



Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Factores personales asociados

Coordinadores

Alejandro Campos-Sánchez
Natalia Aguilar-Rosado
Elia Marúm-Espinosa

Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios:

Factores personales asociados

Primera edición, 2025

Comité Científico Editorial

Dr. José Rosario Lara Salazar

Universidad de Sinaloa, México

Dra. Milena Gómez Cedeño

Instituto Técnico Superior Especializado, Panamá

Dra. Mónica Esther Vega Arana

Universidad Ricardo Palma, Perú

Dra. Citlalli Rocío Flores Rodríguez

Universidad de Guadalajara, México

Dr. Gregorio Guzmán Lares.

Universidad Autónoma de Sinaloa

Coordinación

Alejandro Campos-Sánchez

Natalia Aguilar-Rosado

Elia Marúm-Espinoza

Diseño y diagramación

Diana Berenice González Martín

Ollin Ricardo Covarrubias González

Textos

César Omar Mora-Pérez

Julio Oswaldo Ruvalcaba-Gómez

Cesar Lugo-Valdez

Alexis Rafael Magdaleno-Luna

Esteban Eduardo Méndez-Palos

Juan Ramón Bravo-Plascencia

Omar Alejandro Vázquez-Ochoa

Alma Leticia Anaya-Virgen

Rubí Salcedo-Castro

Raúl Campos-Sánchez

José Alberto Castellanos-Gutiérrez

Esta obra en general, así como cada uno de los capítulos en lo individual, fueron evaluados mediante un proceso doble-ciego, por un comité científico conformado por pares investigadores nacionales e internacionales para el aseguramiento de la calidad, conforme a los lineamientos editoriales establecidos por la Cátedra UNESCO «Innovación Social y Emprendimiento».

ISBN 978-968-9737-12-4

Este libro se terminó de editar en septiembre de 2025.

Hecho en México | *Made in Mexico*.

Los textos y el contenido autoral en general de esta obra, corresponde completamente a los autores de la misma, por lo que la editorial y la Cátedra UNESCO «Innovación Social y Emprendimiento» se deslindan de cualquier opinión en contrario.

Reservados todos los derechos.

No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado —electrónico, mecánico, fotocopia o grabación, etcétera—, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

Índice

5 Prólogo

César Omar Mora-Pérez

CAPÍTULO 1

9 La tolerancia al fracaso como determinante de la intención emprendedora en estudiantes universitarios

Julio Oswaldo Ruvalcaba-Gómez

CAPÍTULO 2

46 Determinantes de motivación en la intención emprendedora

Cesar Lugo-Valdez

CAPÍTULO 3

62 Conocimiento financiero asociado a la intención emprendedora

Alexis Rafael Magdaleno-Luna

CAPÍTULO 4

106 Conocimiento sobre economía circular como predictor de la intención emprendedora

Esteban Eduardo Méndez-Palos

CAPÍTULO 5

- 135 La inteligencia colectiva y su influencia en la intención emprendedora**
Juan Ramón Bravo-Plascencia
-

CAPÍTULO 6

- 158 Retención del conocimiento como factor influyente sobre la intención de emprender**
Omar Alejandro Vázquez-Ochoa
-

CAPÍTULO 7

- 177 La innovación como variable de la intención emprendedora**
Alma Leticia Anaya-Virgen
-

CAPÍTULO 8

- 196 La intención emprendedora y el apoyo familiar como predictor motivacional**
Rubí Salcedo-Castro, Raúl Campos-Sánchez y José Alberto Castellanos-Gutiérrez
-

Prólogo

En la dinámica económica global contemporánea, el emprendimiento se erige como un pilar fundamental para el desarrollo individual y social, impulsando el crecimiento económico, la reducción del desempleo y la aceleración tecnológica. México, en particular, reconoce el emprendimiento como una de sus principales fortalezas económicas, con las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) representando el 99% del total de empresas, el 72% del empleo y el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Este fenómeno es impulsado tanto por la necesidad como por la oportunidad, destacando la importancia de entornos que potencien las capacidades emprendedoras.

En este contexto, las instituciones de educación superior, especialmente las universidades, asumen un papel catalizador en el fomento de la intención emprendedora (IE) en sus estudiantes. Al integrar programas académicos, infraestructura, normatividad y una cultura emprendedora, las universidades crean un ecosistema emprendedor universitario que facilita la innovación y la conexión con actores económicos, impulsando la formación de nuevas empresas.

La presente obra, titulada *Entorno Universitario e Intención Emprendedora: Un enfoque cuantitativo*, coordinada por Alejandro Campos Sánchez, Omar Guillermo Arriaga Cárdenas y José Alberto Castellanos Gutiérrez, profundiza en la compleja interacción entre el entorno universitario y la intención emprendedora de los estudiantes. Esta publicación compila una serie de estudios rigurosos, principalmente centrados en estudiantes de disciplinas económico-administrativas de la Universidad de Guadalajara. Su objetivo es analizar, desde una perspectiva cuantitativa, cómo diversos elementos del ecosistema influyen en la predisposición de los jóvenes universitarios a crear y gestionar sus propios negocios.

En la actualidad, las dinámicas de emprendimiento universitario se encuentran también influenciadas por tendencias globales como la digitalización, la economía del conocimiento y la transición hacia modelos de innovación abierta. Estos factores demandan que los estudiantes no solo adquieran competencias técnicas y de gestión, sino que desarrollen habilidades blandas como la resiliencia, el liderazgo colaborativo y la adaptabilidad. En este sentido, la intención emprendedora se convierte en un indicador de la capacidad de las universidades para preparar a sus egresados frente a escenarios complejos, volátiles e inciertos, donde la creación de valor social y económico va más allá de la mera generación de negocios.

De igual manera, resulta imprescindible comprender que el emprendimiento universitario no puede desvincularse de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente en lo que respecta al fomento de la innovación, la igualdad de oportunidades y el crecimiento económico inclusivo. Los hallazgos de este libro cobran relevancia al mostrar cómo los estudiantes perciben y valoran su entorno universitario como un espacio donde es posible incubar proyectos que atiendan problemáticas sociales y ambientales, alineando así el espíritu emprendedor con una perspectiva ética y responsable. La intención emprendedora, entonces, se erige no solo como un motor económico, sino también como un mecanismo de transformación social.

Los capítulos que componen este libro analizan dimensiones cruciales que, en conjunto, conforman el ecosistema emprendedor universitario y su impacto en la IE. Se exploran factores como el apoyo institucional, que, aunque su efecto puede ser bajo, resulta significativo para motivar a los estudiantes a emprender; la percepción de la infraestructura universitaria (física, digital y organizativa), la cual, si bien tiene una influencia positiva, su impacto en la IE es moderado; la educación emprendedora, que muestra una correlación moderadamente positiva en el desarrollo de habilidades y conocimientos empresariales; el impacto del networking, reconocido por

los estudiantes como crucial para acceder a información, financiamiento y mentorías; el uso de redes sociales como predictor, que influye positivamente en la IE, aunque no como un factor decisivo por sí solo; y el acceso al financiamiento (formal e informal), que emerge como un determinante significativo que explica una parte relevante de la variación en la intención de emprender.

A través de un enfoque predominantemente cuantitativo, validado mediante análisis correlacionales, factoriales y de regresión lineal, los estudios aquí presentados buscan delinear los elementos clave a fortalecer en el ecosistema universitario. Los hallazgos proveerán insumos valiosos para que gobiernos, instituciones educativas, organizaciones de apoyo y otros actores identifiquen estrategias efectivas que fomenten el emprendimiento, beneficiando no solo al individuo sino a la sociedad en su conjunto. Esta obra contribuye significativamente a la literatura académica, ofreciendo una base empírica para el diseño de políticas públicas efectivas, programas de inclusión financiera y el mejoramiento continuo de la educación emprendedora en el contexto mexicano.

Al poner en evidencia los factores que más influyen en la intención de emprender, abre la puerta a un diálogo informado entre universidades, empresas y gobiernos, para generar sinergias que potencien la innovación y el desarrollo regional. De esta manera, el libro no solo contribuye al ámbito académico, sino que también se proyecta como un referente práctico para la construcción de ecosistemas emprendedores sostenibles, capaces de articular el talento universitario con las necesidades y oportunidades de la sociedad contemporánea.

Por lo que la importancia de este libro radica en su capacidad para inspirar nuevas investigaciones y prácticas educativas que fortalezcan el vínculo entre la teoría y la acción emprendedora. Al ofrecer evidencia empírica sólida y actualizada, se convierte en una herramienta de referencia tanto para académicos como para responsables de diseñar políticas y programas de

emprendimiento. Además, impulsa a los estudiantes a reconocerse como agentes de cambio capaces de generar soluciones innovadoras frente a los retos globales y locales, fortaleciendo así la pertinencia social de la educación superior.

Dr. César Omar Mora-Pérez

Profesor e Investigador – Universidad de Guadalajara
Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores. Nivel I

CAPÍTULO 1

La tolerancia al fracaso como determinante de la intención emprendedora en estudiantes universitarios

Julio Oswaldo Ruvalcaba-Gómez

Resumen

La presente investigación ofrece una visión integral y empíricamente fundamentada sobre cómo la resignificación del error actúa como palanca de la intención emprendedora en contextos universitarios. A partir de un diseño cuantitativo de alcance correlacional, se encuestó a 596 estudiantes de programas económico-administrativos mediante un cuestionario tipo Likert compuesto por once ítems: cinco orientados a medir la tolerancia al fracaso, construidos a partir de dimensiones como mentalidad de crecimiento, resiliencia y aprendizaje por experiencia; y seis que evalúan la intención emprendedora, utilizando la escala validada de Liñán y Chen (2009). El análisis factorial exploratorio confirmó la unidimensionalidad del constructo de tolerancia al fracaso y la adecuación de los datos para su posterior modelado estadístico.

Los resultados del análisis de regresión muestran que la tolerancia al fracaso es un predictor positivo y altamente significativo de la intención emprendedora, explicando aproximadamente el 19 % de su varianza. El modelo presentó un ajuste global significativo, lo que permite aceptar la hipótesis de que existe una relación positiva entre ambas variables. Estos hallazgos dialogan con marcos teóricos clásicos como la Teoría de la Con-

ducta Planificada de Ajzen y el Modelo de Evento Emprendedor de Shapero, ampliándolos al incorporar la tolerancia al fracaso como una variable actitudinal independiente con fuerte dimensión socio-cognitiva, en consonancia con los planteamientos de Bandura y Dweck sobre la autoeficacia y la mentalidad de crecimiento.

Entre las limitaciones del estudio se identifican la naturaleza transversal del diseño, que impide establecer relaciones causales, y la focalización en un solo campus universitario, lo que restringe la generalización de los resultados a otros contextos académicos o socioculturales. No obstante, se proponen futuras líneas de investigación de tipo longitudinal, comparativo y experimental, orientadas a incorporar nuevas variables que expliquen la parte no capturada de la varianza.

En síntesis, este estudio no solo aporta evidencia empírica sobre la relevancia de la tolerancia al fracaso en la formación de la intención emprendedora, sino que también contribuye al debate académico y práctico sobre el rol que deben asumir las universidades en la formación de perfiles emprendedores resilientes, capaces de aprender del error y transformarlo en motor de innovación.

Abstract

This research offers a comprehensive and empirically grounded view of how the redefinition of failure acts as a lever for entrepreneurial intent in university settings. Using a quantitative correlational design, 596 students from economics and business programs were surveyed using a Likert-type questionnaire composed of eleven items: five aimed at measuring failure tolerance, constructed from dimensions such as growth mindset, resilience, and experiential learning; and six assessing entrepreneurial intent, using the validated scale of Liñán and Chen (2009). Exploratory factor analysis confirmed the unidimensionality of the failure tolerance construct and the data's suitability for subsequent statistical modeling.

The results of the regression analysis show that failure tolerance is a positive and highly significant predictor of entrepreneurial intent, explaining approximately 19% of its variance. The model presented a significant overall fit, allowing for the hypothesis of a positive relationship between the two variables to be accepted. These findings are in dialogue with classic theoretical frameworks such as Ajzen's Theory of Planned Behavior and Shapero's Entrepreneurial Event Model, expanding on them by incorporating failure tolerance as an independent attitudinal variable with a strong socio-cognitive dimension, in line with Bandura and Dweck's approaches to self-efficacy and growth mindset.

The study's limitations include the cross-sectional nature of the design, which prevents establishing causal relationships, and the focus on a single university campus, which restricts the generalization of the results to other academic or sociocultural contexts. However, future lines of longitudinal, comparative, and experimental research are proposed, aimed at incorporating new variables that explain the uncaptured portion of the variance.

In short, this study not only provides empirical evidence on the importance of failure tolerance in shaping entrepreneurial intent, but also contributes to the academic and practical debate on the role universities should play in developing resilient entrepreneurial profiles, capable of learning from mistakes and transforming them into drivers of innovation.

Introducción

La globalización y la transformación constante de los mercados han posicionado al emprendimiento como un pilar esencial para el desarrollo económico y social. Según el Global Entrepreneurship Monitor (2021), la actividad emprendedora ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel mundial, consolidándose como una fuente clave de innovación, generación de empleo y dinamismo económico. En este contexto, la capacidad para asumir riesgos y gestionar la incertidumbre se convierte en una competencia crítica para quienes deciden emprender. Dentro de este conjunto de habilidades,

el manejo del error, la frustración y el fracaso ocupa un lugar destacado, ya que influye de manera determinante en la sostenibilidad y éxito de los proyectos emprendedores (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

La tolerancia al fracaso se entiende como la habilidad de enfrentar situaciones adversas y aprender de los errores sin desmotivarse, permitiendo convertir los reveses en oportunidades de desarrollo personal y profesional. Investigaciones como las de Shane (2003) y Aldrich & Cliff (2003) han subrayado la relevancia de esta competencia emocional en el ámbito emprendedor, demostrando que aquellos individuos capaces de gestionar adecuadamente el fracaso tienden a mostrar mayor perseverancia y probabilidad de éxito en sus iniciativas. Asimismo, estudios recientes sugieren una correlación positiva entre tolerancia a la frustración e intención emprendedora, lo que indica que quienes poseen una mayor capacidad de afrontamiento emocional están más predisuestos a iniciar nuevos emprendimientos (Rauch et al., 2009).

Desde el ámbito académico, las universidades juegan un papel clave en la promoción de una cultura emprendedora sólida. Diversas instituciones de educación superior han implementado programas formativos orientados no solo al desarrollo de competencias técnicas, sino también de habilidades emocionales y socio-cognitivas. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2020) destaca que la integración de estas iniciativas en los planes de estudio incrementa significativamente la intención emprendedora de los estudiantes, al tiempo que fortalece su resiliencia y capacidad de innovación en entornos altamente competitivos. Este fenómeno cobra especial relevancia en contextos marcados por la inestabilidad económica o la incertidumbre laboral, donde emprender aparece como una alternativa viable al empleo tradicional.

En el caso de México, el emprendimiento se ha consolidado como una estrategia clave para enfrentar los desafíos estructurales del país. Datos del INEGI (2020) evidencian un creciente interés por parte de los jóvenes en ac-

tividades emprendedoras, lo que ha motivado a las universidades a adaptar sus programas para incluir contenidos enfocados en innovación, planeación y gestión del riesgo. En este marco, el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara destaca por su compromiso con la formación de profesionales que, además de competencias técnicas, desarrollen habilidades emocionales orientadas al emprendimiento. De acuerdo con información institucional (Universidad de Guadalajara, 2020), un alto porcentaje de estudiantes del CUCEA manifiestan intención emprendedora, lo que resalta la necesidad de investigar más a fondo la influencia de la tolerancia al fracaso sobre dicha intención.

A su vez, este estudio se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente en aquellos relacionados con el fomento de la innovación, el empleo digno y la educación de calidad. En concreto, este análisis contribuye a los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 4 (Educación de calidad), 3 (Salud y bienestar) y 10 (Reducción de las desigualdades), al posicionar la tolerancia al fracaso como una competencia clave para la sostenibilidad emocional y económica de los emprendedores. Al fortalecer esta habilidad, no solo se potencia la viabilidad de los proyectos, sino que también se promueve la salud mental y la resiliencia frente a los desafíos del entorno.

En este contexto, la presente investigación se propone explorar la relación entre la tolerancia a la frustración/fracaso y la intención emprendedora en estudiantes del CUCEA, con el fin de identificar estrategias que fortalezcan el perfil emprendedor y mejoren los programas de formación en educación superior. A través de esta aproximación, se busca aportar evidencia empírica que enriquezca el cuerpo teórico existente y genere impactos prácticos en el diseño curricular, contribuyendo así al fortalecimiento de una cultura emprendedora tanto en el ámbito académico como en el contexto nacional.

Marco conceptual

Emprendimiento

El emprendimiento es un fenómeno multidimensional que puede abordarse desde diversas disciplinas como la economía, la administración, la sociología y la psicología. Esta diversidad de enfoques ha dado lugar a múltiples definiciones, entre las cuales destacan las siguientes:

Shane y Venkataraman (2000) definen el emprendimiento como el proceso mediante el cual se identifican, evalúan y explotan oportunidades para la creación de bienes y servicios, generando valor tanto económico como social.

Schumpeter (1934), considerado uno de los pioneros en el estudio del emprendimiento, subraya el papel del emprendedor como agente de cambio, capaz de romper con el equilibrio del mercado mediante innovaciones en productos, procesos o modelos de negocio.

