

Capítulo 35. Las dimensiones de la capacidad emprendedora en estudiantes del nivel superior.

María Soraya Delgado Vázquez
José Refugio Vázquez Fernández
Juan Pablo Munguía Tiburcio
Eduardo Abraham Bazán Ramírez

Universidad Veracruzana

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.19.35](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.19.35)

Resumen

Es importante identificar los niveles de los comportamientos asociados con los emprendedores, específicamente en los estudiantes universitarios, ya que las Instituciones de Educación Superior tienen la responsabilidad de proporcionarles los saberes para que aprendan a emprender. El estudio emplea una metodología cuantitativa con alcance descriptivo y de corte transversal mediante la evaluación de cuatro dimensiones que conforman la competencia emprendedora. Los resultados obtenidos indican que presentan una baja orientación en cuanto a tener iniciativa propia, la búsqueda de nuevos caminos para la solución de problemas y el tomar las oportunidades.

Palabras clave

Capacidad emprendedora, comportamiento emprendedor, jóvenes universitarios

Introducción

Es importante identificar los comportamientos de los emprendedores para evaluar el nivel de la capacidad emprendedora de los estudiantes en el nivel superior, con el fin de fomentar un ecosistema académico que promueva la innovación y la autonomía, a fin de contribuir a formar a futuros líderes capaces de transformar ideas en realidades

De tal forma que si se considera al emprendimiento como un proceso sociocultural corresponde a las Instituciones de Educación Superior (IES) preparar al capital humano que cuente con las competencias necesarias para que el emprendimiento tome el rumbo adecuado entre la pasión y el conocimiento, preparando a los universitarios para enfrentar desafíos en un mercado laboral en constante cambio.

En este sentido Quispe Fernández et al. (2022) consideran que la formación de profesionales con énfasis en los emprendimientos se convierte en una estrategia y una política educativa importante, debido a que:

Se constituye en un instrumento privilegiado por cuanto persigue la construcción de un ideal humano mediante estrategias, medios y recursos con los que generan la adquisición de valores, creencias, conocimientos, actitudes, saberes, al igual que habilidades, entre otros aspectos necesarios para promover el desarrollo de una cultura emprendedora basada en competencias para la intervención en el conjunto de iniciativas productivas. (p. 299).

Aunque se han realizado estudios en cuanto a las capacidades emprendedoras de los estudiantes universitarios en diversas IES se carece de un estudio de los alumnos de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana.

Incluso algunos autores consideran que “la investigación en este rubro es limitada y se requiere más información para evaluar el impacto de las variables que moderan la intención de los universitarios para emprender” (Mota Arellano y Díaz Gómez, 2021, p.1).

De acuerdo con lo anterior la presente investigación tiene como objetivo identificar los niveles de algunas de las características o comportamientos asociados con los jóvenes emprendedores en el nivel superior, que permitirán conocer la brecha entre el ideal y la realidad, para caracterizar la diversidad de habilidades que presentan con respecto al emprendimiento, de esta forma las universidades estarán en condiciones de promover los saberes para el desarrollo de las competencias asociadas al perfil emprendedor ideal y de generar las estrategias

para mejorar las que se encuentren más alejadas a ese ideal.

Revisión de la Literatura

El origen de emprendedor como palabra emana de entrepreneur, que aparece inicialmente a principios del siglo XVI, para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares, “posteriormente Richard Cantillón introdujo el término emprendimiento en el año 1755, aunque fue Schumpeter quien utilizó el término para referirse a las personas con ideas y habilidades para los negocios” (Bañuelos García, et al., 2021).

Por su parte, Marshall (1880) planteó al introducir el término entrepreneurship que los emprendedores son líderes por naturaleza y actúan bajo la incertidumbre ante la ausencia de información, con la condición de que las personas pueden aprender y obtener esas habilidades.

Se identifica que existen diversos problemas para entender el fenómeno del emprendimiento y en específico de la capacidad emprendedora, en la revisión de la literatura se retomaron los estudios de Stevenson y Jarillo (1990) los cuales se centraban en el qué sucede cuando los emprendedores actúan, porqué actúan y cómo actúan, dividiendo las corrientes en tres grandes ámbitos de estudio, posteriormente Chu (1988) propuso el cuarto enfoque por área temática, incluyendo el cómo del comportamiento del emprendedor.

