

Una comparativa de algunos factores que impulsan el intento de emprender entre los estudiantes de una Universidad pública y una privada en el Estado de Nuevo León.

A comparison of some factors that drive entrepreneurial intent among students of a public and a private university in the state of Nuevo León.

Honorio Gutiérrez-Guerrero*

Nuria Dianey de Loera-Aladro♦

Alfonso Lopez Lira Arjona♥

Fecha de recepción: 03 de agosto del 2024

Fecha de aceptación: 11 de noviembre del 2024

Fecha de Publicación en línea: 31 de enero del 2025

Abstract: This study investigates the factors motivating entrepreneurship among students from a public and a private university in Nuevo León. It emphasizes that entrepreneurship goes beyond mere business creation, involving a diverse set of skills essential for socio-economic development. The evolution of the entrepreneur concept is analyzed, highlighting their role as strategic managers of resources and key decision-makers. The study underscores the importance of integrating entrepreneurship into university curricula to enhance competencies and foster entrepreneurial activities. Business incubation programs are identified as significant tools in the educational context. The objective is to understand the factors influencing entrepreneurial initiatives among students, crucial for maximizing their impact in both public and private university settings.

Key words: Socioeconomic development, Public and private higher education, Student entrepreneurship, Private educational institutions.

Resumen: Este estudio investiga los factores que motivan el emprendimiento entre estudiantes de una universidad pública y una privada en Nuevo León. Se enfatiza que el emprendimiento trasciende la mera creación de empresas, involucrando un conjunto diverso de habilidades esenciales para el desarrollo socioeconómico. Se analiza la evolución del concepto de emprendedor, destacando su rol como gestor estratégico de recursos y tomador

* Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, Nuevo León, (México). honorio.gutierrezgr@uanl.edu.mx

♦ Tec Milenio Monterrey Nuevo León, (México). nuria.aladro@hotmail.com , <https://orcid.org/0009-0004-7435-0115>

♥ Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, Nuevo León, (México). alfonso.lopezlr@uanl.edu.mx , <https://orcid.org/0000-0002-3688-2215>



de decisiones clave. El estudio subraya la importancia de integrar el emprendimiento en los planes de estudio universitarios para fortalecer competencias y fomentar actividades emprendedoras. Se identifican los programas de incubación de empresas como herramientas significativas en el contexto educativo. El objetivo es comprender los factores que influyen en las iniciativas emprendedoras entre estudiantes, fundamentales para maximizar su impacto en entornos universitarios tanto públicos como privados.

Palabras clave: Desarrollo socioeconómico, Educación superior pública y privada, Emprendimiento estudiantil, Programas de incubación.

Introducción

El artículo hace referencia hacia una comparativa de algunos factores que impulsan el intento de emprender entre los estudiantes de una Universidad pública y una privada en el Estado de Nuevo León. Dentro de la universidad mexicana el emprendimiento enfrenta grandes desafíos debido a la falta de conocimiento de los procesos de negocio y la falta de apoyo institucional. Las universidades están adaptando sus programas educativos para fomentar una cultura emprendedora, siguiendo ejemplos históricos como el de Harvard Business School. Las incubadoras universitarias en México brindan recursos y asesoramiento a emprendedores. Los Estados y el sector privado están implementando subsidios y programas de estímulo para alentar a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a innovar. Aunque el número de incubadoras se ha duplicado y se han establecido centros de apoyo al emprendimiento, persisten desafíos, como la falta de acceso al capital y canales de distribución difíciles. Es importante que el gobierno y el sector privado continúen trabajando juntos para abordar estos desafíos y crear un ambiente que sea más propicio para el emprendimiento mexicano. La promoción y apoyo al emprendimiento en el entorno universitario, centrándose en las universidades como principales actores promotores de la cultura emprendedora. Se identifican los desafíos y oportunidades relacionados con el emprendimiento, principalmente en el contexto de las pequeñas y medianas empresas.

El estudio se realizó por medio de un levantamiento de la información presentada de manera documental, de tipo bibliográfica, para la obtención de la muestra en campo se utilizó una serie de preguntas tipo cuestionario, utilizando la escala de tipo Likert, para su aplicación en las dos universidades, una del sector privado que es el TecMilenio, campus Las Torres, situada en el estado de Nuevo León, dentro de su programa de estudios, la carrera de Creación y Desarrollo de Negocios, en la cual se aplicaron 45 encuestas y por

el lado del sector público la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León, situada en el estado de Nuevo León, con 92 encuestados de las carreras de Contador público, Administración, Negocios Internacionales, dando un total de 137 es de tipo correlacional porque asienta la correspondencia que hay entre una de estas dos variables (Reguant Álvarez, 2018).