Desde una perspectiva funcional, el emprendimiento implica la asunción de riesgos, ya que requiere destinar recursos —financieros, humanos o sociales— a iniciativas cuyo futuro es incierto.

En términos generales, emprender supone la capacidad para detectar oportunidades, organizar y gestionar recursos tanto materiales como intangibles, y asumir la posibilidad del fracaso como parte inherente del proceso. Así, el emprendimiento no solo representa un medio para el desarrollo económico, sino también una manifestación de innovación, resiliencia y transformación social.

La persona emprendedora

Es fundamental hacer énfasis en las características del individuo que está detrás del fenómeno emprendedor. Lejos de concebirse como un perfil homogéneo, la persona emprendedora representa una combinación de rasgos, actitudes y habilidades que facilitan la identificación y aprovechamiento de oportunidades, incluso en contextos de alta incertidumbre.

Tradicionalmente, se ha asociado al emprendedor con atributos como la motivación de logro, la propensión al riesgo, la creatividad y la persistencia (McClelland, 1961). No obstante, investigaciones más recientes han demostrado que no existe un perfil único de emprendedor, ya que las características individuales pueden variar significativamente según el sector, el contexto cultural o el momento histórico (Gartner, 1988).

Entre los rasgos más consistentemente identificados en la literatura destacan:

- Alta resiliencia ante la adversidad: es decir, la capacidad para adaptarse y recuperarse de situaciones de pérdida, error o contratiempo, lo cual resulta esencial en los entornos cambiantes que enfrentan los emprendedores (Masten, 2001).
- Apertura al aprendizaje continuo: esta disposición permite analizar errores, reinterpretarlos como experiencias valiosas y transformarlos en oportunidades de mejora, fortaleciendo así el crecimiento personal y profesional (Shepherd, 2003).
- Estos elementos no solo configuran la disposición emprendedora, sino que también constituyen recursos personales clave que pueden convertirse en ventajas competitivas cuando se gestionan adecuadamente dentro del marco de la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC).

Intención Emprendedora

La intención emprendedora se define como la disposición o determinación consciente de un individuo para iniciar una empresa o involucrarse en actividades emprendedoras en un futuro próximo (Krueger, 1993). Esta intención actúa como un antecedente clave del comportamiento emprendedor, ya que refleja el grado de compromiso psicológico hacia la creación de una nueva empresa.

Importancia de la intención emprendedora en el ámbito universitario

En el contexto universitario, la intención emprendedora adquiere especial relevancia, dado que se considera un predictor del comportamiento emprendedor futuro (Lüthje & Franke, 2003). Fomentar esta disposición en los estudiantes es estratégico para las instituciones de educación superior, ya que permite cultivar egresados con mentalidad innovadora, habilidades para el autoempleo y capacidad de generar soluciones económicas y sociales. De este modo, las universidades no solo contribuyen a la empleabilidad de sus estudiantes, sino que también actúan como agentes catalizadores del desarrollo económico regional y nacional.

Tolerancia al Fracaso

La tolerancia al fracaso ha emergido como un componente central en los estudios sobre emprendimiento, especialmente en relación con la resiliencia, la autoeficacia y la mentalidad de crecimiento (Dweck, 2006). Esta capacidad se refiere a la disposición del individuo para aceptar, procesar y aprender del fracaso sin que ello implique la renuncia a sus metas.

El fracaso en el contexto emprendedor

El fracaso puede entenderse desde diversas perspectivas:

Desde un enfoque objetivo, se refiere a la terminación no deseada de un proyecto o negocio antes de alcanzar los objetivos establecidos (McGrath, 1999).

Desde un enfoque subjetivo, el fracaso puede ser percibido como el no cumplimiento de estándares de éxito personales, sociales o culturales, aun cuando el proyecto no haya cesado formalmente (Shepherd, 2003).

En el ámbito emprendedor, la manera en que una persona interpreta y enfrenta el fracaso influye directamente en su intención de volver a intentar,

en su nivel de resiliencia y en su capacidad para transformar la experiencia en aprendizaje significativo.

Tolerancia al Fracaso

En el contexto emprendedor, fracasar puede implicar la pérdida de una inversión, la interrupción de operaciones de una startup o, en términos menos extremos, no alcanzar las metas de crecimiento esperadas. No obstante, desde una perspectiva formativa, el fracaso puede ser reinterpretado como una etapa natural del proceso de aprendizaje y evolución emprendedora.

La tolerancia al fracaso se define como la capacidad de un individuo para afrontar, asimilar y sobreponerse a situaciones adversas o de derrota sin abandonar su proyecto ni su interés por emprender (Cave, Eccles & Rundle, 2001). Esta competencia implica una actitud resiliente frente a los obstáculos, entendiendo que el camino emprendedor está lleno de incertidumbre y desafíos.

Entre los componentes clave de la tolerancia al fracaso se incluyen:

Reconocer el fracaso como un evento normal dentro del ciclo de innovación, experimentación y desarrollo emprendedor.

Asumir el error como fuente de retroalimentación valiosa, capaz de proporcionar información útil para mejorar procesos, decisiones y estrategias futuras.

Persistir con base en el aprendizaje obtenido, es decir, tomar decisiones informadas sobre continuar, rediseñar o reiniciar un proyecto aplicando las lecciones aprendidas.

Cuando la tolerancia al fracaso está presente, las personas adoptan una mentalidad orientada al crecimiento (Dweck, 2006), comprendiendo que el error no representa un punto final, sino una etapa más dentro del proceso de consolidación de soluciones innovadoras y modelos de negocio sostenibles.

anera intercambiable, la tolerancia al riesgo y la tolerancia al fracaso son constructos distintos pero complementarios dentro del ámbito del emprendimiento. La tolerancia al riesgo hace referencia a la disposición del

individuo a involucrarse en proyectos con resultados inciertos, aceptando la posibilidad de pérdida o resultados negativos (Knight, 1921). Es, por tanto, un atributo que se activa antes de tomar decisiones de acción.

Por su parte, la tolerancia al fracaso entra en juego una vez que el riesgo asumido no ha producido los resultados esperados. No se trata solo de aceptar la posibilidad de un desenlace adverso, sino de gestionar emocional y cognitivamente sus consecuencias. Este tipo de tolerancia implica procesar el fracaso sin que ello derive en desmotivación, desistimiento o disminución de la intención emprendedora.

En resumen, mientras que la tolerancia al riesgo opera en la fase de decisión, la tolerancia al fracaso se activa en la fase de retroalimentación, cuando se enfrentan las consecuencias reales de esa decisión. Ambos componentes son esenciales para el sostenimiento de la actividad emprendedora.

Mecanismos Psicológicos Asociados a la Tolerancia al Fracaso

Diversos mecanismos psicológicos sustentan la capacidad de tolerar el fracaso. Entre los más relevantes se encuentran:

Autoeficacia (Bandura, 1997): La creencia en la propia capacidad para ejecutar acciones efectivas ante desafíos. Las personas con alta autoeficacia tienden a interpretar los fracasos como experiencias temporales y manejables, lo que les permite mantener el compromiso con sus objetivos a pesar de los obstáculos.

Mentalidad de Crecimiento (Dweck, 2006): Se refiere a la convicción de que las habilidades y competencias pueden desarrollarse con esfuerzo y aprendizaje. Esta perspectiva permite reinterpretar el fracaso como una oportunidad para mejorar, en lugar de una señal de incapacidad, fortaleciendo así la disposición a persistir.

Resiliencia (Masten, 2001): Es la capacidad de adaptarse positivamente y «rebotar» ante eventos adversos. La resiliencia actúa como una red de contención emocional que permite recuperar el equilibrio psicológico tras un revés y seguir adelante con nuevas estrategias.

Estos mecanismos no solo explican por qué algunos individuos persisten tras una experiencia negativa, sino que también ofrecen pistas prácticas para diseñar programas formativos que fortalezcan la tolerancia al fracaso en estudiantes y futuros emprendedores.

El Contexto Universitario como Escenario de Emprendimiento

El entorno universitario se configura como un espacio privilegiado para la promoción del emprendimiento, debido a la convergencia de factores estructurales, académicos y culturales que favorecen el surgimiento de iniciativas emprendedoras. Entre las principales razones que justifican esta afirmación se encuentran:

Acceso al conocimiento y a la innovación: Las universidades disponen de recursos como laboratorios, programas de investigación aplicada, cuerpos académicos especializados y cátedras de innovación, que facilitan la generación de ideas, el desarrollo de prototipos y la validación temprana de soluciones.

Redes de contacto (networking): La interacción constante con profesores, investigadores, pares y centros de emprendimiento permite la conformación de equipos multidisciplinarios, la colaboración interinstitucional y el intercambio de experiencias, elementos clave en las etapas iniciales de cualquier emprendimiento.

Apoyo institucional: Muchas instituciones de educación superior han incorporado mecanismos de fomento emprendedor, como incubadoras, aceleradoras, fondos de capital semilla y programas formativos específicos. Estas iniciativas reducen las barreras de entrada y aumentan las probabilidades de éxito de los proyectos estudiantiles.

Desarrollo de habilidades blandas (soft skills): El entorno académico también propicia el fortalecimiento de competencias transversales como la comunicación efectiva, el pensamiento crítico, la creatividad, la colaboración y la capacidad argumentativa, todas ellas esenciales en el camino emprendedor.

Además de estos factores, la cultura organizacional de las universidades desempeña un rol crucial en la construcción de actitudes frente al fracaso. En instituciones con enfoques pedagógicos tradicionales, el error suele asociarse con la incompetencia y se sanciona académicamente. Por el contrario, en aquellas universidades que promueven la experimentación y la investigación como métodos de aprendizaje, el error es resignificado como parte natural del proceso de descubrimiento y mejora continua.

Esta diferencia en la interpretación del fracaso incide directamente en la tolerancia al error de los estudiantes, y por ende, en su disposición a emprender. Como señalan Pérez, Vallejo y Ríos (2018), el tipo de cultura académica puede facilitar —o inhibir— el desarrollo de una mentalidad resiliente, capaz de enfrentar adversidades sin renunciar a los objetivos propuestos.

En consecuencia, el contexto universitario no solo ofrece los recursos tangibles para emprender, sino que también puede moldear psicológicamente a los estudiantes, influyendo en la manera en que enfrentan la incertidumbre, la crítica y el posible fracaso. Esto refuerza la necesidad de entornos educativos que integren la innovación, el pensamiento emprendedor y una visión constructiva del error como elementos centrales en la formación integral del alumnado.

Relación entre la Tolerancia al Fracaso y la Intención Emprendedora

Con base en los conceptos previamente desarrollados, es posible establecer una relación directa y significativa entre la tolerancia al fracaso y la intención emprendedora. La capacidad de afrontar situaciones adversas y reinterpretar el error como una oportunidad de aprendizaje no solo mitiga el miedo al fracaso, sino que también reduce la ansiedad asociada a la incertidumbre inherente al proceso emprendedor (Shepherd, 2003; Cave et al., 2001).

En este sentido, los individuos con una alta tolerancia al fracaso tienden a mostrar una mayor autoeficacia percibida y una sensación de control personal sobre los resultados, dos elementos centrales en la formación de

intenciones, según lo postulado por la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991). Esta teoría sostiene que la intención de realizar una conducta —en este caso, emprender— está influida por tres factores clave: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido. La tolerancia al fracaso incide principalmente sobre este último factor, al fortalecer la percepción de que, aun frente a eventuales contratiempos, se posee la capacidad para continuar y alcanzar los objetivos propuestos.

Desde esta perspectiva, la reinterpretación positiva del error y la resiliencia emocional contribuyen a la consolidación de una intención emprendedora robusta. En contextos como el universitario, donde existen recursos formativos, redes de apoyo y oportunidades de experimentación, la tolerancia al fracaso puede traducirse en un mayor involucramiento en actividades emprendedoras, tales como la participación en incubadoras, concursos de innovación o desarrollo de proyectos con enfoque empresarial.

Así, fomentar la tolerancia al fracaso no solo implica preparar emocionalmente al estudiante para enfrentar los desafíos del emprendimiento, sino también fortalecer su disposición a actuar, emprender y perseverar, incluso en condiciones de incertidumbre o tras experiencias fallidas. Esto convierte a la tolerancia al fracaso en una variable actitudinal clave para entender y promover la intención emprendedora en el ámbito educativo.

Marco referencial

Estudios sobre la Tolerancia al Fracaso

En las últimas décadas, la literatura sobre emprendimiento ha comenzado a prestar mayor atención al papel del fracaso como una dimensión constitutiva del proceso emprendedor, en lugar de considerarlo únicamente como un desenlace indeseado. En este contexto, el concepto de tolerancia al fracaso ha ganado relevancia como un factor psicológico clave que incide directamente en la persistencia emprendedora y en la formación de la intención de emprender.

Shepherd (2003)

Uno de los estudios seminales en esta línea es el de Shepherd (2003), quien propone un enfoque renovado sobre el fracaso en el emprendimiento. Desde una perspectiva psicológica y organizacional, Shepherd plantea que:

El fracaso no debe interpretarse exclusivamente como la ausencia de éxito, sino como una fuente potencial de aprendizaje que, si es adecuadamente procesada, puede enriquecer la experiencia del emprendedor y mejorar sus decisiones futuras.

Introduce el concepto de «grief recovery», en el cual analiza el proceso emocional que atraviesan los emprendedores tras experimentar un fracaso. Según el autor, la capacidad para manejar emociones negativas —como la frustración, la culpa o la decepción— es fundamental para evitar que dicho evento detenga futuras iniciativas.

Destaca la importancia de desarrollar mecanismos de afrontamiento y habilidades de autogestión emocional para superar el estancamiento psicológico y reactivar la motivación emprendedora.

Este enfoque permite resignificar el fracaso no solo como una etapa inevitable del proceso innovador, sino como un evento transformador que, adecuadamente gestionado, puede fortalecer la resiliencia, la creatividad y la tolerancia al riesgo de los emprendedores.

Estudios sobre la Tolerancia al Fracaso

McGrath (1999)

McGrath introduce el concepto de «falling forward» para describir el fracaso como un proceso de aprendizaje continuo, donde los errores no son simples derrotas, sino fuentes valiosas de retroalimentación que revelan qué aspectos del mercado o del modelo de negocio necesitan ser revisados o ajustados. Según este enfoque, tanto individuos como organizaciones que cultivan una cultura orientada al aprendizaje derivado del fracaso muestran una mayor predisposición a innovar y persistir en sus proyectos emprendedores.

Cave, Eccles y Rundle (2001)

Por su parte, Cave, Eccles y Rundle analizan la tolerancia al fracaso desde una perspectiva organizacional, evidenciando que esta actitud facilita la experimentación y el desarrollo de nuevas iniciativas. Argumentan que cuando los equipos emprendedores se sienten psicológicamente seguros para cometer errores, el ciclo de aprendizaje e iteración se acelera, lo cual repercute positivamente en la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de sus proyectos.

Ambos enfoques coinciden en que la redefinición del fracaso como una etapa natural y necesaria dentro de la curva de aprendizaje, y no como un indicador de incompetencia, es fundamental para el desarrollo de emprendimientos con alto potencial de crecimiento e innovación.

Investigaciones sobre la Intención Emprendedora

Krueger (1993)

Krueger identifica la intención emprendedora como el mejor predictor del comportamiento futuro de fundar un negocio, considerándola un constructo psicológico que antecede a la acción emprendedora. Su investigación destaca que la experiencia previa en emprendimiento y el nivel de autoeficacia pueden aumentar la percepción de factibilidad de crear un negocio, lo que a su vez fortalece la intención de emprender.

Ajzen (1991) y la Teoría del Comportamiento Planeado

La Teoría del Comportamiento Planeado, formulada por Ajzen, sostiene que la formación de la intención emprendedora depende de tres componentes clave: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido. Este último es especialmente relevante, ya que factores internos como la tolerancia al fracaso pueden influir en la percepción que tiene el individuo sobre su capacidad para controlar el proceso de emprendimiento, facilitando o inhibiendo la consolidación de la intención emprendedora.

Shapero y Sokol (1982) – Modelo de Evento Emprendedor

Shapero y Sokol proponen que la intención emprendedora surge de la interacción entre la desirabilidad, la factibilidad y la propensión a actuar. Su modelo enfatiza la influencia del entorno y la capacidad del individuo para superar barreras psicológicas, entre las que destaca el miedo al fracaso, que puede limitar o condicionar la decisión de emprender.

El Contexto Universitario como Semillero Emprendedor

La universidad se ha consolidado como un espacio propicio para la formación y desarrollo de emprendedores, debido a que ofrece un ecosistema que favorece la adquisición de competencias, la generación de ideas y el aprendizaje práctico. Diversos autores han explorado el papel de las instituciones de educación superior en la promoción del emprendimiento:

Gibb (2002) señala que las universidades pueden fomentar en sus estudiantes competencias esenciales para el emprendimiento innovador, tales como la creatividad, la autogestión y el trabajo en equipo. Propone además que un modelo educativo con orientación emprendedora no solo motiva a los jóvenes a generar proyectos, sino que también los dota de herramientas necesarias para enfrentar riesgos e incertidumbres, favoreciendo así una cultura de acción y experimentación.