Derivados de tales corrientes de estudio del fenómeno emprendedor, los autores Terán-Yépez y Guerrero-Mora (2020), analizaron 26 teorías de emprendimiento, para el presente estudio se retoma su trabajo a fin de identificar el campo de estudio de los cuatro enfoques.

En primer lugar, el enfoque psicológico, que investiga los rasgos y comportamientos del emprendedor; la segunda corriente es la sociología, que aborda el contexto social, cultural y religioso del emprendedor; en tercer lugar, el punto de vista económico explora los factores económicos del mercado que se relacionan con el espíritu emprendedor y la cuarta es la visión de la gestión empresarial con el uso de las oportunidades y recursos como motivadores del fenómeno emprendedor.

En específico la presente investigación busca identificar los comportamientos de los jóvenes universitarios y su grado de cercanía o no con respecto a la capacidad emprendedora ideal, en específico las características deseables en los alumnos a fin de obtener un perfil idóneo para la capacidad emprendedora, el punto de vista pertinente será la psicología, particularmente con la Teoría de la Necesidad de Logro, McClelland (1961).

En cuanto al desarrollo de las competencias ideales del emprendedor a través de la educación formal, como parte de la responsabilidad de las Instituciones de Educación Supe-

rior, se incorpora la visión de la Gestión Empresarial, principalmente la que se postula desde la Teoría Basada en Oportunidades (Drucker (1985) , en específico con lo relacionado a la capacidad para crear las oportunidades, reconociendo al tiempo que esta habilidad puede ser estudiada y practicada .

Para abordar lo anterior se presenta la Tabla 1, donde se puede observar las particularidades de las dos teorías que guían la investigación para tratar de identificar las características de la capacidad emprendedora en los jóvenes universitarios, mismas que cabe aclarar forman parte de una amplia gama de teorías, visiones y estudios del fenómeno emprendedor, pero que se decidió aterrizar en las mencionadas por su mayor cercanía con el objetivo de la investigación.

Tabla 35.1

Particularidades de las visiones incorporadas en el estudio del fenómeno emprendedor en los jóvenes universitarios

ENFOQUE	TEORÍA	POSTULADOS	REFERENTE	PRINCIPALES EXPONENTES
Psicológico	Teoría de la Necesidad de Logro	Los seres humanos tienen necesidad de tener éxito. Basada en tres tipos de necesidades: logro, afiliación y de poder.	Investigaciones asociadas a personalidad y comportamiento emprendedor	McClelland (1961)
Gestión empresarial	Teoría Basada en Oportunidades	Los emprendedores explotan las oportunidades que crean. Reconoce que una persona puede aprender y adquirir esas habilidades.	Investigaciones asociadas a entender el papel de la innovación y la identificación de oportunidades, como una disciplina que se puede aprender	Drucker (1985)

Fuente: elaboración propia

En concordancia con la Teoría Basada en las Oportunidades, se encuentran los estudios que analizan la decisión de iniciar un negocio en México, donde se dista mucho de los impulsos que los emprendedores y emprendedoras tienen en otras latitudes, como lo citados por Hill y Shay (2023), quienes concluyen que “el empezar un emprendimiento es influenciado por una amplia gama de factores, entre ellos la detección de la oportunidad de negocio, actitud hacia el riesgo, las necesidades individuales y la confianza en sus propias capacidades” (p. 36).

Al realizar la revisión de la literatura se obtuvo que para nuestro país existen dos ti-

pos de motivaciones para emprender, aquella conducida por necesidad y la conducida por oportunidad, Barrera Estrella et al. (2021), precisa al respecto que “el emprendimiento por necesidad está definido por aquellos emprendedores que iniciaron un negocio debido a las complicaciones para encontrar trabajo, en tanto que los conducidos por oportunidad buscan un ingreso mayor” (párr.8).

El perfil económico de México muestra que para emprender el principal motivador es “ganarse la vida porque los trabajos escasean”, con un 82% de la Tasa de Actividad Emprendedora Prematura (TEA por sus siglas en inglés), mientras que “para hacer una diferencia en el mundo” registra el 63% del TEA (Amorós et al., 2023). En el mismo documento Hill y Shay (2023) subrayan que “algunas personas emprenden los negocios más improbables en las circunstancias más difíciles, aunque algunos logran convertirlas en empresas consolidadas, pero es más probable que perduren si cuentan con las habilidades necesarias” (p.39).