El emprendimiento es uno de los temas que no se debería delimitar a la creación de empresas y negocios, sino que abarca un conjunto más amplio de habilidades y mentalidades que son decisivos en el mundo actual. En la modernidad, en su contexto globalizado, se presentan desafíos que exigen a los jóvenes universitarios mayor participación y disposición para aplicar sus habilidades, aptitudes y esfuerzos en beneficio de la sociedad. Se reconoce que el fenómeno del emprendimiento favorece de manera trascendental y significativo al desarrollo socioeconómico de un país, como señalan Suárez, Suárez y Zambrano (2017, p.24). En los últimos años, se ha venido observando la importancia del emprendimiento y la inclusión como una competencia en los planes curriculares más que la formación académica, es verlo desde una perspectiva de englobar el emprendimiento solo en iniciar un negocio o concebir una empresa con fines de lucro y en la elaboración de un plan de negocios, el emprendimiento es algo mucho más que eso.

Según el diccionario de la Real Academia Española, la palabra “emprender” se conforma de dos palabras, provenientes de raíces latinas. El prefijo “en” que su significado es “hacia dentro”, y el sufijo “Prehendere” que significa “Atrapado”, “capturado o tomado”. Por lo que se puede deducir que, emprender y comenzar una obra o una empresa, especialmente si se encierra una dificultad o peligro. De esta manera el emprendimiento hace referencia a la idea de hacer algo difícil o desafiante que implique un riesgo.

En la actualidad, emprender es la acción de crear, generar o iniciar algo nuevo, mostrando las habilidades de las personas o grupos de personas que prefieren dar por iniciado algún proyecto nuevo, el cual tiene algunas implicaciones como, la forma de identificar y aprovechar las oportunidades, así como la forma de implementar o innovar las ideas. Por lo que emprender no solo sería el solo para el ámbito empresarial, sino que puede ser también para diversas esferas del desarrollo donde se puede abarcar dimensiones como los emprendimientos sociales, sustentables, culturales, etc. “En un concepto aún mucho más amplio el emprendimiento puede entenderse como una base para el progreso personal y nacional, contribuyendo a la innovación y generación

de empleadores y el desarrollo económico y social". (Borrayo, C., Zepeda, A. V., & Melgarejo, B. D. 2019).

El mismo desarrollo de la teoría más moderna sobre la concepción de ser un emprendedor, remiten a una evolución de este concepto como "alguien que se especializa en la toma de decisiones juiciosas con respecto a la coordinación en el uso de los recursos escasos" (Casson, 1982). Por lo que esta perspectiva nos permite interpretar que el individuo que decide emprender, dentro de un marco diverso de diferentes ocupaciones y alternativas de su tiempo libre (Casson, 2010), busca entender la organización de un ente económico y las estrategias competitivas necesarias para desarrollarse en un ambiente de negocios, bajo el juicio y elección de alternativas futuras que puedan resultar en la implicación de un desafío y/o riesgo. Esta evolución de conceptualidad, refuerza la necesidad que las instituciones universitarias desarrollen la cultura de negocios en su alumnado e implementen programas de emprendedores en el marco de los proyectos universitarios, ya que robustecen las competencias y las actividades emprendedoras.

Según Gallegos, Grandet y Ramírez (2014) lograron identificar que existen 328 instituciones de educación superior en México que implementan en sus modelos educativos la cultura emprendedora y algún tipo de programa de incubación de empresas para su aplicación. No obstante, es necesario detectar que factores influyen, limitan, condicionan o impulsan la iniciativa y actividades de emprendimiento de negocios entre los estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas e influyen directamente en su tasa de aprovechamiento.

Metodología

El instrumento utilizado para este estudio fue por medio de un levantamiento de la información presentada de manera documental, de tipo bibliográfica, para la obtención de la muestra en campo se utilizó una serie de preguntas tipo cuestionario, utilizando la escala de tipo Likert, para su aplicación en las distintas Universidades. Para la parte estadística se desarrolló en el software SPSS y PLS, tomando dos variables de un constructo las cuales fueron revisadas y validadas para su interpretación que corresponden al ecosistema del emprendedor, la variable que se muestra es con referencia a la intención de emprender con base a las variables: formación y orientación emprendedoras.

