

# Factores que influyen en la intención de emprender en estudiantes universitarios de México

pp. 24-43

**MARÍA LUISA SAAVEDRA GARCÍA\***  
**MARÍA DEL ROSARIO CORTES-CASTILLO\*\***  
**PABLO DANIEL PALACIOS DUARTE\*\*\***

---

\* Doctora en Administración. Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. E-mail: [Isaavedra@fca.unam.mx](mailto:Isaavedra@fca.unam.mx). ORCID: 0000-0002-3297-1157. Google Scholar: <https://scholar.google.com.mx/citations?user=iyFudZkAAAAJ&hl=es>. Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56677812300>.

\*\* Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología. Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México, México. E-mail: [mrcortes@ipn.mx](mailto:mrcortes@ipn.mx). ORCID: 0000-0002-0931-620X. Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=YntOCvgAAAAJ&hl=es>.

\*\*\* Doctor en Economía de la Empresa. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Ciudad de Puebla, México. E-mail: [pablo.palacios@correo.buap.mx](mailto:pablo.palacios@correo.buap.mx). ORCID: 0000-0003-3741-770X. Google Scholar: <https://scholar.google.com.mx/citations?user=OyKMgvYAAAAJ&hl=es>. Web of Science Author: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/AAl-1670-2021>.

**COMO CITAR ESTE ARTÍCULO****How to cite this article:**

Saavedra, M.L., Cortes-Castillo, M. del R. y Palacios, P.D. (2024). Factores que influyen en la intención de emprender en estudiantes universitarios de México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 11(1), 24-43.

Recibido: 27 de abril de 2024

Aceptado: 25 de junio de 2024

**RESUMEN** **Objetivo.** Describir las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de las normas sociales y la capacidad de emprender, así como los factores que influyen en la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios en México. **Metodología.** En una muestra de 1141 estudiantes de tres carreras de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México se recolectaron datos con un cuestionario, considerando las variables: actitudes hacia el emprendimiento; percepción de las normas sociales y capacidad para emprender; de igual manera se realizó un análisis descriptivo, correlacional y multivariado. **Resultados.** Los principales hallazgos permiten saber que el atractivo profesional, el control percibido, las habilidades empresariales, la evaluación social cercana y la norma subjetiva influyen en la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios en México. **Conclusiones.** Es necesario impulsar el emprendimiento y procurar que los estudiantes adquieran las actitudes, conocimientos y habilidades empresariales para sentirse seguros y capaces de emprender con éxito.

**PALABRAS CLAVE** educación superior, empresa, norma social, profesión.

## Factors influencing entrepreneurial intention in Mexican university students

**ABSTRACT** **Objective.** To describe the factors influencing entrepreneurial intention among university students in Mexico, as well as their attitudes towards entrepreneurship, perceptions of social norms, and entrepreneurial ability. **Methodology.** A questionnaire was used to gather data from a sample of 1141 students across three majors at the Faculty of Accounting and Administration of the Universidad Nacional Autónoma de México. A descriptive, correlational, and multivariate analysis was performed considering the variables of attitude toward entrepreneurship, perception of social norms, and entrepreneurial ability. **Results.** The main findings reveal that career attractiveness, perceived control, entrepreneurial ability, close social evaluation, and subjective norm are the factors influencing entrepreneurial intention among university students in Mexico. **Conclusions.** It is essential to promote entrepreneurship and ensure that students acquire the entrepreneurial attitudes, knowledge, and skills necessary to feel confident and competent for successful entrepreneurship.

**KEY WORDS** Higher Education, Enterprise, Social Norm, Profession.

## Fatores que influenciam as intenções empreendedoras entre estudantes universitários no México

**RESUMO** **Objetivo.** Descrever atitudes em relação ao empreendedorismo, percepções de normas sociais e capacidade empreendedora, bem como os fatores que influenciam as intenções empreendedoras de estudantes universitários no México. **Metodologia.** Em uma amostra de 1141 estudantes de três cursos da Faculdade de Contabilidade e Administração da Universidade Nacional Autônoma do México, os dados foram coletados por meio de um questionário, considerando as variáveis: atitudes em relação ao empreendedorismo; percepção de normas sociais e capacidade empreendedora; da mesma forma, foi realizada uma análise descritiva, correlacional e multivariada. **Resultados.** Os principais resultados mostram que a atratividade profissional, o controle percebido, as habilidades empreendedoras, a avaliação social e a norma subjetiva influenciam as intenções empreendedoras de estudantes universitários no México. **Conclusões.** É necessário promover o empreendedorismo e garantir que os alunos adquiram atitudes, conhecimentos e habilidades empreendedoras para se sentirem confiantes e capazes de empreender com sucesso.

**PALAVRAS CHAVE** ensino superior, negócios, norma social, profissão.

## Introducción

En el contexto de la actividad empresarial las actitudes influyen en las opciones, la necesidad de formación y las decisiones en torno a actividades que se pueden llevar a cabo para realizar acciones tendientes a emprender. El emprendimiento constituye una opción real de independencia económica a través de la realización y ejercicio de actividades que contribuyan al autoempleo y a la autonomía de las personas en general y de los universitarios en particular.

Las actitudes hacia el emprendimiento pueden ser favorables o desfavorables (Azjen, 1991; Saavedra García, 2021) por parte de las personas. Así, si la actitud es favorable, es más viable que se pueda convertir en acción; por otra parte, están las normas subjetivas que dan cuenta de la percepción que tiene el emprendedor sobre cómo su entorno social evalúa la actividad de emprendimiento y a la vez se encuentra el control percibido que consiste en cómo el individuo percibe su capacidad para emprender de acuerdo con sus destrezas y habilidades.

El desempleo es un flagelo que azota la región Latinoamericana y se agudiza aún más en los jóvenes, pues uno de cada cinco se encuentra desempleado (Saavedra García, 2020); es aquí en que aparece la actividad de emprendimiento como una solución viable a este problema, ya que los jóvenes universitarios podrían incursionar con mejores ventajas al haber obtenido conocimientos por medio de su formación. De ahí la importancia de realizar esta investigación que tiene como objetivo determinar las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de las normas sociales y la capacidad de emprender de los estudiantes universitarios en el contexto mexicano. En la primera parte de este artículo se desarrolla el marco teórico en el que se presentan las explicaciones en torno a los elementos actitudinales implicados en la actividad empresarial, luego se describe la percepción de las normas sociales para posteriormente incluir la capacidad de emprender. En la segunda parte se describe la muestra, la operacionalización de las variables y el instrumento de recolección de datos. En el tercer apartado se desarrollan el análisis y la discusión de los resultados. Finalmente se plantean las conclusiones.