Por otra parte, numerosos estudios plantean la discusión acerca del hecho si el emprendedor nace o se hace, para lo cual el vicepresidente de la Región Norte del Tecnológico de Monterrey, al participar en un panel explicó que “el emprendedor va a poder emprender si está en un ecosistema adecuado, si descubre sus capacidades para lograr los sueños que tiene”, en el mismo sentido la participación del decano de la Escuela de Negocios versó en cuanto a que “una persona emprendedora nace con pasión, pero debe desarrollar otras competencias también” (García, 2019).

De tal manera se comparte lo mencionado por Cotrán et al. (2024), relativo a la pasión con que pueda nacer un emprendedor es necesario formarla profesionalmente:

El espíritu emprendedor es la base y hay que enseñarlo desde el colegio, hay que formar al joven para que lidere una empresa de cualquier tipo, sea de arte, agronomía, medicina, comunicación, en cualquier sistema; pero hay que darle un valor agregado que es crear un fundamento emprendedor, luego hay que dar rienda a esa idea y aplicarlo a la realidad (p. 113).

La literatura resalta la importancia de la educación emprendedora para incrementar la intención de emprender, “ya que mejora las capacidades percibidas, conocimientos y actitudes de los individuos” (Asimakopoulos et al., 2019).

Metodología

Para la parte metodológica del presente estudio se aplicó la investigación cuantitativa, debido a que se trata de un problema de estudio centrado en medir las capacidades emprendedoras de los estudiantes en el contexto concreto de las instituciones de educación superior, en este

caso la Universidad Veracruzana, región Veracruz.

Como lo consignan Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018) “la ruta cuantitativa es apropiada cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis” (p.6).

El diseño del estudio corresponde al transversal descriptivo, no experimental, mismo que se realizó con la medición de las capacidades emprendedoras de los estudiantes universitarios en un solo momento y en tiempo único, sin la manipulación de las variables.

La hipótesis propuesta es que la identificación del nivel de las características o comportamientos asociados con los jóvenes emprendedores en el nivel superior permitirá a las IES establecer estrategias específicas para fortalecer las competencias emprendedoras menos desarrolladas, promoviendo así el perfil emprendedor ideal en los estudiantes.

Contexto y descripción de la muestra

El universo de estudiantes en la Facultad de Contaduría y Negocios de la Universidad Veracruzana (FACON), en el programa educativo de la Licenciatura de Gestión y Dirección de Negocios (LGDN) para el periodo febrero-julio 2024 se constituyó por un total de 379 alumnos inscritos, con la siguiente distribución por semestre, mostrada en la Tabla 2:

Tabla 35.2

Distribución del universo de alumnos inscritos a la LGDN (feb-jul24)

SEMESTRE	ESTUDIANTES INSCRITOS
SEGUNDO	98
CUARTO	88
SEXTO	85
OCTAVO	83
DÉCIMO	25
TOTAL	379

Fuente: Secretaría Académica de la FACON (2024)

Para la investigación se consideró como la población de estudio única y exclusivamente a los alumnos del octavo semestre, teniendo como criterio de inclusión para la muestra que los sujetos fueron tanto hombres como mujeres (sin distinguir entre edad o género), que al momento de aplicar la encuesta estuvieran inscritos en el octavo semestre de la LGDN en la entidad académica señalada.

La población contextualizada de esta manera representa el 22% del universo de alum-

nos inscritos en el programa educativo LGDN, se determinó incluirlos como sujetos de investigación debido a que conocen los conceptos de la capacidad emprendedora, reconocen sus comportamientos emprendedores y se tenía una mayor accesibilidad para que participaran, a diferencia de los de semestres iniciales que no tienen los conocimientos que se requerían y los del semestre superior ya se encuentran integrados al mercado laboral, por lo que tienen conocimientos adquiridos fuera de las aulas, por lo cual dichos grupos fueron excluidos.

De tal forma que la población de octavo semestre al momento del estudio era de 83 sujetos inscritos, por lo que se determinó la muestra mediante fórmula probabilística, con un margen de error del 95% y un nivel de confianza del 5% y una probabilidad de $p=0.5\%$, es decir, se obtuvo una cantidad de 69 sujetos a encuestar, de los cuales se distribuyeron con relación a la pirámide poblacional en México, obteniendo un 59% mujeres y el 41% hombres.

Instrumento

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario estructurado diseñado por Mavila Hinojoza et al. (2009, p.34), integrado por 26 ítems, mismo que comparte una gran similitud con el modelo teórico de necesidad McClelland (1961), que dieron paso al cuestionario que mide las Características del Comportamiento Emprendedor (CCE), estructurado con 55 preguntas.