Para este estudio se analizaron dos universidades del sector público y privado, donde se llevó a cabo un análisis de tipo descriptivo y manera transversal, se dice de una población total de 182 estudiantes, obteniendo una muestra de 137 encuestados en la Facultad de Contaduría Pública y Administración, situada en el estado de Nuevo León y 45 encuestados dentro del campus del TecMilenio, campus Las Torres, situada en el estado de Nuevo León. Este estudio se desarrolla bajo un enfoque descriptivo, correlacional causal ya que permite asemejar un hecho u objeto con la única finalidad de demostrar las conductas que se presentan a través de las variables a comparar, es de tipo correlacional porque asienta la correspondencia que hay entre estas dos variables (Reguant Álvarez, 2018), en este caso según la muestra se tomó de dos facultades ubicadas en el Estado de Nuevo León, México, una que pertenece al sector público siendo la Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración de las carreras de Contador público, Administración y Negocios internacionales y por el sector privado la Universidad TecMilenio, campus Las Torres, la carrera de Creación y Desarrollo de Negocios, para buscar el comportamiento de estas variables en cuanto a la intención de emprender en los estudiantes. También se considera de tipo aplicado ya que surgieron algunas preguntas que contestar: ¿Cuál es el comportamiento en cuanto a la intención de emprender, entre la universidad pública y privada?, Según las variables utilizadas en cuanto a la formación y la orientación emprendedora, ¿El desarrollo de cada una de ellas es igual en las dos universidades?, en cuanto a la parte estadística se aplicaron métodos cuantitativos para los cálculos y mediciones de los estudios estadísticos (Orlandoni, G, 2010), según el estudio se considera no experimental ya que las variables no son manipulables de manera intencional, ya que los resultados se analizaron de manera directa según se fue realizando el estudio.

Marco Teórico

Formación emprendedora

Para los estudiantes que están cursando un grado universitario en México, una gran parte de la población tiene al menos una idea de poder realizar o tener su propio negocio. La problemática con la que se enfrentan es con el desconocimiento en cuanto a la forma de realizar los procesos y la manera de llevarlo a cabo, no conocen cuales son las instituciones y/o asociaciones que podrían apoyarlos para poder su realización, incluyendo a las propias

instituciones universitarias donde existen las competencias y espacios para que se apoyen en su emprendimiento.

Por lo que las universidades solo están enfocadas en tener más participación que en poder contribuir en los cambios que las empresas y los negocios requieren para el crecimiento y realización de nuevas formas para el desenvolvimiento y participación que la sociedad exige.

En este artículo se investiga como los jóvenes universitarios podrían hallarse con una cultura emprendedora, donde influyen ciertos factores que impulsan el intento de emprender en relación con el comportamiento de su entorno, el cual que encierra el ecosistema del emprendimiento, los cuales son mostrado más adelante.

En trabajos de, Granados, Coll y De la Garza Ramos (2019). Mencionan que el emprendimiento inicia en la escuela de negocios de Harvard., y hacen referencia que en los años 50's su desarrollo alcanzó una popularidad entre la población académica y científica (Robinson y Haynes, 1991; Finkle y Deeds, 2001; Katz, 2003). Este modelo revolucionó que en las universidades de México se busque la manera de como poder promover o fomentar la creación de negocios a través de una formación que se impulse el desarrollo de las practicas sobre el emprendimiento, buscando la manera de poder realizar acomodamientos dentro de los programas educativos, debiéndose en su mayoría las dificultades que enfrentan los egresados para poder activarse en el motor productivo del ámbito laboral, y poder hallar un trabajo que vaya de acuerdo con su perfil académico, salarios bajos, espíritu emprendedor muy bajo, negocios informales y sobre todo los cambios en la economía que nacen de esta problemática.

Según el contexto, es primordial el analizar con detalle el desarrollo de los emprendedores, centrándose en la efectividad y confianza que tienen los programas académicos y verificar los roles que son clave de las incubadoras dentro de las universidades. Que son espacios en donde no solo se fomenta la formación emprendedora, sino que también las aportaciones en el apoyo, asesoría y recursos para convertir ideas en negocios factibles.

Por otro lado, es importante la forma de realizar las evaluaciones de estas iniciativas donde se fortalecen la conexión con el ecosistema emprendedor, contribuyendo a la creación de empresas sostenibles. Permitiendo mejorar la enseñanza del emprendimiento y optimizar el impacto

de las universidades en el desarrollo económico. (Mian 1994, 1996; Grimaldy y Grandi, 2005; Markman et al 2005).

En México se espera que los estudiantes que cursan alguna carrera universitaria busquen nuevas oportunidades para desarrollar proyectos emprendedores, aprovechando al máximo sus capacidades, habilidades y talentos con la finalidad de convertirse en futuros emprendedores. Se busca que exploren los factores que facilitan el establecimiento de estrategias para impulsar ideas innovadoras, fomentando así su participación en la sociedad y contribuyendo al crecimiento crítico independiente de los estudiantes. Aunque se reconocen diversos programas en instituciones educativas, el sector privado y el gobierno, se admite que aún queda mucho por hacer. Por lo tanto, a través de estas investigaciones, se pretende identificar quiénes son los emprendedores, cómo toman decisiones y de qué manera llevan a cabo sus iniciativas emprendedoras.

Una de las propuestas donde se plantea examinar los factores que facilitan la forma de implementar estrategias que estén orientadas a fomentar ideas innovadoras, promoviendo la participación en la sociedad y fortaleciendo el pensamiento crítico y la autonomía de los estudiantes. Si bien se conocen que existen diversos programas impulsados por instituciones educativas, el sector privado y el gobierno, aún queda mucho por hacer en este ámbito.

