

Capítulo 61. Estudio Del Emprendimiento De Los Universitarios De La Facultad De Administracion Y Contaduria, Piedras Negras.

Iliana Violeta Valdez Nisino
Clara Patricia Buentello Martínez
Verónica Lizzeth Villarreal Sánchez
Gerónimo Juárez Ibarra

Universidad Autónoma de Coahuila

DOI:[10.46990/iQuatro.2024.10.5.61](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2024.10.5.61)

Resumen

El objetivo de la presente investigación es conocer el porcentaje del alumnado de la facultad de administración y contaduría, que considera ejercer su carrera de una manera autónoma como emprendedor, seguro en la formación adquirida en sus programas académicos, o bien, su incorporación al ámbito laboral en empresas grandes ya establecidas. Se realizó una investigación cuantitativa, a través de un estudio descriptivo, se aplica una encuesta con escala de estilo R. Likert para la obtención de datos, sujeta a la prueba de Cronbach para su validación, con una población de 225 alumnos, considerando una muestra de 142 a la población estudiantil.

Palabras clave

Cultura emprendedora, emprendimiento, emprendedores universitarios, fomento, formación emprendedora

Introducción

Con el paso de los años la cultura emprendedora ha tenido un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante, ya que les interesa la creación de mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas, así mismo ha sido un tema que en las últimas décadas ha ganado gran popularidad alrededor del mundo entre, empresarios, gobernantes, universidades, estudiantes, incluso amas de casa y público en general. En la actualidad, el Emprendimiento en jóvenes universitarios es un terreno necesario de abordar en la investigación, así como también es necesario que las instituciones de educación superior procuren incluir en sus programas de estudio, temáticas relacionadas en el desarrollo de estas habilidades de creatividad, innovación y emprendimiento. Es de suma importancia conocer la prioridad que le dan los universitarios al emprendimiento, para que éstos puedan redireccionar sus metas y al mismo tiempo puedan evaluar sus capacidades y aptitudes para la creación de una empresa propia esto como una alternativa atractiva frente al empleo por cuenta propia, al mismo tiempo que se dota de las herramientas y conocimientos necesarios para estudiar sus ideas de negocios son viables o no, ya que “ La idea de negocio es el objeto del negocio y vehículo de la actividad emprendedora, pero nunca un motivo válido para emprender”. (Hochsztain, 2015).

Con la finalidad de conocer la intención de emprendimiento que tienen los estudiantes de la facultad, se realiza esta investigación. Se plantean hipótesis para determinar si el fomento de la cultura emprendedora y la formación en sus carreras universitarias, les brindan habilidades y competencias que los motiven a adentrarse en esta actividad. Una persona emprendedora debe fortalecer su conocimiento, teniendo como objetivo la transparencia de conceptos e ideas con intención de portar al crecimiento económico del país iniciando con la creación de ideas que accionen a incursionar en un mercado global existente. (González Uribe E.G., 2021).

Revisión de la Literatura

Los avances significativos de los emprendedores y sus emprendimientos generan la necesidad de brindar una formación con conocimientos más avanzados y con mayor profundidad, que les permiten ponerlos en práctica; además, ofertar programas que promuevan en la sociedad la generación de emprendimientos sostenibles, innovadores, creativos, entre otras características, esta promoción del conocimiento pretende favorecer sociedades con economías estables, ya que el conocimiento se constituye como una inversión muy productiva, estratégica en lo económico y prioritaria en lo social (UNESCO, 2014) La política pública de impulso al emprendimiento juega un papel determinante, del mismo modo que

el sistema educativo formal repercute de manera significativa al proporcionar una formación encaminada a desarrollar su capacidad emprendedora (Paz, 2023). Salinas y Osorio (2012) establecen que “El fomento del espíritu empresarial tienen su origen en las escuelas, pasando por los institutos y la universidad”. En los últimos años, la investigación acerca del emprendimiento se ha enfocado en perspectivas económicas, psicológicas e institucionales centradas en el análisis de los factores que afectan la intención emprendedora.