Mientras que McClelland (1961) lo divide en tres dimensiones (necesidades de logro, necesidades de afiliación y necesidades de poder), Mavila Hinojoza et al. (2009) consideran cuatro dimensiones (capacidad para relacionarse socialmente, capacidad de realización personal, capacidad de creatividad y capacidad de planificación), considerando este último el más pertinente para identificar las características del comportamiento emprendedor, por ser más concreto y con menos preguntas que pudieran afectar la facilidad de respuestas para los universitarios.

De tal forma que se explican los elementos que integran cada una de las dimensiones:

- Dimensión 1. Capacidad de relacionarse socialmente: la persuasión y elaboración de redes de apoyo, la autoconfianza.
- Dimensión 2. Capacidad de realización personal: búsqueda de oportunidades, persistencia, demanda por calidad y eficiencia, toma de riesgos.
- Dimensión 3. Capacidad de creatividad: proponer soluciones y planteamientos creativos.
- Dimensión 4. Capacidad de planificación: establecimiento de metas, búsqueda de información, planeación sistemática y control.

El sujeto responde una serie de preguntas particulares con respecto a diversas situaciones que enfrenta en cuanto a su comportamiento emprendedor, expresando el nivel de frecuencia en que presenta alguna de las situaciones respondiendo con una escala de Likert en un rango de clasificación del 0 al 5, (siendo los extremos 0=nunca y 5=siempre).

La aplicación del instrumento se realizó utilizando la plataforma de Google Forms, el cual fue autoadministrado accediendo por medio de un link o de código QR, teniendo como filtro la introducción de su matrícula.

Con respecto al nivel de consistencia interna de la prueba Mavila Hinojoza et al. (2009) declaran que el Alfa de Cronbach tiene un coeficiente de 0.923, valor relativamente alto que denota la confiabilidad del instrumento. “Considerando que el valor mínimo de este coeficiente para medir confiabilidad es de 0.70” (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

Sobre la validez externa se considera que es aceptable, ya que permite identificar comportamientos emprendedores en contextos diferentes a los de su aplicación, lo que significa que puede transferirse a otros ámbitos, se puede aplicar a poblaciones diferentes con otros programas educativos de áreas de conocimiento diferentes y en IES con características diversas.

Las fuentes de invalidación graves podrían ser que al evaluar la capacidad para relacionarse socialmente las preguntas sean confusas o irrelevantes, por lo tanto, los estudiantes podrían responder de manera que no refleje su verdadera habilidad en esta área.

Otra fuente de invalidación podría ser si los estudiantes no entienden bien lo que se les pide o si están en un ambiente estresante al responder, sus respuestas pueden no ser precisas. Esto afectaría las dimensiones que se quieren medir, como la creatividad o la planificación, porque sus respuestas podrían depender más de su estado de ánimo en el momento que de sus habilidades reales.

En la Tabla 35.3 se pueden identificar las definiciones conceptuales y operacionales de cada una de las dimensiones medidas con el instrumento.

Tabla 35.3

Relación y operacionalización de la variable Capacidad Emprendedora

Dimensión	D1: Capacidad para relacionarse socialmente	D2: Capacidad de realización personal	D3: Capacidad de creatividad	D4: Capacidad de planificación
Ítems	1, 2, 5, 7, 10, 11, 13, 16, 17, 18, 19, 20	4, 14, 15, 21, 23	22, 24, 25, 26	3, 6, 8, 9, 12
Definición conceptual	Capacidad de relacionarse con individuos e instituciones que contribuyan al progreso personal, utilizando técnicas de comunicación efectiva como la persuasión.	Superar desafíos, avanzar y crecer, esforzándose por alcanzar metas y ser de utilidad para otros. Con la búsqueda activa de oportunidades.	Proponer soluciones y enfoques creativos con el fin de mejorar lo existente o crear algo nuevo. Para diferenciarse de la competencia y seguir creciendo.	Establecer objetivos claros, buscar información relevante, planificar de manera sistemática y controlar el progreso.
Indicador 130 puntaje ideal de la capacidad emprendedora-	60 puntos	25 puntos	20 puntos	25 puntos
8,970 valor esperado de las 4 dimensiones	60 puntos x 69 encuestas=4,140	25 puntos x 69 encuestas= 1,725	20 puntos x 69 encuestas= 1,380	25 puntos x 69 encuestas= 1,725

Fuente: elaboración propia con datos de Mavila Hinojoza et al. (2009)

Resultados

Según los autores Mavila Hinojoza et al. (2009) consideran que cuanto a las respuestas del cuestionario más se acerquen a los 130 puntos (100%), la capacidad emprendedora tendrá un nivel de excelencia. De tal forma que arriba de 85% es excelente, si el valor supera al 75% es sobresaliente y si los valores son superiores al 64% se considera un grado aceptable.