Por su parte, Pérez, Vallejo y Ríos (2018), en un estudio con estudiantes de pregrado, evidencian que la participación en programas universitarios de emprendimiento —como concursos de planes de negocio, mentorías e incubadoras— incrementa significativamente la intención emprendedora. Destacan también que las experiencias de ensayo y error en ambientes controlados, como simulaciones o proyectos piloto, fortalecen la tolerancia al fracaso y contribuyen a reducir la aversión al riesgo entre los estudiantes.

De manera complementaria, Lüthje y Franke (2003), a través de un modelo empírico desarrollado en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), identificaron que la cultura universitaria, junto con factores perso-

nales como motivaciones y actitudes, explica variaciones importantes en la inclinación de los estudiantes hacia la creación de empresas. Concluyen que un entorno universitario que ofrezca recursos accesibles y promueva una actitud proactiva hacia la innovación potencia la generación de startups tecnológicas y el emprendimiento dinámico.

De estas investigaciones se desprende que la tolerancia al fracaso puede ser reforzada mediante políticas y prácticas universitarias que validen el aprendizaje derivado del error, reduzcan el estigma asociado al fracaso y estimulen la iteración constante de proyectos de negocio. En suma, el contexto universitario actúa como un semillero donde la formación técnica y emocional converge para moldear perfiles emprendedores resilientes y capaces de transformar la incertidumbre en oportunidad.

Relación entre la Tolerancia al Fracaso e Intención Emprendedora en el Ámbito Universitario

Aunque la tolerancia al fracaso y la intención emprendedora han sido estudiadas por separado, la exploración de la relación directa entre ambos constructos en poblaciones universitarias aún representa un área con amplias oportunidades de investigación. Diversos autores coinciden en que una mayor tolerancia al fracaso contribuye a una disposición más firme para iniciar proyectos emprendedores, fundamentando esta relación en distintas perspectivas psicológicas y motivacionales.

McClelland (1961), pionero en el estudio de la «necesidad de logro», señala que los individuos con alta motivación tienden a percibir el fracaso como un desafío temporal y una oportunidad para aprender, en lugar de un obstáculo definitivo que limita su progreso. En este sentido, la tolerancia al fracaso se vincula estrechamente con la persistencia y la orientación hacia metas.

Por otro lado, Dweck (2006), a través de su teoría de la mentalidad de crecimiento, sostiene que quienes creen en la capacidad de desarrollar sus

habilidades están más predispuestos a actuar, incluso ante la posibilidad de cometer errores. Esta percepción coincide con la noción de tolerancia al fracaso, ya que ambas fomentan un enfoque proactivo frente a la adversidad y el aprendizaje continuo.

Desde la perspectiva de la resiliencia, Masten (2001) destaca que la habilidad para recuperarse de situaciones adversas fortalece las creencias de autoeficacia, lo que a su vez potencia la intención de asumir nuevos desafíos emprendedores. Este proceso psicológico resulta esencial para mantener la motivación y la confianza durante las etapas iniciales del emprendimiento, donde la incertidumbre y el riesgo son frecuentes.

En el ámbito universitario, investigaciones recientes evidencian que la formación orientada a la innovación y la aceptación explícita del error dentro del currículo y las actividades extracurriculares incrementan no solo la intención de emprender, sino también la perseverancia en la creación y consolidación de empresas. Estas iniciativas promueven un entorno que valida la experimentación y fortalece la tolerancia al fracaso, elementos clave para el desarrollo de futuros emprendedores resilientes y exitosos.

Áreas de oportunidad en la literatura y aporte esperado

A pesar del creciente interés y la expansión de la literatura sobre emprendimiento, persiste un vacío significativo en el análisis sistemático de la tolerancia al fracaso como variable determinante de la intención emprendedora en contextos universitarios. Gran parte de las investigaciones existentes se han enfocado predominantemente en la relación entre la asunción de riesgos financieros y la propensión a emprender, relegando a un segundo plano los componentes emocionales y psicológicos asociados al fracaso.

Además, pocos estudios han explorado con profundidad el papel mediador de constructos como la autoeficacia y la motivación de logro en la relación entre la tolerancia al fracaso y la intención emprendedora. Asimismo, la noción del «fracaso como aprendizaje» ha sido abordada de

forma fragmentada, sin integrarse completamente dentro de los modelos explicativos que vinculan esta experiencia con la intención de iniciar nuevos proyectos empresariales.

En el ámbito universitario, aunque se reconocen esfuerzos por evaluar programas de emprendimiento, dichas evaluaciones suelen adoptar enfoques transversales que no permiten aislar ni dimensionar con precisión la influencia específica de la tolerancia al fracaso como factor clave en la persistencia y consolidación de proyectos emprendedores.

Partiendo de esta coyuntura, la presente investigación se posiciona en un punto de alta relevancia, orientada a clarificar de qué manera y en qué grado la tolerancia al fracaso impacta la intención emprendedora, considerando las particularidades y dinámicas propias de la comunidad universitaria. Se espera que los hallazgos contribuyan no solo a enriquecer el cuerpo teórico existente, sino también a orientar el diseño de intervenciones formativas y políticas institucionales que fortalezcan perfiles emprendedores resilientes y sostenibles.

Marco teórico

Teorías Socio-Cognitivas de la Conducta Emprendedora

El comportamiento emprendedor se interpreta frecuentemente desde enfoques socio-cognitivos, que ponen énfasis en cómo las personas procesan la información y perciben sus habilidades para interactuar con el entorno. Dentro de esta perspectiva, destacan dos teorías fundamentales:

Teoría de la Autoeficacia (Bandura, 1997):

Esta teoría postula que la autoeficacia —la creencia de un individuo en su capacidad para organizar y ejecutar las acciones necesarias para enfrentar situaciones futuras— es un determinante clave del comportamiento. Aplicada al ámbito emprendedor, se entiende que los individuos con alta autoeficacia tienden a minimizar la percepción de barreras y a sobreponer-

se con mayor facilidad a los obstáculos iniciales (Boyd & Vozikis, 1994). En relación con la tolerancia al fracaso, cuanto mayor es la autoeficacia, más probable es que la persona interprete el fracaso como un evento puntual y superable, lo que fortalece su intención de emprender.

Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991):

Esta teoría sostiene que la intención de realizar un comportamiento específico está determinada por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva (presión social percibida) y el control conductual percibido. En este marco, la tolerancia al fracaso puede incidir significativamente en el control conductual percibido, dado que asumir el error como algo manejable o incluso formativo incrementa la confianza para emprender. Por ejemplo, cuando los estudiantes universitarios se convencen de que un posible tropiezo no es catastrófico, su actitud hacia el emprendimiento se torna más positiva, reforzando así su intención emprendedora.

En conjunto, estas teorías subrayan el papel fundamental de las creencias y percepciones individuales, asignándole al factor «tolerancia al error» un rol determinante en la configuración de la intención emprendedora.

Modelo de Evento Emprendedor (Shapero & Sokol)

Otro aporte teórico fundamental en el estudio de la intención emprendedora es el Modelo de Evento Emprendedor propuesto por Shapero y Sokol (1982). Este modelo plantea que la intención de emprender se activa cuando un individuo percibe dos condiciones clave: la desirabilidad (considera que emprender es algo positivo y valioso) y la factibilidad (se siente capaz de llevar a cabo la acción). Además, el modelo introduce la noción de propensión a actuar, que es el impulso que motiva la transición de la intención a la acción concreta.

Dentro de este marco, la tolerancia al fracaso desempeña un papel crucial, ya que afecta tanto la percepción de factibilidad —pues la persona

cree que, aunque pueda equivocarse, es capaz de recuperarse y aprender— como la propensión a actuar, dado que no se detiene por el miedo al error. Por lo tanto, aquellos individuos que desarrollan una visión resiliente del fracaso tienden a acelerar el proceso que va desde la idea hasta la ejecución del emprendimiento.

Perspectivas de Resiliencia y Tolerancia al Fracaso

La resiliencia se define como la capacidad de un individuo para afrontar y superar situaciones adversas, saliendo fortalecido de ellas (Masten, 2001). Esta característica resulta fundamental para la reiteración de intentos emprendedores, conectándose directamente con la persistencia y sostenibilidad de la intención emprendedora.

Diversos autores, como McGrath (1999), Politis (2005) y Shepherd (2003), han destacado que el fracaso es una fuente invaluable de información para la mejora continua. Este enfoque desafía la visión tradicional del fracaso como un evento exclusivamente negativo y propone una reinterpretación positiva que incluye:

Falling forward (McGrath, 1999): proceso mediante el cual los emprendedores aprenden activamente de cada error, incorporando ese conocimiento para fortalecer futuros proyectos.

Dimensión emocional del fracaso (Shepherd, 2003): el adecuado manejo del «duelo» asociado al cierre de un negocio o proyecto fallido facilita un aprendizaje más profundo y reduce el miedo a emprender nuevamente.

Este enfoque resiliente promueve que el fracaso sea percibido no como un obstáculo definitivo, sino como una etapa formativa dentro del proceso emprendedor.

Teorías de Aprendizaje y Mentalidad de Crecimiento

La teoría del aprendizaje experiencial de Kolb (1984) postula que el aprendizaje ocurre de manera activa a través de la reflexión sobre experiencias

vividas. En el contexto del emprendimiento, cada error o resultado adverso representa una oportunidad para reconfigurar la comprensión del mercado, la propuesta de valor o el modelo de negocio (Cope, 2005). Así, la consolidación de una cultura de experimentación —donde el error es parte natural del ciclo de prueba y mejora (trial-and-error)— fomenta tanto la intención de iniciar nuevos proyectos como la perseverancia para sostenerlos.

Mentalidad de Crecimiento

La mentalidad de crecimiento, planteada por Dweck (2006), sostiene que la inteligencia y las habilidades no son rasgos fijos, sino cualidades desarrrollables mediante práctica y esfuerzo. Aplicada al ámbito emprendedor, esta mentalidad impulsa a interpretar el fracaso como una retroalimentación constructiva en lugar de un signo de incompetencia definitiva. Este enfoque promueve la resiliencia y la perseverancia, factores que influyen directamente en la decisión de continuar emprendiendo pese a los obstáculos (Zhao, Hills & Seibert, 2005). Por ello, la mentalidad de crecimiento constituye un fundamento teórico sólido para explicar cómo la tolerancia al fracaso fortalece la intención emprendedora, especialmente en jóvenes universitarios en pleno desarrollo de sus competencias.

El Rol de la Cultura Universitaria desde Teorías de Innovación

La universidad puede concebirse como un ecosistema de innovación, sustentado en teorías que resaltan la colaboración, la transferencia de conocimiento y el fomento de la creatividad.

Triple Hélice de la Innovación (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000): La interacción dinámica entre universidad, empresa y gobierno crea entornos favorables para la formación de spin-offs y startups. En estos contextos, la tolerancia al fracaso se estimula mediante espacios de incubación donde el error es esperado y aceptado como parte integral del aprendizaje.

Paradigmas de Innovación Abierta (Chesbrough, 2003): Estas perspectivas enfatizan la permeabilidad del conocimiento y recursos entre academia y sector productivo, lo que incentiva la experimentación y, por ende, la posibilidad de fallar, pero también de aprender rápidamente. La tolerancia institucional al fracaso dentro de estos entornos minimiza la carga negativa del error y enfatiza sus beneficios a largo plazo.

Emprendimiento Universitario (Gibb, 2002; Kirby, 2006): Aunque no es una teoría formal, la literatura sobre emprendimiento universitario destaca que la misión de las universidades de tercera generación incluye formar individuos capaces de innovar y emprender. Esto se traduce en modelos pedagógicos que validan la experimentación y el fracaso como vías para un aprendizaje acelerado, generando un ambiente propicio para la creación de nuevos negocios (Morris, Kuratko & Cornwall, 2013).

Convergencia Teórica y Perspectiva de Análisis

Al integrar estas aproximaciones, se sustenta el nexo entre tolerancia al fracaso e intención emprendedora a partir de:

Bases Socio-Cognitivas: Las percepciones individuales —como la autoeficacia, el control percibido y la actitud— condicionan la respuesta ante el error y la decisión de emprender.

Modelo de Evento Emprendedor: La tolerancia al fracaso robustece la factibilidad percibida, pues los obstáculos se entienden como parte natural del proceso y no como imposibilidades insalvables.

Resiliencia y Aprendizaje: El fracaso se convierte en un catalizador de aprendizaje; esta reinterpretación positiva fortalece la determinación emprendedora y reduce la probabilidad de abandono prematuro.

Culturas Innovadoras: Las universidades que promueven la mentalidad de crecimiento y validan la experimentación ofrecen un marco propicio para el surgimiento de emprendedores con alta tolerancia al fracaso.

En resumen, la relación entre tolerancia al fracaso e intención emprendedora no es especulativa, sino que se fundamenta en un conjunto de teorías que explican cómo los individuos procesan el error, lo transforman en aprendizaje valioso y cómo, en un entorno favorable como la universidad, esta dinámica fortalece la decisión de lanzar y sostener iniciativas emprendedoras.

Justificación

La necesidad de abordar la relación entre la tolerancia al fracaso y la intención emprendedora se fundamenta en la escasez de investigaciones que integren las dimensiones emocionales y psicológicas dentro del proceso formativo de futuros empresarios. Aunque la literatura existente ha explorado diversos determinantes del emprendimiento, persiste un vacío en el análisis específico de cómo la capacidad para manejar situaciones adversas influye en la decisión de emprender, lo cual representa una oportunidad para enriquecer tanto la comprensión teórica como las prácticas formativas en este ámbito (Shane, 2003; Aldrich & Cliff, 2003).

Este estudio adquiere especial relevancia al centrarse en un contexto académico con alta incidencia en la formación de profesionales, como es el caso del CUCEA. Esta institución no solo se distingue por su tradición en la enseñanza de ciencias económico-administrativas, sino que también desempeña un papel clave en el desarrollo de competencias que trascienden el conocimiento técnico. Explorar cómo la tolerancia a la frustración y al fracaso se vincula con la intención emprendedora permitirá identificar estrategias de intervención y formación orientadas a potenciar el perfil emprendedor, facilitando la integración de habilidades emocionales en el currículo académico.

En definitiva, esta investigación no solo busca cerrar una brecha significativa en la literatura, sino también generar un impacto tangible en la formación universitaria y en el futuro emprendimiento de sus estudiantes.

Metodología

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo con alcance correlacional, orientado a examinar la relación entre la tolerancia al fracaso y la intención de emprender. Para ello, se diseñó un instrumento de medición compuesto por dos secciones: una destinada a evaluar la tolerancia al fracaso y otra enfocada en medir la intención emprendedora de los participantes.

Primera sección: Tolerancia al fracaso

La estructura de esta sección se construyó a partir de los siguientes ítems clave:

«Cuando enfrento un fracaso, lo veo como una oportunidad para aprender y mejorar» (Dweck, 2006).

Basado en el concepto de mentalidad de crecimiento, este ítem evalúa la resiliencia y disposición a superar retos a través del aprendizaje.

«Creo que el fracaso es una parte natural del camino hacia el éxito en los negocios» (Shepherd, 2003).

Refleja la aceptación del fracaso como un paso inevitable en el proceso emprendedor.

«Un negocio que no tuvo éxito me brindaría información valiosa para intentarlo de nuevo» (Politis & Gabrielsson, 2009).

Mide la capacidad de extraer aprendizajes útiles de experiencias fallidas.

«Creo que la mayoría de las personas exitosas han fracasado al menos una vez antes de alcanzar el éxito» (Byrne & Shepherd, 2015).

Evalúa la creencia en la frecuencia del fracaso como parte del camino al éxito.

«El miedo a fracasar me impide tomar decisiones arriesgadas que podrían traer grandes beneficios» (Bosma & Schutjens, 2011).

Analiza cómo el temor al fracaso limita la disposición a asumir riesgos emprendedores.

Segunda sección: Intención emprendedora

Se utilizó la escala propuesta por Liñán y Chen (2009), reconocida por su validez en contextos universitarios.

El cuestionario final integró 11 ítems en formato Likert de 5 puntos, donde 1 correspondía a «totalmente en desacuerdo» y 5 a «totalmente de acuerdo».

Población y muestra

La encuesta se aplicó de manera presencial a una muestra de 596 estudiantes universitarios inscritos en carreras de ciencias económico-administrativas en un centro universitario público mexicano. La selección fue aleatoria simple, procurando evitar respuestas duplicadas y garantizando la representación de diversas licenciaturas.

Análisis de datos

Los datos recolectados fueron codificados y analizados con el software estadístico SPSS. Se realizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) para validar la estructura interna de los constructos. El índice KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett confirmaron la adecuación de los datos para el análisis factorial.

Posteriormente, se evaluó la fiabilidad interna de cada escala mediante el coeficiente alfa de Cronbach, considerando aceptables valores superiores a 0.7.

Finalmente, se ejecutó un modelo de regresión lineal múltiple para determinar el poder explicativo de las dimensiones de tolerancia al fracaso sobre la intención emprendedora. Se examinó la significancia estadística del modelo y de los coeficientes individuales para identificar qué factores influyen significativamente, ya sea de forma positiva o negativa, en la intención de emprender.

Este diseño metodológico permitió obtener un análisis sólido y detallado sobre cómo ciertos valores personales relacionados con la tolerancia al fracaso pueden actuar como determinantes de la propensión emprendedora en contextos universitarios.

Análisis de resultados

La evaluación de los resultados se llevó a cabo mediante un análisis factorial exploratorio (AFE) para reducir la dimensionalidad de los datos, utilizando la matriz de correlaciones y el índice de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). El procedimiento consideró hasta 25 iteraciones para asegurar la convergencia del algoritmo y se aplicó una rotación ortogonal varimax con el fin de facilitar la interpretación de los factores.