Núñez y Núñez (2018), exponen que en general los docentes que se dedican a la formación de emprendedores vienen de la formación académica, la investigación sobre cuestiones del emprendedurismo y la consultoría de empresas. No considera que la experiencia como empresario o haber emprendido la creación de una empresa por cuenta propia, se trate de una condición necesaria para poder «enseñar emprendedurismo». Aunque reconoce útil el contacto con experiencias emprendedoras, en su opinión, se trata de una perspectiva que va a depender del antecedente y experiencia profesional de cada profesor. Por medio de la educación se logra apalancar el desarrollo de sociedad a partir de las oportunidades que tiene una persona para poder desarrollar y potencializar sus capacidades (Rodríguez A. , 2016).

Así, (Campos y Méndez G.C., 2013), manifiestan que la enseñanza del emprendimiento debe ir direccionada hacia la formación de ciudadanos emprendedores desde una perspectiva auto poética del emprendimiento, asumiendo la enseñanza como un enfoque didáctico el aprendizaje basado en problemas (ABP). El proceso de formación de ciudadanos emprendedores requiere jóvenes que reconozcan sus derechos y deberes, resuelvan problemas y desarrollen creatividad sostenida como aspectos inherentes a su formación emprendedora, vinculada al desarrollo regional en términos económicos, sociales y ambientales.

Cornellá, (2014), manifiesta que enseñar a emprender es el nuevo reto de los modelos educativos, debido a que la educación debe prepararse para formar en un mundo mucho más complejo; y el modelo más completo es aquel basado en problemas y proyectos. Según (Foss N. & Klein P. , 2014), citados por Orozco, Parra, Ruíz y Matíz, (2016), el espíritu empresarial se ha convertido en una de las temáticas más desarrolladas en la economía moderna. Es importante destacar que según datos del INEGI (2020), la micro y pequeña empresa en México, representan el 99.8% de las empresas en México, el 40% de la micro, pequeña y mediana empresa en el mundo son operadas por jóvenes según datos del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Peña & Aguilar, 2018). La importancia de las pymes radica en que son el pilar del crecimiento económico de muchos países desarrollados y en vías de desarrollo, impactando en la creación de empleos (Anshika, et al., (2021) en aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB) y en la calidad de vida mediante la generación del valor agregado como el desarrollo tecnológico a través de la inversión directa e indirecta (Rodríguez

A. , 2016). Autores como Karabay et al. (2016), determinan que se espera que la educación superior sea capaz de fortalecer la autoconfianza en los jóvenes, debido a que esta brinda la oportunidad de adquisición de los conocimientos necesarios para la mejora de habilidades emprendedoras, así como fomenta la persistencia en la creación y gestión de negocios.

Por formación académica se comprende el nivel de estudios académicos alcanzado por un individuo. En términos empresariales el contar con un alto nivel de esta formación permite a las personas tomar mejores decisiones, debido a que, gracias a la preparación académica adquirida en el transcurso de los años, se logra desarrollar competencias empresariales necesarias para ello. Esto les permite tener una mejor visión acerca de las consecuencias favorables o no de las decisiones que tomen. Existe una gran necesidad para crear nuevas formas para que el espíritu empresarial juvenil pueda establecerse en la educación, desde el diseño, la implementación y la evaluación (Arciniegas, 2011). Esa es una de las prioridades que en la facultad objeto de estudio, se está tomando con seriedad, el fomentar la cultura emprendedora.

El término “cultura emprendedora” se refiere al conjunto de creencias, valores, cualidades, conocimientos y competencias necesarias, que posee una persona o grupo social, para iniciar y gestionar un determinado proyecto concreto o su rumbo profesional. También puede ser definida como el conjunto de símbolos, actitudes, habilidades, significados, formas de comunicación y organización social, orientados a crear y desarrollar ideas que se transforman en proyectos relevantes que crean valor y generan beneficios. En ese sentido, la cultura emprendedora implica tener iniciativa, vencer temores y llevar una idea a la realidad, materializándola a través de un esfuerzo creativo e innovador. De allí que la educación sobre emprendimiento se basa en enseñar todas las habilidades para la formación de esa cultura en los individuos. (C. Borrayo, 2019). Los autores de este artículo de la Universidad de Guadalajara. determinan en su estudio que conocimientos y experiencia en los negocios (43,1%), tendría mayor impacto en la cultura emprendedora, En conclusión, se deben proponer estrategias curriculares y formativas para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores.

