

Diagnóstico de la Intención emprendedora, enseñanza del emprendimiento, incidencia de la enseñanza en la intención emprendedora. Estudio de la intención emprendedora en los estudiantes de La Universidad del Valle de Atemajac, en Jalisco, México

*Dra. María Guadalupe Moyano Martínez¹³
Mtra. Antonia Ingrid García Santoscoy¹⁴*

<https://doi.org/10.61728/AE20240158>

¹³ Dra. Maria Guadalupe Moyano Martinez, Universidad del Valle de Atemajac; gpe.moyano@univa.mx

¹⁴ Mtra. Antonia Ingrid García Santoscoy, Universidad del Valle de Atemajac; ingrid.garcia@univa.mx

* Ilse Vianet González Vera, LAE, Matrícula 0021720015, correo 0021720015@alumnos.univa.mx y vianetvera62@hotmail.com

* Jesús Adrián Ruiz Lepe, LAE, Matrícula 122010189, correo: 122010189@alumnos.univa.mx y adrianruiz026@gmail.com

* Giovanni Mitchel Saavedra Moyano, LAE, Matrícula 0121610026, correo: 0121610026@alumnos.univa.mx y giovannisaam@gmail.com

* Jaqueline Arlene Figueroa González, LAE, Matrícula 0021710264, correo: 0021710264@alumnos.univa.mx y jaqueline333905@gmail.com

Resumen

Las instituciones de educación superior como actores del ecosistema emprendedor tienen un compromiso educativo trascendental al ser responsables de la enseñanza formal del emprendimiento, desarrollando en los estudiantes una actitud emprendedora que coadyuve en la solución de problemas o necesidades específicas de la sociedad a través de sus modelos universitarios y de un proceso creativo que busca la generación de proyectos con un claro diferenciador; sin embargo, es menester reconocer que en múltiples casos son los padres de familia, familiares cercanos e incluso amistades quienes les fomentan la intención por emprender, como figuras importantes en su decisión de realizar un emprendimiento; por ello se realizó una investigación descriptiva, cualitativa, documental, explicativa, transversal y de investigación de campo al aplicar como instrumento el formato de encuesta a la población estudiantil de nivel licenciatura que cursa las dos asignaturas de emprendimiento del Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales (CEA y NI) de la Universidad del Valle de Atemajac, (periodo mayo-agosto 2022), habiéndose efectuado bajo el método inductivo. El estudio tiene como sustento la Teoría de la Conducta Planeada de Icek Ajzen (1985), que permite predecir el comportamiento deliberado en el individuo al considerar que “el inmediato precursor de la conducta es la intención”, lo cual se verifica al observar en las personas la “intencionalidad de realizar alguna acción en particular”, y que en relación con la investigación, se observa una conducta que mueve a una gran mayoría de jóvenes universitarios y en las personas en general, a tener un comportamiento intencional para emprender. El objetivo general del estudio es el determinar la intención emprendedora que poseen los estudiantes del área de CEA y NI, UNIVA; si sus padres han ejercido alguna influencia al respecto, y si su entorno es favorable para lograrlo, desarrollando así proyectos sostenibles e innovadores que generen empleos y fortalezcan la economía nacional.

Introducción

El emprendimiento es una clara alternativa para promover la generación de fuentes de empleo e impactar en la mejora económica y social en las naciones. El Centro de Investigación en Política Pública (2022), perteneciente al Instituto Mexicano para la Competitividad, A. C., señala que “... en México, hay 21.9 millones de jóvenes entre 15 y 24 años, que representan el 17 % de la población total”, mencionando además que “... los jóvenes que estudiaron una carrera universitaria enfrentan una menor informalidad, con una tasa de 51.9 %”, siendo esto benéfico para el país al tener una alta probabilidad de que a futuro se conviertan en emprendedores; entre ellos, hay “608,956 desocupados y 2 de cada 10 jóvenes está disponible para trabajar, pero no busca empleo”, por lo que cabe la posibilidad de que opten por emprender en algún momento de su vida. Estos datos motivaron el interés por desarrollar la presente investigación para conocer la intención emprendedora que tienen los estudiantes de Licenciatura del Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la Universidad del Valle de Atemajac, Plantel Guadalajara, aunado a dos aspectos adicionales importantes: si sus padres han ejercido alguna influencia en ellos para ser emprendedores, y si su entorno se muestra favorecido para lograrlo, de manera que el estudio permitió identificar dichos aspectos en términos de emprendimiento para la creación de proyectos que contribuyan al fortalecimiento económico y al beneficio de la sociedad en general.

Marco teórico

El emprendimiento tiene como uno de sus principales antecedentes las aportaciones realizadas por Schumpeter (1950), quien lo relaciona con el término de empresario innovador, definiéndolo como “aquel que es capaz de romper la inercia de los mercados para renovarlos de manera permanente” (Gálvez, E., Guauña, R., y Ravina, R., 2020); en 1732, el economista irlandés Richard Cantillon describió al emprendimiento como “la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa”, Min-

niti, M. (s. f.); y es a partir de ahí que autores importantes como John Stuart Mill, Jean Baptist Say, y William Baumol han hecho grandes aportaciones al emprendimiento y sus implicaciones económicas.

Los empresarios mediante sus acciones emprendedoras, han ido evolucionando en el concepto que tienen de sus organizaciones, así como en el énfasis que han puesto en el ámbito de la innovación y el emprendimiento; son una pieza fundamental para el crecimiento y progreso económico de una nación, “... dado que gracias al empleo de sus propios recursos o de los que obtienen en el mercado y las innovaciones que generan e introducen, posibilitan, junto a otros agentes sociales, la creación de la riqueza que se distribuye entre los distintos actores de la sociedad”, (Saavedra, M. y Camarena, M., 2020), y es mediante el emprendimiento que se ha promovido la innovación en productos y servicios dando respuesta a las necesidades y a la resolución de problemas de la sociedad, por lo que la creación de empresas basada en la innovación y en la creatividad dan la pauta para alcanzar una mayor productividad y un alto nivel de competitividad nacional e internacional, dinamizando el desarrollo socioeconómico de las naciones, facilitando oportunidades para participar en un mundo económico cada vez más globalizado.

El emprendimiento ha respondido al desarrollo económico nacional como una vía importante para la creación de empresas que ofrezcan respuestas innovadoras y propuestas de mejora que impliquen de manera inherente un crecimiento sostenible, por lo que ha de reconocerse la trascendencia que tienen las acciones de los emprendedores, ya que estas contribuyen al fortalecimiento de los mercados ya existentes, así como al surgimiento de iniciativas, proyectos y emprendimientos nuevos, que promueven a su vez el nacimiento de nuevos mercados, impactando en la creación de fuentes de empleo; por ello, es fundamental la intervención de organismos internacionales como las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BM), y el Fondo Monetario Internacional (FMI), entre otros, que abordan iniciativas claras sobre el tema y que han realizado esfuerzos conducentes a la mejora de los países en vías de desarrollo (Romero, J., Gutiérrez, J., Fernández, L., y Portillo, R., 2021), por lo que estos organismos son fundamentales en la formulación y la implementación de políticas públicas al respecto; juegan un

papel fundamental en la actividad emprendedora, permitiendo dar una mirada a su implementación en el ámbito social, empresarial y educativo, al fomentar la creatividad y la innovación en aras de fortalecer aún más el espíritu emprendedor, enfocadas a rubros como "... el financiamiento, programas de gobierno, la transferencia de tecnología, la infraestructura comercial y profesional, la apertura del mercado interno, la infraestructura física y las normas sociales y culturales" (Comunicación Institucional. EGADE Business School, 2021), y que son de gran trascendencia en el emprendimiento.

