

Análisis de la relación del perfil emprendedor y el impacto de la universidad para estudiantes del área económico-administrativa

Analysis of the relationship between the entrepreneurial profile and the impact of the university for students in the economic-administrative area

Fecha de recepción:
19 Septiembre del 2024

Autores: Jovana Isabel Tirado García¹
Crisel Yalitze Lugo Gil² y María Guadalupe Torres Figueroa³

Fecha de aprobación:
11 diciembre del 2024

- ¹ Licenciada en Negocios y Comercio Internacionales, egresada de la Universidad de Sonora, Campus Nogales. Correo electrónico: a219200910@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9653-3121>.
- ² Autora de correspondencia: Doctora en Ciencias Sociales, Profesora-Investigadora de tiempo completo del Departamento de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Sonora, Campus Nogales. Correo electrónico: crisel.lugo@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0895-4135>.
- ³ Maestra en Administración, Profesora de tiempo completo del Departamento de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Sonora, Campus Nogales. Correo electrónico: guadalupe.torres@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7850-9355>.

Resumen

El objetivo de la investigación es analizar la percepción de los estudiantes universitarios sobre su perfil emprendedor, así como la influencia de los programas de emprendimiento de la universidad y el impacto de la actividad docente. La investigación se desarrolla bajo un paradigma cuantitativo de tipo explicativo. Se aplicó un cuestionario en formato electrónico a través de Microsoft Forms a estudiantes universitarios de programas de licenciatura de corte económico-administrativo de la Universidad de Sonora, en el campus Nogales. La muestra se compone de un conjunto estadísticamente significativo del 53% de alumnos activos en los programas de licenciatura. Los resultados revelan que la mayor proporción de estudiantes se perciben como emprendedores promedio (52.30%). Además, la gran mayoría considera que la información sobre programas institucionales relacionados con el emprendimiento es suficiente (71.55%), sin embargo, estos programas no se relacionan significativamente con su percepción como emprendedor. También se determinó que la influencia del docente en la formación del perfil emprendedor es alta (46.86%) y se relaciona positivamente con la percepción del perfil emprendedor del estudiantado. En

conclusión, se identificó un área de oportunidad a nivel institucional para fomentar el emprendimiento de los estudiantes universitarios.

Palabras clave: emprendimiento, estudiantes, universidad

Códigos JEL: L26, M13, N86

Abstract

The objective of this research is to analyze university students' perceptions of their entrepreneurial profiles, as well as the influence of the university's entrepreneurship programs and the impact of teaching activities. The study is conducted within a quantitative explanatory framework. A questionnaire was administered electronically via Microsoft Forms to university students enrolled in economic-administrative degree programs at the Universidad de Sonora, Nogales campus. The sample consists of a statistically significant group, representing 53% of active bachelor's program students. The results reveal that most students perceive themselves as average entrepreneurs (52.30%). Additionally, a significant majority believe that the information on institutional entrepreneurship programs is



sufficient (71.55%). However, these programs are not significantly related to their self-perception as entrepreneurs. It was also found that the influence of teachers in shaping the entrepreneurial profile is substantial (46.86%) and positively correlates with the students' perception of their entrepreneurial profiles. In conclusion, an area of opportunity was identified at the institutional level to further promote entrepreneurship among university students.

Keywords: entrepreneurship, students, university

JEL Codes: L26, M13, N86

Introducción

A lo largo de los años el concepto de emprendimiento ha sido estudiado por diversos autores, que han buscado explicar sus detonantes, debido a esto, existen una gran variedad de investigaciones que respaldan la formación del perfil emprendedor. En el contexto universitario podemos encontrar diversidad de factores que pueden estimular o desalentar emprendimiento del estudiantado. El clima emprendedor, el aprendizaje del programa o el esquema curricular que oferta la institución, como medio de promoción al emprendimiento, pueden jugar un papel muy importante en el desarrollo de emprendedores (Amorós Espinosa, Silveyra León, Ruiz Castro & Carlos Mancilla, 2022; Arango-Botero, Valencia-Arias, Palacios-Moya & Garcés, 2022; Valenzuela-Keller, Gálvez-Gamboa, Sierra Salgado & Podestá-Velarde, 2022; Antezana, 2020; Mayer Granados, Charles Coll & De la Garza Ramos, 2019).

En México, se destaca que uno de los factores clave para el desarrollo de la intención emprendedora de los estudiantes es su ambiente universitario, según el *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* [GUESSS, por sus siglas en inglés] (Amorós Espinosa et al., 2022). En el mismo reporte, con datos de 2021, se señala que los estudiantes se ven inclinados a seleccionar un empleo organizacional inmediatamente después de terminar sus estudios universitarios, pero muchos planean emprender su propio negocio dentro de los próximos 5 años posteriores a la culminación de su carrera (Sieger, Raemy, Zellweger, Fueglistaller & Hatak, 2021). Además, Amorós Espinosa et al. (2022) determina que el fenómeno de intención emprendedora es

mucho mayor en economías emergentes, comparado con economías más desarrolladas.

En la actualidad, el estudio del emprendimiento se destaca por el interés y la diversidad de publicaciones científicas. La investigación sobre el papel de las universidades y los estudiantes universitarios como sujetos de estudio en el emprendimiento también se presentan como un tema de alto interés. Estas investigaciones se centran en los atributos de los emprendedores, la caracterización de los emprendimientos y los factores de incidencia en la intención emprendedora (Mendieta-Andrade, 2023).