## Revisión de la literatura

### ***Actitudes hacia el emprendimiento en los estudiantes***

Estudios sobre características de personalidad en empresarios han reconocido como centrales la tolerancia al riesgo, la preferencia por la autonomía y el autoempleo (Fairlie and Holleran, 2012), la necesidad de logro, la propensión al riesgo y el locus de control interno (yo hago que ocurran las cosas), la percepción de habilidades y de barreras al emprendimiento (Sarri, Lapsita and Panopoulos, 2019), así como la intención de innovación e inteligencia emocional como aspectos clave en la actividad emprendedora (Ahmetoglu, Leutner and Chamorro-Premuzic, 2011). En este sentido autores como Drucker (2015) han destacado el papel de la innovación en los resultados empresariales; mientras que sobre la capacidad adaptativa de la empresa para resistir situaciones disruptivas (como, por ejemplo, catástrofes naturales y epidemias) Sanchis y Poler (2011) recalcan la actitud proactiva, la eficiencia, la honestidad y la rapidez en la comunicación. También se han subrayado la motivación (y, por tanto, la actitud positiva al emprendimiento) y la capacidad de emprender como relacionadas con una mayor probabilidad de recuperación posterior al fracaso (Nikolić et al., 2018).

En los estudios sobre estudiantes universitarios han recibido especial atención aspectos como su desarrollo personal en su actitud hacia el emprendimiento, incluyendo la interacción entre la crianza y ciertas características favorables a emprender. De igual manera la exposición a actividades emprendedoras desde experiencias laborales, aquellos que hayan trabajado en una pequeña empresa o han intentado algún emprendimiento, pueden tener una actitud más positiva hacia este. En este sentido Guerrero et al. (2016) encontraron en México que, del 21 % de los estudiantes que han creado una empresa, el 42 % tuvo padres emprendedores; lo anterior, coincide con Moriano, Palací y Morales (2006) sobre la importancia de la familia y los valores. Por otra parte, la educación también puede favorecer la intención de emprender al mejorar los aspectos al estar preparados dada una mejor información y una

percepción de características personales como un mayor locus de control interno y la autoeficacia que puede impulsar el autoempleo.

### **Actitudes y actividad empresarial: propuestas explicativas**

Los estudios se han concentrado en el reconocimiento de aquello en lo que los emprendedores sean más parecidos entre sí por sus actitudes a pesar de las diferencias culturales obvias, países claramente disímiles (como España, Gran Bretaña o Taiwán) comparten la tendencia a la innovación (Liñan and Chen, 2009; Liñán, Nabi and Krueger, 2013). Las similitudes en las actitudes hacia el emprendimiento buscan una mejor comprensión teórica de esa conducta, los esfuerzos han incluido modificaciones a teorías como la de la acción planeada propuesta por Ajzen (1991) a partir de los resultados observados en el ámbito empresarial sobre este tipo de intención. Al modelo original, que incluye a la actitud personal para convertirse en emprendedor, la norma subjetiva o aprobación de otras personas relevantes a la actividad emprendedora y al control percibido sobre la percepción de dificultad o sencillez de convertirse en emprendedor, se añade la evaluación social —que incluye una actitud cultural hacia alentar o desalentar características y normativas en torno a la conducta empresarial—; evaluación social cercana a la influencia que ejercen en el emprendedor los familiares, amigos y colegas con los que convive cotidianamente; asimismo, se añaden las habilidades empresariales como una graduación sobre la posesión de estas y el conocimiento del ambiente empresarial como, por ejemplo, el nivel de conocimiento y consciencia que posee la persona sobre sí mismo y sobre sus sistemas de apoyo (Liñán, Nabi and Krueger, 2013).

Los resultados de las adaptaciones al modelo original han sido muy alentadores en términos de una mejor explicación de la intención de emprendimiento que se sostiene, incluso en países culturalmente muy distintos (varianza explicada superior al 55 % en comparación con menos del 40 % con el modelo original); no obstante, también se observa que la estructura del instrumento (la forma en que se agrupan los reactivos de acuerdo a las áreas que se espera que midan) ha mostrado diferencias culturales. Estas diferencias llevan a pesos distintos en las variables del modelo, por

ejemplo: la autoeficacia parece mucho más relevante para las culturas desarrolladas (Liñan and Chen, 2009; Liñán, Nabi and Krueger, 2013).

En otros estudios basados en el modelo de Liñan y Chen (2013) se han reconocido diferencias en la actitud a emprender entre estudiantes mexicanos y españoles, con una mejor actitud en los primeros, en aspectos como la aprobación de la familia y amigos (norma subjetiva) que se percibe como una opción profesional enriquecedora, así como una actividad satisfactoria y ventajosa. De igual manera los estudiantes mexicanos expresaron menos miedo al fracaso (29,8 % frente al 46,9 % respectivamente), una mejor percepción de su formación (54,4 % frente al 25 %) y una experiencia emprendedora (49,7 % frente al 41,9 % respectivamente) (Guerrero et al., 2016).

Igualmente son actitudinales las características limitantes a la actividad empresarial entre empresarios tales como la intolerancia al riesgo, la tendencia a posponer actividades desagradables o malas noticias y el miedo al fracaso (Hoogendoorn, van der Zwan and Thurik, 2019) en combinación con factores externos como, por ejemplo, la percepción de corrupción en el país (Costa and Mainardes, 2016) sobre una actitud negativa hacia los resultados esperados y las condiciones externas. Estos tienen repercusiones importantes en los resultados empresariales, por ejemplo: una actitud demasiado optimista sobre los resultados que se obtendrán y las características personales para alcanzarlos pueden generar una confianza excesiva, así como riesgos mal estimados de los resultados financieros del emprendimiento (Invernizzi et al., 2017). De modo que hay una interacción entre la percepción del ambiente empresarial externo y las características de autoeficacia con que el emprendedor cuenta y toma decisiones (Vilanova and Vitanova, 2019), ambas involucradas en las posibilidades de éxito empresarial.

La posesión de recursos personales como son el optimismo razonable, la autoeficacia, resiliencia y determinación —identificados como aspectos clave en empresarias (Banda, 2018; Hundera et al., 2019)— requieren del desarrollo de actitudes que permitan el reconocimiento, desarrollo y ejecución en el ambiente empresarial; en ciertas ocasiones, aun en contra de lo aprendido en sus historias personales.

## **Percepción de las normas sociales**

La investigación realizada por Guerrero et al. (2016) con estudiantes universitarios españoles muestra (en una escala del 1 al 7) la importancia que estos le dan a la opinión de familiares (6,23), amigos (5,36), profesores (4,98) y compañeros (4,44). En México, por su parte, es muy importante la opinión de la familia sobre la actividad de emprendimiento. Esto se debería a la necesidad de apoyo que requiere el joven estudiante; lo anterior, es coincidente con los hallazgos de Rueda, Fernández y Herrero (2012) con estudiantes españoles y Arévalo, Padilla y Wong (2016) con estudiantes ecuatorianos. Los hallazgos de Saavedra García y Camarena (2020) también coinciden en la importancia que le dan los estudiantes a la opinión de la familia (5,95), los compañeros (5,98) y los amigos (5,92). Reforzándose con los hallazgos de Fernández, Rueda y Herrero (2011) y Hernández, Moncada y Henao (2018), quienes encontraron que cuando más favorable es la influencia de la norma subjetiva (lo que piensan los demás sobre emprender), mayor es la propensión a esta actividad.