Toda política pública que surja por parte de los gobiernos en beneficio de los emprendedores actuales y de quienes tienen la intención de emprender, siempre será bien recibida por el impacto que esta tiene en su quehacer como emprendedor; y no menos importante es el papel de las Instituciones de Educación Superior (IES), porque tienen la seria responsabilidad de brindar formación en emprendimiento a sus estudiantes, promoviendo y fortaleciendo el espíritu emprendedor a través de la enseñanza, misma que debe gestionarse dentro del ecosistema emprendedor, de tal manera que los preparen para crear empresas sostenibles, tomando en cuenta que tienen en sus manos a jóvenes que pueden traer consigo una intención emprendedora, la cual se debe reforzar, orientar y profesionalizar adecuadamente para que hagan realidad sus ideas de negocio implementándolas en el mercado, de manera que cubran sus necesidades y contribuyan al bienestar de la comunidad. Lo antes mencionado es reforzado por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM por sus siglas en inglés), en relación con los emprendedores y a la Tasa de Actividad Emprendedora en las personas (TEA) en los diferentes países y regiones, al hacer notar que en términos de emprendimiento "... una de las fases en la creación de empresas es la de la intención, en la cual a los individuos que están considerando hacerlo se les define como empresarios intencionales..." (Gálvez, E., Guauña, R., y Ravina, R., 2020), lo cual ha sido reconocido por diversos autores como Laguía, Moriano, Molero y Gámez (2017), Valencia, Cadavid, Ríos y Awad (2012), Rueda, Fernández y Herrero (2012), y Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005), respecto a que la intención en los individuos se puede pensar como una buena predictora de la creación de empresas. Lo anterior lleva a definir

de la siguiente manera a la “intención emprendedora”, (ver Tabla 1), basada en lo expresado por Vásquez, J. (2017), respecto a la opinión de diversos autores especialistas en el tema:

Tabla 1. Definiciones de intención emprendedora.

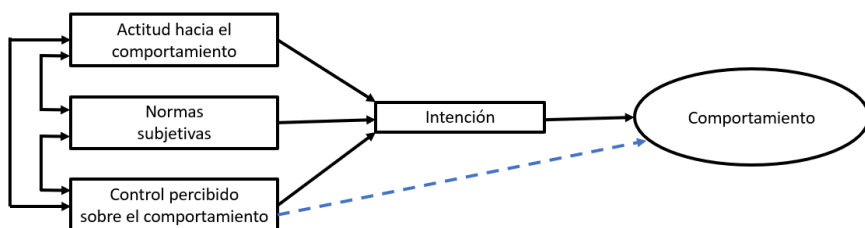
Autor (año)	Definición
Awwad y Al-Aseer (2021)	Estado psicológico que posee cada individuo, en el que expresa voluntad y motivación referente a un objetivo en particular.
Atiya y Osman (2021), y Brännback y Carsrud, (2009)	Atiya y Osman (2021), y La intención emprendedora influye directamente en la manera de actuar que lleva a la decisión para ejecutar una determinada acción o comportamiento pronosticado en el futuro, en donde también intervienen el esfuerzo y compromiso personal.
Thompson (2009)	Reconocimiento que hace una persona sobre la convicción que posee de intentar crear un negocio y conscientemente planifica realizarlo en algún momento en el futuro.

Nota: elaboración propia, adaptada de Vásquez, J., 2017. Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral.

Este comportamiento puede o no llevar la intención de emprender, es decir, que cuando el individuo está motivado hacia conseguir un objetivo, hay que reconocer que dicha meta no implica necesariamente que sea para emprender, pero sí es más probable que cuando se tiene esta intención emprendedora, esta posibilidad de llevar a cabo un emprendimiento está latente en la persona, pudiendo llegar a concretarse. Por ello, la intención emprendedora es un predictor del comportamiento planeado, ya que, en este proceso interviene la voluntad de la persona, y se une con lo descrito por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen, (1991), que “... establece la premisa de que cualquier comportamiento requiere un cierto nivel de planeación y este puede predecirse por la intención de adoptar dicho comportamiento” (Osorio, F. y Londo-

ño, J., 2015), quienes afirman de igual manera que cuando se tiene una intención, esta de alguna forma predice el comportamiento planeado en los individuos. Esta intención emprendedora se relaciona directamente con los “modelos de intención”, mismos que permiten aumentar la comprensión de la conducta emprendedora; de esta forma, la intención emprendedora en este caso se enfoca a la Teoría de la Conducta Planeada de Icek Ajzen, creada en 1985, y que permite medir la intención emprendedora en los individuos, siendo también denominada como la “Teoría de la acción planificada” (TAP), proponiendo que la intención de realizar una conducta dependerá de tres componentes o elementos, según señala Azarias (2021), (ver Figura 1): a) la actitud hacia la conducta: como la evaluación que la persona hace de esa forma de actuar; b) las normas subjetivas: referidas a la percepción que la persona tiene de la opinión de otros que son importantes para ella respecto al hecho de si debiera realizar esa conducta o no, (es la parte social de la teoría); y c) la percepción de control del comportamiento: resalta la importancia que tiene en la intención de conducta la percepción de la persona sobre lo fácil o difícil que le resultará realizar el comportamiento.

Figura 1. Teoría de la Conducta Planeada de Icek Ajzen, (1985).



Nota: elaboración propia, adaptada de Liñán, F. (2006). Teoría de la Conducta Planeada de Ajzen.

Otro de los aspectos fundamentales que conlleva la teoría de Ajzen, está relacionado a la opinión de que esta teoría se considera complementaria a la Teoría de la Acción Razonada (TRA) de Ajzen y Fishbein, (1980); y lo que comprende esta teoría, es similar a la Teoría de la Conducta Planeada, al señalar que la conducta humana está determinada por la intención de llevar a cabo o no esa conducta que se tiene en mente realizar

y de igual manera comprende los tres elementos de la Teoría de la Acción Planificada. Lo que cabe destacar es que los modelos o teorías per se, son de gran utilidad para la medición de la intención emprendedora, por lo que, la conducta de una persona estaría determinada de forma inmediata por la intención que esta tiene de realizar (o no realizar) esa conducta, aunada a sus creencias sobre su experiencia, los resultados que puede obtener con su decisión, sus creencias sobre las presiones sociales existentes para llevar a cabo o no la acción que tiene en mente y la motivación por atender o dar gusto ante esas presiones, así como a las creencias que tiene acerca de sus propias capacidades para llevar a cabo un determinado comportamiento, por lo que se puede comprender que la intención emprendedora tiene una clara relación con la Teoría de la Conducta Planeada de Icek Ajzen, ya que verifica de forma precisa esa intención por emprender, permitiendo el mejoramiento de las acciones emprendedoras de las personas con la generación de empresas innovadoras que den respuesta a las necesidades de la sociedad.