La formación de estudiantes universitarios como emprendedores se puede presentar desde el desarrollo de atributos como la pasión, la autoconfianza, el manejo de riesgos, entre otros (López et al., 2013; Bóveda et al., 2015; Bacigulapo et al., 2016). No obstante, dentro del contexto universitarios de pueden producir espacios que impacten positiva o negativamente en el desarrollo de estos atributos (Amorós Espinosa et al., 2022; Miranda et al., 2017; Durán, Rosado & Quintero, 2019)

1.1 El emprendimiento y el perfil de los emprendedores

Determinar un concepto para el término emprendedor es complicado, debido a las diversas corrientes teóricas que buscan definirlo de acuerdo con sus propios intereses. El *Global Entrepreneurship Monitor* (2023), que establece que el emprendimiento es "cualquier intento de creación de nuevos negocios o nuevas empresas, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización comercial o la expansión de un negocio existente, por parte de un individuo, un equipo de individuos o un negocio establecido" (párr. 2). Una cualidad importante del emprendedor es lograr que las ideas se conviertan en realidades que aporten valor financiero, cultural o social (Bacigulapo, Yves Punie & Van den Brande 2016).

El emprendedor se define por un conjunto de atributos y cualidades que se desarrollan con el tiempo. Diversos autores han determinado características que identifican a los emprendedores, como la pasión, la capacidad de manejar riesgos, la autoconfianza y la habilidad para generar contactos (López et al., 2013; Bóveda et al., 2015; Bacigulapo et al., 2016). A continuación, se presenta la Tabla 1



que resume y compara estas características desde la diversidad de sus perspectivas.

Tabla 1. Características del emprendedor

López et al. (2013)	Bóveda et al. (2015)	Bacigulapo et al. (2016)
Pasión	Visualizar	Descubrir, Explorar
Perspectiva Estratégica	Analizar, Identificar	Pensamiento Crítico, Ideas en Acción
Capacidad de Manejar el Riesgo	-	Frente a los Retos, Enfrentar Desafíos
Perseverancia	Actuar	-
Habilidad para Generar Contactos	Decidir, Diseñar	Mejorar Habilidades Trabajo en Colaboración
Autoconfianza	-	-

Nota. Elaboración propia basado en López et al. (2013); Bóveda et al. (2015) & Bacigulapo et al. (2016).

Estos pueden utilizarse para definir el grado de perfil emprendedor en los individuos, ya que estos se pueden encontrar presentes en mayor o menor medida en la mayoría de las personas. Según López et al. (2013), una característica básica es la pasión, representada por el entusiasmo de cambiarse a sí mismos para lograr sus objetivos. Los emprendedores, dedican gran parte de su día a trabajar en actividades que le ayuden a lograr sus metas. Por su parte, Boveda at al. (2015) define esta característica como la capacidad de visualizar, es decir, reconocer y fijar una variedad de objetivos individuales y sus interrelaciones.

En cuanto, a la perspectiva estratégica, implica la habilidad de observar el entorno y enfocarse a aquello que desea hacer crecer. No solo se trata de detectar los elementos importantes, también reconocer los pequeños detalles que ayudan a estimular la demanda de su producto o servicio (López et al., 2013). Aunado a esto, es importante que el emprendedor pueda analizar, es decir, realizar un estudio que permita establecer una relación entre el individuo, el proyecto y su contexto. Esto se complementa con habilidades como la autoconfianza que puede ayudar a crear un perfil de análisis más integrador (Bóveda et al., 2015).

Por otro lado, la cualidad para identificar nuevas posibilidades y la autoexigencia de la calidad son muy importantes, ya que buscar información pertinente es vital para una correcta detección de oportunidades y darán como resultado una visión más amplia del panorama (Bóveda et al., 2015). Además, el emprendedor debe estar enfocado en el

pensamiento crítico y en la experimentación, para crear de valor a través de prácticas en experiencias empresariales y aceptando la responsabilidad que dicha acción conlleva (Bacigulapo et al., 2016).

La capacidad de manejar el riesgo es otro atributo esencial. Se enfoca en la respuesta del emprendedor ante escenarios inesperados y su capacidad para tomar decisiones que no siempre tendrán resultados positivos, por lo que tener un instinto para aceptar o tomar oportunidades para las que tal vez no esté preparado es muy importante (López et al., 2013). El desarrollo de esta competencia es necesario para hacer frente a la complejidad de los retos de entornos en constante cambio y con alto grado de incertidumbre (Bacigulapo et al., 2016).

Asimismo, el emprendedor debe estar preparado para enfrentar los desafíos emergentes a través de nuevos conocimientos, la investigación y el desarrollo de capacidades como la innovación, para lograr la excelencia y transformar las practicas existentes (Bacigulapo et al., 2016). La perseverancia es un rasgo fácil de detectar en los emprendedores, ya que en ocasiones deciden nadar en contra de la corriente, sin importar cuanto tiempo les tome (López et al., 2013).

Para que lo planteado anteriormente se materialice, es necesario actuar, por lo que esta se vuelve una cualidad esencial que les permite transformar todas las estrategias planteadas en acciones efectivas. Para el logro de la actuación es importante el desarrollo de habilidades tales como la perseverancia, la creación de redes de apoyo y el cumplir con los compromisos establecidos (Bóveda et al., 2015).

Otra característica fundamental es la habilidad para generar contactos. Saber a quién buscar y para qué será necesario, resulta de gran utilidad, ya que la red de contactos puede facilitarle llegar más rápido y de manera más directa a sus objetivos y ayuda cuando se encuentre en dificultades (López, Gómez, González, Malpica, Lucatero, Smith, y Huez, 2013). El emprendedor busca mejorar sus habilidades para convertir ideas en realidades, se encuentra dirigido al trabajo en colaboración, usa a su conocimiento para generar valor y lidera retos de mayor complejidad (Bacigulapo et al., 2016).

La capacidad de generar contactos involucra la correcta toma de decisiones, es decir, crear un correcto análisis del costo-beneficio dentro del marco de posibilidades (Bóveda et al., 2015).



Finalmente, la autoconfianza es una característica esencial para un emprendedor. Tener la convicción de que se tienen las herramientas necesarias y la certeza de que lo que se hace y como lo hace es correcto (López et al., 2013).