La consistencia interna de las escalas se verificó mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Durante todo el proceso, el índice KMO superó 0.85, lo que respalda la idoneidad y solidez de la muestra para el análisis factorial ($p < 0.001$). No fue necesario eliminar variables, ya que los ítems se reagruparon adecuadamente en factores relevantes que reflejan las dimensiones teóricas estudiadas.

| KMO y prueba de Bartlett | |
|--|-------------------------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | .858 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aproximado |
| | 1403.546 |
| | gl |
| | 10 |
| | Sig. |
| | .000 |

| Estadísticos de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .868 | 5 |

| Resumen del procesamiento de los casos | | | |
|---|------------------------|-----|-------|
| | | N | % |
| Casos | Válidos | 596 | 100.0 |
| | Excluidos ^a | 0 | .0 |
| | Total | 596 | 100.0 |

| Matriz de componentes | |
|--|--------------|
| | Componente 1 |
| Cuando enfrento un fracaso, lo veo como una oportunidad para aprender y mejorar | .812 |
| Creo que el fracaso es una parte natural del camino hacia el éxito en los negocios | .833 |
| Un negocio que no tuvo éxito me brindaría información valiosa para intentarlo de nuevo | .835 |
| Creo que la mayoría de las personas exitosas han fracasado al menos una vez antes de alcanzar el éxito | .839 |
| El miedo a fracasar no me impide tomar decisiones arriesgadas que podrían traer grandes beneficios | .746 |
| <i>Método de extracción: Análisis de componentes principales.</i> | |

| Varianza total explicada | | | | | | |
|---|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
| Compo-nente | Autovalores iniciales | | | Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción | | |
| | Total | % de la varianza | % acumulado | Total | % de la varianza | % acumulado |
| 1 | 3.310 | 66.200 | 66.200 | 3.310 | 66.200 | 66.200 |
| 2 | .596 | 11.918 | 78.118 | | | |
| 3 | .419 | 8.372 | 86.491 | | | |
| 4 | .365 | 7.290 | 93.781 | | | |
| 5 | .311 | 6.219 | 100.000 | | | |
| <i>Método de extracción: Análisis de Componentes principales.</i> | | | | | | |

Para evaluar la relación entre la tolerancia al fracaso y la intención emprendedora, se realizó un análisis de regresión lineal utilizando las variables del estudio.

El modelo de regresión lineal confirma que la tolerancia al fracaso es un predictor estadísticamente significativo de la intención emprendedora en la muestra de estudiantes de licenciatura. Específicamente, el coeficiente de regresión no estandarizado (B) es 0.440 ($t = 11.925$; $p < 0.001$). Esto indica que, manteniendo constantes las demás variables, un aumento de una unidad en la tolerancia al fracaso se asocia con un incremento promedio de 0.44 unidades en la intención emprendedora.

De acuerdo con el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada), el modelo explica el 19.2% de la variabilidad total en la intención emprendedora y presenta un error estándar de estimación de 0.899, lo que indica un ajuste aceptable. Asimismo, la prueba ANOVA muestra que el modelo global es altamente significativo ($F = 142.2$; $p < 0.001$), lo que garantiza la validez del modelo de regresión.

| Variables introducidas/eliminadas ^a | | | |
|---|------------------------------------|----------------------|------------|
| Modelo | Variables introducidas | Variables eliminadas | Método |
| 1 | Tolerancia al fracaso ^b | . | Introducir |
| <i>a. Variable dependiente: Int emprendedora</i> | | | |
| <i>b. Todas las variables solicitadas introducidas.</i> | | | |

| Resumen del modelo | | | | |
|---|-------------------|------------|----------------------|-----------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado corregida | Error típ. de la estimación |
| 1 | .440 ^a | .193 | .192 | .89899434 |
| <i>a. Variables predictoras: (Constante), Tolerancia al fracaso</i> | | | | |

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|-----------|-------------------|-----|------------------|---------|-------------------|
| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
| 1 | Regresión | 114.935 | 1 | 114.935 | 142.212 | .000 ^b |
| | Residual | 480.065 | 594 | .808 | | |
| | Total | 595.000 | 595 | | | |
| a. Variable dependiente: Int emprendedora | | | | | | |
| b. Variables predictoras: (Constante), Tolerancia al fracaso | | | | | | |

| Coeficientes | | | | | | |
|---|-----------------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--------|-------|
| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | Sig. |
| | | B | Error típ. | Beta | | |
| 1 | (Constante) | 5.980E-017 | .037 | | .000 | 1.000 |
| | Tolerancia al fracaso | .440 | .037 | .440 | 11.925 | .000 |
| a. Variable dependiente: Int emprendedora | | | | | | |

Discusión

Definiendo la hipótesis 1 como: *La tolerancia al fracaso explica de manera positiva y significativa la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas*, podemos considerarla confirmada al obtener un coeficiente (B) de 0.440 en el análisis de regresión.

En términos prácticos, los resultados de este estudio ejemplifican la necesidad de incorporar módulos formativos específicos sobre tolerancia al fracaso dentro de los programas de emprendimiento universitario. La exposición controlada a escenarios de error puede fomentar el desarrollo de una mentalidad resiliente, potenciando así la intención emprendedora,

tal como lo respaldan estudios experimentales previos (Carmeli & Schau-broeck, 2007; Markman & Baron, 2003).

En síntesis, la presente investigación aporta novedades al campo de los estudios sobre intención emprendedora al cuantificar y validar empírica-mente la influencia de la tolerancia al fracaso, confirmando su papel como predictor significativo. Asimismo, sienta las bases para el diseño de inter-venciones orientadas a fortalecer esta competencia psicosocial, y plantea un marco de referencia para futuras investigaciones que consideren la in-tegración de variables adicionales.

Conclusiones

El presente estudio confirma empíricamente que la tolerancia al fracaso constituye un predictor positivo y estadísticamente significativo de la in-tención emprendedora en estudiantes universitarios del Centro Univer-sitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA). El modelo de re-gresión lineal arrojó un coeficiente no estandarizado $B = 0,440$ ($p < 0,001$) y un R^2 ajustado de 0,192, lo que implica que la competencia para afrontar el fracaso explica aproximadamente el 19 % de la variabilidad en la pro-pensión a emprender dentro de la muestra analizada. Aunque la magnitud del efecto es moderada, resulta consistente con la literatura que vincula rasgos psicosociales —particularmente resiliencia y autoconfianza— con la formación de actitudes emprendedoras (Baron, 2006; Rauch et al., 2009).

Tres hallazgos merecen especial mención. En primer lugar, el análisis fac-torial exhibe una estructura unidimensional sólida ($KMO = 0,858$; $\omega = 0,868$) para la escala de tolerancia al fracaso, confirmando la validez interna de los ítems seleccionados e indicando que el constructo se comporta de manera coherente en el contexto universitario mexicano. En segundo término, la elevada significancia del modelo global ($F = 142,2$; $p < 0,001$) sostiene la relevancia explicativa de la variable independiente, incluso sin controlar otros factores psicológicos o contextuales. Finalmente, la convergencia de

los datos institucionales con la literatura internacional —que subraya el rol formativo de la mentalidad de crecimiento (Dweck, 2006) y la experiencia vicaria de superar reveses (Shepherd, 2003)— refuerza la pertinencia de fomentar competencias emocionales desde los programas académicos.

Puntos de interés:

Confirmación de la hipótesis: La evidencia respalda que niveles más altos de tolerancia al fracaso incrementan significativamente la intención emprendedora. Este efecto, aunque de tamaño medio, se alinea con marcos conceptuales como la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), donde actitudes favorables hacia la acción —en este caso, resignificar el fracaso— fortalecen la intención conductual.

Relevancia educativa: Dado que la muestra proviene de un entorno universitario con fuerte orientación en ciencias económico-administrativas, los resultados sugieren que la incorporación de módulos de resiliencia y manejo del fracaso puede potenciar el perfil emprendedor de los estudiantes, contribuyendo además a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4 y 8).

Contribución al campo: Este estudio aporta evidencia cuantitativa para una población latinoamericana poco explorada en la psicología del emprendimiento, ampliando la comprensión de los factores que catalizan la actividad emprendedora en economías emergentes.

Limitaciones

A pesar de la solidez de los resultados, el estudio presenta varias restricciones metodológicas. El diseño transversal impide establecer causalidad; la relación encontrada puede ser bidireccional o estar moderada por variables omitidas (autoeficacia emprendedora, capital social, entre otras). Además, la medición basada en autoinformes es susceptible a sesgos de deseabilidad social y autopercepción. La investigación se circunscribe a una sola institución pública cuyos estudiantes comparten características curriculares y

culturales, lo que limita la generalización a otras regiones o disciplinas. El R^2 ajustado de 0,192 indica que más del 80 % de la varianza de la intención emprendedora permanece sin explicar, evidenciando la necesidad de integrar variables adicionales como percepción de oportunidades o valores personales (Krueger et al., 2000). Finalmente, aunque la escala de Liñán y Chen (2009) mostró alta fiabilidad, no se realizó análisis factorial confirmatorio ni comparaciones de subgrupos (género, semestre, experiencia laboral), lo que restringe la comprensión de heterogeneidades internas.

Implicaciones teóricas

Conceptualmente, los hallazgos complementan la literatura que relaciona la autopercepción del fracaso con los procesos de intención emprendedora, extendiendo los modelos de Ajzen (1991) y Bandura (1986) al incorporar la tolerancia al fracaso como factor independiente. La evidencia latinoamericana fortalece la discusión sobre la universalidad versus especificidad cultural en los modelos de desarrollo emprendedor, mostrando que las variables psicológicas mantienen su efecto más allá de contextos usualmente estudiados (EE.UU. o Europa).

Implicaciones prácticas

Para diseñadores de políticas universitarias y responsables de programas de incubación, los resultados subrayan la importancia de incluir experiencias de aprendizaje basadas en el error, tales como simulaciones de quiebra, metodologías lean startup con prototipado rápido o proyectos de «fracaso controlado». Estas prácticas ayudan a internalizar el fracaso como parte del proceso innovador, disminuyendo la aversión al riesgo y aumentando la persistencia frente a contratiempos. En la formación docente, se recomienda capacitar a profesores en estrategias de retroalimentación que valoren el aprendizaje derivado del error y promuevan narrativas de resiliencia. Institucionalmente, las oficinas de emprendimiento pueden

implementar programas de mentoría que compartan historias de fracasos y éxitos, fomentando una cultura académica que normalice el fracaso como un hito necesario en el aprendizaje.

Líneas de investigación futuras

Diseños longitudinales: Para evaluar la direccionalidad y la evolución temporal de la relación entre tolerancia al fracaso e intención emprendedora, se requieren estudios longitudinales que permitan medir ambos constructos antes, durante y después de experiencias formativas específicas, facilitando el análisis de trayectorias y cambios dinámicos.

Análisis comparativos: Replicar este estudio en distintas universidades —públicas y privadas— y en áreas disciplinarias diversas (ingenierías, artes, ciencias de la salud, entre otras) contribuiría a explorar la generalización de los hallazgos y la posible influencia de moderadores culturales, institucionales o académicos.

Métodos mixtos: La incorporación de metodologías cualitativas, como entrevistas en profundidad o grupos focales, podría complementar las encuestas cuantitativas y aportar una comprensión más profunda de los mecanismos psicológicos y sociales que facilitan la traducción de la tolerancia al fracaso en conductas emprendedoras efectivas.

Intervenciones experimentales: Desarrollar y evaluar programas educativos específicos orientados a fortalecer la tolerancia al fracaso permitiría medir los efectos causales y la sostenibilidad de estos impactos en la intención emprendedora a lo largo del tiempo.

En suma, este estudio aporta evidencia significativa sobre el efecto positivo y relevante de la tolerancia al fracaso en la intención emprendedora en un contexto universitario mexicano. A pesar de las limitaciones señaladas, los hallazgos subrayan la necesidad de integrar competencias emocionales y psicosociales en la formación de emprendedores, proporcionando un fundamento empírico sólido para el rediseño de políticas educativas centradas

en la resiliencia. Teóricamente, la investigación impulsa la ampliación de los modelos de intención emprendedora para incluir dimensiones afectivas relacionadas con la gestión de la adversidad. En la práctica, ofrece pautas concretas para que universidades y actores del ecosistema emprendedor fortalezcan la capacidad de sus estudiantes para transformar los fracasos en oportunidades de aprendizaje y crecimiento sostenible.

Referencias

- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- BANDURA, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- BOYD, N. G., & VOZIKIS, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
- CAVE, A., ECCLES, J., & RUNDLE, B. (2001). Learning through failure: The organizational impact of entrepreneurship. *Entrepreneurial Studies Journal*, 15(2), 45–62.
- CHESBROUGH, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- COPE, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373–397.
- DWECK, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- ETZKOWITZ, H., & LEYDESDORFF, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and «Mode 2» to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- FISHER, R. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019–1051.
- GARTNER, W. B. (1988). «Who is an entrepreneur?» Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.

- GIBB, A. A. (2002). In pursuit of a new <<enterprise>> and <<entrepreneurship>> paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- KIRBY, D. A. (2006). Creating entrepreneurial universities in the UK: Applying entrepreneurship theory to practice. *Journal of Technology Transfer*, 31(5), 599–603.
- KOLB, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- KNIGHT, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin.
- KRUEGER, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.
- LÜTHJE, C., & FRANKE, N. (2003). The <<making>> of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135–147.
- MASTEN, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227–238.
- MCCLELLAND, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- MCGRATH, R. G. (1999). Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. *Academy of Management Review*, 24(1), 13–30.
- MORRIS, M. H., KURATKO, D. F., & CORNWALL, J. R. (2013). *Entrepreneurship programs and the modern university*. Edward Elgar.
- PÉREZ, M., VALLEJO, D., & RÍOS, J. (2018). El rol de la universidad en el fomento de la actividad emprendedora: Un estudio empírico con estudiantes de pregrado. *Revista Iberoamericana de Emprendimiento*, 10(2), 45–62.
- POLITIS, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399–424.

- SCHUMPETER, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- SHANE, S., & VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- SHAPERO, A., & SOKOL, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- SHEPHERD, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318–328.
- ZHAO, H., HILLS, G. E., & SEIBERT, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.

CAPÍTULO 2

Determinantes de motivación en la intención emprendedora.

César Lugo-Valdez

Resumen

Este estudio analiza los motivadores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios, con especial énfasis en determinar si dicha intención responde principalmente a necesidades personales (emprendimiento por necesidad) o a oportunidades del entorno (emprendimiento por oportunidad).

El objetivo principal es investigar, desde una perspectiva teórica y empírica, el papel de los motivadores individuales en la intención emprendedora de jóvenes universitarios, evaluando también si contemplan el beneficio colectivo (como la solución de problemas sociales) dentro de sus motivaciones.

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, con alcance explicativo y correlacional, y utiliza un cuestionario estructurado con escala Likert de 5 puntos. El instrumento fue validado mediante análisis factorial exploratorio, cálculo del alfa de Cronbach y pruebas de adecuación muestral (KMO). La muestra estuvo conformada por 531 estudiantes de licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, seleccionados por muestreo probabilístico sobre una población de 21,614 estudiantes.

Los resultados indican que los estudiantes se orientan mayoritariamente hacia el emprendimiento por necesidad. El motivador con mayor peso fue

«solucionar mis necesidades personales» (carga factorial = 0.733), seguido por «autoemplearme» (carga factorial = 0.711). La variable «motivadores» presentó una alta fiabilidad ($\alpha = 0.927$) y explicó el 23 % de la varianza en la intención emprendedora. El modelo mostró una adecuada validez estadística (KMO general = 0.947; $p = 0.001$).

Se concluye que los motivadores individualistas tienen un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora. En consecuencia, se recomienda que los programas universitarios refuercen la formación orientada a la identificación de oportunidades de mercado y al fomento del emprendimiento con enfoque en la resolución de necesidades colectivas, para mejorar la viabilidad y sostenibilidad de los proyectos. Finalmente, se sugiere replicar el estudio en otros contextos institucionales y geográficos a fin de validar la generalización de los hallazgos.

Abstract

This study analyzes the motivators that influence university students' entrepreneurial intentions, with a special emphasis on determining whether such intentions primarily respond to personal needs (necessity-based entrepreneurship) or to environmental opportunities (opportunity-based entrepreneurship).

The main objective is to investigate, from a theoretical and empirical perspective, the role of individual motivators in the entrepreneurial intentions of young university students, also assessing whether they consider collective benefits (such as solving social problems) among their motivations.

The research adopts a quantitative approach, with explanatory and correlational scope, and uses a structured questionnaire with a 5-point Likert scale. The instrument was validated through exploratory factor analysis, calculation of Cronbach's alpha, and sampling adequacy tests (KMO). The sample consisted of 531 undergraduate students from the University Center for Economic and Administrative Sciences (CUCEA) of the University of Guadalajara, selected by probability sampling from a population of 21,614 students. The results indi-

cate that students are predominantly oriented toward entrepreneurship out of necessity. The most significant motivator was «solving my personal needs» (factor loading = 0.733), followed by «self-employment» (factor loading = 0.711). The «motivators» variable showed high reliability ($\alpha = 0.927$) and explained 23% of the variance in entrepreneurial intention. The model showed adequate statistical validity (general KMO = 0.947; $p = 0.001$).