Por esta razón es relevante considerar que las instituciones de educación superior contribuyen a generar un comportamiento planeado con una clara intención emprendedora en sus estudiantes, y aunque se reconoce que no en todos permea el espíritu emprendedor en las diferentes asignaturas que se imparten con esta finalidad, esta conducta sí puede llegar a influenciar su decisión para emprender; sin embargo, es importante tomar en cuenta lo indicado por Saavedra, M. y Camarena, M., (2020), respecto a que existen diversos estudios realizados por Rueda, Fernández y Herrero (2012) y que coinciden con lo que señalan Maresch, Harms, Kailer y Wimmer-Wurm (2016), en cuanto a que “... el contenido de la enseñanza en emprendimiento debe adaptarse a cada grupo objetivo en particular, dado que el perfil de los estudiantes difiere de acuerdo con la carrera”, pero que en cada una de ellas se puede ejercer una influencia para forjar un perfil emprendedor. Se observa, por tanto, que emprender no necesariamente es una conducta o comportamiento subsecuente a la intención emprendedora que los llevará a realizarse como emprendedores; sin embargo, hay que acotar de igual manera en que no se debe restar importancia al papel de alta relevancia que tienen las universidades en la formación e intención emprendedora

en sus estudiantes. Así, el determinar la intención emprendedora en los estudiantes es fundamental para encauzar los esfuerzos que realizan las instituciones de educación superior como uno de los principales actores del ecosistema emprendedor; el gobierno y sus acciones que favorecen el desarrollo con financiamiento y capacitación a los nuevos empresarios-emprendedores y apoyo con fuertes políticas públicas, y con todos los organismos involucrados en dicho ecosistema en pro de la actitud emprendedora y del desarrollo de la sociedad, sin olvidar la influencia positiva que puede llegar a ejercer el entorno que los rodean (familiares, amigos y conocidos), como sujetos importantes para realizar un emprendimiento.

Entorno metodológico

En la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) se promueve la actividad emprendedora mediante la impartición de dos asignaturas pertenecientes al Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales (CEA y NI) de la UNIVA, Plantel Guadalajara, estas son: “Gestión de proyectos” y “Taller de gestión de proyectos”, realizando en ellas actividades curriculares, así como actividades extra-curriculares que refuerzan el proyecto emprendedor de los estudiantes. En la materia de “Gestión de proyectos” se genera un plan de negocios a través del Modelo de Emprendimiento del Departamento, y en la materia de “Taller de gestión de proyectos” se le da continuidad al plan de negocios generado en la primera materia, mejorando dicho modelo que finalmente es evaluado y retroalimentado por personas expertas a nivel nacional e internacional y externas a la universidad, con la intención de que los estudiantes perfilen y optimicen su propio proyecto para su futura implementación en el mercado. Con la información anterior y a lo largo de 8 meses, se desarrolla el plan de negocios total en dos periodos cuatrimestrales y que corren a partir del 6º cuatrimestre de la licenciatura, quedando conformado de manera inicial para su lanzamiento al mercado; de esta forma, es que surge la inquietud de realizar la presente investigación con los estudiantes de las siguientes Licenciaturas, pertenecientes al Departamento de CEA y NI de la UNIVA.

a) Programa Escolarizado (Turno Matutino), 21 licenciaturas:

1. Administración de Empresas, 2. Comercio y Negocios Internacionales, 3. Contaduría Pública, 4. Finanzas, 5. Gestión de Empresas Turísticas, 6. Mercadotecnia Integral, 7. Relaciones Internacionales, 8. Gastronomía, 9. Nutrición, 10. Psicología, 11. Animación, Arte Digital y Multimedia, 12. Ciencias de la Comunicación, 13. Diseño de Interiores, 14. Diseño Gráfico Estratégico, 15. Producción de Medios Audiovisuales, 16. Publicidad, 17. Derecho, 18. Ingeniería en Sistemas y Tecnologías de la Información, 19. Ingeniería Industrial, 20. Ingeniería Mecatrónica, 21. Ingeniero Arquitecto.

b) Programa Impulso (Turno Vespertino, para personas que trabajan), 8 licenciaturas:

1. Administración de Empresas, 2. Ciencias y Técnicas de la Comunicación, 3. Comercio Internacional, 4. Contaduría Pública, 5. Derecho, 6. Ingeniería en Sistemas Computacionales, 7. Ingeniería Industrial, 8. Mercadotecnia.

Totalizando 29 licenciaturas a las que se les imparten las dos asignaturas de emprendimiento antes mencionadas para el Programa Impulso y para el Programa Escolarizado.

Por otra parte, para conocer los aspectos que más influyen en la decisión de emprender por parte de los estudiantes universitarios del Departamento de CEA y NI de la UNIVA, y si las personas más cercanas a ellos tuvieron alguna influencia directa en que sean futuros emprendedores, se procedieron a formular las preguntas, los objetivos pertinentes para lograrlo, y el supuesto de investigación, como se muestra enseguida:

La pregunta rectora fue la siguiente: ¿Qué intención emprendedora poseen los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, pertenecientes al Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la Universidad del Valle de Atemajac, Plantel Guadalajara, y si sus padres han ejercido alguna

influencia para emprender proyectos innovadores en favor de la creación de empleos y de la economía nacional? Además, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es el contexto general y la importancia que tiene la intención emprendedora en estudiantes universitarios?
2. ¿Cuáles son los principales factores que determinan la intención emprendedora en los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, pertenecientes al Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la UNIVA, Plantel Guadalajara?
3. ¿Cuál es la influencia que han ejercido las personas cercanas a los estudiantes universitarios bajo estudio, como sus padres, sus familiares y sus amistades, para promover en ellos la intención emprendedora?

El objetivo general de la investigación fue el determinar la intención emprendedora que poseen los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, pertenecientes al Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la Universidad del Valle de Atemajac, Plantel Guadalajara, y si sus padres han ejercido alguna influencia para emprender proyectos innovadores en favor de la creación de empleos y de la economía nacional. Y los objetivos específicos que se siguieron en el estudio para lograr el objetivo general fueron los siguientes:

1. Conocer el contexto general y la importancia que tiene la intención emprendedora en estudiantes universitarios.
2. Identificar los principales factores que determinan la intención emprendedora en los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, pertenecientes al Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la UNIVA, Plantel Guadalajara.
3. Establecer la influencia que han ejercido las personas cercanas a los estudiantes universitarios bajo estudio, como sus padres, sus familiares y sus amistades, para promover en ellos la intención emprendedora.