Guerrero et al. (2016) indican que entre los estudiantes españoles que manifestaron deseos de emprender en el 48 % de los casos el padre o la madre era emprendedor; en el 65 % otro miembro de la familia, en el 35 % un amigo, en el 12 % un profesor y en el 65 % una persona cercana al estudiante, coincidiendo con los hallazgos de Ruiz, Rojas y Suárez (2008). Entretanto, en México, el 42 % de los estudiantes contaba con padres emprendedores; corroborándose lo anterior, con lo encontrado por Contreras et al. (2017) en los estudiantes universitarios latinoamericanos.

Arévalo, Padilla y Wong (2016) incorporaron en su estudio sobre la intención de emprendimiento en estudiantes ecuatorianos a las características de los padres. Los hallazgos mostraron que en las madres predomina el nivel de estudio universitario, más que en los padres; por otra parte, la ocupación de los padres se concentra en el sector público y las madres presentan una mayor actitud hacia el emprendimiento en el hogar.

## **La capacidad de emprender**

Los hallazgos en torno a los modelos que explican la actitud emprendedora y las actitudes

limitantes a ella permiten reconocer que existen aspectos que rebasan a las características culturales y económicas y por lo tanto son susceptibles de formación en beneficio de los emprendedores, particularmente bajo las condiciones de intercambio social que impone la globalización. La formación para la actividad emprendedora puede tener limitaciones en función de las actitudes que se tengan, por ejemplo: tienen un mayor beneficio a la formación empresarial aquellos que tengan mayor tolerancia al riesgo (es decir, una mejor actitud ante este) (Fairlie and Holleran, 2012).

Asimismo, se observan diferencias relativas al género. Shinnar, Hsu y Powell (2014) identifican que en los cursos de formación para emprendedores, las mujeres tuvieron menores puntajes iniciales y finales en intención y autoeficacia empresarial; mientras que los mejores resultados se observaron entre aquellos que contaban con las mejores condiciones personales y capacidades para realizar sus metas, así como en la percepción misma de capacidad personal. Así pues, esto implica que las actitudes son centrales tanto para el planteamiento de metas como para su alcance.

También se observa un efecto positivo en actitudes tales como el control que tienen sobre sus actividades y la percepción sobre la importancia que tiene la actividad emprendedora en su grupo social (Karimi et al., 2016), esto es más importante cuando en el grupo al que pertenece el emprendedor no hay aprobación para este tipo de actividades; no obstante, lo anterior, es modulado a través de la educación; asimismo, este hallazgo fue más notable en el caso de las mujeres (Entrialgo and Iglesias, 2016). Vale la pena señalar que entre mayor formación emprendedora, la relación con la intención de emprender se hace más fuerte sobre la capacidad personal percibida y se debilita sobre la aprobación del grupo social (Entrialgo and Iglesias, 2016; Potishuk and Kratzer, 2017); es decir que la formación brinda resistencia ante la desaprobación de las personas cercanas al emprendedor, al proveer de información y herramientas que mejoren su actitud hacia su propia capacidad.

Entre los contenidos que han mostrado un mayor efecto en la intención emprendedora y las actitudes sobre el emprendimiento destacan aquellos que logran modificar actitudes hacia la utilidad de los conocimientos que adquieren y hacia

sí mismos en aras de desarrollar emprendimientos exitosos y, en consecuencia, mejorar su tolerancia al riesgo. A su vez, logran modular las actitudes de aquellos que al inicio estaban excesivamente confiados por su falta de experiencia en rechazos a sus proyectos (por ejemplo, de tipo tecnológico) (Bandera, Collins and Passerini, 2018).

Por otro lado, en programas dirigidos a adolescentes (media de 15 años de edad) se observó que la formación en cuatro componentes —(i) contabilidad, finanzas, marketing y administración, (ii) autoeficacia, proactividad y toma de riesgos, (iii) plan de negocios y (iv) interacción con la práctica<sup>1</sup>— lograron mejoras significativas en la autoeficacia, proactividad y toma de riesgos, los cuales impactaron de la misma manera en la intención de autoempleo a futuro (Sánchez, 2013).

Esto destaca que las actitudes son clave tanto en el aprovechamiento que se puede hacer del aprendizaje de contenidos como en la comprensión de la información. Estas impactan en la toma de decisiones sobre el esfuerzo y posibilidades de éxito en torno a decisiones vocacionales. Si bien se aprenden temprano, es posible incidir también

en ellas con programas formativos en todos los niveles. Particularmente el impacto de esta formación antes de iniciar los emprendimientos por ensayo y error permiten las simulaciones, llevar a una mejor planeación, controlar y preservar el emprendimiento, además de consolidar actitudes dirigidas al crecimiento pleno de la persona.

## Metodología

### Muestra

La población objeto de estudio fueron los estudiantes de nivel licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México de acuerdo con los datos tomados de la Dirección General de Control Escolar; así, a 2018, ascendían a 10682 alumnos distribuidos en las tres carreras de la facultad (administración (4606), contaduría (5610) e informática (466)); se utilizó una muestra de sujetos voluntarios, con lo que se obtuvieron 1141 estudiantes que respondieron el cuestionario y se distribuyeron tal como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1.** Conformación de la muestra

Carrera	Administración			Contaduría			Informática		Total
	2°	4°	8°	2°	4°	6°	8°	Todos	
Casos	163	278	153	58	128	178	133	50	1141
Total por Carrera	594			497			50		1141
Porcentaje del total	52,06 %			43,56 %			4,38 %		100 %

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

### Instrumento de recolección de datos

Se elaboró un cuestionario directo estructurado con base en la revisión de la literatura, el cual se

resume en la tabla 2. Se utilizó como opción de respuesta una escala de Likert del 1 al 6, de si y no para las preguntas dicotómicas.

<sup>1</sup> Esta incluye, por ejemplo, a conferencias, discusión de lecturas, ejercicios, juegos y simulaciones por computadora.

**Tabla 2.** Variables de actitudes hacia el emprendimiento, percepción de las normas sociales y capacidad de emprender

Variables	Dimensiones	Ítems	Preguntas
Actitudes hacia el emprendimiento	Actitud personal	Carrera de emprendedor	1
		Negocio propio	2
		Alcanzar metas	3
		Autorrealización	4
	Norma subjetiva	Intención de emprender	5
		Valoración de la familia	6
		Valoración de los amigos	7
		Valoración de los colegas	8
	Control percibido	Facilidad de emprender	9
		Inseguridad de emprender	10
		Seguridad de éxito	11
		Dificultad de idea de negocio	12
		Conocimiento para iniciar	13
		Control del proceso de negocio	14
Conocimiento del ambiente empresarial	Asociaciones privadas	15.1	
	Organismos de apoyo público	15.2	
	Incubadoras de negocios	15.3	
	Financiamientos preferentes	15.4	
	Apoyo para startup	15.5	
	Centros de negocios	15.6	
Percepción de las normas sociales	Evaluación social	Cultura	16
		Valor para la economía	17
		Percepción de la sociedad	18
		Riesgo empresarial	19
	Evaluación social cercana	Imagen del emprendedor	20
		Autoempleo	21
		Aprobación de amigos	22
		Aprobación de familia	23
Capacidad de emprender	Habilidades empresariales	Aprobación de colegas	24
		Oportunidades de negocio	25.1
		Creatividad	25.2
		Resolución de problemas	25.3
		Liderazgo	25.4
		Comunicación	25.5

