes estudiados. Esto da cuenta de que la intención emprendedora, al estar en el ámbito de los deseos y la voluntad del ser humano (Shapero y Sokol, 1982; Xanthopoulou y Sahinidis, 2024), no es afectada por un escenario de carencia o disponibilidad de fondos, siendo este un estado de la mente que va más allá de la variable acceso a financiamiento.

En conjunto, los anteriores resultados respaldan tres de las cuatro hipótesis planteadas; así, las variables que incidirían en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos son el capital humano, la actitud personal y la influencia social. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para el diseño de intervenciones y

políticas que fortalezcan el espíritu emprendedor en los jóvenes artesanos de Cuenca.

## **CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se exponen las conclusiones derivadas del análisis de los hallazgos de la investigación desarrollada. En este sentido, se ponen en evidencia los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos localizados en la ciudad de Cuenca, Ecuador, y que se constituyen como un insumo importante para desarrollar acciones estratégicas por parte de entes privados y públicos que propendan al desarrollo de este sector.

- **Logro de objetivos**

El desarrollo de esta investigación permitió alcanzar logros importantes en referencia a cada uno de los objetivos metodológicos planteados, por lo que este trabajo constituye un aporte para el entendimiento teórico y práctico de la intención emprendedora del sector artesano juvenil de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

Por medio de la revisión de datos provenientes de diferentes fuentes oficiales, se analizaron los antecedentes de la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca; así, se identificó el impacto de la pandemia por el COVID-19 en la economía ecuatoriana, principalmente por el aumento del desempleo, el cual afectó en mayor medida a los jóvenes. Al respecto, se encontró que el emprendimiento es una alternativa viable ante tal realidad, mas las complicaciones que afronta el sector, tales como limitada experiencia y conocimientos, influencia social negativa hacia el emprendimiento, actitud personal negativa al emprendimiento, entre otros, dificultan su desarrollo.

Así también, se elaboró un estudio teórico sobre la intención emprendedora y las variables que la determinan, como el capital humano, la influencia social, la actitud personal y el acceso a financiamiento. De esta manera, se destacan la teoría del comportamiento planificado, propuesta por Ajzen (1991), la cual propone un marco sólido para el entendimiento del desarrollo de la referida intención, y el modelo de procesos emprendedores (MPE), propuesto por Krueger y Brazeal (1994), el cual considera que la intención se sustenta en factores como la deseabilidad y la viabilidad percibida de los resultados.

Otro logro metodológico importante fue el diseño de un cuestionario con el cual se posibilitó el estudio de las variables planteadas. Este instrumento se estructuró a partir de los aportes de estudios previos que dieron la pauta y dirección para establecer un conjunto de ítems que fueron de utilidad para recuperar información a ser analizada en la consecución del objetivo de la tesis.

Dicho cuestionario fue sometido a una prueba piloto para evaluar su fiabilidad y validez de contenido mediante la estimación de coeficientes estadísticos que reflejaron su consistencia interna. De esta manera, se contó con un instrumento verificado que se aplicó a los jóvenes inscritos en los diferentes centros de formación artesanal de la ciudad de Cuenca, lo que garantizó datos que dieron cuenta de cada una de las variables medidas y, posteriormente, de sus relaciones.

A partir de los datos recopilados, se aplicaron técnicas avanzadas de análisis estadístico, como la modelación con ecuaciones estructurales por medio del programa SmartPLS 4, con lo cual se consiguió evaluar las hipótesis planteadas, revelar que tres de las cuatro variables propuestas tienen un impacto significativo en la intención emprendedora y reconocer la importancia de variables, como capital humano y actitud personal, en la variable de estudio.

Finalmente, se alcanzó uno de los objetivos fundamentales de este estudio como lo es especificar sus correspondientes conclusiones, las cuales se sustentan en un estudio sistemático basado en el método científico, es decir, en evidencias empíricas analizadas a la luz de un marco teórico sólido y de una metodología ampliamente probada para el caso. También, se logró establecer recomendaciones dirigidas a jóvenes artesanos, instituciones educativas y organismos gubernamentales, buscando fomentar el emprendimiento artesanal como una alternativa sostenible para el desarrollo económico y social de Cuenca.

En conjunto, los logros alcanzados en la presente investigación no solo cumplen con los objetivos metodológicos propuestos, sino que también sientan las bases para futuros estudios y políticas que promuevan el emprendimiento juvenil artesanal como una herramienta clave para el progreso económico y cultural de la ciudad.

- **Síntesis, discusión de resultados e implicaciones teóricas**

A la luz de los resultados de la investigación llevada a cabo, se evidencia que el capital humano, visto por sus dimensiones conocimiento y experiencia, es la variable que tiene mayor incidencia en el desarrollo de la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca. Así también, las variables actitud personal e influencia social se reconocen como significativas en la formación de la intención emprendedora de los jóvenes artesanos. De esta manera, se visibiliza el efecto de factores internos del individuo en el desarrollo de las intenciones de emprender, siendo la influencia de su entorno un factor externo importante. Igualmente, se encontró que dicha intención no tiene una relación causal con el acceso a fuentes de financiamiento en el grupo de estudio.

### **Discusión de los resultados en relación con las teorías**

La discusión de los resultados establece un análisis detallado sobre cómo las variables estudiadas inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca, considerando tanto las particularidades del contexto local como los aportes de teorías y estudios previos. Este apartado conecta los hallazgos empíricos con los marcos conceptuales de las variables capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento, y destaca los desafíos y oportunidades que enfrentan los jóvenes artesanos en un entorno económico y culturalmente desafiante. A través de la comparación con investigaciones previas y la interpretación teórica, se busca ofrecer una comprensión integral de los factores que pueden fomentar o limitar el emprendimiento juvenil en el sector artesanal, contribuyendo así al diseño de estrategias y políticas específicas para su desarrollo.

- **Capital humano**

Los resultados de este estudio destacan que el capital humano es un factor crítico en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca ( $\beta = 0.350$ ;  $p < 0.000$ ). Este hallazgo respalda teorías fundamentales como las de Mincer (1958), Schultz (1961) y Becker (1964), que establecen que la educación y la experiencia laboral incrementan la productividad individual y colectiva. La formación

técnica y la experiencia práctica dotan a los artesanos de las habilidades y conocimientos necesarios para identificar oportunidades de negocio, gestionar riesgos y enfrentar los desafíos del emprendimiento.

En el contexto de Cuenca, una ciudad reconocida como “Ciudad Artesanal y Diversa del Mundo”, estos resultados son particularmente relevantes debido a los desafíos contemporáneos que enfrenta la artesanía local, como la falta de interés juvenil, las barreras económicas y la precariedad laboral (Ordóñez, 2021). Los datos reflejan que los jóvenes con mayor nivel educativo y experiencia previa tienen una intención emprendedora significativamente más alta, lo cual se alinea con estudios como el de Bravo et al. (2021), quienes encontraron que la educación empresarial y la experiencia laboral son factores determinantes para el desarrollo de capacidades emprendedoras en jóvenes ecuatorianos.

Además, los resultados confirman la importancia de la educación empresarial, como lo evidencian trabajos como los de Hahn et al. (2020) y Vingki y Ranto (2023), quienes identificaron una relación positiva y significativa entre la educación optativa en emprendimiento y la intención de emprender. En este estudio, la educación técnica y la experiencia laboral se destacan como dimensiones clave del capital humano, contribuyendo a la disposición de los jóvenes para emprender en un sector que enfrenta una modernización acelerada y la desmotivación de las nuevas generaciones (Mendieta, 2020).

Sin embargo, la comparación con estudios previos revela ciertas discrepancias. Mientras que investigaciones como las de Gieure et al. (2019) y Passaron et al. (2018) destacan un impacto más significativo de la educación empresarial en el contexto internacional, en este estudio se encontró que, aunque relevante, la educación formal no es suficiente por sí sola para superar las barreras estructurales presentes en Cuenca. La experiencia laboral, en cambio, mostró ser un complemento crítico para aplicar los conocimientos adquiridos, en línea con Pranic (2023), quien señala que la práctica laboral mejora la confianza y las habilidades necesarias para emprender.

Estos hallazgos refuerzan la necesidad de diseñar intervenciones que combinen formación técnica con oportunidades prácticas en el sector artesanal. La evidencia indica que el capital humano no solo incrementa la intención emprendedora, sino que también actúa como un puente para preservar la tradición artesanal y revitalizarla en un contexto económico desafiante. Este estudio aporta un marco integral para abordar las brechas educativas y de experiencia laboral en Cuenca, posicionando al capital humano como un elemento clave para la sostenibilidad cultural y económica de la región.

- **Actitud personal**

Los resultados de este estudio confirman que la actitud personal, medida a través de la autoeficacia, la propensión al riesgo y el locus de control interno, tiene un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca ( $\beta = 0.241$ ;  $p < 0.001$ ). Estos hallazgos adquieren particular relevancia en un contexto marcado por la desmotivación juvenil y las barreras estructurales que limitan la continuidad de la tradición artesanal (Mendieta, 2020; Ordóñez, 2021).

La autoeficacia, entendida como la percepción de las propias capacidades para alcanzar metas y superar desafíos (Bandura, 1977), es una dimensión clave que fortalece la confianza emprendedora de los jóvenes artesanos. Este resultado es consistente con estudios como los de Shi et al. (2020), quienes demostraron que una alta autoeficacia influye significativamente en la intención emprendedora ( $\beta = 0.387$ ;  $p < 0.001$ ). Asimismo, investigaciones como las de Teixeira et al. (2018) y Sekerbayeva et al. (2023) refuerzan esta relación, evidenciando que la autoeficacia no solo impulsa la intención de emprender, sino que también aumenta las probabilidades de éxito en los emprendimientos nacientes.

En el caso de la propensión al riesgo, definida como la disposición a aceptar la incertidumbre en busca de beneficios (Knight, 1921; Moore y Gullone, 1996), los jóvenes artesanos con mayor disposición a asumir riesgos presentaron una intención emprendedora más alta. Este hallazgo está en línea con estudios como los de Mahola et al. (2019) y Agustina et al. (2020), quienes identificaron que una

menor aversión al riesgo fomenta el emprendimiento al reducir el temor a la incertidumbre. Sin embargo, el entorno artesanal en Cuenca, caracterizado por su alta informalidad y precariedad económica, podría limitar la capacidad de los jóvenes para aprovechar esta disposición, como lo sugieren Mabunda et al. (2021), quienes concluyeron que el impacto de la aversión al riesgo varía según el contexto cultural y económico.

Por otro lado, el locus de control interno, definido como la creencia en la capacidad personal para influir en los resultados (Rotter, 1966), también demostró ser una dimensión importante en la intención emprendedora. Estudios como los de Tentama y Abdussalam (2020) y Uysal et al. (2022) corroboran que los individuos con un locus de control interno desarrollado son más propensos a emprender al percibir mayor control sobre los resultados de sus acciones. En Cuenca, esta característica podría ser crucial para que los jóvenes enfrenten las barreras estructurales y sociales que limitan su emprendimiento.

Finalmente, la integración de estas dimensiones en el marco de la actitud personal se alinea con investigaciones como las de Melo (2020), quien destacó que la autoeficacia, la propensión al riesgo y el locus de control interno son factores clave en la configuración de actitudes emprendedoras. En el contexto de Cuenca, el fortalecimiento de estas dimensiones podría ser una estrategia efectiva para revitalizar el sector artesanal, fomentando el emprendimiento juvenil como una herramienta para preservar y transformar esta tradición cultural.

En conclusión, los resultados subrayan que la actitud personal es un factor central en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca. No obstante, las limitaciones del entorno socioeconómico local requieren intervenciones específicas que fortalezcan estas actitudes mediante programas de mentoría, desarrollo personal y capacitación en habilidades emprendedoras. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para diseñar estrategias que contribuyan no solo al desarrollo individual de los jóvenes, sino también a la sostenibilidad cultural y económica del sector artesanal en la región.

- **Influencia social**

Los resultados de este estudio confirman que la influencia social, medida a través de las dimensiones capital social y norma subjetiva, tiene un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca ( $\beta = 0.240$ ;  $p < 0.001$ ). Este hallazgo adquiere relevancia en un contexto marcado por barreras estructurales y desmotivación juvenil, donde las redes familiares, comunitarias y sociales emergen como catalizadores clave para la preservación y revitalización de la artesanía local (Ordóñez, 2021; Mendieta, 2020).

Desde la perspectiva del capital social, estudios previos destacan que el contacto con emprendedores en el círculo social cercano facilita el acceso a recursos materiales, emocionales y de conocimiento que incentivan la intención emprendedora. Madriz y Leiva (2018) evidenciaron que “conocer a un emprendedor” tiene un efecto positivo y significativo en la intención emprendedora tanto en Costa Rica ( $\beta = 1.953$ ,  $p < 0.001$ ) como en Alemania ( $\beta = 6.65$ ,  $p < 0.001$ ). Este hallazgo se refleja en el contexto de los jóvenes artesanos, quienes, al interactuar con redes sociales sólidas, pueden superar barreras como la falta de recursos financieros y el aislamiento cultural. De manera similar, Huggins et al. (2018) concluyeron que el capital social desempeña un papel crucial en sectores desfavorecidos al proporcionar apoyo financiero y asesoramiento informal, los cuales incrementan las probabilidades de iniciar un negocio. Este hallazgo es particularmente relevante en Cuenca, donde el entorno artesanal enfrenta desafíos significativos para la sostenibilidad económica.