El supuesto de investigación con el que se trabajó, estuvo referido a que el determinar la intención emprendedora que poseen los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, pertenecientes al Departamento de CEA y NI, UNIVA, Plantel Guadalajara, y si sus padres han ejercido alguna influencia para emprender, permitirá la optimización del contenido de ambas materias y la generación de proyectos innovadores en favor de la creación de empleos y de la economía nacional.

Realizar el estudio sobre la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de la institución es de alta relevancia por haber contribuido a la identificación de los factores que influyen en ellos para emprender, con miras al mejoramiento de la enseñanza del emprendimiento y de la generación de proyectos sustentables e innovadores del área para su futuro establecimiento en el mercado, lo que implica que tenga una justificación práctica, al poner la información a disposición principalmente para los estudiantes del emprendimiento universitario en la institución, así como para los estudiantes de otras instituciones educativas y personas interesadas en el tema, habiendo tenido como alcance del estudio exclusivamente a los estudiantes universitarios de todas las carreras citadas anteriormente; por ello, se decidió llevar a cabo el estudio con miras a tener claridad en aquellos aspectos que influyen positivamente en la intención emprendedora de los alumnos.

La investigación corresponde a un estudio de tipo descriptivo, cualitativo, documental y de investigación de campo, siendo además explicativo y transversal dado que se realizó en un solo momento, y se efectuó bajo el método inductivo. Se utilizó la técnica de la encuesta y se diseñó el instrumento con un total de 13 preguntas, distribuidas en cinco secciones a saber, para su posterior aplicación a los estudiantes universitarios que cursaban alguna de las dos asignaturas de emprendimiento del Departamento de CEA y NI, UNIVA; dichas secciones se mencionan a continuación: Sección I. Datos generales del participante; Sección II. Actitud hacia el emprendimiento; Sección III. Normas subjetivas; Sección IV. Autoeficacia emprendedora; y Sección V. Intención emprendedora.

En la investigación se utilizaron dos criterios de inclusión; el primero de ellos es que la investigación estuvo referida exclusivamente a los alumnos que estaban inscritos en alguna de las 29 licenciaturas antes citadas, y el segundo criterio fue que cursaran alguna de las dos asignaturas de emprendimiento de “Gestión de proyectos” y de “Taller de gestión de proyectos”, impartidas por el Departamento de CEA y NI, del Plantel Guadalajara de la UNIVA, durante el periodo mayo-agosto del 2022. Respecto a los criterios de exclusión del estudio se plantearon dos; el primer criterio fue el que no se consideraron a todos los estudiantes de otras carreras pertenecientes al resto de departamentos que integran a la universidad y que son diferentes al Departamento de CEA y NI en cuanto a las disciplinas y licenciaturas que ofrecen en el Plantel Guadalajara, así como en otros planteles del Sistema UNIVA; y el segundo criterio de exclusión, fue el que tampoco estuvieron incluidos los estudiantes de educación media de la institución bajo estudio.

Para lograr el propósito de la investigación, se fijaron como criterios éticos el respetar la confidencialidad de los datos personales y académicos de los alumnos participantes, así como la privacidad en el manejo y administración de la información recabada para conservar la confianza de todos los involucrados y de los participantes de la investigación.

La población de la investigación fueron los estudiantes de Licenciatura del Departamento de CEA y NI de la UNIVA, Plantel Guadalajara inscritos en alguna de las 29 licenciaturas correspondientes al periodo mayo-agosto, 2022, y a las que les imparten las dos asignaturas de emprendimiento (Gestión de proyectos y Taller de gestión de proyectos); y la muestra estuvo conformada por los estudiantes interesados en responder el instrumento, habiéndoseles presentado el formato de encuesta mediante un formulario en línea, logrando la participación de un total de 114 alumnos activos en las materias antes mencionadas.

Resultados e interpretación

Los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta se determinaron con la participación de 114 estudiantes universitarios que cursaban las materias de “Gestión de proyectos” y “Taller de gestión de proyectos”, habiéndose encontrado en cada una de las cinco secciones, lo siguiente:

Sección I. Datos generales del participante

- El género que respondió mayoritariamente a la encuesta fue el de estudiantes mujeres con el 52.6 %, a diferencia del 47.4 % de estudiantes varones.
- Las edades en las que oscilaron los estudiantes universitarios participantes en el estudio están en el rango de los 18 y los 30 años.
- Respecto a la licenciatura que estudiaban los participantes, se obtuvieron los siguientes porcentajes en cuanto a la carrera que cursaban al momento de cursar alguna de las dos asignaturas de CEA y NI, (mostrándose por área académica), siendo los estudiantes de Finanzas quienes tuvieron más participación en la investigación con el 20.2 %, y quienes menos participaron fueron estudiantes de la licenciatura en Derecho y de Ingeniería en Sistemas y Tecnologías de la Información, con el 0.9 %, distribuidos de la siguiente manera:
 - Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales, 44.8 %:

20.2 % de finanzas; 7 % de administración de empresas; 7.9 % de comercio y negocios internacionales; 5.3 % de mercadotecnia integral; 2.6 % de relaciones internacionales; 1.8 % de contaduría pública.

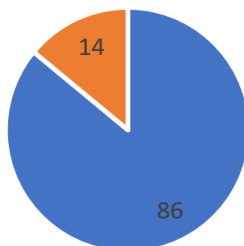
- Departamento de Ciencias Exactas e Ingenierías, 20.1 %:
 - 17.5 % de ingeniería en arquitectura; 1.8 % de ingeniería industrial; 0.9 % de ingeniería en sistemas y tecnologías de la información.
- Departamento de Ciencias de la Salud, 18.4 %:
 - 14 % de nutrición; 4.4 % de psicología.
- Departamento de Ciencias de la Comunicación, Lenguajes y Multimedia, 15.8 %:
 - 9.6 % de producción de medios audiovisuales; 2.6 % de diseño gráfico y estratégico; 1.8 % de ciencias de la comunicación; 1.8 % de animación, arte digital y multimedia.
- Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades, 0.9 %:
 - 0.9 % de derecho.
- Acerca del Programa Académico en el que estaban inscritos los estudiantes, los resultados indicaron que el 29 % de los participantes perte-

necían al Programa Impulso (turno vespertino), y el 71 % al Programa Escolarizado (turno matutino).

- Sobre el cuatrimestre en el que estaban inscritos los estudiantes, se encontraron los siguientes datos: 43 % cursaban el 9° cuatrimestre; 27.2 % cursaban el 6° cuatrimestre; 21.9 % cursaban el 8° cuatrimestre; 6.1 % cursaban el 7° cuatrimestre; y el 1.8 % cursaban el 10° cuatrimestre.
- Con relación a si los estudiantes trabajaban en el momento de la aplicación de la encuesta, se encontró que el 50 % sí trabajaban y el restante 50 % no laboraban en el momento de la aplicación del instrumento.
- Y con relación a si habían tenido una experiencia de emprendimiento propia o trabajando para alguien más, se encontró que el 66.7 % sí tenían experiencia en emprendimientos y el 33.3 % respondieron que no tenían experiencia alguna al respecto.