VARIABLES	DIMENSIONES	ÍTEMS	PREGUNTAS
		Nuevos productos o servicios	25.6
		Redes sociales	25.7
		Contactos profesionales	25.8
		Ventajas de ser emprendedor	26
		Atractivo como Carrera	27
		Disponibilidad de recursos	28
	Atractivo profesional	Satisfacción de emprender	29
		Elección de emprender	30
		Opción profesional (trabajo asalariado, autoempleo, emprendedor)	31.1 31.2 31.3
		Intención sería de emprender	32
		Preparado para emprender	33
		Emprender en cualquier momento	34
	Intención emprendedora	Esfuerzo para emprender	35
		Meta personal	36
		Emprender en el future	37
		Pensar seriamente emprender	38
		Capacidad de encontrar soluciones	39
		Riesgo patrimonial	40
	Toma de riesgos	Dudas en la idea de negocio	41
		Evaluación del emprendimiento	42
		Miedo al fracaso	43
		Incapacidad de resolver problemas	44
		Empresa propia	45
		Empresa familiar	46
	Experiencia	Trabajo con emprendedores	47
		Experiencia en negocios	48
		Hablar y escribir en idioma nativo	49
		Expresión clara de ideas	50
		Dificultad para las matemáticas	51
	Habilidades matemáticas y verbales	Gusto por las matemáticas	52
		Capacidad para las matemáticas	53
		Comprensión de lectura	54
		Riqueza de vocabulario	55

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

## Resultados y discusión

### Actitudes

Los estudiantes de administración muestran una mejor actitud hacia el emprendimiento a medida que avanzan en la carrera, con valores arriba de la media (tabla 3), lo que indica la importancia de adquirir más conocimientos con el fin de poder emprender. En lo que respecta a los estudiantes de contaduría no existe un patrón definido en cuanto a la actitud hacia el emprendimiento; aunque también se observan valores arriba de la media, considerándose así que su actitud es variable a lo largo de su carrera. Esto se podría relacionar con la situación de que la mayoría de los estudiantes ya se encuentran insertados en el mercado laboral o que no les resulta atractiva la actividad emprendedora. De igual manera se observa en los estudiantes de informática una actitud arriba de la media y de los valores obtenidos por las otras dos carreras, al obtener un 3,67. Esto se debe, en parte, porque el perfil de la carrera permite el trabajo independiente a través de la consultoría en TI a todo tipo de empresas.

En lo que se refiere a la norma subjetiva (la percepción de la forma en cómo la familia, amigos y colegas valoran el emprendimiento) los estudiantes de administración obtienen promedios estables y arriba de la media, alcanzando el 3,6 hacia el octavo semestre. Esto implica que, si bien la influencia de la norma subjetiva es importante, no parece ser definitoria en cuanto a la decisión de emprender. Sucede algo similar con los estudiantes de contaduría, los cuales alcanzan una media de 3,34 hacia el octavo semestre. Entretanto no sucede así con los estudiantes de informática que le brindan una menor importancia a la opinión de familiares, amigos y colegas al obtener una media de 3,17, lo que implicaría que se trata de estudiantes independientes en la toma de decisiones para realizar o no un negocio.

Con respecto al control percibido, es decir la percepción de la facilidad de convertirse en emprendedor, se puede apreciar en los estudiantes de administración y contaduría un ligero aumento hacia el octavo semestre en el que la media alcanza los 3,78 y 3,81 respectivamente. Esto podría indicar

que a mayores conocimientos, mayor percepción de la facilidad de emprender. En informática se encontró una media de 3,50, lo que muestra una percepción de la facilidad para emprender arriba de la media.

Referente al conocimiento del ambiente empresarial en administración y contaduría, en el octavo semestre llega a 3,15 y 2,93 respectivamente. Esto muestra una tendencia ascendente, lo cual es consistente con una mayor adquisición de conocimientos conforme van avanzando la carrera. Si bien la tendencia de las dos carreras es ascendente, es necesario notar que la media resulta más baja que la de las otras áreas. Para informática se obtuvo una media de 2,26, la cual resulta baja tal como en administración y contaduría (tabla 3).

Por otro lado, las actitudes hacia la actividad empresarial afectan la intención de involucrarse en las actividades necesarias de las funciones relativas a emprender (Garavito-Hernández et al., 2023). Por ello desde la propuesta de Liñan y Chen (2009) serían especialmente importantes la actitud personal hacia el emprendimiento, la norma subjetiva, la facilidad con que perciben convertirse en emprendedor o control percibido sobre la actividad y el conocimiento del ambiente empresarial. Así pues, en el caso de estudiantes universitarios de carreras económico-administrativas en México, se ha encontrado que estas mejoran conforme avanzan en la formación.

Si bien se trata de datos recolectados transversalmente, estos convergen en la mejora de la actitud hacia el emprendimiento ante una mayor posesión de recursos y capacidades personales. En este sentido la excepción ocurre con la norma subjetiva, la cual muestra valores inestables con relación al semestre dado que no depende directamente del estudiante sino de otros cercanos a él. Por tal motivo, los estudiantes de las tres carreras perciben que tienen facilidad para convertirse en emprendedores y esta percepción se incrementa conforme avanzan en los semestres de estudio. Esto implica que a mayores conocimientos, mayor es la seguridad que tienen de emprender con éxito; este hallazgo coincide con lo encontrado por Guerrero et al. (2016), quienes confirman que los estudiantes mexicanos se sienten más preparados para emprender que los estudiantes españoles.

Como se puede ver, el conocimiento del ambiente empresarial no representa una fortaleza para los estudiantes de las tres carreras debido a que la mayoría de los puntajes se encuentran abajo de la media. Esto sería una señal de que se necesitan reforzar estos conocimientos, pues resulta fundamental que se encuentren inmersos

en este tema; de manera que al emprender sean capaces de identificar las condiciones financieras y administrativas, así como de reconocer los riesgos a los que se enfrentará la futura empresa, lo cual lo puede conducir hacia una mejor toma de decisiones (Banda, 2018; Hundera et al., 2019).

**Tabla 3.** Actitudes hacia el emprendimiento

Carrera	Administración			Contaduría				Informática	
	Semestre	2°	4°	8°	2°	4°	6°	8°	Todos
Actitud personal		3,27	3,30	3,44	3,24	3,38	3,46	3,29	3,67
Norma subjetiva		3,60	3,50	3,60	3,43	3,07	3,17	3,34	3,17
Control percibido		3,58	3,59	3,78	3,56	3,52	3,52	3,81	3,50
Conocimiento del ambiente empresarial		2,24	2,45	3,15	2,06	2,46	2,59	2,93	2,26

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Si bien las actitudes hacia la actividad empresarial tienden a mejorar conforme se avanza en la formación, el control percibido para el emprendimiento y la disposición a tomar riesgos se mantienen estables desde los semestres iniciales hasta los finales; lo anterior, es positivo desde el principio. La amplia mayoría de los estudiantes reconocen que han considerado seriamente emprender, sin que tampoco se vea afectada por el paso de la carrera.