En cuanto a las normas subjetivas, los resultados son consistentes con la teoría del comportamiento planificado, de Ajzen (1991), que postula que las percepciones de aprobación social influyen directamente en las decisiones de los individuos. La Barbera y Ajzen (2020) demostraron que la norma subjetiva predice significativamente la intención de emprender ( $\beta = 0.256$ ,  $p < 0.001$ ), mientras que Batz et al. (2024) confirmaron un impacto aún mayor ( $\beta = 0.47-0,56$ ,  $p < 0.01$ ) en emprendedores por necesidad. En el caso de los jóvenes artesanos de Cuenca, el apoyo social percibido, especialmente de familiares y amigos, no solo refuerza su

confianza, sino que también mitiga el impacto de barreras como la precariedad económica.

La interacción entre el capital social y las normas subjetivas también se refleja en investigaciones como las de Thai et al. (2020), quienes encontraron que la creación de redes incrementa significativamente las tasas de emprendimiento formal ( $\beta = 0.15$ ,  $p < 0.05$ ) e informal ( $\beta = 0.44$ ,  $p < 0.001$ ). Estos hallazgos son consistentes con los resultados del presente estudio, que sugieren que las redes sociales no solo facilitan el acceso a recursos, sino que también legitiman las decisiones emprendedoras en el sector artesanal. En Cuenca, esto podría traducirse en un fortalecimiento de la intención emprendedora mediante programas comunitarios que promuevan el desarrollo del capital social.

Sin embargo, algunas investigaciones previas han señalado limitaciones en el impacto del apoyo familiar sobre la intención emprendedora. López y Vázquez (2016), por ejemplo, concluyeron que la influencia familiar no siempre se traduce en una orientación emprendedora y destacaron la importancia de factores contextuales y económicos. Esto podría explicar por qué, en el caso de Cuenca, la influencia social no es el único factor determinante en la intención emprendedora, por lo cual se subraya la necesidad de adoptar un enfoque integral que combine capital social, educación y acceso a recursos financieros.

De esta manera, la influencia social se posiciona como un factor central en la formación del interés emprendedor en los jóvenes artesanos de Cuenca, particularmente a través del capital social y las normas subjetivas. Este estudio refuerza la importancia de fortalecer las redes familiares, comunitarias y sociales mediante programas que promuevan la cohesión social y el desarrollo del capital social. Estas iniciativas no solo incrementarían las oportunidades de emprendimiento juvenil, sino que también contribuirían a revitalizar el sector artesanal, asegurando su sostenibilidad cultural y económica en un entorno altamente desafiante. Los hallazgos subrayan la necesidad de contar con políticas públicas que integren el fortalecimiento del capital social con estrategias educativas y económicas específicas para este sector.

- **Acceso al financiamiento**

Los resultados del estudio impiden confirmar la hipótesis 4, que plantea que el acceso a financiamiento es un factor motivacional externo que incide de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de Cuenca. Aunque se observó una relación positiva ( $\beta = 0.013$ ), esta no resultó significativa ( $p > 0.05$ ), lo que sugiere que el acceso a financiamiento no tiene un impacto directo relevante en las intenciones emprendedoras de este grupo. Este hallazgo, en contraste con investigaciones previas, resalta las particularidades del sector artesanal en Cuenca, donde las barreras estructurales, la falta de inclusión financiera y las percepciones negativas hacia los sistemas financieros formales pueden limitar el papel del financiamiento como habilitador del emprendimiento.

En estudios como el de Hussin y Aziz (2021) realizado con mujeres emprendedoras de Malasia, se identificó que el acceso a financiamiento es un factor determinante en la intención emprendedora ( $\beta = 0.322$ ,  $p < 0.01$ ), mientras que Senou y Manda (2022) reportaron un incremento del 15.2% en la intención por emprender a temprana edad en los sectores rurales de Benín gracias al acceso a financiamiento. Estos hallazgos contrastan con el presente estudio, en el cual el financiamiento no mostró un impacto significativo. Esta diferencia puede explicarse por la falta de productos financieros adaptados al sector artesanal y la percepción de inaccesibilidad de las opciones existentes, lo que coincide con las barreras señaladas por Dash y Mishra (2021), quienes encontraron que el 80% de los artesanos en Odisha, India, carecen de acceso a créditos formales, limitando su capacidad para modernizar sus operaciones.

La débil relación encontrada en este estudio también puede interpretarse en el marco de la teoría de la jerarquía de preferencias de financiamiento, de Donaldson (1961), en la que se postula que los emprendedores priorizan recursos internos, como ahorros personales y financiamiento informal, antes de recurrir a fuentes formales de crédito. En Cuenca, los jóvenes artesanos suelen depender de redes familiares y comunitarias para obtener recursos, una tendencia documentada también por Zapata et al. (2018), quienes destacaron que el contacto con redes cercanas es crucial para el acceso al financiamiento en sectores especializados.

Además, estudios como el de Thai et al. (2020) refuerzan que, en contextos emergentes, las redes informales desempeñan un rol clave en las etapas iniciales del emprendimiento.

El acceso limitado al financiamiento también estaría vinculado a la falta de autoeficacia financiera entre los jóvenes artesanos. Sivotwa et al. (2022) demostraron que el acceso percibido al financiamiento mejora la autoeficacia financiera, que a su vez impulsa la intención emprendedora ( $\beta = 0.351$ ,  $p < 0.01$ ). Sin embargo, en Cuenca la falta de programas educativos que desarrollen habilidades financieras podría estar debilitando esta relación, lo que destaca la necesidad de implementar iniciativas que fortalezcan la confianza de los jóvenes en su capacidad para gestionar recursos financieros.

Por otro lado, la teoría del ciclo de crecimiento financiero, de Berger y Udell (1998), plantea que el acceso a financiamiento formal es más relevante en etapas avanzadas del emprendimiento. Esto podría explicar por qué los jóvenes artesanos, quienes en su mayoría están en etapas iniciales, no perciben el financiamiento como un factor crítico en sus decisiones emprendedoras. Este hallazgo es consistente con estudios como el de Araya et al. (2022), quienes identificaron desigualdades significativas en el acceso al financiamiento en emprendedores por necesidad, lo cual afecta la capacidad para traducir la intención emprendedora en acción.

Así también, contrastando los resultados de esta variable frente a las otras variables del estudio que sí mostraron significancia, se infiere que la intención emprendedora, al ser un estado mental asociado a creencia, percepciones y expectativas individuales (Xanthopoulou y Sahinidis, 2024), tendería a estar más condicionada por factores intrínsecos y sociales, como la personalidad, el capital humano y la influencia del entorno (Querejazu, 2020). En este sentido, el acceso a financiamiento estaría más relacionado con el comportamiento emprendedor, el cual estaría un paso más adelante de la intención, según el modelo de la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991).

En términos prácticos, los resultados subrayan la importancia de desarrollar políticas públicas y programas financieros adaptados al sector artesanal. Diseñar

productos financieros accesibles y flexibles, como microcréditos con requisitos menos restrictivos, podría incrementar la percepción del financiamiento como un recurso viable. Además, la capacitación en gestión financiera y el fortalecimiento de redes sociales y comunitarias pueden ayudar a los jóvenes artesanos a superar barreras estructurales y aumentar su confianza en el uso de financiamiento formal. Estas acciones no solo fortalecerían la intención emprendedora, sino que también contribuirían a la sostenibilidad cultural y económica del sector artesanal en Cuenca.

Aunque el acceso a financiamiento no mostró una relación significativa en este estudio, su potencial como habilitador del emprendimiento no debe subestimarse. Comparados con investigaciones previas, los hallazgos destacan las particularidades del contexto local y refuerzan la necesidad de un enfoque integral que combine inclusión financiera, desarrollo de habilidades y fortalecimiento de redes sociales para fomentar el emprendimiento juvenil en el sector artesanal de Cuenca.

Finalmente, y a partir de la discusión presentada, se pone en evidencia cómo las variables capital humano, actitud personal, influencia social y acceso a financiamiento interactúan en el deseo de comenzar nuevos emprendimientos artesanales en Cuenca. Si bien algunas relaciones mostraron un impacto más significativo que otras, todas aportan a la comprensión de los factores que facilitan o dificultan el emprendimiento en este sector. Los hallazgos resaltan la importancia de intervenir en aspectos clave como la formación técnica, la confianza personal, el fortalecimiento de redes sociales y el diseño de programas financieros adaptados al contexto local. Este análisis no solo reafirma la relevancia de estas variables desde un enfoque teórico y empírico, sino que también subraya la necesidad de implementar políticas y estrategias integrales que contribuyan a la sostenibilidad cultural y económica del sector artesanal en Cuenca.

- **Interpretaciones prácticas**

Este estudio, basado en un modelo integral que examina los factores motivacionales vinculados a la intención de emprender, aporta hallazgos relevantes con implicaciones prácticas tanto para los jóvenes artesanos como para las instituciones educativas y la Junta de Defensa del Artesano en la ciudad de Cuenca. Este enfoque permite no solo identificar los elementos que favorecen el desarrollo emprendedor, sino también abordar las barreras que dificultan la sostenibilidad de los emprendimientos juveniles en el sector artesanal.

En primer lugar, los jóvenes emprendedores artesanos de Cuenca se benefician directamente del modelo de referencia, que destaca cómo el capital humano, la actitud personal, la influencia social y el acceso a financiamiento afectan su intención emprendedora. Este marco teórico y empírico posibilita comprender de manera clara qué habilidades técnicas, experiencias prácticas y características personales deben fortalecerse para superar barreras estructurales, como la precariedad económica y el acceso limitado a recursos financieros. Con este conocimiento, los jóvenes artesanos pueden adoptar estrategias más efectivas para emprender de manera sostenible, preservando y modernizando sus prácticas tradicionales.

Para la Universidad Católica de Cuenca y otras instituciones de educación superior, esta investigación ofrece un modelo clave para fortalecer su vinculación académica con el sector artesanal. Así, a través de proyectos de vinculación con la sociedad e incubadoras de negocios, la Universidad puede apoyar directamente el desarrollo de la intención emprendedora ofreciendo mentorías, asesorías personalizadas y oportunidades de establecer redes de contacto (networking). Estas acciones, combinadas con la investigación aplicada y programas de formación continua, contribuirán al desarrollo económico y cultural de Cuenca, además de posicionar a las universidades como agentes clave en la sostenibilidad del sector artesanal.

Por su parte, los Centros de Formación Artesanal de Cuenca tienen la oportunidad de adaptar sus programas educativos para incorporar un enfoque integral que combine técnicas artesanales con competencias emprendedoras y de gestión empresarial. La inclusión de contenidos que promuevan la innovación, la comercialización y la sostenibilidad asegurará que los jóvenes artesanos estén mejor preparados para enfrentar los desafíos del mercado. Asimismo, estos centros pueden establecer programas de mentoría con artesanos experimentados a fin de fomentar el aprendizaje práctico y la transferencia de conocimientos intergeneracionales. Además, el modelo destaca la importancia de fortalecer las redes de colaboración entre estudiantes, egresados y empresarios locales para crear comunidades de práctica que potencien el capital social del sector. Implementar estas estrategias permitirá a los centros de formación no solo mejorar la empleabilidad y las capacidades de los jóvenes, sino también contribuir al desarrollo de un ecosistema emprendedor robusto que impulse la preservación y modernización del sector artesanal en Cuenca.

Finalmente, la Junta de Defensa del Artesano puede utilizar el modelo de referencia como base para estructurar estrategias, planes y programas destinados al desarrollo del sector juvenil artesanal. Los resultados de la investigación hacen posible identificar intervenciones clave, como la creación de programas de capacitación técnica y financiera, el fortalecimiento de redes sociales y comunitarias y la implementación de políticas públicas que promuevan la inclusión financiera y el acceso a mercados. Además, el modelo subraya la importancia de garantizar que estas iniciativas estén alineadas con las necesidades específicas del sector, contribuyendo a un entorno más favorable para el emprendimiento juvenil artesanal.

De esta manera, el modelo de referencia, desarrollado en esta investigación, no solo proporciona una guía teórica sólida, sino que también ofrece herramientas prácticas para abordar los desafíos y oportunidades del sector artesanal en Cuenca. Este enfoque integral permite a los jóvenes artesanos, las instituciones educativas y la Junta de Defensa del Artesano trabajar de manera conjunta para fortalecer el emprendimiento juvenil, promover la sostenibilidad económica y cultural del sector y garantizar la preservación de un patrimonio que es clave para la identidad de la región.

- **Resultados esperados y hallazgos**

- 1. Respecto a los resultados que sí respondieron satisfactoriamente**

En cuanto al factor capital humano, este fue identificado como un elemento determinante para impulsar la intención emprendedora. Los datos confirmaron que una mayor educación y experiencia laboral incrementan significativamente las probabilidades de que los jóvenes artesanos decidan emprender. Este hallazgo refuerza la importancia de implementar programas de formación técnica y profesional específicos para el contexto artesanal.