1.2 Las universidades y los emprendedores

La elección de carreras universitarias por parte de los jóvenes es un factor importante para considerar por los gobiernos, debido a la escasez de trabajo en la economía. Debido a esto, los egresados son el futuro y la esperanza para un correcto crecimiento económico, pero una mala gestión de dicho recurso puede desencadenarse en lo que se conoce como fuga de cerebros. Dado que los estudiantes son aún muy jóvenes, su conocimiento es de suma importancia para el desarrollo de estrategias innovadoras y para la apertura de nuevos mercados (Olugbola, 2017). A pesar de existir estudiantes universitarios con habilidades, conocimientos y experiencia para iniciar su propio negocio, puede no existir una elevada intención emprendedora debido a la enseñanza poco significativa con respecto a la enseñanza del emprendimiento. Lo que expresa la necesidad de fomentar la creatividad, independencia o iniciativa a la creación de nuevos negocios por parte del programa ofertado por la universidad (Nadrljanski, Grzanic & Kinga Kowalczyk, 2019).

Los egresados universitarios, se enfrentan a un mercado competitivo donde los conocimientos adquiridos durante su etapa universitaria pueden no ser suficientes. Por lo que, desarrollar habilidades emprendedoras puede ser un espacio de oportunidad para incursionar de manera creativa e innovadora al mercado laboral. Por tanto, la preparación de los jóvenes debe incluir problemas nuevos y relevantes, en lugar de solo respaldarse libros de texto. Los programas de emprendimiento que se desarrollan en las universidades deben adecuarse a actividades que ocurren en el mundo real o, en otras palabras, situaciones que se presentan en su entorno (Olugbola, 2017).

Varios autores mencionan la importancia que existe sobre promover una actitud emprendedora dentro de los programas de estudio (Miranda et al., 2017); al igual que, el desarrollo de planes de negocios y proyectos empresariales (Mayer et al., 2019) y actividades orientadas a fenómenos que ocurren en contextos actuales (Olugbola, 2017). Lo anterior con el objetivo de que todo lo que se genere dentro de la universidad perdure dentro de la vida profesional de

los estudiantes y no sea solo una calificación (Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío, 2018).

Debido a esto podemos determinar que la influencia de los programas ofertados por las instituciones educativas aún presenta una percepción dividida en torno al impacto que estos ejercen en la determinación de emprender de los estudiantes universitarios. Por medio de esta podemos evaluar diversas áreas dentro de la institución que nos permiten determinar en qué medida se llevan a cabo actividades relacionadas a la actividad e innovación dentro de su entorno. Se evalúan ocho áreas que toda institución de educación superior debería considerar para estar preparada con las herramientas necesarias para formar profesionistas capaces de enfrentarse a los nuevos retos que depara el mercado (European Commission & OCDE, 2011).

Más allá de una oferta educativa atractiva para los emprendedores, es importante que exista una administración efectiva que permita mejorar la competencia empresarial de los docentes, la influencia de la gestión institucional en la mejora de estas competencias se comenzó a considerar como uno de los motores claves para el impulso económico, esto después de la contingencia sanitaria de COVID-19 (Zhu, Liu, Zhao, Huang & Yu, 2023). La capacidad organizativa de una institución de educación superior también impulsa su capacidad de cumplir con sus estrategias. Si se compromete a desarrollar actividades empresariales con el fin de apoyar sus objetivos estratégicos, entonces sus recursos clave como el financiamiento y las inversiones, las personas, la experiencia y el conocimiento, y los sistemas de incentivos permitirán sostener y aumentar la capacidad empresarial (European Commission & OCDE, 2011).

Una alternativa de impulsar nuevas técnicas de enseñanza son los programas de aprendizaje combinado, que brinda la oportunidad para modelos de enseñanza distintos donde se hace uso de la tecnología. Los resultados de una investigación indican que la reflexividad académica, la interacción social, y la agencia, en combinación dinámica, son importantes para comprender y explicar la navegación de los académicos por el aprendizaje combinado como una característica de la pedagogía (Truss & Anderson, 2023). Incitar la exploración de métodos de enseñanza innovadores y nuevas formas de estimular la mentalidad empresarial. No solo se trata de obtener teoría y literatura alrededor del



espíritu empresarial, sino de exponerse a experiencias emprendedoras y en la obtención de habilidades u competencias necesarias para desarrollar una mentalidad empresarial (European Commission & OCDE, 2011).

Fomentar una cultura emprendedora en los estudiantes, permite aumentar los índices de innovación, creatividad, capacidad para la resolución de problemas y uso de recursos disponibles. Debido a esto, es importante contar con un personal docente correctamente formado y con las herramientas necesarias para que estos en sus clases y fuera de ellas, sean capaces de formar alumnos con una sólida competencia emprendedora que le permita actuar, pensar y decidir de forma acertada (Durán, Rosado & Quintero, 2019). Establecer un fuerte liderazgo y una correcta gobernanza son esenciales para el desarrollo de una cultura empresarial e innovadora. Muchas instituciones de educación superior incluyen las palabras "empresa" o "emprendimiento" dentro de sus misiones, pero el logro de esta va más allá de simples referencias (European Commission & OCDE, 2011).