Como se muestra en la Tabla 35.4, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada:

Tabla 35.4

Comparativo entre los valores esperados y los valores reales de las cuatro dimensiones que miden la capacidad emprendedora.

Dimensión	Puntaje ideal	Valor esperado	Valor real	Porcentaje real	Nivel de la dimensión	Lugar de la dimensión
D1	60	4,140	3,230	78%	Sobresaliente	4
D2	25	1,725	1,468	85%	Excelente	1
D3	20	1,380	1,147	83%	Sobresaliente	2
D4	25	1,725	1,377	79%	Sobresaliente	3
Total	130	8,970	7,222	81%	Sobresaliente	N/A

Fuente: elaboración propia de los resultados del cuestionario.

La capacidad emprendedora (obtenida de promediar las dimensiones) de los alumnos de octavo semestre de la LGDN es del 81%, que se ubica en un nivel de sobresaliente. Asimismo, en general el nivel de cada una de las dimensiones se encuentra en sobresaliente, con solamente la Dimensión 2 (D2) en un nivel de excelente.

Cabe mencionar que el nivel de excelente de la D2 está en el límite de lo mínimo considerado para llegar a el mismo, con un 85%, donde el ítem 21 cuenta con el mayor puntaje y mide el enfrentar los problemas de manera normal, en cambio el ítem 23 presenta el puntaje menor, que se refiere a encontrar nuevos caminos a partir de la solución de los problemas.

De ahí, la D3, con 83% es sobresaliente y en específico el ítem 25 fue el de mayor puntaje, en cuanto al interés de saber cómo funcionan las cosas y el ítem 26 fue el menor, que trata acerca de la capacidad de dar nuevos usos a lo ya existente.

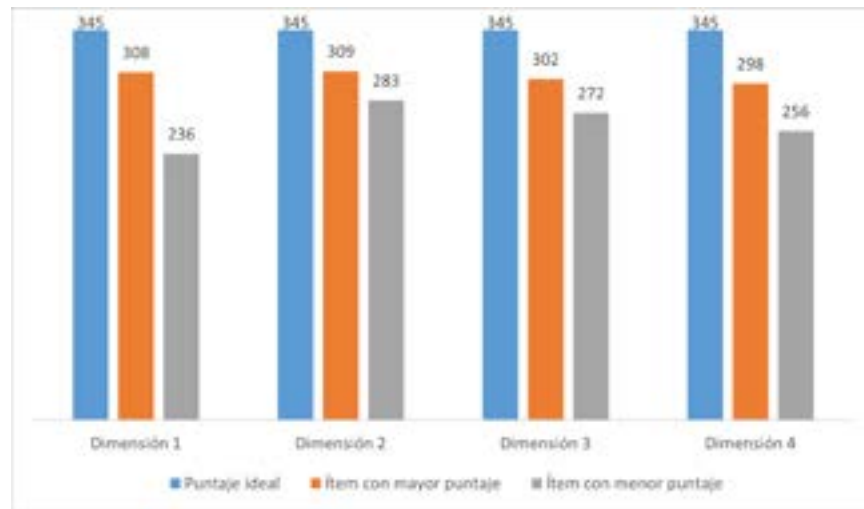
Con respecto a la D4, el nivel disminuye considerablemente, cayendo a un 79%, llegando apenas a ser sobresaliente, donde el mayor puntaje lo registra el ítem 9, sobre la capacidad de perfeccionarse y superarse como persona, en tanto que el ítem 8 es de menor puntaje, referido a buscar y tomar oportunidades.

Finalmente la D1, se ubica en el nivel de sobresaliente, con 78%, donde las preguntas que la integran, obtienen el ítem 1 el mayor puntaje, referido a la capacidad de identificar sus talentos, mientras que el ítem 2, presentó el puntaje menor referido a la iniciativa propia.