Por otro lado, en cuanto al factor actitud personal, los resultados destacaron la relevancia de la autoeficacia y la disposición al riesgo como componentes fundamentales de la intención emprendedora. Estos factores, que se alinean con la teoría de Bandura (1977), refuerzan la necesidad de trabajar en el desarrollo personal de los jóvenes artesanos mediante talleres de liderazgo, resiliencia y gestión emocional.

En referencia a la variable influencia social, se validó que las redes familiares, comunitarias y educativas desempeñan un papel crucial en la intención emprendedora. Este hallazgo apunta la necesidad de fortalecer las conexiones sociales y comunitarias, así como de promover un entorno favorable que inspire confianza y motivación en los jóvenes.

- 2. Respecto a los resultados que no respondieron como se esperaba**

Si bien se anticipaba encontrar evidencia del impacto significativo de la variable acceso a financiamiento, los resultados indicaron una relación débil con la intención emprendedora. Esto podría deberse a la limitada disponibilidad de recursos financieros accesibles o a la falta de conocimiento por parte de los jóvenes sobre las oportunidades existentes.

Así también, con el presente trabajo se puso en evidencia el hecho de que la intención emprendedora se enmarca en los distintos estados de la mente y que

se encuentra como una fase previa al comportamiento, siendo que en esta etapa la intención tiende a estar más condicionada por factores intrínsecos y sociales, como la personalidad, el capital humano y el apoyo del entorno, los cuales son aspectos de un marco cognitivo y motivacional que encauzarían el pensamiento del individuo hacia el comienzo de un nuevo negocio.

Los hallazgos relacionados con el capital humano, la actitud personal y la influencia social permiten identificar áreas específicas de intervención. Para los jóvenes emprendedores artesanos, los resultados ofrecen claridad sobre los factores que deberían fortalecerse para desarrollar su potencial emprendedor, ayudándolos a superar barreras como la falta de preparación técnica y el escaso apoyo social.

Por otro lado, la baja incidencia del acceso al financiamiento señala una brecha que debe ser abordada desde un enfoque integral. Es necesario profundizar en las razones por las que este factor no tuvo un impacto relevante en la intención emprendedora, lo que podría implicar limitaciones en las políticas públicas actuales o barreras estructurales en el acceso a créditos y recursos financieros.

Este hallazgo también pone de manifiesto la importancia de mejorar la comunicación y difusión de las oportunidades de financiamiento existentes, así como de diseñar productos financieros adaptados a las necesidades específicas de los jóvenes artesanos.

De esta manera, el estudio logró responder de forma satisfactoria a la mayoría de los objetivos planteados, aportando una visión clara sobre los factores que promueven o limitan la intención emprendedora en jóvenes artesanos de Cuenca. No obstante, algunos aspectos quedaron sin resolverse, como las dinámicas específicas que limitan el impacto del acceso al financiamiento y las posibles interacciones entre las variables estudiadas. Estas áreas representan oportunidades para investigaciones futuras, que podrían profundizar en el análisis de las barreras estructurales y explorar nuevas estrategias para fomentar el emprendimiento juvenil en el sector artesanal.

Por último, mediante las implicaciones prácticas de este estudio, se destaca su relevancia para orientar tanto a los emprendedores como a las instituciones educativas y gubernamentales a fin de promover un entorno más favorable para el desarrollo del emprendimiento artesanal en Cuenca, Ecuador.

- **Limitaciones del estudio**

El desarrollo de esta investigación presentó ciertas limitaciones que influyeron en el proceso de recopilación de datos y, en consecuencia, en el alcance de los resultados. Estas limitaciones, aunque manejadas en la medida de lo posible, reflejan aspectos logísticos y metodológicos, que deben ser considerados al interpretar los hallazgos del estudio. A continuación, se describen las tres principales limitaciones.

En primer lugar, la dificultad para encuestar a los jóvenes artesanos fue un desafío significativo. Muchos participantes no estaban disponibles debido a sus ocupadas agendas laborales, y algunos se negaron a participar, lo que redujo el tamaño efectivo de la muestra. Este inconveniente limitó la posibilidad de recolectar datos más representativos y reflejó la complejidad de trabajar con poblaciones que enfrentan restricciones de tiempo y recursos.

En segundo lugar, la extensión del instrumento de medición resultó ser una barrera durante la recopilación de datos. Aunque el cuestionario fue diseñado para abarcar las variables clave del modelo, su longitud generó cansancio en algunos participantes, lo que pudo haber afectado la calidad y precisión de sus respuestas. Además, ciertas preguntas, especialmente aquellas relacionadas con conceptos complejos como la autoeficacia y el riesgo, fueron percibidas como complicadas, lo que pudo influir en la interpretación de los resultados.

Finalmente, la falta de acceso a bases de datos actualizadas y centralizadas sobre jóvenes artesanos en Cuenca representó una dificultad metodológica

importante. Esta carencia obligó a buscar información en múltiples fuentes, lo que incrementó el tiempo y los recursos necesarios para identificar una muestra representativa. Este aspecto también limitó la capacidad de generalizar los resultados a otras poblaciones similares, dado el esfuerzo requerido para obtener datos precisos y completos.

Estas limitaciones subrayan la importancia de desarrollar mejores estrategias de recolección de datos y optimizar el diseño de los instrumentos para futuras investigaciones. A pesar de estos desafíos, los hallazgos de este estudio proporcionan una base valiosa para la comprensión de los factores que influyen en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos en Cuenca.

- **Recomendaciones y líneas futuras**

Con base en los puntos que quedaron sin ser resueltos en el presente estudio, se plantean las siguientes recomendaciones y líneas futuras de investigación con el objetivo de profundizar y ampliar el conocimiento sobre los factores que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos en Cuenca, Ecuador.

Desde una perspectiva metodológica, se sugiere optimizar el diseño del instrumento de recolección de datos para futuras investigaciones. Es importante reducir la extensión del cuestionario y simplificar las preguntas relacionadas con conceptos complejos, lo que podría mejorar la calidad de las respuestas y la experiencia de los participantes. Además, se recomienda emplear estrategias más efectivas de acercamiento a la población objetivo, como campañas de sensibilización o el uso de plataformas digitales, para maximizar la tasa de respuesta y la representatividad de la muestra.

Desde el punto de vista teórico, sería valioso integrar nuevas variables que podrían influir en la intención emprendedora; por ejemplo, variables como la innovación, el apoyo gubernamental, las políticas públicas específicas para

artesanos y el acceso a tecnología podrían proporcionar una visión más completa de los factores que afectan el emprendimiento en este contexto. Estas variables complementarias permitirían abordar aspectos que no fueron considerados en el marco actual de la investigación.

### **Líneas futuras de investigación**

1. Una de las limitaciones del presente estudio fue su diseño transversal, lo que impidió evaluar cambios en la intención emprendedora a lo largo del tiempo. Investigaciones futuras podrían emplear un diseño longitudinal para analizar cómo los factores motivacionales evolucionan y afectan la intención emprendedora en distintas etapas de la vida de los artesanos.
2. Incorporar variables de control, como género y edad, posibilitaría explorar diferencias significativas en la intención emprendedora entre distintos grupos poblacionales. Este enfoque contribuiría a identificar necesidades específicas y desarrollar estrategias más inclusivas y efectivas para fomentar el emprendimiento.
3. Replicar el estudio en otros sectores de actividad y en diferentes regiones, tanto dentro como fuera de Ecuador, proporcionaría un marco comparativo valioso para identificar patrones comunes y particularidades contextuales en la intención emprendedora.
4. En investigaciones futuras se podría profundizar en el impacto de las políticas públicas y programas gubernamentales sobre la intención emprendedora de los jóvenes artesanos, mediante el análisis de su efectividad.

Estas recomendaciones y líneas futuras no solo complementan los hallazgos de este estudio, sino que también abren nuevas oportunidades para enriquecer el conocimiento teórico y práctico sobre el emprendimiento artesanal al promover el

desarrollo sostenible del sector juvenil artesanal en Ecuador y otros contextos similares.

## Referencias

- Agu, A., & Nwachukwu, A. (2020). Exploring the relevance of Igbo Traditional Business School in the development of entrepreneurial potential and intention in Nigeria. *Small Enterprise Research*, 1-17.
- Agustina, T., Gerhana, W., & Sulaiman, S. (2020). The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin Regional Government). *Journal of Wetlands Environmental Management*, 8(1), 21-32.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-221.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. 2(4), 314-324.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. (N. U. Mahwah, Ed.) The handbook of attitudes.
- Alcívar, E., Del Río, J., Rosal, J., & Villamandos, N. (2019). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios: Validación de la teoría de acción planificada. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 6(2), 1-12.
- Ali, F., Koseoglu, M., Okums, F., Putra, E., Yildiz, M., & Dogan, I. (2021). Is lodging research suffering from methods bias? An assessment of published research during 1990-2016. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(3), 423-438.
- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñan, F. (2019). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323-1342.
- Álvarez, F., López, O., & Toledo, M. (2021). Acceso al financiamiento de las pymes. *Banco de Desarrollo de América Latina. Documentos de políticas para el desarrollo No 3*.
- Araya, F., Kuschel, K., & Alsua, C. (2022). Recomendaciones para una política nacional de emprendimiento femenino en Chile. *Revista de Ciencias de la Gestión*(7).
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas profesión*. *Matronas profesión*, 5(17), 23-29.

- Asamblea Nacional . (2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Registro Oficial N° 151, del 28 de febrero de 2020.
- Asamblea Nacional. (2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación , Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020.
- Baillon, A., & L'haridon, O. (2021). Discrete Arrow–Pratt indexes for risk and uncertainty. *Economic Theory*, 7(24), 1375-1393.
- Banco Mundial. (2022). Indicadores Banco Mundial. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador>
- Bandura, A. (1969). Social learning of moral judgments. *Journal of personality and social psychology*, 11(3), 275.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura, A. (1999). *Social cognitive theory of personality. The coherence of personality: Social-cognitive bases of consistency, variability, and organization*. 72 Spring Street, New York, Ny 10012: The Guilford Press a division of Guilford Publication, Inc.
- Baraldi, V. (2021). John Dewey: la educación como proceso de reconstrucción de experiencias. *Revista de la Escuela de Ciencias de la Educación*, 1(16), 68-76.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Batz, A., Romero, J., & Montes, J. (2024). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: a comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 11.
- BCE. (2021). LA PANDEMIA INCIDIÓ EN EL CRECIMIENTO 2020: LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 7,8%. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- BCE. (2024). *La economía ecuatoriana registró un crecimiento de 2,4% en 2023*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-de-2-4-en-2023-1616>
- Beck , T., & Demirguc, K. (2008). Access to finance: An unfinished agenda. *The world bank economic review*, 223, 383-396.

- Becker, G. (1964). *Human Capital*, 1st ed. (New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research).
- Becker, G. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Ben-Porath, Y. (1967). The production of human capital and the life cycle of earnings. *Journal of political economy*, 75(4), 352 - 365.
- Berger, A., & Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22, 613-673.
- Bernoulli, D. (1738). *Specimen Theoriae Novae de Mensura Sortis* (Vols. 5, 175–192.). *Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae*,.
- Betones, F., & Radrigán, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*,(94), 11-30.
- Beugelsdijk, S., & Smeets, R. (2008). Entrepreneurial culture and economic growth: revisiting McClelland's Thesis. *American Journal of Economics and Sociology*, 67(5), 354-362.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Blanchflower, D., & Oswald, A. (1998). What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26-60.
- Blasio, G., De Paola, M., Poy, S., & Scoppa, V. (2021). Massive earthquakes, risk aversion, and entrepreneurship. *Small Business Economics volume*, 57, 295-322.
- Bodie, Z., & Merton, R. (2003). *Finanzas*. México DF. México : Pearson Educación.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach* (8va Edición ed.). (J. W. Sons, Ed.)
- Bouichou, E. H. (2021). Entrepreneurial intention among rural youth in Moroccan agricultural cooperatives: The future of rural entrepreneurship. *Sustainability*, 13(16).
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. (N. Y. Press., Ed.) *Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education*, 241-258.
- Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *sociológica*, 2(5), 11-17.

- Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista economía y política*(33), 139-155.
- Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*(33), 139-155.
- Brouce, G., & Avila, A. (2018). Operacionalización de variables. *Revista del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel"*, 2, 43.
- Brouwer, M. (2002). Weber, Schumpeter and Knight on entrepreneurship and economic development. *Journal of Evolutionary Economics* volume, 12, 83-105. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s00191-002-0104-1#citeas>
- Brown, J., & Duguid, P. (1991). Organizational learning and communities-of-practice: Toward a unified view of working, learning, and innovation. *Organization science*, 2(1), 40-57.
- Burgos, J., Orellana, A., Sasi, L., & Vásquez, J. (2023). Ciclo de vida de empresas bananeras familiares y no familiares en Ecuador: modelo de ecuaciones estructurales. *Revista de ciencias sociales*, 29(3), 332-354.
- Bwalya, C. (2022). An open sesame: a practical literature review on internationalization and entrepreneurial venture theories. *Journal of International Business Research*, 2(3).
- Bygrave, W. (1997). The entrepreneurial process. *The portable MBA in Entrepreneurship*.
- Cabiedes, B., Zitki, P., Pinedo, R., Espinoza, M., & Albor, C. (2011). ¿Cómo se ha medido la posición social en investigación en salud? Una revisión de la literatura internacional. *Rev. Panamá Salud Pública*, 29(6), 457- 468.
- Caicedo, M. (2021). Caicedo, M. (2021). Representaciones sociales de los mexicanos desempleados y subempleados en torno a depresión y ansiedad: un estudio comparado; Chicago y ciudad de México. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 37(1), 123-156.
- Caigas, M., Haro, M., & Ramírez, E. (2017). El estado colombiano y el emprendimiento empresarial, éxito o fracaso de su programa clave. *Criterio libre*, 15(26), 105-130.