La institución universitaria como organización formal, aunque puede un papel muy importante en el desarrollo de jóvenes emprendedores, no necesariamente representa un factor de impacto para el desarrollo de este perfil. Dentro de la universidad los estudiantes participan de una serie de disciplinas impartidas por personal docente que puede impulsar el desarrollo de futuros emprendedores. En esta línea, dentro del estudio realizado por Arango-Botero et al. (2022) se determinaron 3 perfiles de estudiantes: "1) no desean ser emprendedores; 2) quieren ser emprendedores o al momento de graduarse de la carrera o 5 años después o 3) emprendedores potenciales" (p. 55), a partir ello, obtuvieron como resultados que no mostraron diferencias frente a variables como clima emprendedor universitario, aprendizaje de programa y normas subjetivas, lo que demuestra que estadísticamente son variables de poco peso a la hora de plantear estrategias que influyan en el fomento del emprendimiento. Así mismo, en otro estudio realizado por Antezana (2020), vemos que la institución universitaria influye de manera neutra en la intención de emprendimiento de los estudiantes y tiene un rol importante en el impulso de la cultura emprendedora, dentro de los perfiles del alumnado, donde estos se consideran personas emprendedoras en su gran mayoría.

Por otro lado, los universitarios emprendedores como seres independientes también están expuestos a diversidad de ambientes externos a la universidad, como entornos familiares, experiencia laboral previa y su actividad empresarial (Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío, 2018). Sumado a estos, el universitario como individuo también se ve afectado por su propia mentalidad e intención emprendedora (Valenzuela-Keller, Gálvez-Gamboa, Sierra Salgado & Podestá-Velarde, 2022). Sin embargo, estos aspectos no se incluyen por los delimitantes establecidos para el presente estudio.

La intención de emprender de los estudiantes universitarios genera un marco de oportunidad para las universidades que buscan establecer programas para motivar el emprendimiento (Nadrljanski, Grzinic & Kinga Kowalczyk, 2019; Olugbola, 2017). En este contexto este artículo busca abonar a un área de estudio fundamentan para los países en vías de desarrollo e impactar en el conocimiento del fenómeno del emprendimiento a nivel local. En esta investigación se ha planteado el objetivo de analizar la percepción de los estudiantes universitarios de programas del área económico-administrativas sobre el emprendimiento, identificando la influencia de los programas de emprendimiento de la universidad y la labor de los docentes.

A partir del contexto y el objetivo, se plantean tres hipótesis de investigación. En primer lugar, la revisión de literatura muestra que los emprendedores poseen atributos específicos que definen a los emprendedores, como la pasión, la capacidad de manejar riesgos y enfrentar desafíos, entre otras (López et al., 2013; Bóveda et al., 2015) y en el escenario de los emprendedores universitarios se plantea como Hipótesis 1: el estudiante se percibe a sí mismo como emprendedor sobresaliente. Cuanto más desarrolladas las características del emprendedor en un estudiante, más probable será que se perciba como un emprendedor sobresaliente.

Los programas de fomento al emprendimiento pueden jugar un rol fundamental en el desarrollo de habilidades emprendedoras, la influencia de los programas universitarios de emprendimiento en la formación del perfil emprendedor ha sido documentada por autores como Olugbola (2017) y Amorós Espinosa et al. (2022). A partir de ello, se presenta la Hipótesis 2: la forma en que el estudiante se percibe como emprendedor varía en función de su conocimiento de los programas



universitarios relacionados con el emprendimiento. Se sugiere relacionar que, a mayor conocimiento de estos programas, la percepción del estudiante como emprendedor es mayor.

La labor del docente universitario es fundamental para fomentar las características que integran el perfil emprendedor (Miranda et al., 2017; Durán, Rosado & Quintero, 2019). De donde se deriva una Hipótesis 3: la forma en que el estudiante se percibe como emprendedor es impactada por la labor del docente universitario. Esto plantea que una enseñanza orientada al emprendimiento por parte de los docentes podría impactar la percepción de los estudiantes sobre su perfil emprendedor.

Metodología

2.1 Participantes

La investigación se desarrolla bajo un paradigma cuantitativo de tipo explicativo por su capacidad para analizar relaciones causales de forma objetiva. Se utilizó la recolección de datos para probar las hipótesis con base en una medición numérica y un análisis estadístico. El diseño explicativo se utilizar para determinar como influyen los programas universitarios y la labor docente en la percepción emprendedora de los alumnos.

Se ha considerado la población de estudiantes universitarios de las licenciaturas de corte económico-administrativo de la Universidad de Sonora (UNISON) en su campus Nogales que asciende a 454 alumnos en el periodo de estudio. La muestra se compone de un conjunto estadísticamente significativo del 53% de alumnos activos, calculada con un nivel de confianza del 95% a partir de una población finita (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Tabla 2. Cálculo de la muestra

	Datos	Conversión
N	454	Población
p	50%	0.5
q	50%	0.5
δ	95%	1.96
e	3.50%	0.04
n	209	Muestra

Fuente: elaboración propia

Los participantes de la investigación fueron 239 estudiantes activos durante el segundo semestre de 2022, bajo pleno consentimiento dieron respuesta a un cuestionario en formato electrónico. Para impedir la duplicidad de respuestas, el formulario requería el inicio de sesión de los estudiantes a través de su correo institucional, sin embargo, no se consideran datos de índole personal en los resultados presentados en este artículo. La muestra se integra por alumnos y alumnas de los programas de licenciatura en administración y licenciatura en negocios y comercio internacionales (ver Tabla 3).

Tabla 3. Muestra por programa educativo

Programa	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales (LNCI)	196	82%	82%
Licenciatura en Administración (LA)	43	18%	100%
Total	239	100%	

Fuente: elaboración propia

El 64.36% de la matrícula del Departamento de Ciencias Económico-Administrativas corresponde a la Licenciatura en negocios y comercio internacionales y el restante a la Licenciatura en Administración (UNISON, 2023). La muestra de alumnos participantes del estudio tiene un rango de edad de entre los 16 y 29 años (ver Tabla 4).