It is concluded that individualistic motivators have a positive and significant impact on entrepreneurial intention. Consequently, it is recommended that university programs strengthen training aimed at identifying market opportunities and promoting entrepreneurship with a focus on addressing collective needs, to improve the viability and sustainability of projects. Finally, it is suggested that the study be replicated in other institutional and geographical contexts to validate the generalizability of the findings.

Introducción

Según estimaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su informe *Panorama Social de América Latina y el Caribe 2022*, la educación se plantea como un eje estratégico en las políticas de recuperación económica y social en la región. El informe revela que la pobreza y la pobreza extrema afectan de manera desproporcionada a niños, adolescentes y jóvenes, lo cual representa un riesgo significativo para su desarrollo integral. Una de las problemáticas sociales más críticas es la limitada calidad de la integración de los jóvenes en las actividades económicas, lo que repercute directamente en su bienestar y participación productiva en la sociedad.

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2016) señala que el 64% de los jóvenes en América Latina pertenecen a hogares pobres o de clase media vulnerable. Esta situación se agrava con el incremento de la tasa de desempleo juvenil, según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2017), que reporta un aumento constante en la desocupación en la región durante tres años

consecutivos. Particularmente, el desempleo en la población joven (de 15 a 29 años) pasó del 18.9% en 2016 al 19.5% en 2017, dejando a uno de cada cinco jóvenes sin acceso a empleo.

En este contexto, el emprendimiento emerge como uno de los principales mecanismos para impulsar el desarrollo económico, tanto a nivel individual como colectivo. Taraupez et al. (2018) destacan que la generación de emprendedores es una preocupación central para investigadores y responsables universitarios, ya que la actividad empresarial puede representar una alternativa ante el desempleo. En América Latina, factores como los bajos salarios, la inestabilidad laboral y la desaceleración económica suelen incentivar la creación de empresas por necesidad, más que como un camino hacia la autorrealización.

Paredes-Castillo (2016) sostiene que la pérdida de capital humano en los jóvenes no solo conduce al desempleo o a la inactividad prolongada, sino que también los expone a altos riesgos de exclusión social, delincuencia y consumo de drogas. En contraste, una mentalidad empresarial puede ser clave para transformar esa realidad: implica la capacidad de identificar y explotar oportunidades, generar ingresos propios y garantizar condiciones mínimas de vida. El emprendedor, bajo esta lógica, debe no solo visualizar oportunidades, sino también crear entornos que estimulen la innovación y el trabajo colaborativo.

Un estudio realizado por Cuaran et al. (2021), titulado *El emprendimiento joven: Un desafío para el desarrollo local*, empleó una metodología de enfoque mixto con predominancia cualitativa y un diseño no experimental de corte transversal. A través de encuestas aplicadas a 128 jóvenes del programa «Impulso Joven» en cinco provincias ecuatorianas, se identificaron características sociodemográficas, necesidades de financiamiento y nivel de conocimiento del entorno de negocio. Los resultados muestran que la mayoría de los emprendedores son mujeres de entre 26 y 30 años, con educación básica y proyectos en el sector comercial con inversiones menores a 10,000

dólares. A pesar de contar con experiencia en sus rubros, los participantes evidenciaron debilidades importantes en áreas como gestión de proveedores, estructura de costos y planeación financiera, lo que revela barreras estructurales que limitan la viabilidad y sostenibilidad de sus iniciativas.

Frente a este panorama, se hace indispensable profundizar en los motivadores que impulsan a los jóvenes universitarios a emprender. Entender qué es la motivación, qué es la motivación emprendedora y cómo se clasifica, es clave para analizar el desarrollo de la intención emprendedora.

Urcola (2008) define la motivación como la fuerza que impulsa a un sujeto a adoptar una determinada conducta. Leiva (2008) agrega que, en el estudio del autoempleo, es fundamental analizar cómo se origina una organización, tanto desde el proceso como desde la perspectiva individual. Gibb (1982) propone cuatro factores fundamentales para el surgimiento y éxito de nuevas empresas: motivación y determinación, idea y mercado, recursos y habilidades. Casrud et al. (2009) identifican múltiples tipos de motivación, entre ellos: búsqueda de éxito personal, placer o gratificación, deseo de cambio, independencia, entre otros. Estos pueden originarse por necesidades internas (motivación intrínseca) o por incentivos externos (motivación extrínseca), y no son necesariamente excluyentes.

De manera similar, Sánchez et al. (2012) afirman que los emprendedores pueden estar motivados por razones no económicas, como el prestigio, el deseo de evitar trabajos rutinarios, la búsqueda de libertad, la autorrealización o la seguridad laboral.

A la luz de este marco conceptual, se justifica la importancia de estudiar los motivadores que inciden en la intención emprendedora de la comunidad universitaria, ya que estos factores no solo determinan el inicio de proyectos empresariales, sino también su viabilidad, enfoque y sostenibilidad en el tiempo.

Marco teórico

Desde la antigüedad, los factores económicos y psicológicos han estado estrechamente vinculados al fenómeno del emprendimiento, al ser considerados motores del desarrollo, del cambio social y de la movilidad económica tanto a nivel individual como colectivo (Betakova et al., 2020). Esta relación ha generado un creciente interés por investigar a las personas que manifiestan la intención de iniciar un negocio propio, con el fin de comprender sus características, motivaciones y procesos de decisión.

Las preguntas centrales de este capítulo giran en torno a los factores que impulsan la intención emprendedora: ¿Qué características personales presentan quienes desean emprender? ¿Cuáles son los motivos que los llevan a tomar esta decisión? ¿Qué papel juegan las condiciones económicas, sociales y psicológicas en este proceso?

A lo largo de la historia, múltiples autores han definido el concepto de emprendimiento. Desde las primeras aproximaciones de Richard Cantillon en 1755, quien describía al emprendedor como aquel que asume riesgos en un entorno económico incierto, hasta definiciones más contemporáneas, el enfoque ha evolucionado para abarcar no solo la actividad económica, sino también dimensiones personales, sociales e institucionales.

Bosma et al. (2012) definen la intención emprendedora como las expectativas de los individuos respecto a iniciar un negocio en el futuro, lo que representa un paso previo crucial en el proceso de creación empresarial. Es decir, la intención emprendedora puede entenderse como el compromiso consciente de una persona hacia el acto de emprender.

En esta línea, el informe de febrero de 2025 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) subraya la importancia de contar con sistemas de apoyo eficaces que fomenten la actividad emprendedora. Estos sistemas incluyen asistencia financiera, capacitación técnica y mentoría, todos considerados elementos clave para fortalecer las capacidades de quienes desean iniciar un negocio.

El GEM es una de las principales fuentes de información sobre emprendimiento a nivel mundial y opera bajo la supervisión de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), una organización sin fines de lucro establecida en 2004 por Babson College y la London Business School. Su misión es contribuir al desarrollo económico global a través de la promoción y el análisis de la iniciativa emprendedora.

El modelo GEM identifica tres dimensiones fundamentales que componen el emprendimiento:

Actitudes: percepción social del emprendimiento, reconocimiento de oportunidades y autoconfianza.

Actividades: acciones concretas que los individuos realizan para iniciar y mantener un negocio.

Aspiraciones: metas y ambiciones a futuro, como la innovación, la internacionalización o la creación de empleo.

Estas dimensiones se representan en el Modelo GEM, que ofrece una visión integral del proceso emprendedor en distintos contextos socioculturales y económicos (véase Figura 1-2)

FIGURA 1-2: EL MODELO DEL GEM



Figura tomada de GEM. *Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo Amorós y Poblete (2012)*.

El modelo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) contempla una perspectiva integral del emprendimiento al considerar factores estructurales y contextuales que influyen en la actividad emprendedora. Entre estos se incluyen el entorno político, social y cultural, así como los requerimientos básicos para el funcionamiento del sistema económico y los elementos que potencian la eficiencia en la creación y consolidación de empresas. Estos factores se articulan con los componentes clave del modelo: actitudes, actividades y aspiraciones, los cuales permiten analizar las dinámicas del emprendimiento como mecanismo de crecimiento económico y desarrollo sostenible.

Según Amorós y Poblete (2012), en los países con bajos niveles de desarrollo, el autoempleo motivado por necesidad tiende a ser elevado. A medida que una economía avanza y se consolida, disminuye gradualmente el emprendimiento por necesidad, dado que los sectores productivos ofrecen mayores oportunidades de empleo formal. Simultáneamente, se observa un incremento en el emprendimiento por oportunidad, donde los individuos emprenden no por falta de alternativas, sino por identificar y aprovechar oportunidades en el entorno.

Bajo el enfoque del modelo GEM, los tres componentes fundamentales se explican de la siguiente manera:

Actitudes: Hacen referencia a la percepción de oportunidades emprendedoras, el nivel de riesgo percibido y la autoconfianza. Esta dimensión incluye las habilidades, conocimientos y experiencia previa que permiten evaluar las posibilidades de éxito de una iniciativa emprendedora.

Actividades: Se vinculan con la naturaleza y características de los emprendimientos, incluyendo el sector industrial, el tamaño del equipo fundador, el grado de independencia respecto a otros negocios, y los datos sociodemográficos de los emprendedores (como género, edad y nivel educativo). Además, se consideran las fases de desarrollo del negocio (emprendimientos nacientes, nuevos o establecidos), así como el tipo de motivación (por necesidad o por oportunidad).

Aspiraciones: Abarcan los objetivos de mediano y largo plazo del emprendimiento, tales como el nivel de innovación, los procesos de producción, el acceso a mercados internacionales, y las estrategias de financiamiento para el crecimiento. También se incluyen la generación de empleos, las expectativas de escalabilidad y la proyección global del negocio.

En este contexto, se vuelve relevante introducir una cuarta dimensión que complementa al modelo GEM: el bienestar social. Esta propuesta surge como respuesta a la necesidad de replantear el papel del emprendimiento más allá de la generación de riqueza económica, integrando una visión que contemple el impacto social y ambiental de las iniciativas empresariales.

De acuerdo con el portal Newsmedia de la Universidad Panamericana (2023), la responsabilidad social y la sostenibilidad están evolucionando hacia modelos empresariales que priorizan la innovación con sentido social, fomentando empresas que contribuyan al bienestar colectivo. En este mismo sentido, Duarte y Jiménez (2007) definen el bienestar social como la satisfacción de las necesidades básicas y superfluas de los individuos que integran una comunidad, incorporando tanto dimensiones objetivas (como el acceso a recursos) como subjetivas (como la percepción de calidad de vida).

Desde esta perspectiva, se plantea que todo emprendimiento debería surgir a partir del objetivo de resolver una necesidad —ya sea esencial o complementaria—, y que el beneficio económico sea una consecuencia natural de esa función social. Por lo tanto, integrar el bienestar social como un cuarto componente del modelo GEM enriquecería el análisis de la intención emprendedora, proporcionando una visión más integral, ética y sostenible del emprendimiento contemporáneo.

Mediante un Análisis Factorial Exploratorio, con el propósito de identificar y agrupar los factores relevantes para la investigación. Para validar el instrumento se calcularon indicadores de fiabilidad y adecuación muestral, tales como el coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), y la fiabilidad interna de las escalas mediante el Alfa de Cronbach. Finalmente, se aplicó un modelo de regresión lineal para comprobar la hipótesis planteada.

Los ítems fueron formulados a modo de escenarios basados en la revisión bibliográfica, permitiendo evaluar la percepción de los estudiantes sobre elementos y factores asociados con la intención emprendedora. La escala de valoración utilizada fue de 1 a 5, donde 1 correspondió a «totalmente en desacuerdo» y 5 a «totalmente de acuerdo», facilitando así la evaluación de la percepción de la comunidad universitaria respecto al fenómeno estudiado.

El universo de estudio estuvo conformado por la población estudiantil de licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, que para el momento de la investigación ascendía a 21,614 estudiantes.

Para determinar la muestra representativa se aplicó la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del $\pm 5\%$, con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N) + (Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N) \cdot (1-p)} = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{2Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N} = \frac{1}{2} = 0.5$$

Donde:

ZZZ = Nivel de confianza (valor crítico para 95%)

PPP = Proporción estimada de la población que presenta el fenómeno

QQQ = Proporción estimada de la población que no presenta el fenómeno
(1-p)

NNN = Tamaño total de la población

EEE = Margen de error aceptado

NNN = Tamaño de la muestra

Con base en esta fórmula, se enviaron cuestionarios a la muestra objetivo y se obtuvieron 531 respuestas válidas de estudiantes de licenciatura, consideradas suficientes para los parámetros estadísticos establecidos. La recolección de datos se llevó a cabo durante marzo de 2025.

Respecto a las características demográficas de la muestra, el 67.4% correspondió a mujeres y el 32.6% a hombres. Los participantes provenían de 10 programas educativos, predominando las licenciaturas en Mercadotecnia (26.9%), Negocios Internacionales (23.2%), Administración (17.2%) y Contaduría Pública (17.1%), las carreras con mayor matrícula en el Centro Universitario. Asimismo, el 91.4% de los estudiantes encuestados cursaban al menos dos años (y hasta cuatro) de su programa académico.

Con los datos recabados, se procedió al análisis estadístico para la obtención de resultados, aplicando las técnicas descritas con el fin de validar el instrumento y verificar las relaciones propuestas en el modelo de investigación.

Resultados

Análisis estadístico

Una vez concluida la etapa de recopilación de datos, se aplicaron técnicas de estadística descriptiva e inferencial para su análisis. La codificación, depuración preliminar y análisis descriptivo de los datos se realizaron mediante el software SPSS versión 24.

Los resultados del estudio evidencian que los motivadores presentan una asociación positiva y significativa con la intención emprendedora en estudiantes universitarios.

Se identificaron un total de ocho variables latentes en el modelo, siendo la variable MOTIVADORES el componente número 7.

Medida de adecuación muestral

La medida de adecuación muestral general de las variables independientes es muy buena, con un coeficiente Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) de 0.947 y una significancia de 0.000.

La medida de adecuación muestral específica para la variable independiente MOTIVADORES también es buena, con un KMO de 0.789 y significancia de 0.001.

Varianza explicada

El porcentaje acumulado de la varianza explicada para la variable independiente (MOTIVADORES), basado en la suma de cargas al cuadrado tras la rotación, es del 47%.

Para la variable dependiente, el porcentaje acumulado de varianza explicada es del 74%.

Fiabilidad del instrumento

La variable independiente MOTIVADORES mostró una alta fiabilidad interna, con un Alfa de Cronbach de 0.927, lo que indica consistencia en los ítems que conforman esta escala.

Significancia del modelo

El modelo presentado es estadísticamente significativo, con un valor p de 0.001, menor al umbral de significancia de 0.05.

Tabla 2. Capacidad explicativa del modelo R²

Resumen del modelo

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error Estándar de la estimación |
|--------|-------|------------|---------------------|---------------------------------|
| 1 | ,485a | ,235 | ,233 | ,87558494 |

Predictores: (Constante), MOTIVADORES

Capacidad explicativa del modelo

La variable independiente MOTIVADORES explica el 23% de la variabilidad en la intención emprendedora ($R^2 = 0.23$), lo cual es un resultado considerado adecuado para un modelo explicativo en ciencias sociales.

Carga factorial de los ítems del constructo MOTIVADORES

| Ítem | Carga factorial |
|---|-----------------|
| Mi mayor expectativa para emprender un negocio es solucionar mis necesidades personales. | 0.733 |
| Autoemplearme es el principal motivo que me impulsaría para emprender. | 0.711 |
| Generar riqueza es el principal motivo que me impulsaría para emprender. | 0.697 |
| Responder a las necesidades del mercado debe ser el motivador fundamental para emprender y en consecuencia obtener beneficios económicos. | 0.683 |
| Si encontrara una oportunidad para emprender un negocio, lo haría sin importar que tenga que dejar mi empleo. | 0.634 |

Nota: Método de extracción utilizado: análisis de componentes principales (1 componente extraído).

La mayor carga factorial corresponde al ítem que señala que la expectativa principal para emprender es <<solucionar mis necesidades personales>>, lo que indica que este es el motivador más fuerte dentro del grupo de estudiantes evaluado.

Resultados clave del análisis

Con base en la hipótesis planteada respecto a los motivadores de la intención emprendedora en estudiantes del CUCEA y la importancia del bienestar social como factor en la creación de negocios, se concluye que:

El ítem con mayor peso para los estudiantes es solucionar necesidades económicas personales (carga 0.733).

Le sigue la motivación de autoemplearse (0.711).

En tercer lugar, está el interés en generar riqueza (0.697).

Luego, la percepción de que responder a las necesidades del mercado es un motivador fundamental (0.683).

Finalmente, la disposición para emprender sin importar dejar un empleo actual (0.634).

Estos resultados confirman que los motivadores de tipo individualista, especialmente la necesidad personal, son factores clave en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Conclusión

Los resultados revelan que los estudiantes universitarios del CUCEA (Universidad de Guadalajara) manifiestan una mayor inclinación hacia el emprendimiento por necesidad que por oportunidad. El motivador con la mayor carga factorial (0.733) corresponde a «solucionar mis necesidades personales», seguido por la motivación para autoemplearse (0.711). Estos hallazgos son coherentes con la literatura de Amorós y Poblete (2012), quienes sostienen que en economías en desarrollo predomina el emprendimiento impulsado por la necesidad.