- Camarillo, A. (2018). La nueva forma de hacer negocios, un comparativo de la cultura del emprendimiento entre México y Perú. *La Vida y la Historia*(7), 90-97.
- Campas, M., De Luna, L., De Oca, E., & De la Torre, A. (2020). Exploración del riesgo de suicidio en estudiantes universitarios mexicanos durante el aislamiento social por Covid-19. *Revista de Psicología de la Universidad Autónoma del Estado de México*, 9(18), 54-72.
- Carton, J., Mikayla, R., & Nowiciki, S. (2021). Parent antecedents of locus of control of reinforcement: a qualitative review. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-9.
- Cea D'Áncona, M. Á. (2002). Análisis multivariable: Teoría y práctica en la investigación social, Madrid: Síntesis. *Empiria Revista de metodología de ciencias sociales*, 207-210.
- CEPAL. (2020). Midiendo el impacto del COVID19 con miras a la reactivación. *Reporte especial COVID19*.
- CEPAL. (2022). *CEPAL espera una desaceleración del crecimiento de América Latina y el Caribe en 2023, con una expansión proyectada de 1,4%*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-espera-desaceleracion-crecimiento-america-latina-caribe-2023-expansion-proyectada#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20CEPAL%2C%20en%202023,altas%20y%20menor%20liquidez%20global>.
- Chacón, R., & Martínez, N. (2020). Relación entre la práctica de actividad física y los empleados saludables en un club deportivo-social. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(3), 64-73.
- Chavez, E., Milanesi, G., & Pece, G. (2021). Aversión al riesgo implícita en los precios de mercado de diferentes activos financieros de Argentina. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 16(1).
- Chavez, E., Milanesi, G., & Pesce, G. (2017). Funciones de utilidad y estimación de la - aversión al riesgo: Revisión de la literatura. *Escritos Contables y de Administración*, 7(2), 97-118.
- Chen, Y., Sensini, L., & Vazquez, M. (2021). Determinants of leverage in emerging markets: empirical evidence. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 11(2), 40.
- Cialdini, R. (2007). *Influence: The psychology of persuasion* (Vol. Vol. 55). New York: Collins.

- Ciprés, M., & Llusar, J. (2018). La nueva forma de hacer negocios, un comparativo de la cultura del emprendimiento entre México y Perú. *La vida y la historia*(7), 90-97.
- Civelek, M. K. (2024). From intention to action: Understanding bank credit access through the lens of the theory of planned behavior. *Oeconomia Copernicana*, 15(2), 683-715.
- Clerici, G., Elgier, A., Gago, L., García, M., & Azzollini, S. (2020). La contribución del entorno socioeconómico al autoconcepto y percepción infantil de las pautas parentales de crianza. *Revista de Psicología y Educación*, 15(1), 87-97.
- Clerici, G., Elgier, A., Gago, L., Garcia, M., & Susana, A. (2020). La contribución del entorno socioeconómico al autoconcepto y percepción infantil de las pautas parentales de crianza. *Revista de psicología y educación*, 15(1), 87-97.
- Colado, A. (2021). Educación formal y educación no formal: acortando las distancias. *Quaderns d'animació i educació social*, 9, 1-34.
- Coleman, J. (1990). Commentary: Social institutions and social theory. *American sociological review*, 3, 333-339.
- Colman, M., Da Silva, J., Wetermann, B., & Dlamini, S. (2019). The impact of perceived innovativeness, perceived risk and perceived educational support on University student's entrepreneurial intention. *The Business and Management Review*, 67(1-3), 1-8.
- Compeau, D., & Higgins, C. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS quarterly*, 189-211.
- Contreras, M., & Matínez, A. (2019). Aproximación a la medición del capital social: una revisión literaria. *Panorama Económico*, 27(3), 631-654.
- Coon, M., & Mittler, J. (2012). Introduction to psychology. Gateways to mind an behavior. *Canada: Watsworth cengage learning*.
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2021). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, 2(2).
- Cueva, C., Vásconez, H., & Silva, J. (2017). El capital intelectual desde una revisión teórica de la literatura publicada. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 29-50.

- Dash, M. y. (2021). Problems of handicraft artisans: an overview. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 9(25), 29-38.
- Davidsson, P., & Honig, P. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(23), 301-331.
- Del Valle, M., & Zamora, E. (2021). El uso de las medidas de auto-informe: ventajas y limitaciones en la investigación psicológica. *Alternativas psicológicas*(4), 22-35.
- Dettmer, G. (2019). Análisis de Redes Sociales (ARS): Estado del arte del caso mexicano. *Espacio Abierto*, 28(3), 5-24.
- DeVellis, R. (2017). *Scale Development: Theory and Applications* (4° Edición ed.). Sage Publications.
- Diez, S. (2020). Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 145-158.
- Do Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., Gouveia, R., & Dinis, A. (2015). Entrepreneurial intentions: is education enough? *International Entrepreneurship and Management Journal volume*, 11, 57-75.
- Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 400-412.
- Donaldson, G. (1961). Corporate debt capacity: a study of corporate debt policy and determination of debt capacity. *Boston, Harvard Graduate School of Business Administration*.
- Druker, P. (1985). *The discipline of innovation* (Vol. 63). Harvard business review.
- Duarte, A., Kiat, S., O'Brien, S., & Geneste, L. (2019). Understanding entrepreneurial deviance through social learning and entrepreneurial action theory: an empirical study. *European Business Review*, 32(4), 643-666.
- Eche, D. (2018). Migración y renovación generacional en la agricultura familiar indígena: estudio de caso Otavalo-Ecuador. *Siembra*, 5(1), 1-15.
- Edmondson, A. C., & McManus, S. E. (2007). Methodological fit in management field research. *Academy of management review*, 1246-1264.
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebane, V., & Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia & trabajo*, 18(55), 16-22.

- Esteves, A. (2020). El impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo de Ecuador. *Revista latinoamericana de políticas y acción pública*, 7(2), 35-41.
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 00149.
- Etzioni, A. (2003). Toward a new socio-economic paradigm. *Socio - Economic Review*, 1(1), 105.
- Fatwa, T., & Fakhiri, A. (2020). Internal locus of control and entrepreneurial intention: A study on vocational high school students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 14(1), 97-102.
- Feeley, C. (2019). Freebirthing: a case for using interpretative hermeneutic phenomenology in midwifery research for knowledge generation, dissemination and impact. *Journal of Research in Nursing*, 24(12), 9-19.
- Felix, C., Aparicio, S., & Urbano, D. (2019). Leadership as a driver of entrepreneurship: an international exploratory study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(3), 397-420.
- Ferdous, L. (2019). Capital structure theories in finance research: A historical review. *Australian Finance & Banking Review*, 3(1), 11-19.
- Ferreira, L., Godinez, I., Gabbard, C., Vieira, J., & Cacola, P. (2018). Motor development in school-age children is associated with the home environment including socioeconomic status. *Child: care, health and development*, 44(6), 801-806.
- Ferrel, O., & Hirt, G. (2004). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. McGraw Hill.
- Fiandra, Y., Yulastri, A., & Ganefri, S. (2023). The Impact of Work Experience on Entrepreneurial Intention Among Vocational Education Students. *Journal of Technical Education and Training*, 15(4), 37-49.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2).
- Fonseca, J., & Prieto, J. (2020). Marx e Weber: o ethos da burguesia e as origens do capitalismo moderno. *Desafíos*, 32(2), 1-28.
- Foresto, E. (2020). Aprendizajes formales, no formales e informales. Una revisión teórica holística. *Contextos de Educación*, 29(21), 24-36.

- Franco, M., Gutiérrez, F., & Orellana, K. (2019). Determinantes del acceso al crédito para la PYME del Ecuador. *Conrado [online]*, 15(67), 295-303.
- Garabito, G. (2013). Experiencias de trabajo desde un análisis tridimensional. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1335-1343.
- García, F., Ruiz, I., Gutiérrez, T., & Gil, E. (2020). Entrepreneurial intentions in the context of a collectivist economy: a comparison between Cuba and Spain. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(2), 855-873.
- García, M. (2016). Probabilidad e incertidumbre, una aproximación desde la historia del pensamiento. *Revista de Economía Institucional*, 18(35), 101-122.
- García, M., Zerón, F., & Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103.
- García, M., Zerón, F., & Sánchez, Y. (2019). Factores del entorno determinantes del emprendimiento en México. *Etrmado*, 14(1), 88-103.
- García, R., Sánchez, Y., & Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12).
- Gasparini, C., & Ottone, L. (2018). Las PyME en Argentina: actores clave y problemas recurrentes. El acceso al financiamiento. *Ec-Revista de Administración y Economía*(1), 43-63.
- Gieure, C., Benavides, M., & Roig, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605-1620.
- Gieure, C., Benavides, M., & Roig, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605-1620.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Administración financiera* (Decimosegunda edición ed.). México: Pearson Educación.
- Gomez, A., Lima, J., & Cappelle, M. (2013). Del emprendedurismo a la noción de acciones emprendedoras: reflexiones teóricas. *Revista alcance*, 20(2), 203-220.
- González, J., Pérez, S., Lechuga, C., Cruz, D., Hernández, B., & Sauza, B. (2021). Teoría de la jerarquía financiera¿ aplica en las grandes empresas mexicanas? *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 8(16), 31-35.

- Graus, M. (2020). Escala estadística y software para evaluar coherencia didáctica en procesos de enseñanza-aprendizaje de Matemáticas. *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 11(1), 140-165.
- Guamán, G., Asanza, K., & Orellana, D. (2021). El aporte de los emprendimientos a la economía cuencana en tiempos de pandemia. *Boletín de Coyuntura*, 5-13.
- Guevara, E., & Parra, E. (2019). Interacciones sociales, pobreza y liderazgo: una mirada desde el paradigma del capital social. *Reflexión pública*, 21(43), 156-169.
- Guthmann, H., & Dougall, H. (1962). *Corporate financial policy*. New Jersey,: Prentice-Hall.
- Hahn, D., Tommaso, M., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257-285.
- Hair, J., Black, W., Babin, J., & Anderson, R. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Chertton House: Cengage: Learning EMEA.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3° edición ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hampton, J. (2011). *Financial risk management*. New York: AMACOM.
- Haowen, L., & Úcar, X. (2021). Una revisión sistemática sobre las relaciones entre el guanxi y el capital social en el contexto chino. *Tendencias Sociales. Revista de Sociología*(7), 106-131.
- Heckman, J. (2000). Políticas to foster human capital. *Políticas to foster human capital*, 54(1), 3-56.
- Hernández, D., Moncada, J., & Henao, L. (2018). Intención emprendedora de los empleados del sector privado de la ciudad de Medellín y su área metropolitana. *Revista CEA*, 4(8), 13-33.
- Hernández, R. (2019). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista academia de negocio*, 14(1), 1-12.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: MacGraw-Hill Educacion.

- Hernández, S., & Medoza, T. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill.
- Holguin, J., & Rodríguez, M. (2020). Proactividad y resiliencia en estudiantes emprendedores de Lima. *Propósitos y Representaciones*, 8(2).
- Hubert, M., Vandervieren, E., & Verdonk, T. (2020). Outlier detection for skewed data: an overview and recommendations. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 10(6), e1375.
- Hueso, J. (2024). Estudio preliminar sobre la intención emprendedora desde la configuración de los valores personales de los agricultores del sector oleícola en la provincia de Jaén. [Tesis de maestría, Universidad de Jaen]. Obtenido de <https://crea.ujaen.es/handle/10953.1/21457>
- Huggins, R., Thompson, P., & Williams, N. (2018). Entrepreneurship and Social Capital: Examining the Association in Deprived Urban Neighbourhoods. *International Journal of Urban and Regional Research*, 44(2), 289-309.
- Hussin, A., & Aziz, B. (2021). Socioeconomic development on poverty alleviation of women entrepreneurship. *International Journal of Professional Business Review*, 6(1), 1-30.
- Ilyas, A. (2023). Entrepreneurial Intention Among Children: Findings From School-Going Children Compared With Children at Workplace. *Asia-Pacific Social Science Review*, 23(2), 83-96.
- INEC. (2020). Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo telefónica 2020. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU\\_telefonica/Principales\\_Resultados\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf)
- INEC. (2022). Base censo 2010. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-censo-2010/>
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), anual 2021*.
- INEC. (2024). *Resultados Censo 2022*. Obtenido de [https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/04/01\\_2022\\_CPV\\_Estructura\\_poblacional.xlsx](https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/04/01_2022_CPV_Estructura_poblacional.xlsx)
- Iwu, G., Opute, P., Nchu, R., Erasia-Ece, C., Tengeh, R., Jaiyeoba, O., & Aliyu, O. (2021). Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as

- antecedents of student entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100295.
- Jacome, M., & Jacome, O. (2020). Intenciones emprendedoras: Una Mirada al Comportamiento de los Estudiantes Universitarios de Ecuador. *Reporte Nacional GUESSS 2018 – 2019. Ecuador: Universidad Católica de Cuenca.*
- Jafari, V., Kimiangari, S., & Biancone, P. (2020). Level of education and knowledge, foresight competency and international entrepreneurship: A study of human capital determinants in the European countries. *European Business Review*, 32(1), 46-68.
- Jirón, D., & Rioboo, L. (2022). Modelos de ecuaciones estructurales (SEM) y su aplicación en la educación. *Revista Ciencia y Tecnología El Higo*, 12(1), 28-41.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2000). Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2000). Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia. *Universidad Nacional de Córdoba, Memorias de la 5ª. Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur.*
- Keeley, R., Klosfsten, M., & Ulfstedt, T. (2001). Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2.
- Kihlstrom, R., & Laffont, J. (1983). Implicit labor contracts and free entry. *The Quarterly Journal of Economics*, 55-105.
- Kline, R. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (5th Edición ed.). NY, EEUU: The Guilford Press.
- Knight, F. (1921). *Risk, uncertainty and profit. (Vol31)*. Houghton Mifflin.
- Kopalle, P., Lehmann, D., & Farley, J. (2010). Consumer expectations and culture: The effect of belief in karma in India. *Journal of consumer research*, 37(2), 251-263.
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfo, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of Technology Management & Innovation*, 1(3), 84-93.
- Krueger, N. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship theory and practice*, 24(3), 5-24.

- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential & potential entrepreneurs. *18*(3), 91-104.
- Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. (2018). Values Matter, Don't They? – Combining Theory of Planned Behavior and Personal Values as Predictors of Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, *10*(1), 55-83.
- Kwapisz, A. (2019). Do government and legal barriers impede entrepreneurship in the US? An exploratory study of perceived vs. actual barriers. *Journal of Business Venturing Insights*, *11*, e00114.
- Kyvik, O. (2018). The global mindset: A must for international innovation and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *14*(2), 309-327.
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2020). Control interactions in the theory of planned behavior: Rethinking the role of subjective norm. *Europe's Journal of Psychology*, *16*(3), 401.
- Lakshmanan, A., & Krishnan, H. (2011). The aha! experience: Insight and discontinuous learning in product usage. *Journal of Marketing*, *75*(6), 105-123.
- Lara, A., Gracia, J., Gálvez, P., Grimaldi, M., & Gómez, M. (2022). Does background matter? Analysis of the influence of sex, socioeconomic status and the existence of an entrepreneurial family member as a precursor to entrepreneurship in university students of Sport Sciences. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, *31*.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020. *ESPAE. Escuela de negocios*.
- Leguía, A., Moriano, J., & Gorgievski, M. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, *31*, 44-57.
- Lenadro, J. (2020). Fiabilidad de las escalas: interpretación y limitaciones del Alfa de Cronbach.
- Lin, N. (2001). Social capital: A theory of social structure and action. *Cambridge, MA: Harvard University Press*.
- Liñan, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, *33*(3), 593-617.

- Llibrer , A. (2021). Campesinos y artesanos:¿ trabajo informal en la Edad Media? Una reflexión sobre la manufactura rural desde ámbito valenciano (siglos XIII-XV). *Temas Medievales*(29), 1-26.
- Locke, E., & Lathman, G. (1990). *A theory of goal setting & task performance theory of goal setting & task performance*. Prentice-Hall, Inc.
- López, A., & Vázquez, M. (2016). The Influence of a Family Firm on Entrepreneurship: Student's. *El proceso de enseñanza-aprendizaje en las escuelas de negocios. Una perspectiva desde México*, 195-212.
- López, G., & Espeso, P. (2020). Pesca artesanal, patrimonio cultural y educación social.: El pescador murciano como transmisor cultural. *Revista Murciana de Antropología*(27), 11-32.
- Lozano, S., Robledo, R., & Lozano, L. (2020). Desempleo en tiempos de covid-19 efectos socioeconómicos en el entorno familiar. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 5(4), 187-197.
- Mabunda, M., Nansubuga, O., & Horn, L. (2021). Risk Aversion, Entrepreneurial Attitudes, Intention and Entry Among Young People in Uganda and Germany: A Gendered Analysis. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7(1), 31-59.
- Madriz, C., & Leiva, J. (2018). Human and social capital as drivers of entrepreneurship. *SBIR Small Business International Review*, 2(1), 29-42.
- Mahola, S., Aderibigde, J., & Chimucheka, T. (2019). South African University Students' Entrepreneurial Intention as a Correlate of Entrepreneurship Risk Perceptions and Aversion. *J Hum Ecol*, 67(13), 1-8.
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & Garcia, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista médica clínica las condes*, 30(1), 36-49.
- Marcoulides, G., & Schumacker, R. (1999). Coefficient Alpha: A Useful Indicator of Reliability. *Educational and Psychological Measurement*, 59(5), 746-759.
- Martín, N. (2021). Turismo sostenible en empresas turísticas vacacionales. Motivaciones y limitaciones en la implantación de medidas sostenibles en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(3), 419-435.
- Martínez, J., Durán, S., & Serna, W. (2021). COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender factores decisivos en

- estudiantes universitarios. *Corporación Universitaria Autónoma de Nariño*, 27(2), 272-283.
- Matos, S., & Hall, J. (2021). An exploratory study of entrepreneurs in impoverished communities: when institutional factors and individual characteristics result in non-productive entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(1-2), 134-155.
- Mayo, G. (2020). El capital social como producto de los procesos de comunicación interpersonal en las actividades cotidianas y asambleas realizadas entre los comerciantes de un mercado móvil de la alcaldía Venustiano Carranza de la Ciudad de México en el mes de abril de 2. *Sintaxis*(5), 148-163.
- Medoza, J., & Garza, J. (2009). La medición en el proceso de investigación científica: Evaluación de validez de contenido y confiabilidad. *Innovaciones de negocios*, 6(11), 17-32.
- Melo, A. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(12), 132-146.
- Melo, R. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(2), 132-146.
- Mendieta, P. (2020). Rasgos Tributarios en los Comerciantes de la Festividad del Corpus Christi. *PODIUM*(37), 1-14.
- Mill, J. (1848). Principles of Political Economy, with some of their Applications to Social Philosophy. London; Longmans, Green and Co. Obtenido de <https://www.econlib.org/library/Mill/mlP.html>
- Mincer, J. (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*, 66( 4), 281- 302.
- Ministerio del Trabajo. (2015). *Reglamento de formación y titulación artesanal, maestros de taller. Acuerdo ministerial 174. Registro Oficial 567 de 18-ago.-2015.*
- Ministerio del Trabajo. (2022). Actas de Finiquito en el Sistema Único de Trabajo. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/mrl/contenido/indicadores/indiFiniquito.xhtml>

- Molina, J., García, L., & Quezada, J. (2023). Instrumento para medir los factores que impulsan el emprendimiento en estudiantes femeninas universitarias. *Revista Conrado*, 19(94), 120-130.
- Montoya, I., Velencia, A., & Montoya, A. (2016). Mapeo del campo de conocimiento en intenciones emprendedoras mediante el análisis de redes sociales de conocimiento. *Revista Chilena de Ingeniería*, 24(2), 337-350.
- Moore, S., & Cullone, E. (1996). Predicting adolescent risk behavior using a personalized cost benefit analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 15, 343–359.
- Mora, P., Aguirre, J., Álava, N., & Codero, J. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, 15(30), 123-140.
- Moreno, D. (2022). *Impacto de las prácticas de gestión de recursos humanos en la productividad laboral* (Primera Edición ed.). Boyacá: Editorial UPTC.
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 554-580.
- Naciones Unidas . (s.f). *Desafíos globales. Juventud*. Obtenido de <https://www.un.org/es/global-issues/youth#:~:text=No%20existe%20una%20definici%C3%B3n%20internacional,entre%2015%20y%2024%20a%C3%B1os>.
- Norma, G., & Streiner, D. (2008). *Biostatistics: The Bare Essentials* (3rd ed ed.). PMPH USA (BC Decker).
- Nurhidayani, N., Trisno, M., & Dewi , W. (2021). Social Capital that Affects the Forming of Entrepreneurial Intention through Self-Efficacy. *Randwick International of Social Sciences (RISS) Journal*, 2(4), 485-491.
- OIT. (2020). Jóvenes, empleo y protección social insumo para la discusión. (I. p. discusión, Ed.) *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_751943.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_751943.pdf)
- OIT. (2020). Los jóvenes y la COVID-19: Efectos en los empleos, la educación, los derechos y el bienestar mental. *Informe de la Encuesta 2020*. Obtenido de

- [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_753054.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_753054.pdf)
- OIT. (2022). *Juventud y migración*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: <https://www.ilo.org/global/topics/labour-migration/policy-areas/youth-and-migration/lang--es/index.htm>
- Ontano, M., Mejía, A., & Avilés, M. (2021). Principios bioéticos y su aplicación en las investigaciones médico-científicas: Artículo de revisión. *Ciencia Ecuador*, 3(3), 9-16.
- OPS. (s.f). Educación en inocuidad de alimentos: Clasificación de la investigación. Obtenido de [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10484:educacion-inocuidad-alimentos-clasificacion-de-investigacion&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10484:educacion-inocuidad-alimentos-clasificacion-de-investigacion&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0)
- Ordoñez, D., Calderón, J., & Padilla, L. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Revista Nacional de Administración*, 12(1).
- Ordóñez, F. (2021). Cuenca, ciudad de artesanos. *CIDAP*.
- Organización Internacional del Trabajo. (s.f). *Glossary of statistical terms*. Obtenido de <https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/glossary/#Y>
- Passaron, R., Quinto, I., & Thomas, A. (2018). The impact of higher education on entrepreneurial intention and human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 135-156.
- Pranic, L. (2023). What Happens to the Entrepreneurial Intentions of Gen Z in a Crony Capitalist Economy Amidst the COVID-19 Pandemic? *Sustainability*, 15(7), 5750.
- Preacher, K., & MacCallum, R. (2003). Repairing Tom Swift's Electric Factor Analysis Machine. *Understanding Statistics*, 2(1), 13-43.
- Putman, R. (1993). Putnam, R. D. (1993). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. *Princeton, NJ: Princeton University Press*.
- Querejazu, C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*,(52), 69-97.
- Querejazu, C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*(52), 69-97.

- Ramírez, J. (2005). Revisiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam. *Acta Republicana: Política y Sociedad*, 4, 21–36.
- Ramos, A., Martínez, C., & Hernández, P. (2022). La discriminación en la universidad: una revisión sistemática de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 8195-8216.
- Ramos, C. (2021). Un método de cálculo de tamaño muestral de análisis de potencia a priori en modelos de ecuaciones estructurales. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 1, 104-105.
- Riepe, J., Rudeloff, M., & Veer, T. (2020). Financial literacy and entrepreneurial risk aversion. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 289-308.
- Rodríguez, C., Oré, J., & Vargas, D. (2021). *Las variables en la metodología de la investigación científica*. Alicante: Editorial Científica 3Ciencias.
- Romero, M., & Álvarez, M. (2022). usos del término "Likert". Una revisión en estudios sobre aprendizaje organizacional. *Revista De La Escuela De Perfeccionamiento En Investigación Operativa*, 30(51).
- Rositas, J. (2014). Los tamanos de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusion en la generacion del conocimiento. *Innovaciones de Negocios*, 11(22), 235-268.
- Rotter, J. (1966). Generalised expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, 1-28.
- Rueda, I., Delgado, J., Monrroy, b., & Rivera, P. (2021). Rasgos del emprendedor potosino: un análisis entre hombres y mujeres. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 12(38), 109-126.
- Salas, A., Navarro, R., & Montero, E. (2017). Un modelo de ecuaciones estructurales para el estudio de factores que afectan la competencia lectora y la alfabetización matemática: una aproximación bayesiana con datos de PISA 2009. *Estadística Española*, 59(194), 167-192.
- Sánchez, R., Salazar, R., & Soto, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta universitaria*, 24, 59-72.
- Sandi, A., & Nurhayati, M. (2020). Effect of entrepreneurship education, family environment and self-efficacy on students entrepreneurship intention. *In 4th International Conference on Management, Economics and Business*, 9-12.
- Saunders, M., Philip, L., & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students* (Sixth edition ed.). England: Pearson Education Limited.

- Schall, C., & Lawrence, H. (1983). *Administración financiera* (4<sup>o</sup> edición ed.). McGraw-Hill.
- Schultz, T. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1 - 17.
- Seeram, E. (2019). An overview of correlational research. *Radiologic technology*, 91(12), 176-179.
- Seid, G. (2022). Clase y Red. Ese postergado encuentro entre análisis de clase y capital social. *Intersticios sociales*(24), 9-33.
- Sekerbayeva, A., Tamenova, S., Tarman, B., Demir, S., Baizyldayeva, U., & Yussupova, S. (2023). The moderating role of entrepreneurial self-efficacy and locus of control on the effect of the university environment and program on entrepreneurial intention and attitudes. *European Journal of Educational Research*, 12(3), 1539-1554.
- Senay, U., HAnde, K., Busra, T., & Faruc, S. (2022). Locus of control, need for achievement, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(2).
- Senou, M. M. (2022). Access to finance and rural youth entrepreneurship in Benin: Is there a gender gap? *African Development Review*, 34(1), 29-41.
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A., & Haider, M. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259-280.
- Shamara, P. (2010). Measuring Personal Cultural Orientations: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(6), 787-806.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the relationship between creativity and entrepreneurial intention: the moderating role of creativity in the theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209.
- Shiau, W., Yuan, Y., Pu, X., Ray, S., & Chen, C. (2020). Understanding fintech continuance: perspectives from self-efficacy and ECT-IS theories. *Industrial Management & Data Systems*, 120(9), 1659-1689.