Con la realización de estas investigaciones, lo que se busca es establecer un marco claro acerca de quiénes son los emprendedores, ver la forma en que toman sus decisiones y la manera de como las llevan a cabo en el momento de iniciar sus proyectos.

La operatividad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) es un indicador en la economía, a pesar de enfrentar desafíos como la limitada inversión de capital y dificultades en los canales de comercialización, según Blanco-Ariza et al. (2020). A pesar de estas limitaciones, en México se ha impulsado la investigación, desarrollo e innovación en las Pymes mediante subsidios y programas de estímulos, como señalan Bojórquez y Pavía (2011)

Ramos-Soto et al. (2020) destacan que el entorno empresarial cambiante y los efectos de la globalización ofrecen a las empresas la oportunidad de participar en contextos de negocios altamente competitivos. En este sentido, subrayan la importancia de que las organizaciones, incluidas las Pymes, desarrollen estrategias para crear elementos distintivos que mejoren su posición en el mercado. La adaptación a un entorno empresarial dinámico

y competitivo se considera crucial, y la innovación puede desempeñar un papel fundamental para lograr ventajas competitivas. Los subsidios y programas de estímulos en México se interpretan como esfuerzos destinados a fomentar esta adaptación y a mejorar la capacidad de las Pymes para competir a nivel global.

Es interesante conocer la información sobre el panorama para los emprendedores en México y la manera de implementar sus políticas que existen para apoyar este sector. La duplicación del número de incubadoras de empresas y la introducción de centros para apoyar al emprendimiento, son muestras de los esfuerzos del país para fomentar la actividad empresarial.

Orientación emprendedora

Tal como lo menciona el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) por siglas en inglés, muestra porcentajes acerca del comportamiento en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) muestra un nivel demasiado alto en la actividad empresarial en el país de México con un 19,9%, en comparación con otros de la región de latinoamericana que pertenecen a la OCDE. Faltan de alcanzar algunos otros logros, a pesar de todo continúan desafíos cruciales, como promover continuamente la creación de nuevas empresas, respaldar a Pymes con ideas innovadoras y la consolidación de nuevos Startups, mejorar su rendimiento, productividad y facilitar el desarrollo de las empresas más pequeñas. Estos desafíos pueden requerir enfoques específicos y la colaboración entre diferentes sectores para lograr un desarrollo empresarial sostenible.

Según Ejdays (2016), la falta de una buena orientación en realizar estrategias de forma ordenada es una de las razones por las cuales las pequeñas y medianas empresas (Pymes) demuestran un nivel bajo en la innovación. En cuanto a la habilidad de emprender, esta también se destaca como un factor que influye de manera directa en la creación de las Pymes. En otros países, los emprendimientos son considerados como un instrumento para estimular la economía, según Covin y Miller (2014). Todos estos autores comentan como una sugerencia que el entorno económico de un país puede facilitar y apoyar el crecimiento del emprendimiento por alguna necesidad, un tipo de emprendimiento el cual surge en los emprendedores cuando se sienten obligados en buscar algún ingreso extra o de forma permanente y esto es debido al desempleo u otros factores socioeconómicos.

En estudio encontrados, según algunos en la materia consideran importante el seguir investigando sobre la importancia de tener una perspectiva

en cuanto a la orientación emprendedora y la manera en que impacta el enfoque en que se pueden desarrollar las ideas y dar soluciones creativas, que para (Saeed, Yousafzai y Engelen, 2014; Bedoya y Arango, 2017) sería la clave del éxito. Es importante y de manera obligatoria identificar cuáles son aquellos factores que son indispensables para poder impulsar de manera considerable la innovación y mejorar los resultados dentro de su participación en el mercado o poder permanecer en el mismo. (Shan, Song y Ju, 2016), y sobre todo en el seguir dentro de la estructura de las pequeñas y medianas empresas (Cardona, Martins y Velásquez, 2017). Por lo que, según la literatura, la orientación emprendedora es un factor dentro del emprendimiento, ya que mantiene la manera de generar ganancias y buenos resultados en la innovación (Küçükkaban, 2016; Kwon y Cho, 2017); como se menciona en párrafos anteriores es de suma importancia en seguir investigando sobre el tema de la orientación emprendedora ya que existe muy poca evidencia conocida dentro de las Pymes (Gomes y Wojahn, 2017).