Tabla 4. Muestra por edades y programa educativo

Edades	Total	LNCI	LA
(16 a 19 años)	116	100	16
	49%	51%	37%
(20 A 22 años)	116	89	27
	49%	45%	63%
(23 a 29 años)	7	7	0
	3%	4%	0%
Total	239	196	43
	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia

2.2 Técnica e instrumento

El instrumento utilizado fue tomado de Torres-Figueroa, Mendoza-Olea, Lara-Soto & Zazueta, (2016), desarrollado para una investigación previa en la misma universidad sobre el emprendimiento



de alumnos de último semestre y se encuentra validado a través del Alpha de Cronbach para los constructos (0.789, 0.82 y 0.879) (Torres-Figueroa et al., 2016, p. 1693).

En la primera sección del instrumento se integran 16 ítems sobre factores motivacionales, características personales, intelectuales y competencias generales para determinar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios. En esta sección se utiliza una escala Likert de cuatro categorías: (0) nunca; (1) ocasionalmente; (2) frecuentemente y (3) siempre. El instrumento está diseñado bajo una escala de 4 puntos con el objetivo de eliminar la opción neutral, así obtener percepciones más positivas o negativas.

En una segunda sección, se construye por 5 ítems sobre el impacto de la institución en el emprendimiento de los estudiantes y 13 ítems sobre el papel de los docentes en el emprendimiento de los alumnos, ambos medidos a través de variables dicotómicas.

2.3 Procedimiento

Para la calificación se estimaron los valores y se realizó una clasificación de acuerdo con los parámetros de evaluación establecidos. Una vez obtenidos los valores máximos se asignaron parámetros de calificación para agrupar los datos de acuerdo los rangos que se establecieron.

Para realizar la calificación se aplicaron valores de 0 a 3 en el caso de los reactivos en escala Likert y de 0 a 1 para los reactivos dicotómicos, esto para poder estimar valores y realizar su respectiva clasificación de acuerdo con los parámetros de evaluación establecidos. Una vez obtenidos los valores máximos se asignaron parámetros de calificación para agrupar los datos de acuerdo los rangos que se establecieron.

El trabajo de recolección de datos se realizó en los meses de octubre y noviembre de 2022. Para el análisis de datos se empleó el paquete Statistical Package for Social Sciences (SPSS), versión 27 (IBM, 2020).

Resultados

Se presentan los resultados a partir de agrupaciones visuales en tres categorías. En primer lugar, se define el perfil emprendedor de los estudiantes, posteriormente en un análisis cruzado se presenta la relación de este con los programas universitarios. Finalmente, se presenta la

correlación del perfil emprendedor con el impacto de la actividad docente.

Para determinar el perfil emprendedor de los alumnos se utilizaron los parámetros: poco emprendedor, emprendedor promedio y emprendedor sobresaliente, esta clasificación se obtuvo aplicando el teorema de Chebyshev que indica que el 75% de la población se encuentra en dos desviaciones estándar (Mendenhall, Beaver & Beaver, 2010). Se aplicó la siguiente fórmula: $(Media \pm (desviación\ estándar * 75\%))$, para obtener los límites de agrupación de los perfiles de emprendedor, como se muestra en la Tabla 5.

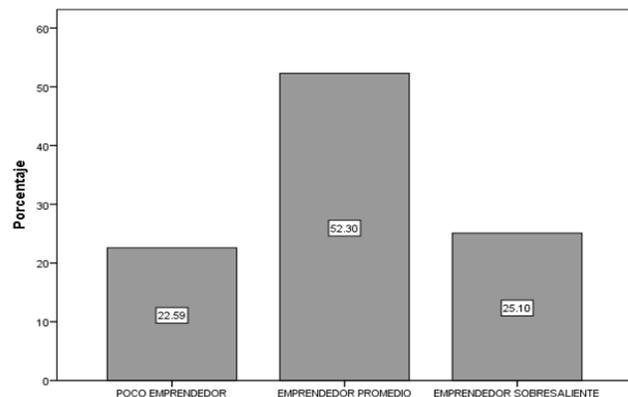
Tabla 5. Agrupación de perfiles de emprendedor

Clasificación	Puntuación
Poco Emprendedor	0 - 27
Emprendedor Promedio	28 - 37
Emprendedor Sobresaliente	38 - 48

Fuente: elaboración propia

En la Figura 1 es posible observar que, del total de alumnos de los programas de licenciatura en el área económico-administrativa encuestados, podemos resaltar que en su mayoría (52.30%) se califican como “Emprendedor Promedio”, mientras que el 22.59% y el 25.10% se califican “Poco Emprendedor” y “Emprendedor Sobresaliente” respectivamente.

Figura 1. Auto percepción del estudiante como emprendedor.



Fuente: elaboración propia

Los resultados señalan que los estudiantes universitarios del área económico-administrativa se auto perciben como emprendedores promedio, lo que nos muestra, que a pesar de existir cierta inclinación hacia el emprendimiento no es una idea suficientemente viable para considerarlo una opción de desarrollo profesional. Basado en esto, la hipótesis 1 es rechazada.

Para establecer la percepción de los alumnos con respecto a los programas y fomentos que ofrece la institución educativa, se determinaron los conceptos de: suficiente e insuficiente, como se muestra en la Tabla 6; para establecer límites de agrupación de esta clasificación se utilizó la siguiente formula:

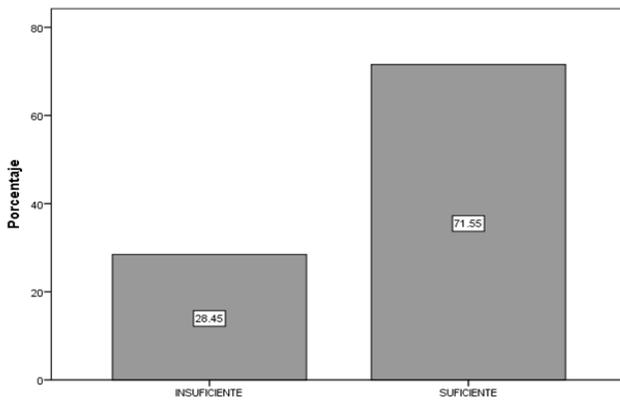
(Media – desviación estandar)

Tabla 6. Agrupación de influencia del programa institucional

Clasificación	Puntuación
Insuficiente	0 – 2
Suficiente	3 – 5

Nota. Elaboración propia

Figura 2. Conocimiento de la información institucional relacionada al emprendimiento.