Sección II. Actitud hacia el emprendimiento

Actitud hacia el emprendimiento



■ Tienen familiar emprendedor ■ No cuentan con un familiar emprendedor ■ ■

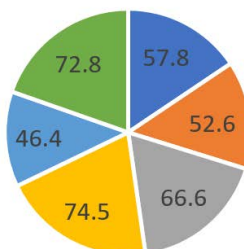
- En cuanto a si han tenido o tienen algún familiar emprendedor, el 86 % de los estudiantes respondieron que sí tienen algún familiar emprendedor y el 14 % señalaron que no tienen ningún familiar que lo fuera.

- En relación con el interés que presentaron los estudiantes sobre seis aspectos diferentes en referencia a la creación de una nueva empresa, se encontró lo siguiente:
 - a. Enfrentarme a nuevos retos: el 60.5 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba hacerlo, y el restante 39.5 %, comentó que no era su principal interés.
 - b. Crear empleo para otras personas: el 53.5 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba hacerlo, y el restante 46.5 %, comentó que no era de su interés.
 - c. Ser creativo/a e innovador: el 69.2 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba ser así, y el restante 30.8 %, comentó que no era su principal interés.
 - d. Tener altos ingresos económicos: el 77.1 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba percibir altos ingresos, y el restante 22.9 %, comentó que no era su principal interés.
 - e. Asumir riesgos calculados: el 44.7 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba tener dicha actitud, y el restante 55.3 %, comentó que no era su interés.
 - f. Ser mi propio jefe: el 74.5 % de los estudiantes respondieron que sí les interesaba ser su propio jefe, y el restante 25.5 %, comentó que no era su principal interés.

Sección III. Normas subjetivas

- Respecto al interés que presentaron los estudiantes sobre qué tan deseables eran seis aspectos en particular en relación con la creación de una nueva empresa, se encontraron los siguientes resultados:

Normas Subjetivas



- Enfrentar nuevos retos ■ Crear empleos ■ Ser creativo/innovador
- Tener altos ingresos ■ Asumir riesgos calculados ■ Ser mi propio jefe

- a. Enfrentarme a nuevos retos: el 57.8 % de los estudiantes respondió que sí les era deseable tener nuevos retos, y el restante 42.2 %, comentó que no era su principal deseo.
 - b. Crear empleo para otras personas: el 52.6 % de los estudiantes respondió que sí les resultaba deseable crear empleos, y el restante 47.4 %, comentó que no era su principal deseo.
 - c. Ser creativo/a e innovador: el 66.6 % de los estudiantes respondió que sí les resultaba deseable el ser creativo/a e innovador, y el restante 33.4 %, comentó que no era su principal deseo.
 - d. Tener altos ingresos económicos: el 74.5 % de los estudiantes respondió que sí les resultaba deseable tener altos ingresos, y el restante 25.5 %, comentó que no era su principal deseo.
 - e. Asumir riesgos calculados: el 46.4 % de los estudiantes respondió que sí les resultaba deseable asumir este tipo de riesgos, y el restante 53.5 %, comentó que no era su principal deseo.
 - f. Ser mi propio jefe: el 72.8 % de los estudiantes respondió que sí les resultaba deseable ser su propio jefe, y el restante 27.2 %, comentó que no era su principal deseo.
- Acerca de la medida en que estarían de acuerdo los familiares y aquellas personas que les son importantes a los estudiantes si estos

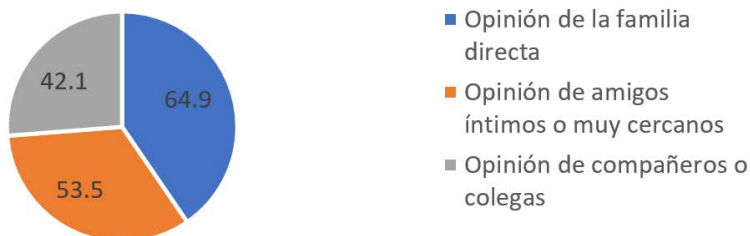
decidieran emprender y crear su propia empresa, se obtuvieron las siguientes respuestas:

- a. Mi familia directa: el 64.9 % de los estudiantes respondió que su familia directa estaría de acuerdo en que emprendieran, y el restante 35.1 %, comentó que no estaría en total acuerdo en que emprendieran su propia empresa.
- b. Mis amigos íntimos o muy cercanos: el 53.5 % de los estudiantes respondió que sus amigos íntimos o muy cercanos sí estarían de acuerdo en que emprendieran, y el restante 46.5 %, comentó que no estaría en total acuerdo en que emprendieran su propio negocio.
- c. Mis compañeros o colegas: el 42.1 % de los estudiantes respondió que sus compañeros o colegas sí estarían de acuerdo en que emprendieran, y el restante 57.9 %, comentó que no estarían en total acuerdo en que emprendieran su propia empresa.

Sección IV. Autoeficacia emprendedora

- Se les cuestionó a los estudiantes acerca de qué tan importante era la opinión de las siguientes personas respecto a que emprendieran y crearan su propia empresa, habiendo contestado lo siguiente:

Autoeficacia emprendedora



- a. Mi familia directa: el 47.3 % de los estudiantes respondió que les era muy importante la opinión de su familia directa acerca de que crearan su propia empresa, y el restante 52.7 %, comentó que no les es importante su opinión al respecto.

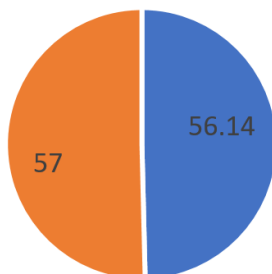
- b. Mis amigos íntimos o muy cercanos: el 38.5 % de los estudiantes respondió que les era muy importante la opinión de sus amigos íntimos o muy cercanos acerca de que crearan su propia empresa, y el restante 61.5 %, comentó que no les es importante su opinión al respecto.
- c. Mis compañeros o colegas: el 23.6 % de los estudiantes respondió que les era muy importante la opinión de sus compañeros o colegas acerca de que crearan su propia empresa, y el restante 76.4 %, comentó que no les es importante su opinión al respecto.