Por dimensión se hizo la representación en la Gráfica 1, donde se visualizan los ítems que obtuvieron el mayor puntaje elaborando una comparación con los que tienen el menor puntaje.

Gráfica 35.1

Comparativo entre los resultados por ítem y el puntaje ideal.



Fuente: elaboración propia con resultados del instrumento

Discusión

Como se puede notar los expertos hablan del hecho de que la educación proporcionada en las universidades contribuye a la formación del capital humano emprendedor con las capacidades y competencias de negocios que la sociedad requiere, en este marco:

Las instituciones de educación superior deben promover en los alumnos una visión de negocios con el objetivo de auxiliar a la reactivación económica, con la creación de fuentes de trabajo para una mejora en la calidad de vida de la población y cumplir así con el deber de crear conocimiento y formar profesionistas sensibles a la realidad social. (Bañuelos García et al., 2021).

Al respecto Mayer et al. (2020), exponen que “en México, el apoyo y reforzamiento de nuevos emprendimientos representa una estrategia de desarrollo económico. Un elemento de este reforzamiento consiste en la implementación de programas educativos para el desarrollo emprendedor”. Otros autores (Bravo Bravo et. al, 2021) manifiestan la necesidad de que se fortalezca la educación empresarial en diversos sentidos “una educación (formal, informal) y desde varios frentes (familias, universidades, organismos de apoyo al emprendimiento, medios de comunicación, Gobierno y la sociedad en general)”.

Por ello cobra importancia el fomentar el emprendimiento universitario para el desarrollo y fortalecimiento de las competencias laborales, en coincidencia con lo dicho por Amorós Espinosa et al. (2022) en cuanto a que es en el nivel superior donde “los estudiantes

se dan cuenta de sus capacidades, lo cual incrementa su auto eficacia percibida; desarrollan redes de contacto y de apoyo que les permiten afrontar los retos y las adversidades que les suponen poner en marcha una empresa” (p.42).

De tal forma que en la universidad deben recibir procesos formativos que los impulsen a desarrollar las capacidades de emprendimiento, tal como lo señala Drucker (1985) es una disciplina que se puede aprender.

Como bien mencionan Amorós Espinosa et al. (2022) “todas estas habilidades y capacidades que los jóvenes universitarios experimentan y desarrollan son valiosas en el mundo laboral que requiere de profesionistas cada vez más preparados para enfrentar cambios e incluso anticiparlos” (p.42).

Se enfatiza que la universidad debe ser no solo un lugar de aprendizaje, sino un puente que conecte la pasión y las capacidades de los emprendedores con las oportunidades del mercado laboral, tal como lo dice McClelland (1961), darle una dirección a las motivaciones que los llevan a satisfacer las necesidades de logro.

Conclusiones

Dentro de los principales resultados de este estudio sobre la capacidad emprendedora se encuentran aquellos relacionados con las áreas que deben fortalecerse para mejorar la planificación y la autonomía de pensamiento en los alumnos del octavo semestre de la LGDN de la Universidad Veracruzana.

Entre las cifras relevantes para mejorar el desarrollo de la capacidad emprendedora están los bajos puntajes con respecto al puntaje ideal de las dimensiones D1-Capacidad para relacionarse socialmente y D-4 Capacidad de planificación, referidos en específico a los ítems: actuar por iniciativa propia, buscar nuevos caminos para la solución de problemas, dar nuevos usos a lo ya existente, así como buscar y tomar nuevas oportunidades. Lo que visibiliza una brecha existente entre la capacidad emprendedora de los alumnos de la IES mencionada y los niveles ideales que el comportamiento emprendedor debe tener.

Lo anterior pone de manifiesto la necesidad de que la FACON implemente una serie de acciones para fortalecer el currículo, a través de: cursos, talleres y/o conferencias con expertos en coaching personal que proporcionen a los estudiantes herramientas prácticas para tener una mayor seguridad en la toma de decisiones. Igualmente se propone la incorporación de actividades grupales que permitan a cada individuo desarrollar su capacidad para actuar proactivamente y explorar perspectivas para la resolución de problemas, lo que estaría en concordancia con la Teoría de la Necesidad de Logro de McClelland (1961).