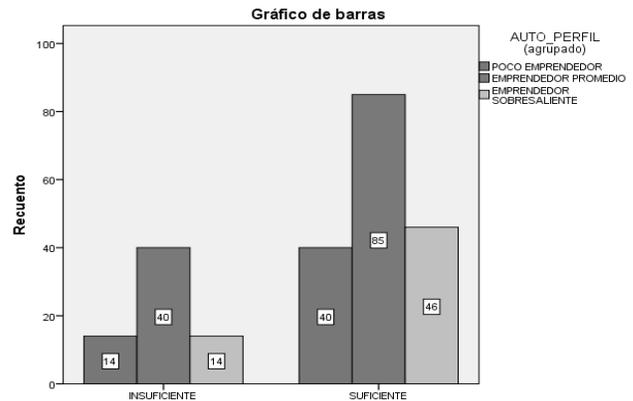
Fuente: elaboración propia

La percepción que tienen los estudiantes con respecto al programa institucional, incentivos y fomentos que ofrece el área económico-administrativa relacionados al emprendimiento, tenemos que es “Suficiente” para el 71.55% de los encuestados, mientras que para el resto (28.45%) es “Insuficiente”.

Se identificó que para cada uno de los perfiles considerados (poco emprendedor, emprendedor promedio y emprendedor sobresaliente), en su mayoría consideran que la información y programas de la institución son suficientes.

A pesar de ello, a través del análisis de tablas cruzadas se determinó que el nivel percibido sobre el perfil emprendedor no está relacionado con la información institucional, según muestra del análisis de la Chi cuadrada con un nivel de significancia de 1.714. De acuerdo con los datos obtenidos, nuestra hipótesis 2 que marca que la percepción del estudiante como emprendedor es afectada dependiendo

Figura 3. Correlación entre el perfil emprendedor del estudiante y el conocimiento del programa.



Fuente: elaboración propia

del conocimiento y programas institucionales relacionados al emprendedurismo queda rechazada.

También podemos exponer la exigencia que es necesario que exista por parte de la institución educativa para promover con mayor ímpetu el emprendimiento, dando pie a un ambiente propicio para el desarrollo de ideas con valor y el acceso a los recursos necesarios para el desarrollo de estas.

Por último, se establecieron los límites para agrupar la influencia de la labor docente para incentivar el espíritu emprendedor de los alumnos, los resultados se muestra la influencia que ejerce el trabajo de personal docente en el fomento del emprendimiento. Para el análisis y manejo de esta variable se realizó una clasificación de poca, moderada y mucha, a través de rangos estadísticos establecidos por medio de la desviación estándar.

Tabla 7. Agrupación de influencia de labor docente

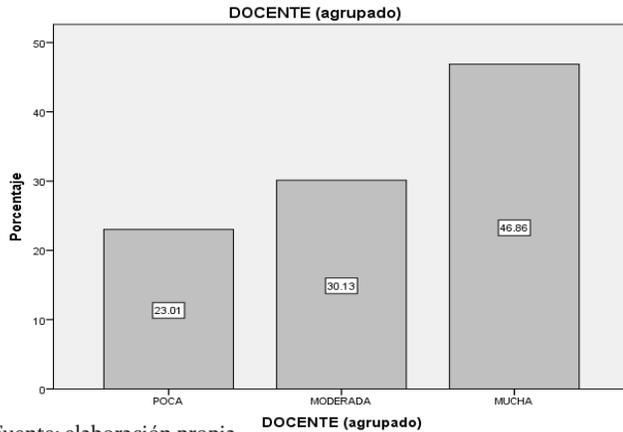
Clasificación	Puntuación
Mucha	12 – 13
Moderada	11
Poca	0 – 10

Fuente: Elaboración propia

Se establecieron los límites para agrupar la influencia de la labor docente para incentivar el espíritu emprendedor de los alumnos con los conceptos de: mucha, moderada y poca, como se muestra en la Tabla 7; a través de la formula: *(Media ± (desviación estandar * 50%))*, en esta ocasión se utilizó el 50% debido a que la curva de la gráfica se encontraba sesgada a la izquierda.



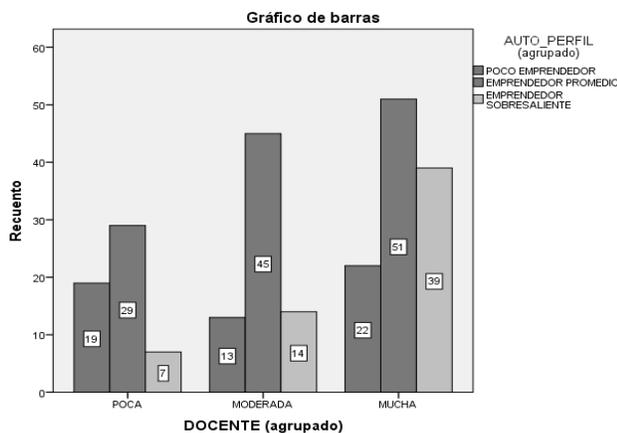
Figura 4. Influencia del trabajo docente para fomentar *el emprendimiento*.



Fuente: elaboración propia

La influencia que tiene el docente en la formación del perfil emprendedor de los estudiantes de los programas de licenciaturas ofrecidos por el área económico-administrativa, a través de los resultados podemos determinar que el 46.86% consideran esta como “Moderada”, mientras que el 30.13% la consideran “Moderada” y el resto (23.01%) la consideran “Poca”.