Sección V. Intención emprendedora

- Respecto a qué tan capaces se sentían para desempeñar eficazmente las siguientes tareas, se encontraron las siguientes respuestas:
 - a. Definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa: el 40.3 % de los estudiantes respondió que sí se sienten capaces para ello, y el restante 59.7 % comentó que no se sentían tan capaces para hacerlo.
 - b. Reconocer oportunidades en el mercado para la creación de nuevos productos o servicios: el 41.2 % de los estudiantes respondió que sí se sienten capaces para identificar las oportunidades para crear productos o servicios, y el restante 58.8 % comentó que no se sentían tan capaces para poderlas reconocer.
 - c. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa: el 40.3 % de los estudiantes respondió que se sienten capaces para ello, y el restante 59.7 % comentó que no se sentían tan capaces para crear y echar a andar una empresa.
 - d. Vencer el temor para emprender: el 50 % de los estudiantes respondió que sí se sienten capaces para emprender sin temor, y el restante 50 % comentó que no se sentían tan capaces para vencerlo y emprender.
 - e. Buscar el capital necesario para destinarlo a un emprendimiento: el 46.4 % de los estudiantes respondió que sí se sienten capaces para buscar el capital necesario, y el restante 53.6 % comentó que no se sentían tan capaces de realizar la búsqueda de capital para destinarlo a un emprendimiento.

- Sobre qué tan de acuerdo estaban con las siguientes afirmaciones, respondieron que:

Intención Emprendedora



■ Probable creación de una empresa ■ Decidido a crear una empresa ■ ■

- Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día: el 56.14 % de los estudiantes respondió sí estar de acuerdo con dicha afirmación de crear una empresa, y el restante 43.9 % contestó no estar de acuerdo al respecto.
- Estoy decidido a crear una empresa en el futuro: el 57 % de los estudiantes respondió sí estar de acuerdo con dicha afirmación de estar decidido a crear una empresa a futuro, y el restante 43 % contestó no estar de acuerdo con ello.

De acuerdo con los resultados anteriores se puede inferir que es conveniente que el Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la Universidad del Valle de Atemajac conozca esta información para su análisis y reflexión, procurando con esto que se puedan visualizar los cambios que se consideren pertinentes de realizar, de manera que conduzcan a la implementación de soluciones y acciones de mejora, difundiendo estos resultados con los docentes para tomar decisiones sobre la manera idónea de optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en favor de la formación

de los estudiantes del Departamento. Además, se considera conveniente apoyar todas las investigaciones que se realicen acerca del tema emprendedor, dado que favorecen el aprendizaje de los estudiantes y la actualización de contenidos de las respectivas asignaturas, en beneficio no solo de los alumnos, sino también de los docentes responsables de impartir las materias correspondientes, así como del Departamento de CEA y NI en la formación de los estudiantes y de la institución en general, por el impacto que tengan los proyectos emprendedores en la sociedad que los rodea.

Gran cantidad de jóvenes desde temprana edad expresan su intención por cristalizar sus ideas en un negocio viable, y este deseo los lleva a querer experimentar una vida laboral propia, en su perfil se muestran seguros y arriesgan para lograrlo, llama su atención el invertir, establecer una empresa, buscar financiamiento con familiares y amistades, y en múltiples ocasiones con su propio esfuerzo laboral, y es cuando se encuentra uno ante personas con metas claras y el deseo de ser su propio jefe, destacando en estas personas la intención emprendedora que poseen, indistintamente de su género, posición económica, o nivel académico alcanzado. De esta manera, la presente investigación hace una contribución al análisis que el ecosistema emprendedor aborda permanentemente, brindando apoyo a los jóvenes, instándolos a que sigan adelante con su plan emprendedor, porque se ha demostrado que cuando tienen una clara idea para emprender o cuando identifican una problemática específica, es a partir, de ahí que visualizan necesidades y proponen soluciones que dan respuesta a las necesidades que los rodean, habiendo detonado esta situación durante la pandemia y más ahora ante la nueva normalidad, evidenciando que el emprendimiento es una solución para volver al mercado por estar en franca recuperación empresarial, quizás un tanto lenta, pero firme hacia la creación de nuevas empresas, o bien, hacia la innovación de las ya establecidas, y en la que los jóvenes con sus ideas frescas e innovadoras son una parte importante para lograrlo, ya sea desde una intención emprendedora bien definida, o a la realización de un emprendimiento en algún momento futuro de su vida.

En relación con lo antes expuesto, los resultados que se obtuvieron de acuerdo con el objetivo general del estudio, estos se pueden con-

siderar del todo favorables, dado que son un recurso valioso en todos sentidos para la mejora continua del proceso enseñanza-aprendizaje que lleva el Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales de la UNIVA en la formación de los jóvenes estudiantes en el ámbito del emprendimiento, ya que cualquier aportación que derive de la investigación, estará al servicio del desarrollo, de la actualización y de la optimización de la impartición de las dos asignaturas sobre emprendimiento en el área, Gestión de proyectos y Taller de gestión de proyectos. Por tanto, respecto a la intención emprendedora que tienen los estudiantes universitarios inscritos en las asignaturas de emprendimiento durante el periodo mayo-agosto del 2022, y si sus padres ejercen influencia en ellos para emprender, se plantean las siguientes conclusiones que destacan los hallazgos de la investigación en cada una de las cinco secciones que integraron la encuesta aplicada a los estudiantes.

En los datos generales del participante se evidencia en cuanto al género una mayor participación de las estudiantes mujeres que de los varones, y en cuanto al rango de edad de los estudiantes, esta oscila entre los 18 y los 30 años, considerándose una excelente edad para emprender. En relación con las licenciaturas o a las áreas de profesionalización analizadas, se concluye que existe una mayor intención emprendedora en los estudiantes de Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales, seguidos de los Departamentos de Ciencias Exactas e Ingenierías, Ciencias de la Salud, Ciencias de la Comunicación, Lenguajes y Multimedia, y finalmente del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades. Un dato relevante que se observó es que, en ambos programas de estudio, (escolarizado e impulso), el 50 % de los estudiantes de cada programa está laborando actualmente, siendo esto una buena oportunidad para ellos de pensar en la posibilidad de emprender, ya que el hecho de que trabajen esto les permite vivir de cerca el funcionamiento y operación de una empresa real, mostrándoles que pueden llegar a ser su propio jefe. Sobre el periodo cuatrimestral que cursaban, la mayoría estudiaba el 9º cuatrimestre de un total de 10 cuatrimestres que comprenden las licenciaturas de la universidad, lo cual es muy favorecedor para que puedan iniciar un negocio, de acuerdo con las bases

y formación recibida tanto en las materias de emprendimiento como a lo largo de su carrera. Por otra parte, al afirmar que han tenido una experiencia de emprendimiento propia o que han trabajado para alguien más, esto se convierte también en una alta posibilidad de establecer su propia empresa; además de que aproximadamente el 90 % confirma que sí han tenido o tienen algún familiar emprendedor, lo que representa el hecho de que estos pueden haber ejercido una influencia importante en los estudiantes que los acerca aún más al emprendimiento, y este resalta como uno de los factores más importantes que puede promover en los alumnos la intención de emprender.