### ***Percepción de las normas sociales***

En lo referente a la percepción de las normas sociales que se conformaron por la evaluación social (sociedad en general) y la evaluación social cercana (padres, parientes, amigos y colegas) se tiene que en la evaluación social, los estudiantes de administración y contaduría obtuvieron valores ligeramente arriba de la media; mientras que en evaluación social cercana, los valores son notoriamente más elevados. Esto demuestra que los estudiantes identifican una mayor aceptación

al emprendimiento en su círculo social inmediato, a diferencia de lo que perciben en la sociedad en general o a nivel país. Siguen la misma tendencia los estudiantes de informática al alcanzar una media de 3,43 en evaluación social y de 5,27 en evaluación social cercana (tabla 4).

Cabe destacar que Liñan y Krueger (2013), en la percepción de normas sociales, hacen la distinción entre la evaluación social cercana (el círculo social inmediato) y la evaluación social en general (dirigida a la sociedad de manera amplia o a nivel país). En este sentido los estudiantes de administración, contaduría e informática coinciden en que hay una clara diferencia entre estas dos evaluaciones con valores mucho más bajos a nivel país en comparación con su círculo cercano; de igual manera hay que destacar que esta última fue una de las actitudes más positivas que se observaron en el grupo y que puede responder al círculo académico de las profesiones. Esto coincide con Guerrero et al. (2016), quienes encontraron que el mayor apoyo correspondió efectivamente al de los amigos.

**Tabla 4.** Percepción de las normas sociales

Carrera	Administración			Contaduría				Informática
	2°	4°	8°	2°	4°	6°	8°	Todos
Semestre	2°	4°	8°	2°	4°	6°	8°	Todos
Evaluación Social	3,70	3,56	3,63	4,02	3,62	3,50	3,78	3,43
Evaluación social cercana	5,52	5,44	5,26	5,42	5,38	5,39	5,38	5,27

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

### Capacidad de emprender

La percepción de habilidades empresariales para los estudiantes de administración y contaduría muestran medias elevadas con una tendencia estable, mientras los estudiantes de informática alcanzaron una media más baja que las otras dos carreras al ubicarse en el 4,19 (tabla 5).

En cuanto al atractivo profesional de emprender, los estudiantes de administración y contaduría alcanzaron una media elevada y estable en el octavo semestre de 4,82 y 4,81 respectivamente. Para los estudiantes de informática la media alcanzada fue de 4,53, ligeramente más baja que en las otras dos carreras (tabla 5).

En lo que respecta a la intención emprendedora estos estudiantes, según los resultados de la tabla 5, alcanzaron medias de 4,72 en el octavo semestre

en ambas carreras. Esto destaca valores elevados acordes a los porcentajes de la consideración de ser emprendedores. No obstante, llama la atención que el atractivo hacia el emprendimiento es más elevado que la intención de llevarlo a cabo. Al parecer, aquí, el avance en la carrera no influye claramente en la intención emprendedora. El tomar riesgos al poner una empresa, lo que implica tal vez fracasar, muestra para las tres carreras medias arriba de 3,98; lo anterior, sin presentar un patrón definido (tabla 5).

En lo que se refiere a que si han considerado seriamente ser emprendedores, los estudiantes de administración y contaduría sobrepasan el 80 %. Solo el 70 % de los estudiantes de informática han considerado seriamente ser emprendedores, mientras que en la intención emprendedora alcanzan una media más baja que en las otras dos carreras con un 4,18 (tabla 5).

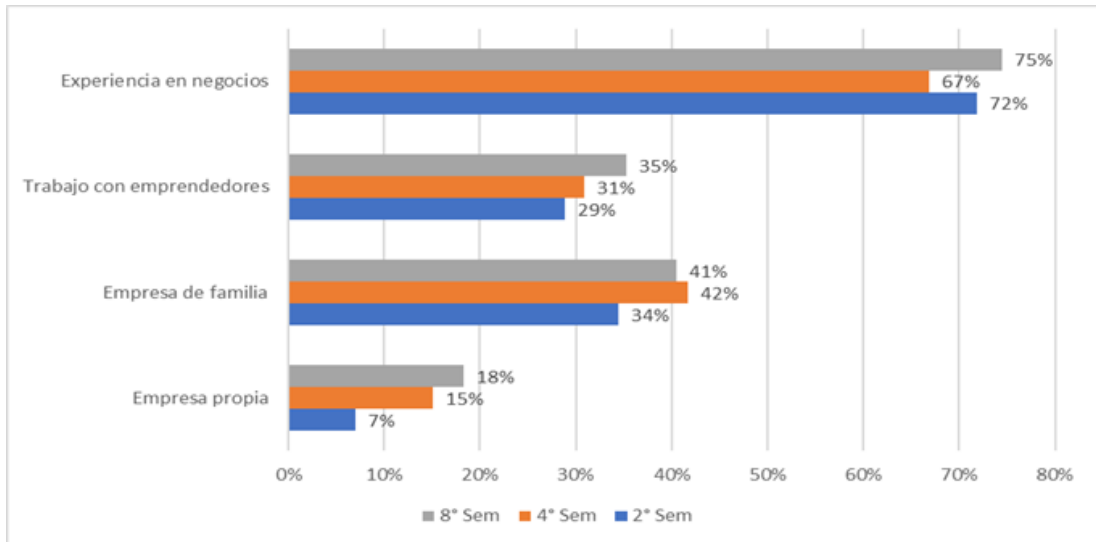
**Tabla 5.** Capacidad de emprender

Carrera	Administración			Contaduría				Informática
	2°	4°	8°	2°	4°	6°	8°	Todos
Habilidades empresariales	4,58	4,60	4,58	4,67	4,42	4,40	4,47	4,19
Atractivo profesional	4,98	4,86	4,82	4,97	4,86	4,77	4,81	4,53
Intención emprendedora	4,88	4,72	4,72	4,85	4,38	4,45	4,72	4,18
Toma de riesgos	3,98	4,12	4,05	4,22	4,10	4,10	4,16	4,07
Ha considerado seriamente ser emprendedor (%)	86,5 %	83,5 %	82,4 %	82,8 %	71,1 %	73 %	82,7 %	70 %

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Sobre la experiencia en negocios propios, de familiares y/o amigos, los resultados para administración denotan: (i) han tenido una empresa propia el 7 %, elevándose este porcentaje conforme avanzan los semestres de estudio para alcanzar un 18 % en el octavo semestre; (ii) han participado en una empresa de su familia el 34 %, incrementándose este porcentaje y manteniéndose para alcanzar el 41 % hacia el octavo semestre; (iii) han colaborado