Esta evidencia permite no rechazar la hipótesis que plantea que los motivadores individualistas tienen un impacto positivo y significativo en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

No obstante, esta tendencia plantea una preocupación respecto a la sostenibilidad y competitividad de los futuros emprendimientos, dado que la desconexión con las oportunidades y necesidades del mercado podría limitar su éxito y crecimiento.

El modelo estadístico utilizado mostró una calidad robusta, con indicadores de adecuación muestral muy buenos (KMO general = 0.947 y específico para motivadores = 0.789), así como una alta consistencia interna del instrumento (Alfa de Cronbach = 0.927). La significancia estadística del modelo ($p = 0.001$) refuerza la validez y confiabilidad de los resultados.

La variable motivación explicó el 23% de la variabilidad en la intención emprendedora dentro de la muestra estudiada.

Con base en estos resultados, se recomienda fortalecer en los programas universitarios la formación orientada a desarrollar una visión de oportunidad de mercado y fomentar la responsabilidad social en el emprendimiento.

Aunque la muestra es representativa dentro del CUCEA, se sugiere ampliar el estudio a otras universidades y regiones para validar la generalización de los hallazgos. Futuras investigaciones podrían profundizar en las diferencias motivacionales según género, programa académico y nivel socioeconómico, con el fin de comprender mejor los factores que influyen en la intención emprendedora.

Referencias

- AMORÓS, J. Y POBLETE, C. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. Aspiraciones de los emprendedores en Chile y el Mundo. Universidad del Desarrollo
- BETÁKOVÁ, V., HAVIERNIKOVÁ, K., OKREŠLICKA, M., MYNARZOVA, M. Y MAGDA, R. (2020). The role of universities in supporting entrepreneurial intentions of students toward sustainable entrepreneurship. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. Vol. 8. Núm. 1. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(40\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(40))
- BOSMA, N., WENNEKERS, S. Y AMORÓS, J. (2012). Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe, Global Entrepreneurship Research Association. <http://gemconsortium.org/report>
- CASRUD, L., BRANNBACK, M. ELFVING, J. Y BRANDT, K. (2009). Motivations: The Entrepreneurial Mind and Behavior. Understanding the Entrepreneurial Mind. New York Springer. Págs. 141-165.
- CEPAL (2022). Panorama social de América Latina. Santiago de Chile, CEPAL-Naciones Unidas.
- CUARÁN, M., TORRES, O. Y PACÍFICO, L. (2021). El emprendimiento joven: Un desafío para el desarrollo local. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 9(1). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2880>

- DUARTE, T. Y JIMÉNEZ, R. (2007). Aproximación a la teoría del bienestar. *Scientia et Technica*. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Vol. 13 (37). págs. 305-310.
- GIBB, A., RITCHIE, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*. Vol. 1, No. 1. Págs. 26-46.
- LEIVA, J. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*. Págs. 323-339.
- PAREDES-CASTILLO, L. A. (2016). El emprendedurismo dentro de la base educativa como método de autoempleo a los estudiantes del V año de Administración de Empresas modalidad diurno del Centro Universitario Regional – Somotillo 2016. *Rev. Iberoam. Bioecon. Cambio Clim.*, 2(1), 121–132. <https://doi.org/10.5377/ribcc.v2i1.5688>
- OCDE (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: juventud, competencias y emprendimiento. París: OECD Publishing.
- OIT (2017). Panorama laboral. América Latina y el Caribe. Lima: OIT.
- SÁNCHEZ, J., ALDANA, R., DE DIOS, S. Y YURREBASO, A. (2012). La motivación y la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*. Vol. 4, Núm. 1. Págs. 521-531.
- TERAUPEZ, E., GÚZMAN, B. Y PARRA, R. (2018). Determinants of entrepreneurial intention in Latin America. *Scielo*. Vol. 9, No. 19. doi. org/10.14349/sumneg/2018.v9.n19.a7
- UNIVERSIDAD PANAMERICANA [IPADE]. (2023). *Newsmedia. El impacto social de una escuela de negocios*. <https://www.ipade.mx/newsmedia/gestion/el-impacto-social-de-una-escuela-de-negocios/>
- URCOLA, J. (2008). La Motivación empieza en uno mismo. Madrid. Esic Editorial.

CAPÍTULO 3

La importancia del conocimiento financiero para la intención emprendedora.

Alexis Rafael Magdaleno-Luna.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo determinar de qué manera influye el conocimiento financiero en la intención emprendedora de los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara. Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo basado en estadística inferencial, aplicando un cuestionario de cinco ítems con escala Likert (1-5) a una muestra de 596 alumnos de licenciatura, midiendo el conocimiento financiero (variable independiente) y la intención emprendedora (variable dependiente).

Los datos fueron procesados en SPSS, realizándose las pruebas de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO \geq 0.75$) y de esfericidad de Bartlett para validar el análisis factorial de ambas variables. La prueba KMO mostró valores superiores a 0.75, con una varianza explicada del 73.62 % para la intención emprendedora y del 57.34 % para el conocimiento financiero. Asimismo, las escalas presentaron fiabilidad, con un alfa de Cronbach superior a 0.70. Finalmente, se llevó a cabo una regresión lineal que reveló un R^2 de 0.242 y un coeficiente β de 0.494, evidenciando una relación positiva y significativa entre el conocimiento financiero y la intención emprendedora, lo cual permite aceptar la hipótesis de investigación.

Estos hallazgos subrayan la importancia de incorporar la formación financiera en planes de estudio y programas de incubación, dado que el fortalecimiento de estas competencias puede incrementar la propensión de los estudiantes a emprender proyectos viables y sostenibles.

Abstract

This article aims to determine how financial knowledge influences the entrepreneurial intentions of students at the University Center for Economic and Administrative Sciences (CUCEA) at the University of Guadalajara. To this end, a quantitative approach based on inferential statistics was used, administering a five-item Likert-scale questionnaire (1–5) to a sample of 596 undergraduate students. Financial knowledge (independent variable) and entrepreneurial intention (dependent variable) were measured.

The data were processed in SPSS, and the Kaiser–Meyer–Olkin sampling adequacy test ($KMO \geq 0.75$) and Bartlett's sphericity test were performed to validate the factor analysis of both variables. The KMO test showed values above 0.75, with an explained variance of 73.62% for entrepreneurial intention and 57.34% for financial knowledge. The scales also demonstrated reliability, with a Cronbach's alpha greater than 0.70. Finally, a linear regression analysis revealed an R^2 of 0.242 and a β coefficient of 0.494, demonstrating a positive and significant relationship between financial knowledge and entrepreneurial intent, which supports the research hypothesis.

These findings underscore the importance of incorporating financial literacy into curricula and incubation programs, given that strengthening these competencies can increase students' propensity to undertake viable and sustainable projects.

Introducción

Este trabajo es de interés tanto para académicos como para emprendedores, ya que expone la importancia de contar con conocimientos financieros adecuados para emprender con éxito. El emprendimiento constituye un

pilar fundamental para el desarrollo económico y social de cualquier país. En el caso de México, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPy-MEs) representan el 99.8% de las unidades productivas, generan el 74% del empleo y aportan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) (Escamilla, Caldera y Carrillo, 2012). No obstante, la sostenibilidad de estas empresas enfrenta serios desafíos, entre los cuales destaca la carencia de habilidades financieras sólidas. Esta limitación afecta la capacidad de los emprendedores para gestionar eficientemente sus recursos, planear a largo plazo y tomar decisiones estratégicas fundamentadas.

El emprendimiento también ha sido identificado como un catalizador clave para atender problemas estructurales del país, como el desempleo. Para García Macías, Zerón Félix y Sánchez-Tovar (2018), factores del entorno como el acceso al financiamiento y el marco regulatorio influyen directamente en la apertura y sostenibilidad de nuevos negocios. En este contexto, los emprendedores no solo generan empleos para otros, sino que también encuentran en el emprendimiento una vía de autoempleo y realización personal. Así, las nuevas empresas se convierten en un termómetro de la salud económica y social del país.

Dentro de esta dinámica, la relación entre el conocimiento financiero y la intención emprendedora adquiere una importancia creciente en la investigación académica. Según la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF, 2018), solo el 30% de la población mexicana posee conocimientos financieros básicos, lo cual genera una brecha significativa que afecta negativamente la viabilidad de los nuevos negocios. Esta deficiencia en educación financiera se traduce en una alta tasa de fracaso: aproximadamente el 75% de los emprendimientos en México no superan los dos primeros años de operación (Failure Institute, 2016). Estos datos subrayan la necesidad de fortalecer la educación financiera como un factor estratégico para mejorar la supervivencia y el éxito de los emprendimientos en el país.

El conocimiento financiero constituye una competencia esencial para la sostenibilidad y el éxito de los emprendimientos, ya que permite a los emprendedores evaluar riesgos, gestionar presupuestos, calcular costos y determinar la viabilidad económica de sus proyectos. Dado que todo emprendimiento busca ser rentable y sostenible, el diseño y ejecución de estrategias financieras se vuelve indispensable para optimizar recursos y tomar decisiones informadas. En este contexto, la educación financiera no solo influye en la intención de emprender, sino que también desempeña un papel crucial en la supervivencia y rentabilidad de las empresas emergentes.

Desde una perspectiva global, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha señalado que la falta de educación financiera representa una barrera significativa para el acceso al financiamiento, además de limitar la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones estratégicas acertadas. Por ello, diversos programas de capacitación financiera han demostrado ser efectivos al mejorar las tasas de éxito de los nuevos negocios, fortaleciendo con ello el ecosistema emprendedor.

La literatura académica respalda esta afirmación. Múltiples estudios han identificado al conocimiento financiero como un factor determinante en la intención emprendedora. Por ejemplo, García Macías, Zerón Félix y Sánchez-Tovar (2018) concluyeron que la educación financiera influye de manera significativa en la toma de decisiones estratégicas de los emprendedores, impactando directamente en la viabilidad y sostenibilidad de sus negocios. Asimismo, Espino Barranco, Hernández Calzada y Pérez Hernández et al. (2021) encontraron que los emprendedores que reciben formación en finanzas empresariales mejoran sustancialmente su capacidad de planificación, ejecución y gestión, lo cual se traduce en un mejor desempeño empresarial.

Estos hallazgos refuerzan la necesidad de incorporar la educación financiera en los programas de formación emprendedora, ya que no solo incrementa la intención de emprender, sino que también mejora las probabilidades de éxito a largo plazo.

La educación financiera constituye un factor determinante en la formación de la intención emprendedora. La ausencia de conocimientos sólidos en esta área limita la capacidad de los futuros emprendedores para diseñar modelos de negocio viables, tomar decisiones estratégicas y gestionar adecuadamente los recursos. Esta carencia, común en gran parte de la población mexicana, representa una barrera crítica para el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos.

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF, 2018), apenas el 30% de la población adulta en México posee conocimientos financieros básicos. Esta brecha educativa no solo condiciona la viabilidad de los proyectos emprendedores, sino que contribuye directamente a las elevadas tasas de fracaso empresarial, donde aproximadamente el 75% de los nuevos negocios no superan los primeros dos años de operación (Failure Institute, 2016).

Ante esta situación, es imprescindible que las políticas públicas y las instituciones educativas integren programas de capacitación financiera dirigidos tanto a estudiantes como a emprendedores en activo. Una mayor preparación en esta área no solo incrementaría la tasa de éxito de los negocios emergentes, sino que también contribuiría a fortalecer el ecosistema emprendedor del país, promoviendo un entorno más competitivo, resiliente e innovador.

El emprendimiento, por su parte, se ha consolidado como una herramienta clave para el desarrollo económico y social en México. Su relevancia ha crecido de manera exponencial en las últimas décadas, posicionándose como una estrategia efectiva para generar empleo, reducir desigualdades y dinamizar las economías regionales. En un país marcado por profundas asimetrías económicas y un contexto global cambiante, fomentar el emprendimiento implica no solo promover el crecimiento económico, sino también impulsar la inclusión social y territorial.

Particularmente, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) representan el 99.8% del total de las entidades productivas del país, generan el 74% del empleo y aportan alrededor del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional (Escamilla, Caldera y Carrillo, 2012). Estos datos evidencian su rol crucial como columna vertebral de la economía mexicana.

A lo largo del presente trabajo se explorarán los principales beneficios del emprendimiento en México, los retos estructurales que enfrenta, las oportunidades derivadas de una mejor formación financiera, y el impacto que puede tener en el desarrollo regional y social del país, con base en evidencia empírica y literatura académica reciente.

El emprendimiento como catalizador del desarrollo económico.

El emprendimiento ha sido identificado como un catalizador clave para el desarrollo económico en México. Según García-Macías, Zerón-Félix y Sánchez-Tovar (2018), factores del entorno como el acceso al financiamiento, la carga regulatoria y las condiciones institucionales tienen un impacto decisivo en la apertura, sostenibilidad y escalabilidad de nuevos negocios en el país. Estos elementos no solo determinan la cantidad de iniciativas emprendedoras que surgen, sino también su calidad, innovación y capacidad de generar empleo en diversas regiones.

Además de su rol económico, el emprendimiento cumple una función social crítica al enfrentar problemas estructurales como el desempleo. Las nuevas empresas funcionan como un termómetro de la salud económica nacional: su proliferación indica dinamismo, mientras que su escasez refleja estancamiento o falta de oportunidades. En un contexto donde el desempleo persiste como una problemática estructural, los emprendedores no solo crean empleos para terceros, sino que encuentran en el autoempleo una vía de subsistencia y realización personal.

Para Canales García et al. (2017), el emprendimiento juvenil en particular se ha convertido en una respuesta ante la escasez de oportunidades laborales

formales. Muchos jóvenes optan por iniciar un negocio no como una decisión estratégica, sino como una necesidad. Este enfoque reactivo del emprendimiento evidencia la urgencia de crear condiciones que permitan que estas iniciativas transiten de la supervivencia a la sostenibilidad y el crecimiento.

Cuando se combinan con educación, capacitación técnica, mentorías y acceso al financiamiento, los emprendimientos pueden transformarse en vehículos reales de movilidad económica y social. Este enfoque es especialmente relevante en el caso de los jóvenes, quienes poseen características distintivas como creatividad, alta adaptabilidad y disposición al riesgo, lo que los posiciona como actores clave dentro del ecosistema emprendedor.

No obstante, para que este potencial se materialice, es necesario fortalecer el entorno emprendedor mediante políticas públicas integrales que impulsen el emprendimiento juvenil no solo como una salida ante la falta de empleo, sino como una opción estratégica, viable y competitiva. Esto implica facilitar el acceso a redes de apoyo, reducir las barreras burocráticas y promover una cultura que valore la innovación y tolere el fracaso como parte del proceso emprendedor.

Innovación como pilar del emprendimiento en México.

La innovación se consolida como un pilar fundamental para el éxito del emprendimiento en México. Según Sánchez Tovar et al. (2015), las regiones con mayor capacidad de innovación presentan niveles más altos de actividad emprendedora, evidenciando una correlación positiva entre desarrollo tecnológico y dinamismo empresarial. Este fenómeno cobra especial relevancia en un país caracterizado por una marcada desigualdad regional, donde los ecosistemas urbanos y con infraestructura avanzada ofrecen condiciones más propicias para la creación y difusión de nuevas ideas, productos y servicios.

La innovación, en este contexto, actúa como un mecanismo que permite a las empresas diferenciarse en mercados cada vez más competitivos, así

como adaptarse con agilidad a los cambios del entorno. Su integración en los modelos de negocio se convierte en una ventaja estratégica que impacta directamente en la sostenibilidad y el crecimiento de los emprendimientos.

López-Lemus y De la Garza Carranza (2020) subrayan que la gestión efectiva del emprendimiento está intrínsecamente ligada a la capacidad de innovación. Su investigación sobre pequeñas y medianas empresas (PyMEs) mexicanas demuestra que aquellas que adoptan prácticas innovadoras —ya sea en procesos, productos, modelos de negocio o marketing— logran un mejor desempeño financiero y una mayor sostenibilidad en el largo plazo. Este dinamismo genera un círculo virtuoso: la innovación fortalece la competitividad, lo que a su vez estimula el crecimiento económico y la consolidación de nuevas empresas.

No obstante, persisten barreras estructurales que limitan el desarrollo del emprendimiento innovador en México. Entre ellas destacan la escasa inversión en investigación y desarrollo (I+D), la baja cultura de innovación en ciertos sectores productivos, y la débil vinculación entre el sector académico y el sector empresarial. Esta desconexión dificulta la transferencia de conocimiento, la adopción de tecnologías emergentes y la formación de capital humano especializado.

Para superar estos desafíos, se requiere una estrategia coordinada entre los sectores público, privado y académico. Es fundamental promover políticas públicas que incentiven la innovación abierta, la colaboración universidad-empresa, y la creación de fondos de financiamiento para proyectos innovadores. Asimismo, es prioritario fortalecer las capacidades institucionales de los ecosistemas regionales para generar entornos más favorables a la creación y escalamiento de iniciativas emprendedoras basadas en innovación.

Desafíos y oportunidades del emprendimiento en México.

Si bien el emprendimiento representa un motor estratégico para el desarrollo económico y social del país, enfrenta importantes desafíos estructurales que dificultan su consolidación. Entre los obstáculos más citados se encuentran la excesiva burocracia, la inestabilidad regulatoria y la limitada disponibilidad de financiamiento. De acuerdo con Escamilla, Caldera y Carrillo (2012), estos factores inhiben la creación de nuevas empresas y restringen su capacidad de crecimiento y sostenibilidad. Superar estas barreras requiere de políticas públicas eficaces orientadas a simplificar los trámites administrativos, fortalecer el marco legal y ampliar el acceso a recursos financieros tanto públicos como privados.