En cuanto a las fortalezas encontradas en la capacidad emprendedora destacan las dimensiones que se acercaron más al puntaje ideal, como lo fueron la D2- Capacidad de realización personal (que alcanzó el nivel de excelente) y la D3-Capacidad de creatividad (ubicada en el segundo lugar, con nivel de sobresaliente), con un mayor puntaje en los ítems: identificación del talento propio, aceptación de los problemas de la vida, interés por conocer cómo funcionan las cosas, por último, la capacidad de perfeccionarse y superarse.

Con base en lo anterior se puede destacar que los estudiantes presentan un autoconocimiento avanzado, ya que muestran la aceptación para colaborar con individuos e instituciones, se encuentran motivados para conocer el funcionamiento de su entorno y cuentan con interés por una mejora continua que los lleve a ser mejores profesionistas.

Se propone que para fortalecer dicho comportamiento emprendedor es esencial un enfoque formativo que incentive la reflexión personal y la práctica colaborativa, además, la creación de proyectos interinstitucionales que permitan a los estudiantes ampliar su perspectiva con el conocimiento del entorno profesional en que el que se desarrollarán, ya que como lo menciona Drucker (1985), es una capacidad que se puede enseñar y aprender.

Se puede concluir que a pesar de que el porcentaje total de la competencia emprendedora se ubica en el 81%, lo que a decir de los autores es un nivel de competencia emprendedora sobresaliente, existen dimensiones que si bien están en niveles sobresalientes del 78% (D1) y del 79% (D4), representan importantes áreas de oportunidad para aspirar a llegar a los niveles superiores al 85% que colocaría a los estudiantes de la FACON en un nivel excelente de competencia emprendedora.

Referencias

- Amorós, J. E., Silveyra, G. & Ruiz, L., Charles-Leija, H., Carlos-Mancilla, M. & Rehak, Jan. (2022). GUESSS Report 2021 México. https://www.researchgate.net/publication/368755699_GUESSS_Report_2021_Mexico
- Amorós, J.E., Naranjo, E. & Aguirre, J.E. (2023). Economy Profile-México. En Hill, S., Ionescu-Somers, A. & Coduras, A. (Coord). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London Business School. <https://www.gem-consortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. Sustainability. 11(16). <https://doi.org/10.3390/su11164314>

- Bañuelos García, V.H., García Martínez, F.M. y Álvarez Díez, R.C. (2021). El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica: caso Zacatecas, México. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. 12 (22). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.833>
- Barrera Estrella, P., Navarrete González, J.A. y Segura Pérez, E. (octubre 2021). Análisis del emprendimiento en México a través de datos panel. 25 Congreso de Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2021/7.02.pdf>
- Bravo Bravo. I. D., Bravo Bravo, M.X., Danny Preciado, J. y Mendoza, M. (2021) Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*. (33). Universidad de Cuenca. <https://www.redalyc.org/journal/5711/571165147008/html/>
- García, L.M. (7 de noviembre de 2019). ¿El emprendedor nace o se hace? Así lo explican expertos en INCMty. Conecta. Instituto Tecnológico de Monterrey. <https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/emprendedores/el-emprendedor-nace-o-se-hace-asi-lo-explican-expertos-en-incmty>
- Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, Ch. P. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/sampierilasru-tas.pdf
- Hill, S. & Sahasranamam, S. (2023). Levels of Entrepreneurial Activity. En Hill, S., Ionescu-Somers, A. & Coduras, A. (Coord). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London Business School. <https://www.gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem20232024-global-report-25-years-and-growing>
- Hill, S. & Shay, J. (2023). Entrepreneurship: Public Attitudes and Perceptions. En Hill, S., Ionescu-Somers, A. & Coduras, A. (Coord). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London Business School. <https://www.gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>
- Mayer, E., Blanco, F., Alonso, M. y Charles, J. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*. Universidad del Zulia. 26(1), 107-127. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104011/html/>
- Mavila Hinojoza, D., Tinoco Gómez, Ó. y Campos Contreras, C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Datos Industriales*. 12 (2), 32-39. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81620150005>
- Mota Arellano, T.M. y Díaz Gómez, E.R. (2021). Intención de emprender y autoeficacia en estudiantes. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*. 4 (2), 1-10. <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/download/2937/3058/18915>

- Quispe Fernández, G.M., Delgado Ayaviri, R., Ayaviri Nina, D. y Maldonado Núñez, A.I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*. 28 (6), 297-313. Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/journal/280/28073815021/html/>
- Stevenson, H. H. y Jarillo, J. C. (1990). Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Terán-Yépez, E. F. y Guerrero-Mora, A.M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41 (07), <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>