Para fortalecer el desarrollo académico y personal, la Facultad de Administración y Contaduría, brinda el servicio de tutoría, es decir, un maestro quien mediante la figura de tutor se encarga de brindarte el apoyo necesario para que el tutorado conozca sus obligaciones y derechos como alumno universitario. En un estudio realizado por este CA, anteriormente con la Red MiPymes de CUMEX, análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social, en capítulo V se analizó la variable Influencia del tutor hacia una actitud emprendedora y resultó una de las características menos percibida por los estudiantes,

ya que en la Facultad se realiza la asignación de un tutor académico desde el primer semestre de ingreso, que lo acompaña durante toda su trayectoria hasta su egreso, donde su principal función es brindar acompañamiento y orientación, la percepción que tienen los estudiantes, el porcentaje alcanzado fue solo del 52.78% lo que denota que hay mucho por hacer por parte del tutor para generar una actitud emprendedora en los estudiantes. (Buentello Martínez, C. et.al., 2021).

Metodología

La presente investigación es del tipo cuantitativa, con un estudio descriptivo y de corte transversal. La población objeto de estudio son los alumnos inscritos en las carreras en el semestre enero a junio de 2023, de las licenciaturas en Administración y Contaduría de la Universidad Autónoma de Coahuila en Piedras Negras.

Los datos se recabaron utilizando un cuestionario denominado “Estudio del emprendimiento de los universitarios de la Facultad de Administración y Contaduría, Piedras Negras” el cual se realizó en formato electrónico a través de un software de administración de encuestas llamado Google Forms, y el cual se suministró la liga a los alumnos para que contestaran, las respuestas del cuestionario fueron en escala de R. Likert. De los cuestionarios contestados y recibidos se hizo una depuración y fueron eliminadas todas aquellos que presentaban un sesgo en sus respuestas. Se utilizó la Dimensión del Valor del coeficiente α de Cronbach, propuesto por Lee J. Cronbach (1916-2001) en el año 1951, para la confiabilidad del instrumento en esta aplicación se valoró mediante el cálculo, con el uso del SPSS.

El Coeficiente Alfa de Cronbach, requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente (Hernández et al., 2014).

Tabla 61.1.

Resumen de procesamiento de casos:

		N	%
Casos	Válido	142	100.0
	Excluido	0	.0
	Total	142	100.0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 61.2.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.810	20

3.1 Área de estudio.

Se encuentra dirigida hacia la población estudiantil de la facultad de administración y contaduría, debido que el objetivo de la investigación es conocer cuántos desean emprender o incorporarse al sector empresarial o gubernamental y si la formación académica y el fomento de la cultura de emprendimiento que tienen los alumnos les brindan tanto los conocimientos como las técnicas necesarias para dar el primer paso al emprendimiento conforme a su carrera profesional.

3.2 Lugar de estudio.

El lugar de estudio corresponde al área comprendida por la Facultad de Administración y Contaduría de la Universidad Autónoma de Coahuila en la ciudad de Piedras Negras del estado de Coahuila, México.

3.3 Enfoque de la investigación.

Se utilizó el enfoque descriptivo, de acuerdo con (Hernández S. et.al., 2017) Se reúnen las características de este tipo de estudios, tales como la necesidad de plantear un problema de investigación en el cual se expone el caso que se tiene como objeto de estudio, ya que es la base de todo proyecto de investigación.

3.4 Tipo de Investigación

El tipo de investigación utilizada es cuantitativa de corte transversal con un enfoque descriptivo. Es cuantitativo porque busca cuantificar la cantidad de alumnos interesados en el emprendimiento desde su etapa universitaria, es transversal porque la recolección de la información de realizo en un solo periodo de tiempo, su propósito fue describir las variables y analizar su incidencia y relación en un momento dado, donde se observó el comportamiento de las variables. (Hernández S. et.al., 2017).

3.5.-Población y muestra

Este estudio se realizó de enero a junio del 2023, aplicándose la encuesta a hombres y mujeres estudiantes de la Facultad de administración y contaduría Piedras, Negras. Con una

población de 225 alumnos y una muestra de 142 con el 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error misma que se determinó utilizando la fórmula para muestras finitas.

3.7.- Hipótesis

HI. El 50% de los estudiantes desean emprender y consideran que el fomento de la cultura emprendedora y la formación en sus carreras universitarias, les brindan habilidades y competencias que los motiven a adentrarse en esta actividad.

HO. El 50% de los estudiantes NO desean emprender y consideran que el fomento de la cultura emprendedora y la formación en sus carreras universitarias no les brindan habilidades y competencias que los motiven a adentrarse en esta actividad.