No obstante, también existen oportunidades significativas que pueden potenciar el ecosistema emprendedor. Uno de los mecanismos más prometedores son las incubadoras de empresas universitarias, las cuales han demostrado ser plataformas efectivas para fomentar el emprendimiento juvenil. Según Aldana Fariñas et al. (2011), estas incubadoras no solo proporcionan conocimientos teóricos, sino que también ofrecen asesoría práctica, acompañamiento técnico, redes de contacto y acceso a capital semilla. Un ejemplo destacado es el Tecnológico de Monterrey, institución que ha implementado programas basados en modelos de negocios dinámicos y metodologías ágiles. Estos programas permiten a los estudiantes desarrollar ideas innovadoras y convertirlas en iniciativas empresariales viables.

Además, programas gubernamentales como los impulsados por el extinto Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) han desempeñado un papel relevante en la capacitación y financiamiento de emprendedores en todo el país. Sin embargo, la falta de continuidad, los cambios sexenales en las políticas públicas y los problemas de corrupción han limitado el impacto a largo plazo de estas iniciativas. Esto pone de relieve la necesidad de diseñar políticas emprendedoras con visión de Estado, sostenidas en el tiempo, y respaldadas por mecanismos de evaluación rigurosos.

En este contexto, fortalecer las alianzas entre universidades, sector privado y gobierno puede ser clave para articular una infraestructura de apoyo más sólida. La consolidación de un entorno emprendedor robusto requiere de instituciones confiables, programas permanentes de formación, acceso equitativo al financiamiento, y una cultura que valore el riesgo, la innovación y la perseverancia.

Conocimiento financiero y su impacto en el emprendimiento en México.

La educación financiera en México presenta un rezago significativo, lo cual limita la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones acertadas. Según Espino-Barranco et al. (2021), apenas el 30% de la población mexicana posee conocimientos financieros básicos. Esta deficiencia impacta directamente en la administración de recursos, la planificación estratégica y el acceso al financiamiento formal. Como resultado, muchos emprendedores enfrentan dificultades para gestionar adecuadamente sus ingresos, controlar sus egresos y evaluar con precisión la viabilidad de sus proyectos.

La educación financiera no se limita a la comprensión de conceptos básicos, sino que también incluye el desarrollo de habilidades prácticas como la interpretación de estados financieros, la elaboración de presupuestos y el análisis de escenarios financieros. No obstante, García Mata et al. (2021) señalan que el alfabetismo financiero es bajo, especialmente en dimensiones relacionadas con la actitud, el comportamiento y la aplicación práctica del conocimiento financiero. Esta brecha se traduce en decisiones empresariales poco fundamentadas, lo que puede comprometer seriamente la sostenibilidad de los emprendimientos.

La gestión financiera es, en este contexto, una competencia crítica. Terrazas Pastor (2009) define esta actividad como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos financieros con el fin de maximizar beneficios y respaldar decisiones estratégicas. Sin embargo, muchas Mi-PyMEs mexicanas carecen del conocimiento necesario para implementar

modelos financieros eficientes, lo que incrementa su exposición a riesgos económicos y reduce sus posibilidades de crecimiento sostenido.

Maldonado-Escandón et al. (2017) advierten que la ausencia de planificación estratégica en la gestión financiera incrementa la vulnerabilidad de las empresas frente a contextos económicos inciertos. En particular, los emprendedores suelen priorizar el crecimiento acelerado sin considerar aspectos fundamentales como el control de liquidez, el análisis de rentabilidad o la evaluación del apalancamiento financiero, lo cual puede llevar a la insolvencia en etapas tempranas.

Otro factor crítico es la inclusión financiera. Según Décaro-Santiago et al. (2020), solo el 29% de los adultos mexicanos tiene acceso al crédito formal. Entre las principales barreras se encuentran la falta de historial crediticio, ingresos irregulares o bajos, y registros negativos en el buró de crédito. Estas condiciones restringen el acceso a financiamiento para los emprendedores, obligándolos a recurrir a fuentes informales que suelen implicar mayores costos y mayores niveles de riesgo.

Además, el desconocimiento de los productos y servicios del sistema financiero formal contribuye a la baja inclusión. Espino-Barranco et al. (2021) señalan que una mayor alfabetización financiera podría incrementar la confianza de los emprendedores en el uso de instrumentos financieros formales, mejorando su acceso a crédito y fortaleciendo su capacidad de inversión.

Por otra parte, el ecosistema emprendedor desempeña un papel clave en el desarrollo de habilidades financieras. Guerrero y Santamaría-Velasco (2020) argumentan que universidades, instituciones financieras y organismos gubernamentales forman parte de una red que puede proporcionar herramientas de capacitación y acceso a recursos financieros. Sin embargo, en muchas regiones del país, estas redes son débiles o carecen de coordinación efectiva, lo que limita su alcance y su impacto real sobre el emprendedor.

Burocracia y Tramitología como Barreras al Emprendimiento

Uno de los principales obstáculos que enfrentan los emprendedores en México es la excesiva burocracia y la tramitología asociada a la creación y operación de empresas. Según Escamilla, Caldera y Carrillo (2012), los procesos administrativos engorrosos dificultan significativamente la puesta en marcha de nuevos negocios. Entre los problemas más comunes se encuentran los largos tiempos de espera para la obtención de licencias y permisos, los elevados costos regulatorios y la falta de transparencia en los trámites gubernamentales.

Estas barreras no solo desincentivan el emprendimiento formal, sino que también fomentan la informalidad, ya que muchos emprendedores optan por evitar el cumplimiento de normativas debido a su complejidad o inaccesibilidad. Esto limita su acceso a financiamiento, apoyos institucionales y mecanismos de protección legal, afectando su crecimiento y sostenibilidad.

Para superar estas limitaciones, es crucial implementar reformas estructurales orientadas a la simplificación administrativa, mediante estrategias como la digitalización de procesos, la creación de ventanillas únicas y la reducción de requisitos redundantes. Asimismo, se requiere garantizar un acceso equitativo y transparente a los recursos disponibles para emprendedores, particularmente en regiones marginadas o con menor desarrollo institucional.

Una gestión pública eficiente y orientada al servicio del ciudadano emprendedor es fundamental para fortalecer el ecosistema emprendedor en México y fomentar la competitividad en todos los sectores productivos.

Falta de Financiamiento como Limitante del Emprendimiento

El acceso limitado al financiamiento representa una de las barreras más críticas para el desarrollo del emprendimiento en México. De acuerdo con García-Macías, Zerón-Félix y Sánchez-Tovar (2018), la obtención de crédito es un factor determinante tanto para la apertura como para la sostenibilidad de las empresas, especialmente en sus etapas iniciales. Sin embargo,

gran parte de los emprendedores mexicanos enfrentan dificultades para acceder a fuentes de financiamiento formales, debido a requisitos estrictos, historial crediticio insuficiente y falta de garantías.

Aunque existen programas de apoyo por parte de instituciones gubernamentales —como los promovidos anteriormente por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)— y por organismos privados, la cobertura y efectividad de estos esquemas es aún limitada. Esta situación es particularmente crítica en zonas rurales o marginadas, donde las micro y pequeñas empresas carecen de asesoramiento técnico, redes de contacto y condiciones mínimas para presentar proyectos financieramente viables.

Además, la cultura del crédito en México sigue estando marcada por la desconfianza mutua entre instituciones financieras y emprendedores. Las entidades financieras perciben a los nuevos negocios como de alto riesgo, mientras que los emprendedores tienden a evitar el endeudamiento por desconocimiento o temor al fracaso.

Para superar esta limitación estructural, es fundamental promover una mayor inclusión financiera, facilitar el acceso a microcréditos, capital semilla y fondos de inversión, y diseñar productos financieros específicos para las distintas etapas del emprendimiento. Asimismo, se debe fortalecer la educación financiera para que los emprendedores puedan formular propuestas atractivas y sostenibles ante potenciales inversionistas.

Capacitación y Formación Empresarial

La carencia de habilidades empresariales y conocimientos gerenciales constituye una de las principales debilidades estructurales del ecosistema emprendedor en México. Según Ynzunza Cortés e Izar Landeta (2021), la capacitación adecuada incide de manera significativa en el éxito de los emprendimientos, ya que permite a los emprendedores adquirir herramientas prácticas para gestionar sus negocios de forma estratégica y sostenible.

La formación empresarial va más allá del conocimiento técnico o financiero; implica desarrollar competencias blandas clave como liderazgo, comunicación, negociación y toma de decisiones. En este sentido, la gestión de relaciones interpersonales es crucial: los emprendedores deben negociar con proveedores, socios, inversionistas y clientes, resolver conflictos y mantener un equipo motivado. La capacidad de establecer acuerdos equitativos y generar confianza en estos actores puede determinar el rumbo de un emprendimiento.

Además, una comunicación efectiva permite al emprendedor transmitir su visión, atraer apoyo, y generar vínculos estratégicos con actores clave del entorno. La claridad en la presentación de ideas y la persuasión son esenciales para captar inversores, fidelizar clientes y liderar equipos con éxito.

Por estas razones, los programas educativos enfocados en emprendimiento deben incorporar no solo contenidos financieros y administrativos, sino también entrenamiento en habilidades interpersonales, pensamiento estratégico y liderazgo. Asimismo, es necesario fomentar experiencias prácticas —como simuladores de negocios, incubadoras universitarias o mentorías— que preparen a los emprendedores para enfrentar los desafíos reales del mercado.

Emprendimiento y Desarrollo Regional

El emprendimiento en México presenta una distribución heterogénea que refleja las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país. Según Ramírez Urquidy et al. (2013), el nivel de desarrollo económico de las entidades federativas tiene un impacto directo en la estructura y dinámica empresarial de cada región. Las zonas con economías más robustas, particularmente en el centro y norte del país, tienden a concentrar un mayor número de empresas innovadoras y de alto impacto. En contraste, las regiones del sur enfrentan múltiples desafíos relacionados con la insuficiencia de infraestructura, acceso limitado a financiamiento y carencia de

apoyos institucionales adecuados, factores que obstaculizan el crecimiento del emprendimiento.

Por otro lado, Molina Sánchez et al. (2014) subrayan la importancia del talento empresarial como un diferenciador clave entre las empresas que logran expandirse y aquellas que permanecen estancadas. Identificar y apoyar a emprendedores con capacidades excepcionales se presenta como una estrategia eficaz para potenciar el desarrollo económico regional y fomentar la creación de empresas sostenibles y competitivas.

Estos hallazgos evidencian la necesidad de diseñar e implementar políticas y programas regionales que atiendan las particularidades y condiciones específicas de cada zona. Al aprovechar el potencial local de los emprendedores y brindarles un entorno favorable, se puede estimular el crecimiento económico regional, reducir las brechas de desarrollo y fortalecer el tejido productivo a nivel nacional.

Marco teórico

Pregunta de investigación

¿De qué manera influye el conocimiento financiero en la intención emprendedora de los estudiantes del CUCEA?

Hipótesis

H_0 : El conocimiento financiero no influye en la intención emprendedora de los universitarios del CUCEA.

Marco conceptual

Conceptos de Recursos y Capacidades

Los recursos de una organización comprenden todos los activos que esta posee y controla, tanto tangibles como intangibles, incluyendo elementos físicos, financieros, tecnológicos y humanos (Barney, 1991). Entre estos, los recursos intangibles —como el conocimiento organizacional y las rutinas

internas— tienen particular importancia, dado que suelen ser más difíciles de imitar por los competidores, lo que otorga una ventaja competitiva sostenible (Nonaka & Takeuchi, 1995; Penrose, 1959).

Por otro lado, las capacidades se definen como el conjunto de habilidades y rutinas organizacionales que permiten coordinar y utilizar eficazmente los recursos en función de la estrategia empresarial (Amit & Schoemaker, 1993). Estas capacidades facilitan que la empresa maximice el valor de sus recursos.

Asimismo, las empresas pueden desarrollar capacidades dinámicas, que son aquellas habilidades para integrar, reconfigurar y recrear constantemente sus recursos internos y externos con el fin de adaptarse a entornos cambiantes y mantener su competitividad (Teece, Pisano & Shuen, 1997). Por ejemplo, en el ámbito financiero, una capacidad dinámica podría ser la adaptación continua de métodos de análisis financiero o indicadores clave para responder a nuevos riesgos y oportunidades del mercado (O'Regan & Ghobadian, 2007).

Gestión del Conocimiento y su Relación con los Recursos

El conocimiento se ha consolidado como uno de los recursos más valiosos para la competitividad organizacional debido a su naturaleza compleja y difícil de replicar, lo que lo convierte en un activo estratégico capaz de generar ventajas sostenibles (Grant, 1996; Barney, 1991).

La Gestión del Conocimiento (GC) se refiere a los procesos sistemáticos de creación, retención, transferencia y aplicación del conocimiento dentro de la organización (Nonaka & Takeuchi, 1995). Su objetivo principal es facilitar que las personas y equipos aprendan, compartan sus experiencias y transformen dicho conocimiento en rutinas y prácticas organizacionales que aporten valor (Hazlett, McAdam & Gallagher, 2005).

Así, la GC potencia el valor de los recursos intangibles, convirtiendo el conocimiento en un recurso dinámico que alimenta las capacidades organizacionales para innovar, adaptarse y mantener su ventaja competitiva en entornos cambiantes.

Educación Financiera e Inclusión Financiera

En el ámbito financiero, la educación financiera se define como la comprensión adecuada de los productos y servicios financieros, junto con el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones informadas (OECD, 2005). Esta formación es fundamental para que tanto individuos como organizaciones, especialmente las pequeñas y medianas empresas (Pymes), puedan gestionar eficientemente sus recursos, realizar inversiones con mayor certidumbre y evitar niveles excesivos de endeudamiento (Mayett Moreno, Zuluaga Muñoz & Guerrero Cabarcas, 2022).

Por otro lado, la inclusión financiera hace referencia al grado de acceso y uso activo que tienen los individuos y las empresas a productos y servicios financieros formales, como cuentas bancarias, créditos y seguros (Cuanalo, Hernández & Haro, 2022). Este concepto implica no solo el acceso, sino también la capacidad para aprovechar dichos servicios de manera efectiva, lo cual requiere una adecuada gestión del conocimiento financiero para maximizar los beneficios y minimizar riesgos.

Así, la educación financiera y la inclusión financiera se complementan y son elementos clave para fortalecer el desarrollo económico y la sostenibilidad de los emprendimientos, al facilitar una participación más activa y consciente en el sistema financiero formal.

Marco referencial

Trabajos Previos sobre Teoría de Recursos y Capacidades y Gestión del Conocimiento

Los estudios pioneros en la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) establecieron un marco fundamental para comprender cómo las empresas generan ventajas competitivas sostenibles. Barney (1991) destacó que para que un recurso contribuya a la ventaja competitiva debe poseer atributos específicos: valor, rareza, inimitabilidad y no sustituibilidad. En consonancia, Penrose (1959) subrayó la importancia del crecimiento organizacional basado en la explotación eficiente de los recursos internos de la firma.

Posteriormente, Grant (1996) profundizó en esta teoría desde una perspectiva basada en el conocimiento, enfatizando cómo la generación, coordinación y aplicación de conocimientos específicos influyen directamente en la ventaja competitiva de las organizaciones. Complementando esta visión, Nonaka y Takeuchi (1995) desarrollaron el modelo SECI (Socialización, Externalización, Combinación e Internalización), que describe el proceso dinámico mediante el cual el conocimiento se transforma entre tácito y explícito, resaltando además el papel crucial de la cultura organizacional en la gestión del conocimiento.

En cuanto a las capacidades dinámicas, Teece, Pisano y Shuen (1997) propusieron que, en entornos empresariales altamente competitivos y cambiantes, las organizaciones deben desarrollar la habilidad para reconfigurar sus rutinas y combinar recursos de forma flexible para mantener y renovar su ventaja competitiva.

Estas teorías han constituido la base para investigaciones más recientes que exploran la interrelación entre la gestión financiera y la gestión del conocimiento. Por ejemplo, Hazlett, McAdam y Gallagher (2005) enfatizaron la necesidad de integrar marcos teóricos sólidos que permitan abordar la complejidad en la creación, retención y aplicación del conocimiento dentro de las organizaciones, aspecto esencial para la toma de decisiones financieras estratégicas.

Trabajos sobre Educación e Inclusión Financiera

La planeación financiera formal y el análisis riguroso son elementos cruciales para la toma de decisiones estratégicas y la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). En este sentido, O'Regan y Ghobadian (2007) enfatizan la necesidad de que estas organizaciones adopten prácticas financieras estructuradas que les permitan gestionar mejor sus recursos y responder a los desafíos del mercado.

En el ámbito de la juventud universitaria, Cuanalo, Hernández y Haro (2022) exploraron la inclusión financiera entre estudiantes universita-

rios, identificando que, aunque muchos cuentan con formación en disciplinas económicas, enfrentan precariedad en el uso y acceso a productos financieros formales. Esta situación limita su capacidad para aprovechar plenamente las herramientas financieras disponibles. De manera similar, Hernández Rivera y Rendón (2021) evidenciaron que la educación financiera tiene un impacto directo en las decisiones de consumo y ahorro de los jóvenes, subrayando la importancia de fortalecer estas competencias desde etapas tempranas.