Esta investigación se estudian aquellos antecedentes que demuestran las habilidades donde se promueve y se apoya el desenvolvimiento y desarrollo del emprendimiento en los estudiantes universitarios. Se pretende hallar como impulsar la cultura emprendedora, donde se dé a conocer todo el entorno en que se envuelve el ecosistema del emprendimiento, con el único objetivo de obtener algún modelo que se pueda implementar o promover dentro de las universidades. Como estudio de caso, son las universidades públicas que busquen e incentiven al personal docente y la incorporación de programas que impulsen el desarrollo de nuevas empresas para contribuir en el desarrollo económico.

Análisis de estudio

La encuesta se aplicó a dos universidades una que corresponde a la estructura de una educación pública y la otra es una institución con educación privada, ambas imparten alguna materia donde se impulsa el emprendiendo dentro de las carreras que imparten. La muestra cumple los requerimientos para los estudios en los que se utiliza el modelaje de correlación, por considerar el comportamiento entre las variables independientes con su dependiente, buscando si existe una relación entre cada una de ellas, con el fin de poder medir el comportamiento según las variables del ecosistema del emprendimiento en cuanto al desempeño para poder llevar a cabo algún desarrollo de negocios, según el cálculo se basa con un nivel de confianza del

95% y un 5% de margen de error, la población se recolectó de la siguiente manera.

Población estudiantil

La población que fue objeto de estudio se formó por un total de 182 estudiantes, de los cuales 45 estudiantes pertenecen al Universidad TecMilenio, campus Las Torres y 137 pertenecen a la Facultad de Contaduría Pública y Administración, ambas se ubicadas en Monterrey, N.L. México. Según la Tabla 1

Tabla 1 Estudiantes encuestados por Universidad

	Estudiantes	%
TecMilenio, campus Las Torres, Monterrey N.L.	45	24.7%
Facultad de Contaduría Pública y Administración UANL	137	75.3%
Población estudiantil	182	

Nota: elaboración propia, registro de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y TecMilenio, campus Las Torres, Monterrey, N.L. /octubre 2023

Las carreras entrevistadas representan aquellas que por lo menos llevan alguna materia en el entorno de desarrollo de negocios o emprendimiento, quedando distribuida de la manera que se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2 Población estudiantil por carrera según la universidad

	N	%
Licenciatura en administración FACPYA	108	59.3%
Contador Público FACPYA	22	12.1%
Licenciatura en negocios internacionales FACPYA	19	10.4%
Licenciatura en tecnología de la información FACPYA	3	1.6%
Modelación financiera TecMilenio	13	7.1%
Instrumentos financieros derivados TecMilenio	8	4.4%
Finanzas internacionales TecMilenio	7	3.8%
Proyecto de administración de portafolios financieros TecMilenio	2	1.1%
Total estudiantes encuestados de las dos universidades	182	

Nota: elaboración propia, registro de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y TecMilenio, campus Las Torres, Monterrey, N.L. /octubre 2023

La población estudiada abarca estudiantes con edades entre 18 y 25 años, un grupo relevante por encontrarse en una fase de transición hacia de la vida adulta. En este intervalo, los jóvenes suelen estar en etapas finales de su formación académica o iniciando su incorporación al mercado laboral, lo que los convierte en un sector importante para examinar aspectos relacionados con

la educación, el crecimiento profesional y el interés por emprender. Según lo expuesto en la Tabla 3, los datos obtenidos de esta muestra ofrecen una visión representativa que permite explorar a fondo estos temas, esenciales para la investigación presente.

Tabla 3 *Rango de edad entre las universidades*

Edad	N	%
10	1	0.5%
18	6	3.3%
19	50	27.5%
20	39	21.4%
21	39	21.4%
22	23	12.6%
23	11	6.0%
24	7	3.8%
25	3	1.6%
27	1	0.5%
29	2	1.1%

Nota: elaboración propia, registro de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y TecMilenio, campus Las Torres, Monterrey, N.L. /octubre 2023

Resultados

Después de realizar la aplicación de las encuestas y una vez recolectados los datos de la muestra, se obtuvieron los siguientes resultados:

En la Tabla 4 se presenta el Índice de Confiabilidad de Cronbach para la Universidad TecMilenio, el cual es una medida utilizada para evaluar la consistencia interna de los cuestionarios aplicados. Para lograr que el índice fuera aceptable dentro de los parámetros establecidos, se realizaron algunos ajustes en las variables evaluadas. Específicamente, al analizar la variable de orientación emprendedora, fue necesario eliminar tres preguntas del instrumento de medición. De manera similar, en la variable de formación emprendedora se suprimió una pregunta, lo que permitió que el índice de Cronbach estuviera dentro del rango recomendado entre .7 y .9, de acuerdo con los lineamientos propuestos por Hair (1998). Con estos ajustes, los resultados obtenidos son considerados aceptables en términos de confiabilidad, asegurando que los datos recogidos sean representativos y consistentes para los objetivos del estudio.