3.8.- Variables por medir

- Los estudiantes de las carreras de LAE Y LC:

Cuántos quieren emprender

Cuántos prefieren incorporarse al sector empresarial o gubernamental.

- Fomento y formación emprendedora

Consideran que se fomenta la cultura emprendedora

La formación emprendedora les brinda habilidades y competencias.

Resultados

Se presentan los resultados de los ítems del cuestionario aplicado, de los 20 ítems se describen solamente, los que ponen en contraste las hipótesis establecidas.

Tabla 61.3.

Pregunta 1. ¿Deseo emprender un negocio siendo estudiante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	55	38.7	38.7	38.7
	algo de acuerdo	43	30.3	30.3	69.0
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	22	15.5	15.5	84.5
	algo en desacuerdo	21	14.8	14.8	99.3
	muy en desacuerdo	1	.7	.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia. el 69% desea emprender aun cuando no termina su carrera y el 15.5 % no desea hacerlo mientras es estudiante, al 15.5% de los estudiantes le es indiferente.

Tabla 61.4.

Pregunta 3. ¿Al termino de mis estudios universitarios me gustaría emprender un negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	38	26.8	26.8	26.8
	algo en acuerdo	52	36.6	36.6	63.4
	ni de acuerdo	36	25.4	25.4	88.7
	algo en desacuerdo	12	8.45	8.45	97.2
	algo en desacuerdo	4	2.81	2.81	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 63% desea emprender cuando termine su carrera y el 37% no tiene interés en emprender al terminar su carrera. un 25.4% no manifiestan acuerdo ni desacuerdo en emprender.

Tabla 61.5.

Pregunta 4. ¿Al termino de mis estudios universitarios me gustaría trabajar en una gran empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	39	27.5	27.5	27.5
	algo en acuerdo	3	2.1	2.1	29.6
	ni de acuerdo	22	15.5	15.5	45.1
	algo en desacuerdo	61	43.0	43.0	88.0
	muy en desacuerdo	17	12.0	12.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia. el 29.6% desea ser empleado, incorporarse a una empresa ya establecida y el 55% no tiene interés. al 15.5% le es indiferente.

Tabla 61.6.

Pregunta 5. ¿Al termino de mis estudios universitarios me gustaría trabajar dentro del sector gubernamental?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	24	16.9	16.9	16.9
	algo de acuerdo	17	12.0	12.0	28.9
	ni de acuerdo	27	19.0	19.0	47.9
	algo en desacuerdo	57	40.1	40.1	88.0
	muy en desacuerdo	17	12.0	12.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia. el 28.9% desea ser empleado, incorporarse al sector gubernamental y el 52% no le gustaría y al 19% no tiene interés

Tabla 61.7.

Pregunta 11. ¿Existen cursos enfocados al emprendimiento en la facultad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	26	18.3	18.3	18.3
	algo de acuerdo	13	9.2	9.2	27.5
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	13.4	13.4	40.8
	algo en desacuerdo	58	40.8	40.8	81.7
	muy en desacuerdo	26	18.3	18.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 27.5% de los universitarios reconocen que hay cursos en la facultad, mientras que un 59% a su vez menciona que no los hay. Un 13.4 % manifiesta su postura indiferente.

Tabla 61.8.

Pregunta 12. ¿En la Facultad, se realizan proyectos que desarrollen su actitud emprendedora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	29	20.4	20.4	20.4
	algo de acuerdo	18	12.7	12.7	33.1
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	14.8	14.8	47.9
	algo en desacuerdo	57	40.1	40.1	88.0
	muy en desacuerdo	17	12.0	12.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 33 % de los universitarios realizan proyectos, mientras que un 52.1% a su vez menciona que no los realizan, el 14.8 % no está de acuerdo ni en desacuerdo en que se lleven a cabo.

Tabla 61.9.

Pregunta 13. ¿Se desarrollan ferias de emprendimiento en la Facultad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	29	20.4	20.4	20.4
	algo de acuerdo	13	9.2	9.2	29.6
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	9.9	9.9	39.4
	algo en desacuerdo	59	41.5	41.5	81.0
	muy en desacuerdo	27	19.0	19.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 29.6% de los universitarios reconoce que se desarrollan ferias de emprendimiento, el 9.9% de la población encuestada ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 60.5 % a su vez menciona que no las hay.

Tabla 61.10.