Figura 5. Correlación entre el perfil emprendedor del estudiante con el conocimiento del programa.



Fuente: elaboración propia

Se encontró que dentro de los perfiles de “Poco Emprendedor” (22 recuentos), “Emprendedor Promedio” (51 recuentos) y “Emprendedor Sobresaliente” (39 recuentos), en su mayoría consideran que los esfuerzos por parte del personal docentes para motivar y promover el emprendimiento son “Muchos”.

En este aspecto, podemos señalar que el nivel percibido sobre el perfil emprendedor está relacionado a la labor de los docentes, ya que

el análisis de la Chi cuadrada a través de tablas cruzadas arrojó un nivel de significancia de 15.467. Tras el análisis de los datos, nuestra hipótesis 3 que establece que la percepción del estudiante como emprendedor es influenciada por la labor docente resulta no rechazada.

Basado en este razonamiento, es importante reconocer la ardua labor que realizan los docentes para sembrar un espíritu emprendedor en los estudiantes, ayudándolos a despertar su curiosidad y deseo de generar ideas nuevas que ayudan a originar propuestas de negocio, sin restar importancia a la necesidad de buscar una constante preparación por parte del personal docente para atacar de forma efectiva las exigencias del mundo actual.

Discusión

En referencia los resultados obtenidos en la presente investigación podemos observar de manera general que: a) los estudiantes de departamento de ciencias económico-administrativas presentan un perfil de emprendedor promedio, b) el nivel percibido sobre el perfil emprendedor no es estadísticamente significativo con relación a la información institucional y programas ofertados y c) el nivel percibido sobre el perfil emprendedor es estadísticamente significativo con relación a la labor del personal docente.

Los estudiantes los estudiantes universitarios del área económico-administrativa se auto perciben como emprendedores promedio, lo que nos muestra, que si bien existe intención de emprender no es suficiente motivación para tenerlo como una opción profesional prioritaria, por lo que no se acepta la hipótesis 1. Para ampliar el análisis es importante que se consideren factores tales como el entorno familiar, la experiencia laboral y las actividades empresariales previamente desarrolladas para poder cerrar el esquema que nos permita determinar el perfil emprendedor del alumnado (Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío, 2018), por otro lado, basado en Valenzuela-Keller et al. (2022), se recomendaría incluir la importancia de desarrollar una correcta mentalidad e intención emprendedora.

Además, en ocasiones se ve truncado el espíritu emprendedor debido que consideran importante contar con los recursos y las oportunidades



necesarias para llevar a cabo sus ideas de negocios, lo que podría denotar la falta de motivaciones (Amorós Espinosa et al., 2022). Por lo tanto, podemos concluir que parte importante para el desarrollo de emprendedores es fomentar el autoanálisis para que el estudiante pueda identificar sus habilidades y cualidades, para que puedan realizar la construcción de su perfil emprendedor.

También se reveló que la información y programas ofertados por la institución son suficientes, pero no son estadísticamente significativos en relación con el perfil emprendedor de los estudiantes, lo que presenta una desconexión entre ambas variables y no se acepta la hipótesis 2. Dicho resultado contradice los hallazgos encontrados por otros investigadores que afirman que la educación presenta un impacto positivo en la comprensión de las acciones necesarias para emprender (Amorós et al., 2022), esta aunada con una adecuada mentalidad emprendedora, permiten generar una efectiva determinación (Valenzuela et al., 2022). Por su parte, otros investigadores respaldan los resultados haciendo mención que el clima emprendedor, programa y normas institucionales son variables de poco peso (Arango et al., 2022), debido a no existir enseñanza significativa entorno al emprendimiento (Nadrljanski et al., 2019), lo que genera una intención emprendedora neutra por parte de los estudiantes universitarios (Antezana, 2020).

Además, otros autores mencionan la importancia que existe de promover una actitud emprendedora dentro de los programas de estudio (Miranda et al., 2017), al igual que promover el desarrollo de planes de negocios y proyectos empresariales (Mayer Granados et al., 2019), actividades orientadas a fenómenos que ocurren en contextos actuales (Olugbola, 2017), esto con el objetivo de que todo lo que se genere dentro de la universidad perdure dentro de la vida profesional de los estudiantes y no sea no sea solo una calificación (Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío, 2018). Debido a esto podemos determinar que la influencia de los programas ofertados por las instituciones educativas aún presenta una percepción dividida en torno al impacto que estos ejercen en la determinación de emprender por parte de los estudiantes universitarios.

Para finalizar, el trabajo realizado por parte del personal docente revela un impacto positivo en relación con el perfil emprendedor de los estudiantes, lo que refleja que existe un desempeño

efectivo por parte de los profesores en torno al fomento y promoción en temas de emprendimiento, lo que permitió aceptar la hipótesis 3. La literatura menciona la importancia de contar con un personal docente debidamente formado y con acceso a herramientas útiles que permitan una enseñanza acertada dentro del aula (Durán, Rosado & Quintero, 2019), además de encontrarse inmersos en una administración que aliente a la mejora continua de las competencias empresariales necesarias para impartir temas de emprendimiento (Zhu et al., 2023). De este modo, podemos resaltar la importancia de formar docentes capacitados para enfrentar las exigencias actuales y permitir a los estudiantes empaparse de los conocimientos necesarios para que una vez egresados puedan considerar el emprendimiento como una alternativa viable para su desarrollo profesional.

Conclusiones

EN la investigación y sus resultados observamos una fuerte necesidad de generar un ambiente de motivación y autoconfianza para que el estudiante universitario se pueda visualizar como emprendedor, con las habilidades, destrezas y conocimiento curricular necesarios para realizar un plan de negocios óptimo y que pueda ser ejecutado en su comunidad. Además, señala la necesidad de generar un estudio alrededor de los factores externos al ambiente universitario para conocer la influencia que estos ejercen en su determinación de emprender.