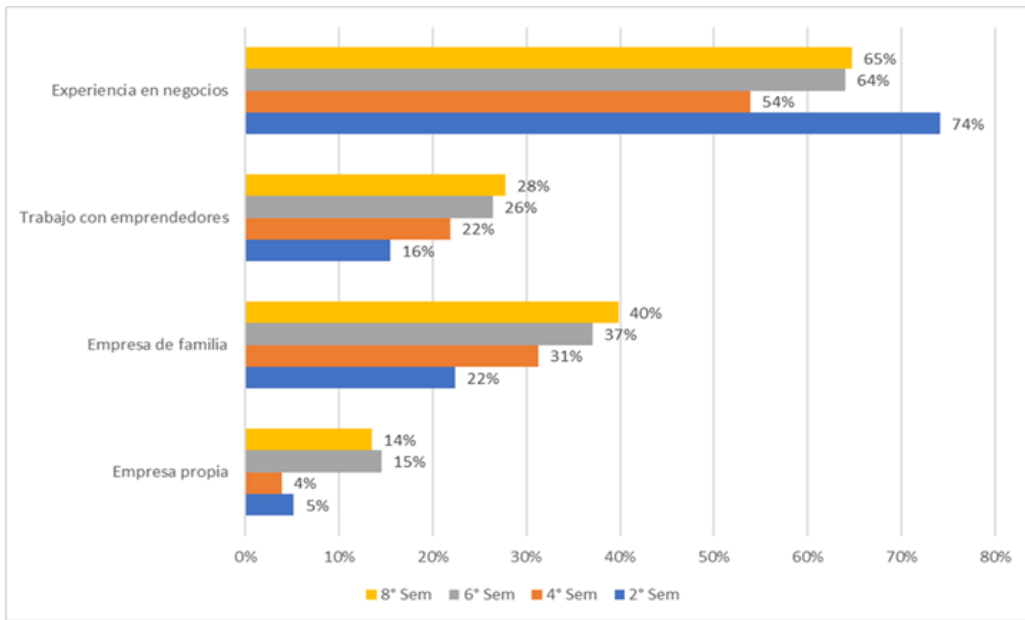
en la toma de decisiones empresariales con otros emprendedores el 29 %, igualmente el porcentaje se incrementa conforme avanzan los semestres de estudio para alcanzar el 35 % en el octavo semestre; (iv) los que han tenido experiencia en un negocio (aunque sea de manera informal) llegan a un 72 %, manteniéndose este porcentaje para alcanzar el 75 % en el último semestre de estudios (figura 1).



**Figura 1.** Experiencia en negocios propios, de familiares y/o amigos para administración. Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Por su parte, en contaduría se observa en los estudiantes de segundo semestre que: (i) han tenido una empresa propia el 5 %, este porcentaje se va incrementando conforme se avanza en el tiempo para alcanzar el 14 % en el octavo semestre; (ii) han participado en una empresa de su familia el 22 %, se observa también que este porcentaje se va incrementando conforme avanzan los semestres para alcanzar el 40 % en el octavo semestre; (iii) han colaborado en la toma de

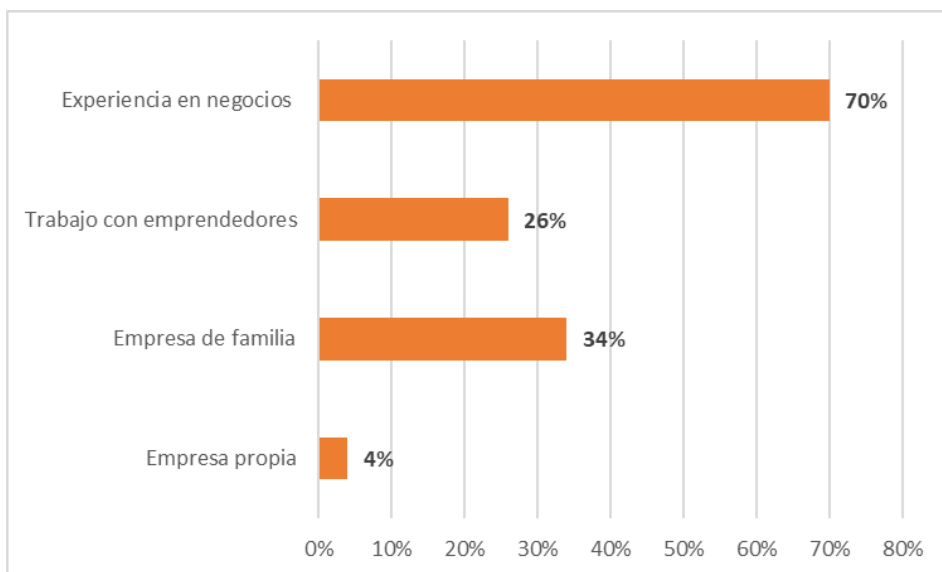
decisiones empresariales con otros emprendedores en el 16 %, incrementándose esta participación a lo largo del tiempo para alcanzar el 28 % en el octavo semestre; (iv) han tenido experiencia en un negocio (aunque sea de manera informal) el 74 % en el segundo semestre, disminuyendo a 54 % en el cuarto semestre, incrementándose al 64 % en el sexto semestre, para mantenerse y cerrar con un 65 % en el octavo semestre (figura 2).



**Figura 2.** Experiencia en negocios propios, de familiares y/o amigos para contaduría. Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

En tanto para la carrera de informática se obtuvo que: (i) han tenido una empresa propia solo el 4%; (ii) han participado en una empresa de su familia el 34%; (iii) han colaborado en la toma de decisiones

empresariales con otros emprendedores el 26 % y (iv) han tenido experiencia en un negocio (aunque sea de manera informal) el 70 %.



**Figura 3.** Experiencia en negocios propios o de familias y amigos para informática. Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

Se observa una amplia variación en el involucramiento en algún tipo de actividad empresarial de la mayoría de los estudiantes (aunque sea experiencia informal) independientemente de que cursen un semestre inicial, intermedio o final. Entre los que tienen experiencia formal, esta ha sido principalmente al trabajar con otros emprendedores y al apoyar empresas familiares; de igual manera son una minoría los que han intentado un emprendimiento, sin embargo estos son más frecuentes conforme se avanza en la formación. Si bien existe una disposición a tomar riesgos, esto no implica la posesión de recursos para estar dispuestos a hacerlo; aun, teniendo una actitud favorable al emprendimiento. Las experiencias, principalmente informales en un país como México, son coincidentes con los resultados de Costa y Mainardes (2016) sobre el peso de condiciones externas percibidas como desfavorables (como, por ejemplo, la corrupción) con el fin de señalar una forma de optimismo razonable en el que están en consideración las características de autoeficacia del emprendedor en interacción con el ambiente empresarial externo (Vilanova and Vitanova, 2019).

### ***Competencias empresariales***

Respecto a las habilidades matemáticas y verbales en administración se alcanzan medias con valores de 4,33 en el segundo semestre, incrementándose ligeramente para alcanzar el 4,45 en el octavo semestre. En cuanto a contaduría las medias presentan un comportamiento estable, llegando a 4,39 hacia el octavo semestre. Se puede notar para ambas carreras valores arriba del promedio, por lo que la percepción de los estudiantes sobre sus habilidades matemáticas y verbales tiende a ser positiva. En tanto para informática la media alcanzada es de 4,25, ligeramente menor al de las otras dos licenciaturas pero igualmente positiva (tabla 6).