Pregunta 14. ¿Dentro de su plan de estudios se incluye una materia dedicada al emprendimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	28	19.7	19.7	19.7
	algo de acuerdo	11	7.7	7.7	27.5
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	14.8	14.8	42.3
	algo en desacuerdo	59	41.5	41.5	83.8
	muy en desacuerdo	23	16.2	16.2	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 27.4 % de los universitarios reconocen que su plan académico incluye temas de emprendimiento, mientras que un 57.7 % a su vez menciona que no los hay. El 14.8% no responde acuerdo o desacuerdo.

Tabla 61.11.

Pregunta 18. ¿Se siente motivado para emprender?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	20	14.1	14.1	14.1
	algo en acuerdo	17	12.0	12.0	26.1
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	27	19.0	19.0	45.1
	algo en desacuerdo	47	33.1	33.1	78.2
	muy en desacuerdo	31	21.8	21.8	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia. El 26.1% de los universitarios se sienten motivados a emprender, al 19% es indiferente, mientras que un 54.9% no se siente motivado para emprender.

Discusión

La mayoría de las universidades han generado programas de apoyo a los estudiantes, con el fin de conseguir recursos para poner en marcha sus ideas de negocio, ser conocidas en el medio y tener proyección local, regional, nacional e internacional. Se le da más importancia a la creación del negocio en sí que a la formación del emprendedor, por lo que la sostenibilidad de los negocios se torna muy difícil. Es importante reflexionar si todas estas apropiaciones que las universidades han realizado, para de una u otra forma enseñar el emprendimiento, qué tan efectivas han resultado, si logran la generación de una cultura emprendedora, y si los emprendimientos son sólidos y han logrado un posicionamiento en el mercado; o por el contrario el emprendimiento se enseña para cumplir un requisito más de sus currículos. (M.E. Saldarriaga Salazar, 2018).

Sirvan de reflexión los resultados de los colegas de la Universidad de Guadalajara que obtienen en sus estudios que el mayor obstáculo para emprender es el miedo a fracasar (29,2%), seguido del factor económico (28,4%) y falta de apoyo y asesoría profesional (28,4%). Asimismo, los conocimientos y experiencia en los negocios (43,1%), tendría mayor impacto en la cultura emprendedora, y concluyen, que se deben proponer estrategias curriculares y formativas para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores. (C. Borrayo, 2019). Es necesario y prioritario para las instituciones de educación superior, formar a los estudiantes en el emprendedurismo, para que sientan la seguridad de contar con las herramientas y habilidades necesarias para enfrentar las situaciones que pudieran ser difíciles en caso de no posicionarse en una empresa o si es su gusto desarrollar su perfil emprendedor y fomentar la cultura desde los primeros semestres de sus carreras universitarias. Ante esta investigación surge la necesidad de dar seguimiento a este tipo de estudios, continuar con encuestas donde se aborden variables socioeconómicas del estudiante y así relacionarlas con su inquietud emprender para conocer los resultados del fomento y creación de una cultura emprendedora.

Conclusiones

Derivado de la investigación se observa que no existe un interés generalizado entre los estudiantes por el emprendedurismo, aun cuando se les fomenta, motiva, brindando cursos e inclusive existe la materia en sus planes de estudios no se involucran totalmente. A continuación, se presentan resultados significativos de los ítems que contrastan las hipótesis

Tabla 61.12.

Prueba para la muestra

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 0						
	t	Gl	Sig. (bi-lateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
ID	20.712	141	.000	71.500	64.68	78.32
¿DESEO EMPRENDER?	22.690	141	.000	2.085	1.90	2.27
AL TERMINO	27.269	141	.000	2.211	2.05	2.37
AL TERMINO TRABAJAR	25.898	141	.000	3.099	2.86	3.34
GUBERNAMENTAL	29.492	141	.000	3.183	2.97	3.40
CURSOS	28.845	141	.000	3.317	3.09	3.54
PROYECTOS FAC	27.390	141	.000	3.106	2.88	3.33
FERIAS	27.693	141	.000	3.296	3.06	3.53
MATERIA	28.466	141	.000	3.268	3.04	3.49