Lo anterior puede significar una buena posibilidad de que conduzcan sus esfuerzos hacia el establecimiento de su propio negocio porque con su experiencia laboral se han sensibilizado ante los riesgos, los aciertos y las fortalezas que vive una organización real, por lo que se recomienda que los responsables del emprendimiento en el Departamento de CEA y NI refuercen la enseñanza emprendedora con más actividades extracurriculares y que actualicen permanentemente los contenidos de las dos materias para la formación en emprendimiento, tanto en la parte administrativa como en la académica, de acuerdo con las necesidades del mercado y de la sociedad. Y por otro lado, se concluye de igual manera que los estudiantes muestran un alto interés por crear una nueva empresa, al expresar una actitud favorable hacia los nuevos retos, al poder crear empleo para otros, hace mantener una actitud innovadora y ser creativos, en que aspiran a obtener ingresos económicos altos, en asumir riesgos calculados, así como en el poder convertirse en su propio jefe en los años venideros.

Con relación a la Teoría de la Conducta Planeada (TCP) de Icek Ajzen, esta mide la intención emprendedora en los individuos, recordando que el inmediato precursor de la conducta, es la intención, y donde la intención de realizar una conducta permite por lo tanto predecir el comportamiento deliberado en el individuo, dependiendo esto de los tres elementos o componentes antes analizados: a) la actitud hacia la conducta, b) las normas subjetivas como la parte social de la teoría, y c) la percepción de control del comportamiento para actuar, considerándose este último componente, como el más importante de los tres, al

culminar o no con el logro del objetivo o meta hacia la que condujeron su actitud o comportamiento final.

En cuanto al primer componente que es la actitud hacia la conducta, se evidencia que para los estudiantes el hecho de emprender es una opción real, destacando que les permitiría obtener ingresos considerables para vivir, que buscan tener una actitud creativa y de innovación, y que pueden contribuir a la creación de fuentes de trabajo en beneficio del país, por considerar que esta actitud está basada en las creencias que tienen de que alcanzarán el éxito en razón de los resultados logrados y las experiencias vividas en forma personal y laboral, al día de hoy. En lo tocante al segundo componente sobre las normas subjetivas que hacen alusión a las creencias de los estudiantes respecto a las presiones sociales que perciben para llevar a cabo o no un emprendimiento, aunado a la motivación o desmotivación que pueden tener si consideran las presiones de las personas que los rodean como familiares y amigos íntimos, se concluye que la familia y los amigos más cercanos sí los apoyarían en su decisión de emprender, sin embargo, en cuanto al apoyo de sus compañeros o colegas, se concluyó que estos no estarían en total acuerdo con su decisión de establecer un negocio, siendo un dato interesante sobre el que los estudiantes deberán tomar su mejor decisión, partiendo de que generalmente quienes emprenden pueden hacerlo con su propio esfuerzo personal, por lo que no les representa un aspecto relevante dado que si es su sueño, irán tras él, con todo lo que el crear una empresa implique. Por lo que en cuanto a la autoeficacia emprendedora, se puede concluir que la opinión de quienes los rodean como la familia directa, sus amigos íntimos o muy cercanos, y sus compañeros o colegas, en los tres vínculos, los estudiantes afirmaron que no le daban gran importancia a lo que otros pensarán si ellos deseaban generar su propia empresa, y esto habla positivamente de la fuerte autoeficacia que tienen hacia el logro de su meta de ser emprendedores; y acerca de la importancia que le concedían a la opinión de su familia directa, sus amigos íntimos y sus compañeros o colegas, en los tres tipos de relación afirmaron que no le daban gran importancia a lo que los demás pensarán de querer establecer su propio negocio, confirmando nuevamente su autoeficacia emprendedora en dicha decisión. Respecto

al tercer componente de la teoría, que es la percepción de control del comportamiento, los estudiantes evidenciaron que sí se sienten capaces de tomar la decisión de realizar un emprendimiento, por lo que estiman tener bajo control su comportamiento futuro para emprender.

En relación con la intención emprendedora de los estudiantes, se concluye que aunque se sienten con posibilidades de tomar la decisión de emprender, expresaron no sentirse totalmente capaces en los siguientes aspectos: el definir una idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa; el reconocer oportunidades en el mercado para crear nuevos productos o servicios; el crear y poner en funcionamiento una nueva empresa; así como en buscar el capital necesario para destinarlo a un emprendimiento; lo cual permite afirmar que efectivamente lo que expresan los autores citados en el marco teórico a lo largo de la evolución del emprendimiento y de acuerdo también con lo que postula Icek Ajzen, autor de la “Teoría de la Conducta Planeada” (TCP), el hecho de que una persona desee ser emprendedor no implica que tenga una clara intención emprendedora, o al menos la intención de emprender de inmediato, por lo que se concluye también en esta investigación que ambos aspectos no están relacionados directamente. Y por último, cabe destacar que en el aspecto en que sí se sienten mejor dentro de la intención emprendedora, es en términos de poder vencer el temor a emprender, lo que es muy favorecedor para que opten por llevar a cabo un emprendimiento, basados en sus capacidades actuales y en continuar su formación emprendedora en la universidad, siendo un reto interesante el que la institución continúe promoviendo el desarrollo de competencias, así como el espíritu emprendedor en los estudiantes, para su fortalecimiento personal, profesional y empresarial, de manera que les permita desarrollar una mayor seguridad en sí mismos para hacerle frente a los riesgos y a las oportunidades del mercado mediante la obtención de información actualizada y confiable, que los aliente a continuar como futuros dueños de negocios que contribuyen a la generación de fuentes de empleo y al desarrollo de la economía y de la sociedad en la que se encuentran inmersos.

Finalmente, es importante resaltar que la labor que realiza el Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Negocios In-

ternacionales de la UNIVA tiene un propósito muy loable y al mismo tiempo de alta responsabilidad al formar a sus estudiantes en el ámbito emprendedor, por lo que se recomienda promover nuevas experiencias académicas tanto internas como externas a la universidad, con actividades que les brinden un aprendizaje actualizado en la elaboración de sus planes de negocios, con acercamiento al conocimiento y gestión de las diversas instancias para el financiamiento de sus proyectos, diseñando nuevas estrategias para lograrlo mediante charlas con empresarios y expertos en emprendimiento que los orienten sobre el mercado y sus necesidades, sobre los productos y servicios que más demanda la sociedad, que incluyan y promuevan el concepto de capital semilla dentro de la universidad, contactar con Empresas Ángel que les compartan sus experiencias emprendedoras, acerca de nuevas tecnologías, entre otros aspectos primordiales, y en sí, con todas aquellas acciones que sigan fortaleciendo el Modelo Institucional de Emprendimiento, para crear empresas sólidas, sustentables y sostenibles, que contribuyan al crecimiento económico y a una mayor estabilidad del país.