Tabla 4 Alpha de Cronbach para las variables TecMilenio

No	Variables	Índice de fiabilidad Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	No de elementos
X2	Orientación emprendedora	.890	5
X3	Formación emprendedora	.899	7

Nota: Elaboración propia, tomada de los resultados del arrojados por el SPSS

En la Tabla 5 se presenta el Índice de Confiabilidad del Alpha de Cronbach para los datos recopilados en la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Este índice mide la consistencia interna de un conjunto de ítems o variables dentro de un cuestionario. En este caso, todas las variables se mantuvieron en el análisis porque el resultado obtenido se encuentra entre 0.700 y 0.900, lo que indica un nivel de confiabilidad adecuado, según los criterios establecidos por Hair (1998). Estos valores sugieren que los ítems son coherentes entre sí y que las mediciones realizadas son fiables para representar las variables estudiadas, sin necesidad de eliminar ninguna para mejorar la precisión del análisis.

Tabla 5 Alpha de Cronbach para las variables FACPYA/UANL

No	Variables	Índice de fiabilidad Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	No de elementos
X2	Orientación emprendedora	.843	8
X3	Formación emprendedora	.878	8

Nota: Elaboración propia, tomada de los resultados del arrojados por el SPSS

En la Tabla 6 se muestran los datos obtenidos presentadas en una matriz de correlaciones entre las variables independientes orientación y formación emprendedoras, con la variable dependiente, intención de emprender, en la se describe la relación entre dichas variables.

Intención de emprender y orientación emprendedora, la correlación obtenida entre estas dos variables es de .619 ($p < .01$), lo cual indica una relación positiva moderada y significativa. Este resultado sugiere que a medida

que los individuos desarrollan una mayor orientación hacia el emprendimiento, su intención de emprender también se incrementa de manera proporcional. Dicho hallazgo es consistente con la literatura que señala que una actitud favorable hacia el emprendimiento fomenta la disposición para iniciar un negocio o proyecto propio. Intención de emprender y formación emprendedora: La correlación entre estas variables es de .746 ($p < .01$), lo que refleja una relación positiva fuerte y significativa. Esto sugiere que una mayor formación en emprendimiento se asocia con una mayor intención de emprender. La formación emprendedora desempeña un papel fundamental en el desarrollo de habilidades y conocimientos, potenciando la intención de los individuos de llevar a cabo proyectos empresariales. Orientación y formación emprendedoras: La correlación entre estas variables es de .633 ($p < .01$), mostrando también una relación positiva moderada y significativa. Este resultado implica que una mayor formación emprendedora está asociada con un incremento en la orientación hacia el emprendimiento, lo que confirma que los programas formativos no solo influyen en la intención de emprender, sino que también moldean actitudes y comportamientos alineados con el emprendimiento.

Tabla 6 *Correlación entre las variables aplicadas*

Variables	Intención emprender	Orientación emprendedora	Formación emprendedora
Intención de emprender	1		
orientación emprendedora	.619**	1	
formación emprendedora	.746**	.633*	1

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Nota: elaboración propia tomada del SPSS

La Tabla 7 muestra el comportamiento del instrumento, donde podemos apreciar que la correlación lineal R que es del 73% entre los valores observados dentro de la muestra y los pronosticados por el modelo en comparación con variable dependiente tienen una aceptación alta, en cuanto a la consistencia en el modelo de los datos es de un 52% del comportamiento de las variables es explicado por el modelo y el 48% es debido a errores aleatorios surgidos por diferentes factores, si vemos el comportamiento del Recuadrado ajustado, se nota que los valores futuros están determinados por una constante en donde la formación emprendedora esta como en primer,

seguido por la orientación emprendedora en relación a la variable dependiente intención de emprender.

Tabla 7 Aceptabilidad del modelo prueba de Normalidad

Resumen del modelo ^b										
Modelo	R	R cuadra- do	R cuadra- do ajusta- do	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					
					Cam-bio en R cuadra- do	Cam-bio en F	gl1	gl2	Sig. Cam- bio en F	Dur- bin- Wat- son
1	.726 ^a	.528	.522	.54911	.528	100.001	2	179	<.001	1.859

Predictores: (Constante), formación emprendedora, orientación emprendedora. Variable dependiente: intención de emprender. Nota: elaboración propia tomada del SPSS