Al tener en cuenta la evidencia, también podemos mostrar una gran área de oportunidad por parte de la institución educativa para promover con mayor ímpetu el emprendimiento, generando un ambiente propicio para el desarrollo de ideas con valor y el acceso a los recursos necesarios para el desarrollo de estas. La presente investigación también nos permite reconocer la ardua labor que han estado realizando los docentes para sembrar un espíritu emprendedor en los estudiantes, ayudándolos a despertar su curiosidad y deseo de generar ideas nuevas que ayuden a originar propuestas de negocio, dejar de lado la importancia de una constante preparación por parte de los docentes para poder atacar de forma efectiva las exigencias del mundo actual.

Finalmente, es importante visualizar el emprendimiento más allá de la vaga idea de crear



una nueva empresa, sino tener la certeza que ayuda al individuo de forma personal, familiar, social y laboral; le permite establecer metas elevadas que generan la autorrealización y el empoderamiento.

De forma congruente, se presentan una serie de recomendaciones relacionadas con los hallazgos de la investigación. En primer lugar, se recomienda promover una reestructuración en el plan de estudios que permita generar conocimientos de interés actual para el desarrollo de emprendimientos de impacto local y sostenible. También, implementar prácticas que permitan al estudiante involucrarse y conocer casos de emprendimientos exitosos pertenecientes a su entorno, a través de incubadoras, ferias de emprendimiento y mentorías. Además, establecer programas de capacitación continua que permitan que el docente adquiera las herramientas necesarias para impartir temas de emprendimiento. Finalmente, fomentar actividades extracurriculares que permitan al estudiante plasmar, desarrollar y financiar sus ideas de negocio.

Bibliografía

- Amorós Espinosa, J. E., Silveyra León, G., Rehák, J., Ruiz Castro, L. E., Charles Leija, H. A., Carlos Mancilla, M. A., & Ortiz López, L. (2022). Informe GUESS México 2022. Espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios en México. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- Antezana, A. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3059>
- Arango-Botero, D., Valencia-Arias, J., Palacios-Moya, L., & Garcés Giraldo, L. F. (2022). Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 67, 37-67. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>
- Bacigulapo, M., Yves Punie, P. K., & van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Publication Office of the European Union. <https://doi.org/10.2791/593884>
- Bóveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). Manual de emprendedurismo. https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8hovm000oad5gke-att/info_11_01.pdf
- Durán, C. M., Rosado, A. A. & Quintero, C. (2019). El emprendimiento y la docencia como eje transversal en la formación de los profesionales universitarios. *Revista Espacios*, 40(19). 3-10. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n19/a19v40n19p03.pdf>
- López Preciado, C., Gómez Villanueva, J., González González, J., Malpica Romero, A., Lucatero Castañeda, I. Smith Tovar, H. y Huezos Ponce, D. (2013). *Emprendimiento universitario: de la teoría a la práctica* [ebook]. <http://hdl.handle.net/11285/621227>
- European Commission & Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2011). *HEInnovate: Encouraging entrepreneurship through higher education*. <https://www.oecd.org/en/about/programmes/skills-for-smes-and-entrepreneurs/heinnovate-encouraging-entrepreneurship-through-higher-education.html>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2023). How gem defines entrepreneurship. <https://www.gemconsortium.org/wiki/1149>.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGrawHill
- IBM Corp. (2020). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 27.0*. Armonk, NY: IBM Corp
- Mayer Granados, E. L., Charles Coll, J. A., & De la Garza Ramos, M. I. (2019). *Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas*. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <https://www.redalyc.org/articulo.oa>
- Mendenhall, W., Beaver, R. J., & Beaver, B. M. (2010). *Introducción a la probabilidad y estadística (Décima tercera)*. Cengage Learning Editores
- Mendieta-Andrade, P. E. (2023). Aspectos destacados del emprendimiento en los jóvenes estudiantes universitarios desde la revisión teórica. *Vinculatégica EFAN*, 9(1), 117-131. <https://doi.org/10.29105/vtga9.1-279>
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Moran-Montalvo, C., & Angélica Sánchez-Riofrío; (2018). The university entrepreneurial profile: The case of Universidad de Especialidades Espíritu Santo in Ecuador. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/11/10CA201801.pdf>
- Nadrljanski, M., Grzinić, J., & Kinga Kowalczyk, K. (2019). 44 th International Scientific Conference on Economic and Social Development. EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP CAREER CHOICE IN KOSOVO, 26-34. <http://www.esd-conference.com>



- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation and Knowledge*, 2(3), 155–171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Antezana Manay, A. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo [tesis]. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3059>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries 2021 GUESSS Global Report.
- Torres-Figueroa, María Guadalupe. Mendoza-Olea, Laura Delia, Lara-Soto, Yessica & Zazueta, Jorge Guillermo. (2016). Emprendimiento Y Su Percepción En Los Estudiantes De La Licenciatura De Negocios Y Comercio Internacionales. *Vinculatégica EFAN*. 2 (1), 1680-1700.
- Truss, A., & Anderson, V. (2023). The navigational challenges of a blended learning approach to teaching in business and management. *International Journal of Management Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100733>
- Universidad de Sonora [UNISON]. (2023). Anexo estadístico, segundo informe anual, 2022-2023. <https://planeacion.unison.mx/informes/anexo2022-2023.pdf>
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Sierra-Salgado, A., & Podestá-Velarde, V. (2022). Entrepreneurial mindset and intent among university students: the role of education and the institutional environment for entrepreneurship. *Formación Universitaria*, 15(4), 95–104. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000400095>
- Zhu, R., Liu, Z., Zhao, G., Huang, Z., & Yu, Q. (2023). The impact of institutional management on teacher entrepreneurship competency: The mediating role of entrepreneurial behaviour. *International Journal of Management Education*, 21(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100794>