- Silvia, J., & Dwi, W. (2023). The Influence of Entrepreneurship Education, Self Efficacy and Locus of Control on Students' Entrepreneurial Intentions in Yogyakarta. *Asian Journal of Management Analytics*, 2(4), 405-414.
- Sindón, G., Leyva, R., & Carrillo, A. (2020). Capital Social como factor de emprendimiento en los países de la OCDE: implementación de un modelo con datos de panel. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 30, 312-326.
- Sitkin, S., & Pablo, A. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of management review*, 17(1), 9-38.
- Smitg, A., & Jones, C. (2021). Using cross-tabulation for survey data analysis. *Journal of Social Research Methods*, 34(2), 23-24.
- Soomro, B., Lakhan, G., Mangi, S., & Shah, N. (2020). Predicting entrepreneurial intention among business students of public sector universities of Pakistan: an application of the entrepreneurial event model. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(3), 219-230.
- Soriano, J., & Mejía, J. (2022). Modelado de ecuaciones estructurales en el campo de las Ciencias de la Administración. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 33, 242-263.
- Soto, D., Segura, A., Navarro, O., Cedeño, S., & Medina, R. (2023). Educación formal, no formal e informal y la innovación: Innovar para educar y educar para innovar. *Revista Innovaciones Educativas*, 25(38), 77-96.
- Suárez, M., Suárez, L., & Zambrano, S. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 23(4), 23-32.
- Svotwa, T. D.-L. (2022). Perceived access to finance, entrepreneurial self-efficacy, attitude toward entrepreneurship, entrepreneurial ability, and entrepreneurial intentions: A Botswana youth perspective. *Sage Open*, 12(2), 1-18.
- Tan, L., Le, A., & Xuan, L. (2020). A systematic literature review on social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 241-256.
- Teixera, S., Casteleiro, C., & Rodrigues, R. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 22-42.

- Tenorio, J., Tovar, G., & Almedia, O. (2019). Los manuales de procedimientos como base sólida de un emprendimiento. *Revista Científica FIPCAEC*, 4(1), 194-210.
- Tentama, F., & Absussalam, F. (2020). Internal Locus of Control and Entrepreneurial Intention: A Study on Vocational High School Students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 4(1), 97-102.
- Thai, M., Turkina, E., & Simba, A. (2020). "The Impact of National Social Capital on Business Creation Rates in the Formal vs Informal Sectors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8), 1739-1768.
- Toral, K., Villa, K., & Bastidas, M. (2021). Gestión del patrimonio inmaterial, ámbito técnicas artesanales tradicionales: estrategias de salvaguardia y uso turístico del patrimonio inmaterial, parroquia Abañín, El Oro. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 92-113.
- Toro, R., Peña, M., Avendaño, B., Mejía, S., & Bernal, A. (2022). Análisis empírico del Coeficiente Alfa de Cronbach según opciones de respuesta, muestra y observaciones atípicas. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 263, 17.
- Torres, A., Francisco, G., & Morella, P. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas ferreterías. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 14(2), 284-303.
- Torres, J. (2022). Factors Affecting Entrepreneurial Intention: a Study of Secondary Technical-Professional Education Students in Chile. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(92).
- Triola, M. (2020). *Elementary Statistics*. Pearson Education.
- Tsuruta, K., Shiomitsu, T., Hombu, A., & Fuji, Y. (2019). Relationship between social capital and happiness in a Japanese community: A cross-sectional study. *Nursing & health sciences*, 21(12), 245-252.
- Ujunwa, D., Uche, M., & Oluwaseyi, J. (2020). Entrepreneurial potential self-assessment in times of COVID-19. *Ianna Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(1), 12-28.
- Urkidi, S. (2019). Creer en los vínculos. Pluralismo religioso y capital social. *Revista Internacional de Organizaciones*(22), 81-108.

- Usman, B., & Yennita. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(10), 1-21.
- Vale, G. (2014). Empreendedor: origens, concepções teóricas dispersas e integração. *Revista de administração contemporânea, 18*(6), 874-891.
- Valencia, A., Rodríguez, P., Cárdenas, J., & Gómez, S. (2022). Factors that influence the entrepreneurial intention of psychology students of the virtual modality. *Retos (Ecuador), 12*(23), 5-24.
- Valencia, D., Erazo, J., & Narváez, Z. (2018). El clima organizacional y su incidencia en la motivación del Talento Humano. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 4*(1), 436-467.
- Vera, C. (2020). Un método de cálculo del tamaño muestral en modelos de ecuaciones estructurales. *Revista Perspectiva Empresarial, 7*(2), 7-9.
- Vidrio, S., Rebolledo, A., & Vásquez, J. (2024). Intención emprendedora de estudiantes millenials. *Investigación administrativa, 53*(133), 001.
- Vielra, M., & Rodríguez, A. (2019). La formación en competencias en la universidad: un estudio empírico sobre su tipología. *Revista de investigación educativa, 27*(1), 27-47.
- Volpato, G. (2019). Campo científico, conocimiento e relações de poder na universidades: uma revisão a partir do pensamento racional de Pierre Bourdieu. *Revista Contrapontos, 19*(1), 365-381.
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*. New York: Princeton: Princeton University Press.
- Wang, P., Chen, X., Gong, J., & Jacques-Tiura, A. (2014). Reliability and validity of the personal social capital scale 16 and personal social capital scale 8: two short instruments for survey studies. *Social Indicators Research, 119*, 1133-1148.
- Wilde, O. (2010). *Las artes y el artesano* (Vol. (1.ª ed.)). Gadir Editorial, S.L., 2010.
- Winkelman, B., Colino, E., & Martín, H. (2019). El Sistema Agroalimentario Localizado de la cerveza artesanal de San Carlos de Bariloche, Argentina. *RIVAR (Santiago), 6*(18), 34-18.
- Xanthopoulou, P., & Sahinidis, A. (2024). Students' Entrepreneurial Intention and Its Influencing Factors: A Systematic Literature Review. *Administrative Sciences, 14*(5), 98.

- Yonglin, J. (2023). Mythic Origins of the Caste System. Religion and World Civilizations. *Bloomsbury Publishing*(3), 91.
- Zambrano, E. (2018). Prácticas pedagógicas para el desarrollo de competencias ciudadanas. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 69-82.
- Zambrano, J., & Lasio, V. (2019). Jóvenes emprendedores en Ecuador 2012-2017, GEM Ecuador - Reporte Espacial. *ESPAE*.
- Zapata, A., Corredor, G., & Mena de la Cruz, A. (2019). Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias. Una revisión de la literatura. *Revista venezolana de gerencia*, 24(85).
- Zapata, G., Fernández, S., & Neira, I. (2018). El emprendimiento tecnológico en Suramérica: una aproximación a sus determinantes individuales. *Perfiles latinoamericanos*, 26(52).
- Zapkau, F., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653.
- Zhang, J., & Huang, J. (2021). Entrepreneurial self-efficacy mediates the impact of the post-pandemic entrepreneurship environment on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 12, 643184.
- Ziegler, M., Kemper, C., & Krueger, P. (2021). Standardizing items in psychological testing: Why and when it matters. *Psychological Assessment*, 33(4), 319-333.
- Zubieta, B. (2015). Oscar Wilde como artesano mediación de la identidad a través de los objetos en "The picture of Dorian Gray" y "The importance of being Earnest". [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Obtenido de <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/6edfc470-24e9-4ed1-be4d-be6f7d284591/content>
- Zurriaga-carda, A., Kageyama, K., & Aki, K. (2016). Effects of risk attitude, entrepreneurship education and self efficacy on entrepreneurial intentions: A structure equation model approach to entrepreneurship. *International Review of Management and Business Research*, 5(4), 1424-1433.

## APÉNDICE A. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
CENTRO DE DESARROLLO Y POSGRADO  
DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y  
ADMINISTRACIÓN

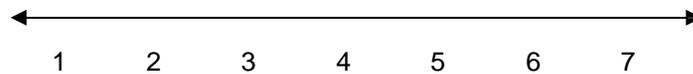


Gracias de antemano por brindarme parte de su tiempo respondiendo esta encuesta. El objetivo de este estudio es identificar los factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Esta encuesta ha sido diseñada con el fin de cumplir con este objetivo de investigación y obtener el grado de Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración. Los datos que usted proporcione son de carácter anónimo y serán manejados con ética y utilizados para fines académicos.

### Instrucciones:

- Esta encuesta se encuentra dividida en siete secciones.
- El tiempo estimado de respuesta es de ocho minutos.
- Está dirigida a los estudiantes que asisten a los Centro de Formación Artesanal acreditados por la Junta Nacional de Artesanos en la ciudad de Cuenca, Ecuador.
- Seleccione la respuesta que usted considere conveniente con base en sus propias creencias, percepciones o puntos de vista marcando qué tan de acuerdo está con lo mencionado.

Respuestas:



1= Totalmente en desacuerdo

7= Totalmente de acuerdo

### I. Por favor, responda la siguiente pregunta de control:

¿Usted es una persona comprendida entre los 18 y 34 años y actualmente está inscrita y cursa sus estudios en un Centro de Formación Artesanal acreditado por la Junta Nacional de Artesanos en la ciudad de Cuenca, Ecuador?

- Sí  
 No

### II. Perfil del encuestado

- 2.1 Género: Masculino  Femenino
- 2.2 Edad en años: \_\_\_\_\_
- 2.3 Estado civil: Soltero Casado/Unión libre Divorciado Viudo Otros
- 2.4 Rama artesanal a la que pertenece \_\_\_\_\_

2.5 Además de estudiar en el Centro de Formación Artesanal, ¿tiene otra actividad?

Indique:

- Taller artesanal propio
- Emprendimiento propio no artesanal
- Empleado en relación de dependencia en taller artesanal
- Empleado en relación de dependencia en actividad no artesanal
- Actividades del hogar
- Estudia
- Sin actividad
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

Pregunta	Respuestas						
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6	7
<b>Y=Intención emprendedora</b>							
1	Me atrae la carrera de emprendedor						
2	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar un negocio						
3	Ser emprendedor me da satisfacción						
4	Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas						
5	Entre varias opciones, prefiero ser emprendedor						
<b>X1=Capital humano</b>							
6	Elegí estudiar en este Centro de Formación Artesanal principalmente por su sólida reputación empresarial						
7	Actualmente estoy asistiendo a un curso específico de emprendimiento						
8	He asistido, por lo menos, a un curso de emprendimiento, como parte obligatoria hasta el momento						
9	He asistido, por lo menos, a un curso opcional de emprendimiento hasta el momento						
10	Me considero una persona conocedora de mi oficio artesanal						
11	Tengo mucho tiempo ejerciendo mi oficio artesanal						

X3= Actitud personal								
23	Es fácil encontrar nuevas oportunidades de negocios							
24	Soy capaz de crear nuevos productos y servicios							
25	Estoy en capacidad de manejar la innovación dentro de un negocio							
26	Creo que puedo ser un líder que se comunica fácilmente con su grupo							
27	Estoy en capacidad de crear una red de contactos profesionales							
28	Estoy en capacidad de comercializar una nueva idea o desarrollarla							
29	Me considero capaz de administrar exitosamente un negocio							
30	Puedo fácilmente enfrentar situaciones en las que no tengo claros sus resultados							
31	El miedo al fracaso no me impediría iniciar mi propio negocio							
32	Siempre corro riesgos en la búsqueda de cumplir mis objetivos							
33	Siempre tiendo a probar cosas nuevas							
34	Soy una persona arriesgada, sin miedo a cometer errores							
35	Sabiendo que podría perder mi dinero, aun así estoy dispuesto a invertirlo							
36	Cuando hago planes, siempre estoy seguro de que los voy a cumplir							
37	Tengo muy claro cómo va a ser mi vida en mi futuro							
38	Creo que mis logros dependen principalmente de mi trabajo duro							
39	Confío en que mi éxito no tiene nada que ver con la influencia de fuerzas externas o la suerte							
X2= Influencia social								
12	Dos o más familiares cercanos (padres, esposo o hermanos) tienen un emprendimiento artesanal							
13	Dos o más familiares cercanos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal							

14	Todos mis amigos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal							
15	Todos mis compañeros del Centro Artesanal reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal							
16	Comparado con otras personas, tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos en los que puedo confiar							
17	La mayoría de las personas son dignas de mi confianza							
18	Considero a mis vecinos y amigos como personas muy confiables							
19	Si necesitara, puedo confiar en el apoyo de los miembros de mi familia							
20	Nos ayudamos regularmente unos a otros con mis familiares, vecinos y amigos							
21	A diario me relaciono con mis familiares, amigos y conocidos							
22	Participo continuamente en actividades sociales en mi comunidad							
X4= Acceso a financiamiento								
40	Si comenzara hoy un negocio artesanal, tengo disponible una línea de crédito de una institución para financiarlo							
41	Si comenzara un negocio artesanal hoy, dispongo de ahorros personales para financiarlo							
42	Si comenzara un negocio artesanal mi familia me prestaría, sin ningún problema, el dinero para financiarlo							
43	Si comenzara un negocio artesanal hoy, tengo amigos que me prestarían dinero para financiarlo							
44	Si comenzara un negocio artesanal hoy, estoy seguro de que existen instituciones del Estado que me prestarían dinero para financiarlo							
45	Puedo acceder satisfactoriamente a recursos financieros para iniciar mi propio negocio artesanal.							