Fuente: de elaboración propia

De acuerdo con el nivel de significancia 00.00 con un intervalo de confianza del .95 y un margen de .05 se considera el valor de significancia mayor que el valor alfa de nuestra muestra, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula, es decir se acepta. Lo que deja de manifiesto la falta de interés de los alumnos por el emprendedurismo y en la participación de programas o eventos en donde pueden presentar sus proyectos e involucrarse más. Esto sugiere un cambio positivo en la percepción de la iniciativa empresarial como una opción de carrera, se identifica una brecha en los conocimientos empresariales entre los estudiantes, lo que destaca la necesidad de programas educativos que fomenten habilidades emprendedoras y proporcionen una base sólida en temas empresariales, la presencia de programas de apoyo institucional, como incubadoras de empresas en el campus o competencias de emprendimiento, puede tener un impacto positivo en el desarrollo y la ejecución de ideas empresariales. Los estudiantes universitarios pueden enfrentar desafíos como la falta de financiamiento, la incertidumbre y la falta de experiencia práctica. Estos desafíos podrían abordarse mediante la creación de redes de apoyo y la integración de prácticas empresariales en el plan de estudios. Así mismo a pesar de los desafíos, hay un optimismo generalizado sobre las perspectivas futuras del emprendimiento entre los estudiantes universitarios. La disposición

a asumir riesgos y aprender de los fracasos puede ser un indicador positivo para el crecimiento del espíritu emprendedor.

Referencias

- Anshika, S. M. (2021). Determinants of Financial Literacy empirical evidence from micro and samall enterprises in India. *Asia Pacific Managment Review*, 4(26), 248-255. doi:<https://doi.org/10.2016/j.apmr.2021.03.001>
- Arciniegas, C. M. (2011). La educación para el emprendimiento y empresarismo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1-8. Obtenido de <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/viewFile/23/50>
- Buentello Martínez, C. et.al. (2021). Cap. V. Resultados obtenidos en el Estado de Coahuila (Norte). En R. M. CUMEX, *Análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social*. (pág. 452). Puebla Puebla.: Ed. INCUNABULA.
- C. Borrayo, A. V. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 72-87.
- Campos y Méndez, G. C. (22 de Agosto de 2013). La enseñanza del emprendimiento a partir del aprendizaje basado en problemas (ABP) en la educación media técnica. *Revista Amazonia Investiga*,. Obtenido de <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/amazonia-investiga/article/view/15>
- Cornellá, A. (2014). Enseñar a emprender. Los retos de los nuevos modelos educativos. *EducaCaxia*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publicación/330861554_Enseñanza_del_emprndimiento_en_la_educacion_superior_Metodología_o_modelo.
- Foss N. & Klein P. . (2014). Enterpreneurship and the economic theory of the firm: any agains from trade? *Redalyc*, 31.
- González Uribe E.G., C. S. (17 de junio de 2021). Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Obtenido de Estrategias para promover la Cultura Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Guadalajara. CUCEA.: <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1957/1796>
- Hernández S. et.al. (2017). *Metodología de la Investigación*. CMX: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hochsztain, M. M. (17 de FEBRERO de 2015). Factores de éxito de un emprendimiento. Obtenido de emprenur.edu.uy: http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/articulo_tec_empresarial.pdf
- Karabay, E. M., Akyüz, B., & Elçi, M. (2016). Effects of Family-Work Conflict, Locus of Control, Self Confidence and Extraversion Personality on Employee Work Stress. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235(1), 269-280.
- M.E. Saldarriaga Salazar, M. G. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *EAN(85)*. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>

Núñez, L. y. (2018). Papel del profesor motivado en la educación emprendedora en España. *Revista Empresa y Humanismo*, 21(1), 7-40, 7-40.

Orozco J.A, P. R. (2016). ACOMPAÑAMIENTO A EMPRENDEDORES EN LA UNIVERSIDAD. Escuela de Administración de Negocios EAN. doi:<http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016>

Paz, C. Y. (2023). Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades, UNED, Costa Rica, 78-95.

Peña, A. N., & Aguilar, R. O. (2018). La dirección femenina en la micro y pequeña empresa mexicana: obstáculos y desarrollo de perfiles. *Revista Espacios*, 9-18.

Rodríguez, A. (2016). IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA EDUCACIÓN MEDIA EN COLOMBIA. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14203/3/Rodr%C3%AD-guezChavesAnaMar%C3%ADDa2016.pdf>

UNESCO. (2014). Estrategia de educación de la UNESCO 2014-2012. (UNESCO, Ed.) Obtenido de BIBLIOTECA DIGITAL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231288_spa