Con esto se confirma el postulado de la Teoría de la Conducta Planeada de Icek Ajzen, al señalar que la intención emprendedora en los estudiantes del Departamento de CEA y Ni, UNIVA, sí son capaces de crear empresas sostenibles, y se recomienda realizar nuevas investigaciones sobre el tema para mantener actualizada la labor del emprendimiento en los estudiantes, en términos de su perfil, su deseo por emprender, en la medición y valoración de las actitudes hacia el emprendimiento, en el abordaje de nuevos modelos de emprendimiento, y en hacer un benchmarking profesional de las acciones emprendedoras realizadas por otras instancias e instituciones, para enriquecer el propio modelo universitario y el aprendizaje del emprendimiento en general e incentivar en ellos la intención emprendedora. De igual manera, se confirma también el logro del objetivo general de determinar la intención emprendedora de los estudiantes de CEA y NI, UNIVA, en las dos asignaturas que ofrece el Departamento, y se pudo conocer que la influencia que han ejercido sus familiares directos y amistades promueve en ellos el deseo y la intención de emprender, que se encuentran en un entorno favorable para lograrlo, evidenciando que sí desean emprender

por sentirse capaces de vencer el temor a realizar un emprendimiento, y que la enseñanza que les ha brindado la universidad favorece dicha intención emprendedora, habiéndose comprobado también el supuesto de investigación, al considerarse viable que conociendo los resultados del estudio, el departamento está en posibilidad de optimizar el contenido de ambas materias con miras a generar proyectos innovadores, en favor de la creación de empleos así como del desarrollo y crecimiento de la economía nacional.

Referencias

- Azarias. (5 junio de 2021). *Teoría de la acción planificada*. El maravilloso Universo de la Psicología. Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional. <https://kibbutzpsicologia.com/teoria-de-la-accion-planificada/>
- Comunicación Institucional. EGADE Business School. (2021). *Estudio GEM: México requiere reforzar las políticas públicas de fomento al emprendimiento*. Tecnológico de Monterrey. <https://egade.tec.mx/es/blog/estudio-gem-mexico-requiere-reforzar-las-politicas-publicas-de-fomento-al-emprendimiento>
- Contreras, A., González, O. y Macías, P. (2020). *Intención emprendedora de los estudiantes universitarios*. Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, vol. 11, pp. 1-22, 2020. Red de Investigadores Educativos Chihuahua A. C., Reportes de investigación. DOI: https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v11i0.780. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5216/521662150026/html/>
- Gálvez, E., Guauña, R., y Ravina, R. (2020). *Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública*. Revista Universidad & Empresa, vol. 22, núm. 38, pp. 79-105, 2020. Universidad del Rosario. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>. Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187263780005/html/>
- IMCO Staff. (2022). *El panorama educativo y laboral de los jóvenes en México*. Instituto Mexicano para la Competitividad. <https://imco.org.mx/el-panorama-educativo-y-laboral-de-los-jovenes-en-mexico/>

- Minniti, M. (s.f.). *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*. Department of Strategy and Entrepreneurship. Cox School of Business. Southern Methodist University. Fundamento y aspectos territoriales. <https://mincotur.gob.es/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/MariaMinniti.pdf>
- Osorio, F., y Londoño, J. (2015). *Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición*. Cuadernos de Administración, 28 (51), 103-131. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.see> <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v28n51/v28n51a05.pdf>
- Romero, J., Gutiérrez, J., Fernández, L., y Portillo, R. (2021). *Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 4, pp. 113-130, 2021. Universidad del Zulia. Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069360009/html/>
- Saavedra, M. y Camarena, M. (2020). *Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México*. Revista Academia y Negocios (R.A.N.), Vol. 5, Artículo de Investigación, pág. 85. ISSN 0719-7713 / 0719-6245. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2609/2848>
- Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral*. Tesis de Doctorado en Administración. Escuela de Postgrado. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f68aa405-b990-4d0f-a369-56360717ef29/content>

Semblanza de las autoras

María Guadalupe Moyano Martínez tiene doctorado en Ciencias del Desarrollo Humano por la Universidad del Valle de Atemajac (2014). Es Egresada de la licenciatura en Administración (1985) y de la maestría en Educación (1999) por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Docente investigadora en posgrado y licenciatura en UNIVA; es autora de artículos publicados en el Diario El Informador, Ocho Columna” y Nexo Universitario (UAG) en México; y Conferencista en México, Colombia y Perú. Profesora investigadora y evaluadora de artículos internacionales en las revistas internacionales de ciencias sociales, y de educación y aprendizaje, del Publishing Global Knowledge Academics (GKA) de Madrid, España, desde mayo 2018; y Miembro del Comité Científico en dicho Organismo en España. Participa como Evaluadora Nacional de los “Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior” (CIEES), 2020. Ha ganado el Premio CALMECAC en dos ocasiones como mejor maestro del Área de Ciencias Económico Administrativas (2009 y 2020); ganadora del premio de la categoría “Mejor Comunicación en la Categoría: El emprendimiento en Latinoamérica” en 2016 y del premio de “Educación y Emprendimiento en Latinoamérica” por la Asociación de Emprendimiento (AFIDE) en 2017. La Dra. Guadalupe Moyano ha realizado estancias de investigación en Bogotá y en Bucaramanga, Colombia (2018 y 2019); y trabaja como consultora y capacitadora certificada por la Secretaría del Trabajo, la UNIVA y el Organismo el “CONOCER” desde 2007; actualmente realiza investigación conjunta con la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, Colombia; y es ponente en España, Argentina, Colombia, Panamá y Uruguay, y virtualmente en Colombia y Perú.

Ingrid García Santoscoy es profesionista especializada en áreas de Desarrollo Humano, Emprendimiento y Calidad. Enfocada en brindar apoyo y acompañamiento como consultor y capacitador certificado a organizaciones de los sectores público y privado, en el rediseño de modelos de negocio y desarrollo de estrategias que favorezcan

la trascendencia de las organizaciones, con base en el empoderamiento de los colaboradores, a través del desarrollo de competencias, el fortalecimiento de la cultura y clima laboral con enfoque humanista. Cuenta con maestría en Desarrollo Organizacional y Humano y en Administración con especialidad en Calidad; licenciatura en Administración de Empresas, así como diplomados en: finanzas, modelos de diagnóstico empresarial, E-business, habilidades directivas, programación neurolingüística, inteligencia emocional, coach de vida, felicidad, docencia y tutoría universitaria, entre otros. Tiene una trayectoria de más de 24 años como docente universitario (Certificado por ANFECA) en la Universidad de Valle de Atemajac, UNIVA, plantel Guadalajara, Jalisco, México y, otras Instituciones educativas, como ECI y UNAG. Es asesor y evaluador de múltiples proyectos de emprendimiento sustentable. Ponente en diversos foros a nivel nacional e internacional en temas tales como: Plenitud en el proyecto empresa, La voz del cliente y su impacto en las organizaciones, ¿Cómo emprender con sentido y enfoque sustentable?, Comunicación asertiva, entre otros. es socio fundador del IMCDO Instituto Mexicano de Consultores en Desarrollo Organizacional Colaboró con Banamex S.A., Institución financiera, como asesor y ejecutivo financiero empresarial, en apoyo a 50 empresas del sector industrial, en materia de crédito.