Muchas gracias por su colaboración y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

Atentamente  
Ing. Patricio Mendieta  
Responsable de la investigación

## APÉNDICE B. FORMATO PARA LA PRUEBA DE VALIDEZ DE CONTENIDO POR EXPERTOS



### UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN CENTRO DE DESARROLLO Y POSGRADO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN



#### Factores motivacionales que inciden en la intención emprendedora de los jóvenes artesanos de la ciudad de Cuenca, Ecuador

Luego de agradecer su amable participación en la presente investigación, a continuación se ofrecen algunas recomendaciones para que usted, como experto, nos apoye validando el contenido de la encuesta planteada en el estudio.

- a) Lea con detenimiento los ítems de cada variable.
- b) En consideración de su notable experiencia, por favor, conteste registrando en el casillero **relevancia** un número que califique cada ítem planteado en una escala de 1 a 4 donde 1=irrelevante, 2=poco relevante, 3=relevante y 4=muy relevante, con el objetivo de evidenciar su criterio sobre su nivel de importancia, en función de cada uno de los constructos especificados.
- c) El cuestionario consta de 49 ítems y se estima que le tomará entre 15 y 20 minutos el ejercicio aquí planteado.
- d) Si usted considera la eliminación, modificación o tiene sugerencias sobre algún ítem, le agradecemos registrar sus comentarios en el espacio de observaciones.

<b>Y= Intención emprendedora</b>			
La intención emprendedora es un estado mental que enfoca al individuo hacia la consecución de objetivos (Bir, 1989), con pleno dominio e influencia sobre las acciones que conlleva lograrlo (Montoya et al., 2016); estos objetivos se originan en sus creencias, las cuales no siempre son estrictamente veraces.			
Núm. de ítem	Ítem	Relevancia	Observaciones
1	Me atrae la carrera de Emprendedor		
2	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar un negocio		
3	Ser emprendedor me da satisfacción		
4	Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas		
5	Entre varias opciones, prefiero ser emprendedor		

<b>X1= Capital humano</b>			
Factor relacionado con la escolaridad y experiencia que incide directa y positivamente en los ingresos del individuo y son la base para el desarrollo de una sociedad (Mincer, 1958; Schultz, 1961).			
Núm. de ítem	Ítem	Relevancia	Observaciones
6	Elegí estudiar en este Centro de Formación Artesanal principalmente por su sólida reputación empresarial		
7	Actualmente estoy asistiendo a un curso específico de emprendimiento		
8	He aprobado o asistido a, al menos, un curso de emprendimiento, como parte obligatoria de mi formación		
9	He aprobado o asistido a, al menos, un curso opcional de emprendimiento dentro o fuera del Centro de Formación Artesanal		
10	Me considero una persona conocedora sobre mi oficio artesanal		
11	Soy un experto en mi oficio artesanal		
12	Tengo mucho tiempo ejerciendo mi oficio artesanal		
13	Poseo mayores conocimientos que la mayoría de personas sobre mi oficio artesanal		
<b>X2= Actitud personal</b>			
La actitud personal se define como la predisposición de los individuos a responder de manera consciente ante una situación (Fishbein y Ajzen, 1975).			
Núm. de ítem	Ítem	Relevancia	Observaciones
14	Puedo fácilmente identificar nuevas oportunidades de negocios		
15	Soy capaz de crear nuevos productos y servicios		
16	Estoy en capacidad de manejar la innovación dentro de un negocio		
17	Creo que puedo ser un líder que se comunica fácilmente con su grupo		
18	Estoy en capacidad de crear una red de contactos profesionales		
19	Estoy en capacidad de comercializar una nueva idea o desarrollarla		
20	Me considero capaz de administrar exitosamente un negocio		
21	Puedo fácilmente enfrentar situaciones en las que no tengo claros sus resultados		
22	El miedo al fracaso no me impediría iniciar mi propio negocio		
23	Prefiero, en mi vida, siempre correr riesgos en la búsqueda de mis objetivos		
24	Tiendo a buscar relacionarme con extraños y probar cosas nuevas		

25	Prefiero una forma de vida impredecible, llena de aventuras y cambios		
26	Prefiero arriesgarme, sin miedo a cometer errores		
27	Sabiendo que podría perder mi dinero, aun así estoy dispuesto a invertirlo		
28	Cuando hago planes, siempre estoy seguro de que los voy a cumplir		
29	Tengo muy claro cómo va a ser mi vida en mi futuro		
30	Creo que mis logros depende principalmente de mi trabajo duro		
31	Confío en que mi éxito no tiene nada que ver con la influencia de fuerzas externas o la suerte		
<b>X3= Influencia social</b>			
Se conceptualiza que el razonamiento de los individuos está normado por la presión social percibida hacia la conducta (Ajzen, 1991) y el valor dado a los medios actuales y potenciales que aporta una estructura social al individuo para el logro de sus demandas e intereses, vistos a través del <i>stock</i> de confianza, asociaciones y normas de reciprocidad entre sus miembros (Coleman, 1988; Putnam, 1993).			
Núm. de ítem	Ítem	Relevancia	Observaciones
32	Todos mis familiares cercanos (padres, esposo o hermanos) tienen un emprendimiento artesanal		
33	Todos mis familiares cercanos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal		
34	Todos mis amigos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal		
35	Todos mis compañeros del Centro Artesanal reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal		
36	Tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos, que el promedio de otras personas		
37	Comparado con otras personas, tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos en los que puedo confiar		
38	La mayoría de las personas son dignas de mi confianza		
39	Considero a mis vecinos y amigos como personas muy confiables		
40	Si necesitara, puedo confiar en el apoyo de los miembros de mi familia		
41	Nos ayudamos regularmente unos a otros con mis familiares, vecinos y amigos		
42	A diario me relaciono con mis familiares, amigos y conocidos		
43	Participo continuamente en actividades sociales en mi comunidad		
<b>X4= Acceso a financiamiento</b>			

El financiamiento se define como los problemas, políticas y teorías referentes a la recaudación y uso de los fondos (Schall y Lawrence, 1983), así como las opciones que las empresas tienen para proveerse de recursos nuevos que les permitan invertir, de tal manera que logren captar las oportunidades del mercado, mejorando sus utilidades (Bocán y Sandra, 2006).

Núm. de ítem	Ítem	Relevancia	Observaciones
44	Si comenzara hoy un negocio artesanal, tengo disponible una línea de crédito de una institución para financiarlo		
45	Si comenzara un negocio artesanal hoy, dispongo de ahorros personales para financiarlo		
46	Si comenzara un negocio artesanal, mi familia me prestaría, sin ningún problema, el dinero para financiarlo		
47	Si comenzara un negocio artesanal hoy, tengo amigos que me prestarían dinero para financiarlo		
48	Si comenzara un negocio artesanal hoy, estoy seguro de que existen instituciones del Estado que me prestarían dinero para financiarlo		
49	Puedo acceder satisfactoriamente a recursos financieros para iniciar mi propio negocio artesanal		

Muchas gracias por su colaboración.

Atentamente

Ing. Patricio Mendieta, Mgs

Investigador

**APÉNDICE C. RESULTADOS DE LA PRUEBA 1 DE VALIDEZ DE  
CONTENIDO POR EXPERTOS**

<b>Y=Intención emprendedora</b>					
<b>Ítem</b>	Puntuación de cada uno de los cuatro				Promedio
	expertos				
	1.º	2.º	3.º	4.º	
1. Me atrae la carrera de emprendedor	4	1	3	4	3.00
2. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar un negocio	4	2	3	4	3.25
3. Ser emprendedor me da satisfacción	4	4	4	4	4.00
4. Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas	4	3	4	3	3.50
5. Entre varias opciones, prefiero ser emprendedor	4	3	4	2	3.25

<b>X1= Capital humano</b>					
<b>Ítem</b>	Puntuación de cada uno de los cuatro				Promedio
	expertos				
	1.º	2.º	3.º	4.º	
6. Elegí estudiar en este Centro de Formación Artesanal principalmente por su sólida reputación empresarial	4	1	3	4	3.00
7. Actualmente estoy asistiendo a un curso específico de emprendimiento	4	1	4	4	3.25
8. He aprobado o asistido al menos a un curso de emprendimiento, como parte obligatoria de mi formación	4	1	4	4	3.25
9. He aprobado o asistido al menos a un curso opcional de emprendimiento dentro o fuera del Centro de Formación Artesanal	4	1	4	4	3.25

10. Me considero una persona conoedora sobre mi oficio artesanal	4	2	4	4	3.50
11. Soy un experto en mi oficio artesanal	4	2	3	4	3.25
12. Tengo mucho tiempo ejerciendo mi oficio artesanal	4	2	3	4	3.25
13. Poseo mayores conocimientos que la mayoría de personas sobre mi oficio artesanal	4	2	3	2	2.75

<b>X2= Influencia social</b>					
Ítem	Puntuación de cada uno de los cuatro expertos				Promedio
	1.º	2.º	3.º	4.º	
	14. Todos mis familiares cercanos (padres, esposo o hermanos) tienen un emprendimiento artesanal	4	2	4	
15. Todos mis familiares cercanos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	4	2	4	4	3.50
16. Todos mis amigos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	4	2	3	4	3.25
17. Todos mis compañeros del Centro Artesanal reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	4	2	4	4	3.50
18. Tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos, que el promedio de otras personas	1	3	4	1	2.25
19. Comparado con otras personas, tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos en los que puede confiar	4	3	4	1	3.00

20. La mayoría de las personas son dignas de mi confianza	3	2	4	4	3.25
21. Considero a mis vecinos y amigos como personas muy confiables	3	2	3	4	3.00
22. Si necesitara, puedo confiar en el apoyo de los miembros de mi familia	4	2	4	4	3.50
23. Nos ayudamos regularmente unos a otros con mis familiares, vecinos y amigos	4	2	4	4	3.50
24. A diario me relaciono con mis familiares, amigos y conocidos	3	2	4	4	3.25
25. Participo continuamente en actividades sociales en mi comunidad	4	2	4	4	3.50

<b>X3= Actitud personal</b>					
Ítem	Puntuación de cada uno de los cuatro expertos				Promedio
	1.º	2.º	3.º	4.º	
	26. Puedo fácilmente identificar nuevas oportunidades de negocios	4	2	4	
27. Soy capaz de crear nuevos productos y servicios	4	2	4	4	3.50
28. Estoy en capacidad de manejar la innovación dentro de un negocio	4	2	4	4	3.50
29. Creo que puedo ser un líder que se comunica fácilmente con su grupo	4	2	4	4	3.50
30. Estoy en capacidad de crear una red de contactos profesionales	4	2	4	4	3.50
31. Estoy en capacidad de comercializar una nueva idea o desarrollarla	4	2	4	4	3.50

32. Me considero capaz de administrar exitosamente un negocio	4	2	4	4	3.50
33. Puedo fácilmente enfrentar situaciones en las que no tengo claros sus resultados	4	3	4	4	3.75
34. El miedo al fracaso no me impediría iniciar mi propio negocio	4	3	4	4	3.75
35. Prefiero en mi vida siempre correr riesgos en la búsqueda de mis objetivos	3	3	4	4	3.50
36. Tiendo a buscar relacionarme con extraños y probar cosas nuevas	3	2	3	4	3.00
37. Prefiero una forma de vida impredecible, llena de aventuras y cambios	4	2	1	4	2.75
38. Prefiero arriesgarme, sin miedo a cometer errores	4	3	3	4	3.50
39. Sabiendo que podría perder mi dinero, aun así estoy dispuesto a invertirlo	4	2	4	4	3.50
40. Cuando hago planes, siempre estoy seguro de que los voy a cumplir	4	3	4	4	3.75
41. Tengo muy claro cómo va a ser mi vida en mi futuro	4	2	4	4	3.50
42. Creo que mis logros dependen principalmente de mi trabajo duro	4	2	4	4	3.50
43. Confío en que mi éxito no tiene nada que ver con la influencia de fuerzas externas o la suerte	4	2	4	4	3.50

<b>X4=Acceso a financiamiento</b>					
Ítem	Puntuación de cada uno de los cuatro expertos				Promedio
	1.º	2.º	3.º	4.º	

44. Si comenzara hoy un negocio artesanal, tengo disponible una línea de crédito de una institución para financiarlo	4	2	4	4	3.50
45. Si comenzara un negocio artesanal hoy, dispongo de ahorros personales para financiarlo	4	2	4	4	3.50
46. Si comenzara un negocio artesanal, mi familia me prestaría, sin ningún problema, el dinero para financiarlo	4	2	4	4	3.50
47. Si comenzara un negocio artesanal hoy, tengo amigos que me prestarían dinero para financiarlo	4	2	4	4	3.50
48. Si comenzara un negocio artesanal hoy, estoy seguro de que existen instituciones del Estado que me prestarían dinero para financiarlo	4	2	4	4	3.50
49. Puedo acceder satisfactoriamente a recursos financieros para iniciar mi propio negocio artesanal	4	2	3	4	3.25