En la Tabla 8 se muestra un análisis de varianza (ANOVA) examina la relación entre la variable dependiente intención de emprender y dos predictores, formación emprendedora y orientación al emprendedor el modelo explica cada componente de la tabla, en donde incluye la suma de cuadrados, grados de libertad (gl), media cuadrática, el valor F y la significancia (Sig.). en la suma de cuadrados existe una regresión (60.306), esta cifra representa la variabilidad total en la variable dependiente que es explicada por el modelo. En este caso, el modelo explica 60.306 unidades de la variabilidad en la intención de emprender, lo que indica una relación significativa entre las variables predictoras y la variable dependiente, con los que respecta al residuo (53.973), este valor representa la variabilidad no explicada por el modelo, es decir, la parte de la intención de emprender que no puede ser explicada por la formación emprendedora y la orientación al emprendedor, el Total (114.279), es la suma de los cuadrados de regresión y residuo, representando la variabilidad total en la intención de emprender, en cuanto a los grados de libertad (gl), la regresión 2, representa el número indica que hay dos predictores en el modelo (formación emprendedora y orientación al emprendedor). Residuo (179), refleja los grados de libertad asociados a los errores no explicados, con un total (181), que es la suma de los grados de libertad de regresión y residuo. Lo que respecta la media cuadrática, la regresión (30.153), que es la división de la suma de cuadrados de regresión por sus grados de libertad (60.306/2), lo que da una medida de la varianza explicada por el modelo, el residuo (0.302), es obtenido, dividiendo la suma de cuadrados del residuo por sus grados de libertad (53.973/179) y el valor F (100.001), es la razón entre la media cuadrática de la regresión y la media

cuadrática del residuo. Un valor F alto sugiere que al menos uno de los predictores está asociado significativamente con la variable dependiente. En este caso, el valor F de 100.001 indica una relación muy fuerte y significativa entre los predictores y la intención de emprender y por último esta la significancia (Sig.), donde el valor de <.001 indica que la probabilidad de obtener estos resultados por azar es extremadamente baja, lo que sugiere que hay evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula. Esto significa que al menos uno de los predictores (formación emprendedora

Tabla 8 ANOVA

ANOVA ^a						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	60.306	2	30.153	100.001	<.001 ^b
	Residuo	53.973	179	.302		
	Total	114.279	181			

a. Variable dependiente: intención de emprender

b. Predictores: (Constante), formación emprendedora, orientación al emprendedor

Fuente: elaboración propia tomada del SPSS

Conclusión

El crecimiento y los estudios sobre el concepto de emprendimiento en la educación superior en México revela un cambio paradigmático hacia una educación que trasciende la mera transmisión de conocimientos técnicos, que además se adentra en el fomento de habilidades críticas y creativas esenciales para el siglo XXI. Las universidades, al incorporar la cultura emprendedora en sus currículos y ofrecer programas de incubación y aceleración, no solo preparan a los estudiantes para iniciar negocios, sino que también los equipan para enfrentar desafíos complejos en diversos ámbitos del desarrollo social, cultural y económico.

Este enfoque educativo no solo favorece el crecimiento personal de los alumnos, sino que también contribuye significativamente al desarrollo socioeconómico del país. Las habilidades fomentadas a través de la educación emprendedora, como la innovación, la gestión de recursos y la resolución de problemas, son indispensables para cualquier economía que aspire a ser competitiva a nivel global. Es fundamental que las instituciones de educación superior continúen invirtiendo en la expansión de sus programas de emprendimiento y en la creación de ecosistemas que soporten y nutran a los

futuros emprendedores. La colaboración entre universidades, gobierno y sector privado será clave para superar los desafíos existentes y para maximizar las oportunidades de emprendimiento, asegurando así que el impacto de estas iniciativas sea tanto amplio como profundo. En resumen, el emprendimiento en la educación superior no es solo una tendencia, sino una necesidad imperante que moldea a los líderes del mañana y propulsa hacia adelante a la sociedad en su conjunto. Una de las variables fundamentales es la formación emprendedora y los desafíos enfrentados por estudiantes universitarios, destacando una profunda brecha entre el conocimiento teórico y la práctica emprendedora. Por un lado, los estudiantes no tienen conocimiento y no cuentan con los recursos necesarios para iniciar negocios exitosos, y por otro lado no están conscientes de los apoyos disponibles en sus propias universidades. Las incubadoras de negocios dentro de las universidades son piezas fundamentales para convertir ideas en empresas viables, pero requieren de una coordinación entre los programas y el fortalecimiento de las habilidades emprendedoras de los estudiantes, fortalecer la orientación, así como la formación emprendedora, en México estas actividades son trascendental para que se mantenga e incremente el crecimiento y dinamismo empresarial que ya existe actualmente. Con esto, al mejorar los ecosistemas emprendedores e impulsar habilidades de los estudiantes en sus ideas innovadoras, se estaría contribuyendo significativamente al crecimiento y la sustentabilidad económica del país.

Los resultados de las estadísticas determinaron que de los 182 estudiantes encuestados, un 76% son de carreras que pertenecen a la educación pública y un 24% pertenece a las carreras de una universidad privada, de los cuales todas pertenecen al área de una carrera de negocios, el rango de edad de los entrevistados con mayor peso esta entre los 19 y 22 años, la relación que existe entre cada una de las variables es muy significativa, porque tanto la formación emprendedora y la orientación emprendedora son las que obtuvieron un resultado de aceptación para su comprobación ya que las demás variables fueron rechazadas para este estudio, aunque existe una variable en un porcentaje bajo que podría influir como es la del entorno personal, ya que algunos consideran que influyen las amistades y la familia en tomar una decisión para emprender.