Las competencias empresariales, en lo que se refiere a las habilidades y destrezas necesarias para emprender tales como el uso de recursos y poner en práctica las ideas de negocio, para administración las medias son un tanto estables

en el octavo semestre con un 4,81; lo anterior, se considera elevado. En contaduría las medias son muy similares, pues alcanzan un 4,64 hacia el octavo semestre. Entretanto en informática la media alcanza un 4,49, ponderación menor a la de las otras dos carreras (tabla 6).

Sobre las actitudes, en especial hacia el logro de metas, en administración y contaduría los valores alcanzados en las medias se mantienen un tanto estables a través de los semestres con un 4,74 y con un 4,75 al llegar al octavo semestre; mientras que en informática la media fue de 4,48, siendo un poco menor al de las otras dos carreras.

Los conocimientos necesarios para emprender y dirigir una empresa son percibidos como positivos, pues los resultados para administración se encuentran arriba de la media al iniciar con un 4,39; asimismo, se observa que en el octavo semestre se eleva más al alcanzar el 4,77. En contaduría estos valores también se encuentran arriba de la media, aunque son ligeramente más bajos que los de administración, alcanzando hacia el octavo semestre un 4,49. En lo que se refiere a informática la media alcanzada es notoriamente menor a la de las otras dos carreras (3,88).

La percepción de habilidades y destrezas para el emprendimiento, así como las actitudes hacia el logro de metas, tienden a mostrar los valores más altos en los semestres iniciales; mientras que sobre los conocimientos para emprender y dirigir una empresa la tendencia es inversa, pues los valores más altos se observan en los semestres finales. Lo anterior, apunta a tener mejores conocimientos (Invernizzi et al., 2017). No obstante, sería necesaria una estrategia metodológica diferente para verificar este supuesto. Cabe señalar que estos conocimientos no parecen referirse a la capacidad matemática y verbal, ya que esta permanece estable y podría responder a características particulares de los participantes al momento del levantamiento de los datos; por tal motivo, valdría la pena una propuesta longitudinal para profundizar sobre el tipo de conocimientos que favorecen la disposición a emprender.

**Tabla 6.** Competencias empresariales

Carrera	Administración			Contaduría			Informática	
	2º	4º	8º	2º	4º	6º	8º	Todos
Semestre								
Habilidades matemáticas y verbales	4,33	4,36	4,45	4,44	4,45	4,40	4,39	4,25
Habilidades y destrezas	4,88	4,76	4,81	4,84	4,74	4,72	4,64	4,49
Actitudes	4,85	4,80	4,74	4,75	4,78	4,75	4,75	4,48
Conocimientos	4,39	4,47	4,77	4,14	4,47	4,53	4,49	3,88

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

### **Análisis correlacional y multivariado**

Con el fin de establecer si existe una relación entre la intención de emprender y las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de las normas sociales y la capacidad de emprender se realizó un análisis de correlación simple en el que se puede ver que las variables que muestran correlaciones elevadas (de 0,70 en adelante) son

la norma subjetiva, las habilidades empresariales, la evaluación social y el atractivo profesional, mientras que las que muestran correlaciones medias (cerca de 0,50) son el control percibido y la evaluación social cercana, con una correlación baja quedan las habilidades matemáticas y verbales y muy bajas (menos del 10 %) aparecen el conocimiento del ambiente empresarial y la toma de riesgos (tabla 7).

**Tabla 7.** Relación entre la intención de emprender y las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de las normas sociales y la capacidad de emprender

VARIABLES	Coefficiente de correlación de Pearson
<b>Actitudes hacia el emprendimiento</b>	
Actitud personal	-0,86094037
Norma subjetiva	0,87607275
Control percibido	0,50208113
Conocimiento del ambiente empresarial	0,05593471
<b>Percepción de las normas sociales</b>	
Evaluación social	0,72416941
Evaluación social cercana	0,59019855
<b>Capacidad de emprender</b>	
Habilidades empresariales	0,92732978
Atractivo profesional	0,84430906
Toma de riesgos	0,09761154
Habilidades matemáticas y verbales	0,3872767

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

En aras de determinar la influencia del control percibido, la percepción de las normas sociales y la formación emprendedora sobre la intención de emprender se plantea la siguiente hipótesis de investigación:

H<sub>1</sub>: el control percibido (X1), la percepción de normas sociales (X2) y la formación emprendedora (X3) influyen sobre la capacidad de emprender (Yi).

A esta hipótesis se le aplica un análisis de regresión múltiple, para lo cual se plantea la siguiente ecuación de regresión:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon \quad (1)$$

De igual manera para la aplicación del modelo de regresión lineal se realizaron pruebas

para comprobar que los datos cumplieran con los supuestos de multicolinealidad, normalidad, heterocedasticidad y autocorrelación. Por otro lado, para evaluar estos supuestos se realizaron las siguientes estimaciones correspondientes: (i) los resultados de la probabilidad de las variables para evaluar la multicolinealidad; (ii) las pruebas de Anderson-Darling y Kolmogórov-Smirnov para verificar la normalidad para los residuales del modelo de regresión; (iii) el test Breusch-Godfrey para determinar si el modelo tiene autocorrelación y (iv) la prueba de White de datos no cruzados y datos cruzados para determinar si el modelo presenta heterocedasticidad. Una vez verificado lo anterior, se procedió a correr los modelos.

Así pues, como resultado se obtuvieron cinco modelos que se resumen a continuación:

**Tabla 8.** Modelos de Regresión lineal múltiple

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustada	Error típ. de la estimación
1	0,779 <sup>a</sup>	0,607	0,607	0,75520
2	0,803 <sup>b</sup>	0,644	0,644	0,71902
3	0,807 <sup>c</sup>	0,651	0,651	0,71189
4	0,808 <sup>d</sup>	0,623	0,652	0,71007
5	0,809 <sup>e</sup>	0,655	0,654	0,70864

Nota: a. Variables predictoras: (constante), atractivo; b. Variables predictoras: (constante), atractivo, CP; c. Variables predictoras: (constante), atractivo, CP, HabEmp; d. Variables predictoras: (constante), atractivo, CP, HabEmp, ESoc y e. Variables predictoras: (constante), atractivo, CP, HabEmp, ESoc, NS.

Fuente: elaboración propia por parte de los autores.

De acuerdo con el resultado de los valores de la constante y las betas de cada variable, el modelo quedaría de la siguiente manera:

$$Y_i (\text{Intención de emprender}) = -1,161 + \text{atractivo profesional (0,908)} + \text{control percibido (0,187)} + \text{habilidades empresariales (0,168)} + \text{evaluación social cercana (0,061)} + \text{norma subjetiva (0,039)}$$

Como se puede ver es de gran influencia para impulsar la intención de emprender el atractivo profesional, es decir que los jóvenes vean viable ejercer su carrera como emprendedores en busca

de mejores condiciones laborales que las que les ofrece el mercado. El modelo también destaca la influencia del control percibido como impulsor del emprendimiento, es decir que perciban que son capaces de poder realizar la creación de una empresa sin problemas y así poder gestionarla. En este sentido se encuentran las habilidades empresariales (es decir, la capacidad de liderazgo, la innovación, la resolución de problemas), las cuales son importantes para dirigir una empresa; resulta de suma relevancia, ver también a la evaluación social cercana (es decir, la manera en que los amigos, colegas y familiares evalúan el emprendimiento);

finalmente se tiene la norma subjetiva, la cual se relaciona con la percepción que tiene el contexto social sobre la actividad de emprender.