**Fuente:** Elaboración propia.

## APÉNDICE D. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Definición conceptual de la variable	Dimensión		Definición operacional de la variable (ítems)	Unidad de medida
Y. Intención emprendedora	La intención emprendedora es un estado mental que enfoca al individuo hacia la consecución de objetivos (Bir, 1989), con pleno dominio e influencia sobre las acciones que conlleva lograrlo (Montoya et al., 2016); estos objetivos se originan en sus creencias, las cuales no siempre son estrictamente veraces.	Sin dimensiones	INT1_1	Me atrae la carrera de emprendedor	Se utilizó la escala tipo Likert de 7 puntos, basada en el instrumento propuesto por Zhang y Huang (2021). Las respuestas van desde 1=Totalmente en desacuerdo a 7=Totalmente de acuerdo. Se reconoce que la confiabilidad del instrumento del autor es de $\alpha = 0.817$ y AVE= 0.76.
			INT2_2	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar un negocio	
			INT3_3	Ser emprendedor me da satisfacción	
			INT4_4	Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas	
			INT5_5	Entre varias opciones, prefiero ser emprendedor	
X1. Capital humano	El capital humano se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, competencias y atributos que posee una persona y que contribuyen a su productividad, desempeño y valor en el mercado laboral. Está relacionado con la educación, la formación, la experiencia laboral y el desarrollo personal, y es un activo clave para el crecimiento económico, la innovación y la competitividad (Moreno, 2022).	Educación	EDU1_6	Elegí estudiar en este Centro de Formación Artesanal principalmente por su sólida reputación empresarial	Se utilizó la escala tipo Likert de 7 puntos, basada en los instrumentos propuestos por Jácome y Jácome (2020), Hahn et al. (2020) y Lakshmanan y Shanker (2011). Las respuestas van desde 1=Totalmente en desacuerdo a 7=Totalmente de acuerdo. Se reconoce que la confiabilidad del instrumento es de $\alpha = 0.88$ en el caso del último autor.
			EDU2_7	Actualmente estoy asistiendo un curso específico de emprendimiento.	
			EDU3_8	He asistido, por lo menos, a un curso de emprendimiento, como parte obligatoria hasta el momento	
			EDU4_9	He asistido por lo menos a un curso opcional de emprendimiento hasta el momento	
		Experiencia	EXP1_10	Me considero una persona conocedora de mi oficio artesanal	
			EXP2_11	Tengo mucho tiempo ejerciendo mi oficio artesanal	
X2. Actitud personal	En el plano del emprendimiento, la actitud personal se define como el nivel de evaluación positiva o negativa del individuo hacia la creación de una empresa (Kyvik, 2018). Ajzen, en este	Autoeficacia	AUTOEF1_23	Es fácilmente encontrar nuevas oportunidades de negocios	
			AUTOEF2_24	Soy capaz de crear nuevos productos y servicios	
			AUTOEF3_25	Estoy en capacidad de manejar la innovación dentro de un negocio	

	<p>contexto, considera que el control de la conducta incide en esta actitud, por medio de dos factores: la autoeficacia y la capacidad de control (Martín, 2021).</p>		AUTOEF4_26	Creo que puedo ser un líder, que se comunica fácilmente con su grupo	<p>(2020), Shamara (2010), Zurriaga-Carda (2016). Las respuestas van desde 1=Totalmente en desacuerdo a 7=Totalmente de acuerdo. Se reconoce que la confiabilidad de los instrumentos utilizados varía entre 0.75 y 0.83.</p>
AUTOEF5_27	Estoy en capacidad de crear una red de contactos profesionales				
AUTOEF6_28	Estoy en capacidad de comercializar una nueva idea o desarrollarla				
AUTOEF7_29	Me considero capaz de administrar exitosamente un negocio				
Propensión al riesgo	PRORIES1_30	Puedo fácilmente enfrentar situaciones en las que no tengo claros sus resultados			
	PRORIES2_31	El miedo al fracaso no me impediría iniciar mi propio negocio			
	PRORIES3_32	Siempre corro riesgos en la búsqueda de cumplir mis objetivos.			
	PRORIES4_33	Siempre tiendo a probar cosas nuevas			
	PRORIES5_34	Soy una persona arriesgada, sin miedo a cometer errores			
	PRORIES6_35	Sabiendo que podría perder mi dinero, aun así estoy dispuesto a invertirlo			
Locus de control interno	LOCUS1_36	Cuando hago planes, siempre estoy seguro de que los voy a cumplir.			
	LOCUS2_37	Tengo muy claro cómo va a ser mi vida en mi futuro			
	LOCUS3_38	Creo que mis logros depende principalmente de mi trabajo duro			
	LOCUS4_39	Confío que mi éxito no tiene nada que ver con la influencia de fuerzas externas o la suerte			
X3. Influencia social	<p>La influencia social se define como el proceso mediante el cual las personas afectan las actitudes, creencias o comportamientos de otras personas, y en el que se reconoce la existencia de diferentes principios de influencia, como la reciprocidad, la autoridad, el compromiso y la consistencia, la prueba social, la simpatía y la escasez, los cuales pueden ser utilizados estratégicamente</p>	Norma subjetiva	NORSUB1_12	Dos o mas familiares cercanos (padres, esposo o hermanos) tienen un emprendimiento artesanal	
			NORSUB2_13	Dos o más familiares cercanos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	
			NORSUB3_14	Todos mis amigos reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	
			NORSUB4_15	Todos mis compañeros del Centro Artesanal reaccionarían muy positivamente si me decidiera a comenzar un negocio artesanal	
<p>Se utilizó la escala tipo Likert de 7 puntos, basada en los instrumentos propuestos por Hahn et al. (2020) y Jácome y Jácome (2020), para la dimensión norma subjetiva, además de Wang et al. (2014) y Tsuruta et al. (2019) para</p>					

	para persuadir y generar conformidad en los demás (Cialdini, 2007)	Capital social	<p>CAPSOC1_16 Comparado con otras personas, tengo un número mayor de familiares, amigos y vecinos en los que puede confiar</p> <p>CAPSOC2_17 La mayoría de las personas son dignas de mi confianza</p> <p>CAPSOC3_18 Considero a mis vecinos y amigos como personas muy confiables</p> <p>CAPSOC4_19 Si necesitara puedo confiar en el apoyo de los miembros de mi familia</p> <p>CAPSOC5_20 Nos ayudamos regularmente unos a otros con mis familiares, vecinos y amigos</p> <p>CAPSOC6_21 A diario me relaciono con mis familiares, amigos y conocidos</p> <p>CAPSOC7_22 Participo continuamente en actividades sociales en mi comunidad</p>	la dimensión capital social. Las respuestas van desde 1=Totalmente en desacuerdo a 7=Totalmente de acuerdo. Se reconoce que la confiabilidad del instrumento es de $\alpha=0.88$ en el caso del último autor.
X4. Acceso a financiamiento	Para Beck y Demirguc (2008), el acceso a financiamiento es la capacidad de las personas, empresas o sectores económicos para obtener los servicios financieros necesarios para apoyar sus actividades productivas; incluye la disponibilidad y facilidad para acceder a cuentas bancarias, créditos, seguros, servicios de inversión y otros productos financieros, y está influenciado por factores como la infraestructura financiera, las políticas regulatorias, la calidad de la información crediticia, la inclusión financiera y la eficiencia del sistema financiero.	Sin dimensiones	<p>ACCFIN1_40 Si comenzara hoy un negocio artesanal tengo disponible una línea de crédito de una institución para financiarlo</p> <p>ACCFIN2_41 Si comenzara un negocio artesanal hoy, dispongo de ahorros personales para financiarlo</p> <p>ACCFIN3_42 Si comenzara un negocio artesanal mi familia me prestaría, sin ningún problema, el dinero para financiarlo</p> <p>ACCFIN4_43 Si comenzara un negocio artesanal hoy tengo amigos, que me prestarían dinero para financiarlo</p> <p>ACCFIN5_44 Si comenzara un negocio artesanal hoy estoy seguro de que existen instituciones del Estado que me prestarían dinero para financiarlo</p> <p>ACCFIN6_45 Puedo acceder satisfactoriamente a recursos financieros para iniciar mi propio negocio artesanal.</p>	Se utilizó la escala tipo Likert de 7 puntos, basada en los instrumentos propuestos por Molina et al 2023 y Arzubiaga (2022). Las respuestas van desde 1=Totalmente en desacuerdo a 7=Totalmente de acuerdo. Se reconoce que no se reporta nivel de confiabilidad en el caso del primer autor y de $\alpha=0.84$ en el segundo caso.

## APÉNDICE E. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN INICIAL DEL MODELO DE MEDIDA

Variable latente	Indicadores	Validez convergente		Fiabilidad de consistencia interna			Validez discriminante	
		Carga	Fiabilidad del indicador - comunalidades	AVE	Alfa de Cronbach	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	HTMT
		>0.50	>0.50	>0.50	0.60-0.90	0.60-0.90	0.60-0.90	¿Significativamente inferior a 0.85 (0.90)?
Intención emprendedora	INT1_1	0.835	0.697					
	INT2_2	0.837	0.700					
	INT3_3	0.868	0.754	0.665	0.873	0.875	0.908	Sí
	INT4_4	0.742	0.551					
	INT5_5	0.788	0.622					
Capital humano	EDU1_6	0.854	0.729					
	EDU2_7	0.316	0.100					
	EDU3_8	0.212	0.045					
	EDU4_9	0.206	0.043	0.254	0.709	0.557	0.608	Sí
	EXP1_10	0.711	0.512					
	EXP2_11	0.345	0.119					
Actitud personal	AUTOEF1_23	0.451	0.203					
	AUTOEF2_24	0.607	0.368					
	AUTOEF3_25	0.664	0.441					
	AUTOEF4_26	0.720	0.518	0.428	0.915	0.924	0.926	Sí
	AUTOEF5_27	0.748	0.559					
	AUTOEF6_28	0.761	0.579					
	AUTOEF7_29	0.752	0.566					

	PRORIES1_30	0.670	0.449					
	PRORIES2_31	0.667	0.445					
	PRORIES3_32	0.639	0.408					
	PRORIES4_33	0.701	0.491					
	PRORIES5_34	0.665	0.443					
	PRORIES6_35	0.572	0.327					
	LOCUS1_36	0.694	0.481					
	LOCUS2_37	0.582	0.338					
	LOCUS3_38	0.662	0.438					
	LOCUS4_39	0.468	0.219					
	NORSUB1_12	0.604	0.365					
	NORSUB2_13	0.604	0.365					
	NORSUB3_14	0.512	0.262					
	NORSUB4_15	0.613	0.376					
	CAPSOC1_16	0.696	0.485					
Influencia social	CAPSOC2_17	0.706	0.499	0.341	0.811	0.828	0.842	Sí
	CAPSOC3_18	0.405	0.164					
	CAPSOC4_19	0.163	0.027					
	CAPSOC5_20	0.566	0.321					
	CAPSOC6_21	0.681	0.463					
	CAPSOC7_22	0.653	0.427					
	ACCFIN1_40	0.748	0.559					
	ACCFIN2_41	0.714	0.510					
Acceso a financiamiento	ACCFIN3_42	0.741	0.550	0.512	0.825	0.87	0.863	Sí
	ACCFIN4_43	0.680	0.463					
	ACCFIN5_44	0.692	0.478					
	ACCFIN6_45	0.715	0.511					

## APÉNDICE F. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA AJUSTADO

Variable latente	Indicadores	Validez convergente		Fiabilidad de consistencia interna			Validez discriminante	
		Carga	Fiabilidad del indicador - comunalidades	AVE	Alfa de Cronbach	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	HTMT
		>0.50	>0.50	>0.50	0.60-0.90	0.60-0.90	0.60-0.90	¿Significativamente inferior a 0.85 (0.90)?
Intención emprendedora	INT1_1	0.835	0.698					
	INT2_2	0.839	0.704					
	INT3_3	0.868	0.754	0.665	0.873	0.875	0.908	Sí
	INT4_4	0.739	0.546					
	INT5_5	0.789	0.623					
Capital humano	EDU1_6	0.875	0.766					
	EXP1_10	0.710	0.504	0.623	0.712	0.612	0.765	Sí
Actitudes personales	AUTOEF3_25	0.709	0.503					
	AUTOEF4_26	0.804	0.647					
	AUTOEF5_27	0.799	0.638					
	AUTOEF6_28	0.812	0.660	0.566	0.871	0.875	0.901	Sí
	AUTOEF7_29	0.787	0.619					
	PRORIES4_33	0.710	0.504					
	LOCUS1_36	0.708	0.502					
Influencia social	CAPSOC5_20	0.750	0.563					
	CAPSOC6_21	0.773	0.598	0.572	0.701	0.635	0.801	Sí
	NORSUB3_14	0.746	0.557					
Acceso a financiamiento	ACCFIN1_40	0.821	0.674					
	ACCFIN2_41	0.714	0.510					
	ACCFIN4_43	0.708	0.502	0.535	0.750	0.871	0.820	Sí
	ACCFIN6_45	0.724	0.524					

Fuente: Elaboración propia.