Referencias

- Bedoya, M. A., & Arango, B. (2017b). Orientación emprendedora, recursos y capacidades: Una revisión de su marco conceptual para la innovación. *Revista Espacios* 38(38), 11–28.
- Blanco-Ariza, A. B., Vásquez-García, Á. W., García-Jiménez, R., & Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/5949>
- Bojórquez, A. L., y Pavía, G. C. (2011). La innovación tecnológica en las empresas Yucatecas. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 5(1), 501-525 <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/583>
- Borrayo, C., Zepeda, A. V., & Melgarejo, B. D. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72–87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026735>
- Cardona, R. A., Martins, I., y Velásquez, H. (2017). Entrepreneurial orientation, assessment and management of projects and Impact in Corporate Entrepreneurship: Intention to Action. *Cuadernos de Gestión*, 17(2), 37–60. <https://doi.org/10.5295/cdg.140511rc>
- Casson, M (1982) The entrepreneur: An economic theory. Oxford: Martin Robertson.
- Casson, M (2010) "Entrepreneurship, business culture and the theory of the firm". En A. Zoltan y D. Audretsch Editores, Handbook of entrepreneurship research: an interdisciplinary survey and introduction. Estados Unidos de América: Kluwer Academic Publishers.
- Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(1), 11-44. <https://doi.org/10.1111/etap.12027>
- Ejdys, J. (2016). Entrepreneurial orientation vs. innovativeness of small and medium size enterprises.
- Finkle, T. A., & Deeds, D. (2001). Trends in the market for entrepreneurship faculty, 1989–1998. *Journal of Business Venturing*, 16(6), 613–630. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(99\)00051-8](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(99)00051-8)
- Frias-Navarro, D., & Pascual-Soler, M. (2022). Research design, analysis and writing of results. Open Science Framework. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KNGTP>
- Gallegos, R, C. Grandet y P. Ramírez (2014). Los emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. México: IMCO. Disponible en: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/20140507_Los_Emprendedores_de_TIC_en_Mexico.pdf
- GEM, G. E. M. (2013). Global entrepreneurship monitor. Relatório GEM para Portugal, 2013, 2004-2013.
- Gomes, G., y Wojahn, R. M. (2017). Organizational learning capability, innovation and performance: Study in small and medium-sized enterprises (SMES). *Revista de Administração*, 52(2), 163-175. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.003>
- Granados, E. L. M., Coll, J. A. C., & De la Garza Ramos, M. I. (2019). El fomento emprendedor desde la universidad mexicana. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864003>

- Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis 5th ed Prentice Hall Upper Saddle River. NJ. Retrieved from [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx)
- Katz, Jerome A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283–300. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(02\)00098-8](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(02)00098-8)
- Kwon, M., y Cho, Y. C. (2017). Investigating effects of entrepreneurial orientation and management on performance: Public vs. private sector. *Journal of Marketing Thought*, 4(2), 12-25.
- Küçükkan, A. (2016). The impact of entrepreneurial orientation, innovativeness and social capital on firm performance. In, Academic Conferences Association. Proceedings of the 7th multidisciplinary (140- 149). Praga, República Checa.
- Lizeth, M. G. E., Alberto, C. C. J., & De la Garza Ramos, M. I. (2019). El fomento emprendedor desde la universidad mexicana.
- Mian, S. A. (1996). Assessing value-added contributions of university technology business incubators to tenant firms. *Research policy*, 25(3), 325-335.
- Orlandoni, G. (2010). Escalas de medición en Estadística. Telos: *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(2), 243-243.
- Ramos-Soto, A., Londoño, D., SepulvedaAguirre, J., y MartínezJiménez, R. (2020). Gestión integral e integrada: Experiencia de las empresas en México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 31-44. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33229>
- Reguant Alvarez, M., Vilà Baños, R., & Torrado Fonseca, M. (2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. REIRE. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 11(2), p. 45-60. <https://doi.org/10.1344/reire2018.11.221733>
- Robinson, P., & Haynes, M. (1991). Entrepreneurship education in America's major universities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), 41–52. <https://doi.org/10.1177/104225879101500304>
- Robinson, P. B., & Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of business Venturing*, 9(2), 141-156. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90006-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90006-X)
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., & Engelen, A. (2014). On cultural and macroeconomic contingencies of the entrepreneurial orientation–performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 255-290. <https://doi.org/10.1111/etap.12097>
- Shan, P., Song, M., & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*, 69(2), 683-690. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.032>
- Suárez, M., Suárez, L., & Zambrano, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales*, 4, 23–32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6478382>