Por otro lado, la principal limitación de esta investigación es que los resultados únicamente se aplican a la muestra puesto que fueron estudiantes voluntarios los que respondieron el cuestionario, por lo que sería importante para investigaciones futuras el uso de muestras aleatorias que permitan la generalización de los resultados.

Finalmente las implicaciones de estos resultados denotan la necesidad de impulsar el emprendimiento en procura de que los estudiantes adquieran las actitudes, conocimientos, habilidades empresariales, para sentirse seguros y capaces de emprender con éxito; aquí juega un papel importante las instituciones de educación superior, las cuales tienen el reto de crear programas integrales para impulsar los semilleros de emprendedores, brindándoles las herramientas que les permitan afrontar los retos de dirigir una empresa.

## Conclusión

El emprendimiento en estudiantes universitarios debe fomentarse e impulsarse en un entorno en el que el desempleo afecta principalmente a los jóvenes. Para ellos resulta importante la actitud personal hacia el emprendimiento, lo que coincide con el modelo multivariado en el que el factor de mayor influencia resultó ser el atractivo profesional; es decir que los jóvenes consideran como una opción importante ejercer su profesión a través del emprendimiento. En cuanto a la norma subjetiva, cuando los estudiantes avanzan más en sus estudios se sienten más capaces de emprender; lo anterior, tiene consistencia con el resultado del modelo multivariado que arrojó como segundo factor de influencia al control percibido.

Con referencia a la percepción de las normas sociales, los estudiantes dieron mayor importancia a la evaluación social cercana. Esto refrenda su importancia mediante el modelo multivariado en el que apareció en cuarto lugar de importancia sobre la intención de emprendimiento; corroborando así la relevancia de la aprobación de los familiares y

amigos hacia la actividad de emprender; esto se complementa con la norma subjetiva (valoración de familiares, amigos y colegas), la cual quedó en quinto lugar de importancia en el impulso al emprendimiento. En lo que se refiere a la capacidad de emprender, la percepción de habilidades empresariales es buena y se corrobora con el resultado del modelo, al encontrarse en tercer lugar de importancia como impulsor del emprendimiento, por lo que cuando más capacitado se sienta el estudiante mayor será su intención de emprender.

## Referencias

- Ahmetoglu, G., Leutner, F. and Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028-1033.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Arévalo, D., Padilla, C. y Wong, N. (2016). Intención de emprendimiento en los estudiantes: un estudio en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Alternativas*, 17(1), 5-15.
- Banda, J. (2018). Personal characteristics of successful women entrepreneurs in Mexico: A conceptual exploratory study. *Small Business Institute Journal*, 14(1), 19-30.
- Bandera, C., Collins, R. and Passerini, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238.
- Contreras, F. et al. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46-59.
- Costa, L.D.A. and Mainardes, E.W. (2016). The role of corruption and risk aversion in entrepreneurial intentions. *Applied Economics Letters*, 23(4), 290-293.

- Drucker, P. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. New York, USA: Routledge.
- Entrialgo, M. and Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209-1232.
- Fairlie, R. and Holleran, W. (2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 366-378.
- Fernández, A., Rueda, M. y Herrero, A. (2011). Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria. En XVI Congreso AECA: Nuevo modelo económico: empresa, mercados y culturas, AECA, Universidad de Granada, Granada, España.
- Garavito-Hernández, Y. et al. (2023). Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA. Research Journal*, 8(1), 89-107.
- Guerrero, M. et al. (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario. Informe 2015-2016*. Madrid, España: Crue Universidades Españolas, RedEmprendia, CISE.
- Hernández, D., Moncada, J. y Henao, L. (2018). Intención emprendedora de los empleados del sector privado de la ciudad de Medellín y su área metropolitana. *Revista CEA*, 4(7), 13-33.
- Hoogendoorn, B., van der Zwan, P. and Thurik, R. (2019). Sustainable entrepreneurship: The role of perceived barriers and risk. *Journal of Business Ethics*, 157, 1133-1154.
- Hundera, M. et al. (2019). How do female entrepreneurs in developing countries cope with role conflict? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 120-145.
- Invernizzi, A.C. et al. (2017). Entrepreneurial overconfidence and its impact upon performance. *International Small Business Journal*, 35(6), 709-728.
- Karimi, S. et al. (2016). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
- Liñán, F. and Chen, Y.W. (2009). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Nabi, G. and Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-103.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. and Morales, J.F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Nikolić, N. et al. (2018). Investigation of the factors influencing SME failure as a function of its prevention and fast recovery after failure. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(3), 1-21.
- Potishuk, V. and Kratzer, J. (2017). Factors affecting entrepreneurial intentions and entrepreneurial attitudes in higher education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20 (1), 25-44.
- Rueda, I., Fernández, A. y Herrero, A. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *FAEDPYME International Review*, 1(2), 1-4.
- Ruiz, J., Rojas, A. y Suárez, A. (2008). *Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas*. Cádiz, España: Universidad de Cádiz.
- Saavedra García, M.L. (2020). El desempleo juvenil en Latinoamérica y el emprendimiento de estudiantes universitarios. *Tendencias*, 21(2), 283-305.
- Saavedra García, M.L. y Camarena, M.E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *R.A.N. Revista Academia y Negocios*, 5(2), 85-98.
- Saavedra García, M.L. (2021). Habilidades, destrezas y apoyo para el emprendimiento en estudiantes de la Ciudad de México. *Ciencia Administrativa*, 2, 38-48.
- Sánchez, J.C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465.

- Sanchis, R. y Poler, R. (2011). Medición de la resiliencia empresarial ante eventos disruptivos. Una revisión del estado del arte. En XV Congreso de Ingeniería de Organización, Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, Colombia.
- Sarri, A., Lapsita, S. and Panopoulos, A. (2019). Drivers and barriers of entrepreneurial intentions in times of economic crisis: The gender dimension. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 16(2), 147-170.
- Shinnar, R., Hsu, D. and Powell, B. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 561-570.
- Vilanova, L. and Vitanova, I. (2019). Unwrapping opportunity confidence: how do different types of feasibility beliefs affect venture emergence? *Small Business Economics*, 55, 215-236.



**Disponible en:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672282652003>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante  
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la  
academia

MARÍA LUISA SAAVEDRA GARCÍA,  
MARÍA DEL ROSARIO CORTES-CASTILLO,  
PABLO DANIEL PALACIOS DUARTE

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN DE  
EMPRENDER EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE  
MÉXICO**

**Factors influencing entrepreneurial intention in Mexican  
university students**

**Fatores que influenciam as intenções empreendedoras  
entre estudantes universitários no México**

*Revista Perspectiva Empresarial*

vol. 11, núm. 1, p. 24 - 43, 2024

Institución Universitaria CEIPA,

**ISSN:** 2389-8186

**ISSN-E:** 2389-8194

**DOI:** <https://doi.org/10.16967/23898186.876>