Respecto al desempeño financiero de las MiPyMEs, Mayett Moreno, Zuluaga Muñoz y Guerrero Cabarcas (2022) reportaron que tanto en México como en Colombia, estas empresas presentan un bajo nivel de adopción de técnicas financieras y una escasa utilización de indicadores de desempeño. Esta situación restringe su capacidad para explotar eficazmente sus recursos y capacidades, afectando su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

Marco teórico

Fundamentos de la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC)

La Teoría de Recursos y Capacidades (TRC), también conocida como Resource-Based View (RBV), es uno de los enfoques más influyentes en la literatura de la estrategia y la gestión empresarial. Su premisa fundamental sostiene que las diferencias en los recursos y capacidades que poseen las organizaciones son la principal explicación de la heterogeneidad en su desempeño y, por ende, de su potencial para obtener ventajas competitivas sostenibles (Barney, 1991).

La TRC postula que las empresas no son homogéneas, sino que varían en la dotación y combinación de sus recursos. Barney (1991) destaca que los recursos valiosos, raros, inimitables y no sustituibles (atributos conocidos como VRIN) son la base para lograr ventajas competitivas duraderas. Este enfoque se enriquece con la teoría basada en el conocimiento propuesta por Grant (1996), quien argumenta que los recursos intangibles, como las

rutinas organizativas, el conocimiento tácito y las habilidades especializadas, juegan un papel crucial en el éxito empresarial.

En particular, la capacidad de aprendizaje organizacional, el nivel de especialización y la sistematización de las rutinas internas se vuelven elementos clave para transformar el recurso «conocimiento financiero» en una fuente de ventaja competitiva sostenible. Esto implica que no solo basta con poseer información financiera, sino también con desarrollarla, compartirla y aplicarla eficazmente dentro de la organización para generar valor y diferenciarse en el mercado.

Orígenes y Bases Conceptuales de la Teoría de Recursos y Capacidades

Los antecedentes de la Teoría de Recursos y Capacidades se remontan a los aportes pioneros de Edith Penrose (1959), quien en su obra *The Theory of the Growth of the Firm* destacó que el crecimiento de una empresa no depende únicamente de factores externos, sino también de la manera en que la organización explota y gestiona sus recursos internos. Penrose sentó las bases para entender a la empresa como un conjunto de recursos heterogéneos y la importancia de su administración para el desarrollo y crecimiento sostenible.

Posteriormente, Wernerfelt (1984) formalizó esta visión basada en recursos, haciendo una distinción clara entre la «cara interna» de la empresa —es decir, sus recursos— y la «cara externa», representada por sus productos y mercados. Esta perspectiva enfatiza que el éxito organizacional está ligado a la gestión efectiva de los recursos que posee la firma.

Finalmente, Barney (1991) consolidó estos conceptos al argumentar que las diferencias en la dotación y combinación de recursos explican la variación en el desempeño entre organizaciones, estableciendo las bases para la denominada Resource-Based View (RBV). Según esta visión, los recursos pueden ser tangibles, como maquinaria o capital, o intangibles, como el conocimiento o la reputación.

Amit y Schoemaker (1993) aportaron una distinción clave al diferenciar entre «recursos» y «capacidades»: los primeros son los activos que posee y controla una organización, mientras que las capacidades son las habilidades o rutinas que permiten combinar y utilizar estos recursos de manera eficiente. Por ejemplo, la maquinaria representa un recurso tangible, pero la capacidad radica en cómo se gestiona esa maquinaria para obtener un desempeño superior y sostenible.

Postulados Fundamentales de la Teoría de Recursos y Capacidades

La Teoría de Recursos y Capacidades parte de la premisa de que los recursos se distribuyen de manera heterogénea entre las empresas y que estos suelen ser imperfectamente móviles, es decir, no todas las compañías pueden replicar o adquirir fácilmente los recursos que poseen sus competidores (Barney, 1991). Esta heterogeneidad es clave para entender por qué algunas organizaciones logran ventajas competitivas sostenidas mientras que otras no.

Para identificar si un recurso tiene el potencial de generar una ventaja competitiva duradera, Barney (1991) propuso el criterio VRIN, que significa que un recurso debe ser:

Valioso (Valuable): Debe permitir a la empresa explotar oportunidades o neutralizar amenazas.

Raro (Rare): No debe estar ampliamente disponible para los competidores.

Inimitable (Inimitable): Debe ser difícil o costoso de imitar por otras organizaciones.

No sustituible (Non-substitutable): No debe existir un recurso alternativo que pueda reemplazarlo.

Posteriormente, Barney (1997) añadió un quinto elemento al criterio, incorporando la capacidad de la organización para explotar dichos recursos, dando origen al acrónimo VRIO, donde la O representa:

Organización (Organization): La empresa debe contar con las estructu-

ras, sistemas de control y políticas que permitan aprovechar eficazmente el recurso o capacidad.

En resumen, un recurso debe cumplir con estas características para que la organización pueda transformarlo en una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Desarrollos Posteriores: Capacidades Dinámicas

Aunque la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) inicialmente se centraba en una visión estática de los recursos, investigaciones posteriores han subrayado la importancia del carácter dinámico de la competitividad. En este sentido, Teece, Pisano y Shuen (1997) introdujeron el concepto de capacidades dinámicas, entendido como la habilidad de una organización para reconfigurar y renovar sus recursos y rutinas con el fin de adaptarse a entornos cambiantes y altamente competitivos.

Este enfoque resalta la relevancia del aprendizaje continuo y la innovación constante como elementos esenciales para que las empresas mantengan su ventaja competitiva a largo plazo. Las capacidades dinámicas permiten a las organizaciones transformar sus activos internos en respuesta a las fluctuaciones del mercado, así como a nuevas oportunidades o amenazas.

De manera complementaria, Grant (1996) fortaleció esta perspectiva mediante la teoría basada en el conocimiento, que sostiene que las ventajas competitivas más sostenibles derivan de activos intangibles, tales como la información, el conocimiento tácito y la experiencia colectiva. Según esta teoría, los procesos organizativos que facilitan la creación, transferencia y aplicación del conocimiento se convierten en elementos estratégicos fundamentales para el éxito empresarial.

En conjunto, estos desarrollos amplían la TRC hacia una visión más flexible y adaptativa, donde el capital intelectual y la capacidad para innovar son clave para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones en mercados dinámicos.

Aplicaciones de la Teoría de Recursos y Capacidades

La perspectiva de recursos y capacidades ha sido fundamental en la formulación de la estrategia empresarial, especialmente al buscar alinear los recursos internos de la organización con las oportunidades y amenazas del entorno competitivo (Porter, 1980). Esta teoría guía a las empresas a realizar un análisis interno detallado, enfocándose en identificar y proteger aquellos recursos que cumplen con los criterios VRIO (Valiosos, Raros, Inimitables y Organizacionales).

Además, la TRC facilita la detección de brechas en los recursos y competencias que requieren fortalecimiento para mejorar el desempeño organizacional (Barney & Clark, 2007). Cuando una empresa desarrolla mecanismos efectivos para proteger sus activos —como patentes, propiedad intelectual o una cultura organizacional sólida— logra consolidar y sostener su ventaja competitiva en el tiempo.

Por otra parte, la teoría de recursos y capacidades puede integrarse con otros enfoques complementarios, como la teoría de la dependencia de recursos (Pfeffer & Salancik, 1978) o la teoría de los costes de transacción (Williamson, 1985), para ofrecer una visión más integral y profunda sobre la gestión estratégica de las organizaciones.

Críticas y Límites

Entre las críticas más frecuentes a la Teoría de Recursos y Capacidades se encuentra la dificultad para operacionalizar y medir con precisión los conceptos de recurso y capacidad, lo que genera problemas para su aplicación empírica (Priem & Butler, 2001). Además, la evaluación de atributos como la rareza o la inimitabilidad puede resultar subjetiva, lo que complica la identificación clara de recursos estratégicos.

Otra crítica relevante apunta a la naturaleza originalmente estática de la teoría, que no consideraba suficientemente la necesidad de adaptación y cambio continuo en entornos dinámicos. Esta limitación fue abordada pos-

teriormente con la incorporación del concepto de capacidades dinámicas, que explican cómo las empresas reconfiguran sus recursos para mantener la competitividad (Teece, 2007).

Por último, Amit & Schoemaker (1993) señalan la ambigüedad conceptual que existe en la delimitación entre recursos y capacidades, lo que ha generado debates teóricos y dificultades para establecer fronteras claras entre estos constructos.

Relevancia Actual y Futuras Líneas de Investigación

A pesar de las críticas y limitaciones señaladas, la Teoría de Recursos y Capacidades sigue siendo un referente fundamental en la investigación estratégica y la gestión organizacional. Su relevancia se sostiene especialmente en el análisis de fenómenos contemporáneos como la innovación, la internacionalización, la transformación digital y la sostenibilidad ambiental, ámbitos en los cuales el valor empresarial se origina predominantemente en activos intangibles y en la gestión del conocimiento (Grant, 1996; Nonaka & Takeuchi, 1995).

Entre las líneas de investigación emergentes destacan el estudio profundo de las eco-innovaciones y su relación con la gestión de recursos sostenibles; la integración y desarrollo de competencias digitales dentro de las organizaciones para responder a la acelerada digitalización de los mercados; y la aplicación de la teoría en contextos emprendedores con recursos limitados pero altamente especializados, donde la capacidad para crear y explotar ventajas competitivas resulta clave para el éxito y la supervivencia.

Estas nuevas perspectivas abren un amplio campo para explorar cómo las organizaciones pueden adaptarse y prosperar en entornos cada vez más complejos y cambiantes, reafirmando la vigencia y dinamismo de la Teoría de Recursos y Capacidades.

Gestión del Conocimiento como Soporte a la Teoría de Recursos y Capacidades

Históricamente, los enfoques clásicos de la teoría de la firma se centraban en los recursos físicos o financieros como fuentes de ventaja competitiva (Penrose, 1959). No obstante, a partir de la década de 1990, emergió con fuerza la premisa de que los activos intangibles, particularmente el conocimiento, constituyen la base esencial para la innovación y la diferenciación organizacional (Grant, 1996). En este marco, el conocimiento trasciende su concepción como mera información o datos, posicionándose como un recurso complejo, dinámico y socialmente construido, difícil de imitar y, por ende, generador de ventajas competitivas sostenibles (Drucker, 1993).

La creación, gestión y utilización efectiva del conocimiento dentro de las organizaciones potencian tanto sus recursos como sus capacidades (Nonaka & Takeuchi, 1995). Cuando las empresas implementan procesos sistemáticos para capturar, almacenar y difundir conocimiento, incrementan su capacidad de innovación y su flexibilidad para adaptarse a cambios del entorno competitivo (Hazlett et al., 2005). En el ámbito financiero, esta dinámica se traduce en una mejor toma de decisiones relacionadas con inversión, financiamiento y administración del capital de trabajo (O'Regan & Ghobadian, 2007). Asimismo, el desarrollo de rutinas orientadas al análisis y monitoreo de riesgos financieros contribuye a fortalecer la posición competitiva y la supervivencia empresarial (Mayett Moreno et al., 2022).

Diversas propuestas conceptuales enfatizan el ciclo de vida del conocimiento, que comprende fases como la identificación, captura, almacenamiento, distribución y aplicación del conocimiento organizacional (Davenport & Prusak, 1998). Este enfoque reconoce la gestión del conocimiento como un proceso continuo de retroalimentación, en el cual los aprendizajes adquiridos alimentan nuevas prácticas y rutinas.

Un elemento crítico para la efectividad de la gestión del conocimiento es la cultura organizacional (De Long & Fahey, 2000). Cuando la cultura empresarial fomenta la confianza y la colaboración, los individuos se sienten

motivados a compartir experiencias, lecciones aprendidas y mejores prácticas. Por otra parte, las tecnologías de la información —como sistemas de gestión del conocimiento, intranets y plataformas colaborativas— facilitan la articulación y transferencia del conocimiento explícito, aunque no sustituyen la interacción social necesaria para la transmisión del conocimiento tácito (Alavi & Leidner, 2001).

Educación e Inclusión Financiera: Un Recurso Intangible Clave

La educación financiera se concibe como un recurso intangible fundamental que, dentro de las organizaciones o la población en general, facilita la generación de capacidades orientadas a la toma de decisiones económicas y financieras fundamentadas y responsables (OECD, 2005). Este proceso educativo comprende la comprensión de conceptos esenciales como el ahorro, la inversión, el endeudamiento responsable y el uso adecuado de herramientas de planeación financiera (Cuanalo et al., 2022).

Por otra parte, la inclusión financiera se refiere al acceso y uso efectivo de servicios financieros formales, que permiten a individuos y empresas integrarse plenamente en el sistema financiero (CNBV, 2019; Caballero Márquez et al., 2023). Desde la perspectiva de la Teoría de Recursos y Capacidades, el conocimiento financiero representa un recurso que puede transformarse en una capacidad organizacional cuando se desarrollan procesos sistemáticos de aprendizaje y práctica constante (Grant, 1996). Por lo tanto, el objetivo no es solo facilitar el acceso a productos financieros, sino también garantizar que tanto personas como empresas adquieran y fortalezcan las competencias necesarias para aprovechar dichos recursos de manera óptima.

Integración de Teorías y Desafíos

En síntesis, la aplicación conjunta de la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) y la Gestión del Conocimiento (GC) al fenómeno de la educación e inclusión financiera permite observar lo siguiente:

Las organizaciones pueden mejorar significativamente su desempeño mediante el desarrollo de capacidades financieras internas, tales como procesos más eficientes para el análisis de estados financieros, la planeación estratégica y el control presupuestal. Paralelamente, las personas y colectivos en situación de vulnerabilidad requieren fortalecer sus capacidades a través de programas de capacitación financiera y la adopción de rutinas que faciliten la toma de decisiones financieras acertadas (Caballero Márquez et al., 2023).

El conocimiento actúa como un factor transversal en este proceso, ya que su creación, transferencia y retención potencian la efectividad de las estrategias financieras y la capacidad adaptativa de las organizaciones (Teece et al., 1997). En consecuencia, este marco teórico provee una lente analítica robusta para entender cómo la educación financiera, junto con el acceso efectivo a servicios financieros formales (inclusión financiera), impulsa la optimización del uso de recursos y el desarrollo de capacidades tanto en contextos organizacionales como sociales diversos.

Metodología

Para obtener los resultados de esta investigación, se empleó un análisis cuantitativo basado en estadística inferencial. La muestra estuvo constituida por 596 estudiantes de nivel licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara.

La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario estructurado, compuesto por cinco preguntas formuladas en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 representa «Totalmente en desacuerdo» y 5 «Totalmente de acuerdo». El objetivo de estas preguntas fue medir la intención emprendedora de los estudiantes y evaluar si existe una correlación significativa con su nivel de conocimiento financiero.

A continuación, se presentan las preguntas utilizadas para evaluar la intención emprendedora, que se considera la variable dependiente en este estudio.

Tabla 1. Preguntas para la intención emprendedora.

| |
|--|
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. |
| Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro. |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí. |

Fuente: Elaboración propia.

Se utilizó el software SPSS para el procesamiento y análisis de los datos, los cuales fueron previamente organizados en un formato Excel. Posteriormente, se calculó el índice Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) para evaluar la adecuación del muestreo y determinar si el análisis factorial era apropiado para los datos. El valor del KMO oscila entre 0 y 1, siendo recomendable que sea igual o mayor a 0.75 para considerar que el modelo factorial es adecuado. Al obtener un $KMO \geq 0.75$, se procedió a realizar el análisis factorial, confirmando así la idoneidad del modelo para el estudio.

**Tabla 2. Validez del modelo: intención emprendedora.
KMO y prueba de Bartlett**

| | | |
|--|-------------------------|----------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser–Meyer–Olkin. | | .908 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aproximado | 2920.441 |
| | gl | 15 |
| | Sig. | .000 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 2, la prueba KMO obtuvo un valor superior a 0.75, lo que indica una adecuación satisfactoria del muestreo y permite aceptar la variable para el análisis factorial. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó estadísticamente significativa, lo que confirma que las variables están correlacionadas y que es pertinente realizar el análisis

factorial. Por consiguiente, se procedió con la reducción de dimensiones mediante el análisis factorial, obteniendo los siguientes resultados para la variable dependiente.

Tabla 3. Varianza: intención emprendedora.
Varianza total explicada

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción | | |
|------------|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
| | Total | % De la varianza | % acumulado | Total | % De la varianza | % acumulado |
| 1 | 4.417 | 73.618 | 73.618 | 4.417 | 73.618 | 73.618 |
| 2 | .579 | 9.648 | 83.266 | | | |
| 3 | .426 | 7.098 | 90.364 | | | |
| 4 | .252 | 4.196 | 94.560 | | | |
| 5 | .181 | 3.020 | 97.579 | | | |
| 6 | .145 | 2.421 | 100.000 | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis factorial mediante el método de reducción de dimensiones revelaron que el componente extraído explica el 73.62% de la varianza total. Esto indica que dicho componente captura gran parte de la variabilidad presente en los datos, evidenciando una buena representatividad del modelo para la variable dependiente.

Tabla 4. Componentes: intención emprendedora.
Matriz de componentes

| | Componente | 1 |
|--|------------|------|
| | | |
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. | | .899 |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. | | .901 |
| Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. | | .917 |

| | |
|---|------|
| En algún momento de mi vida, seré emprendedor. | .901 |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro. | .807 |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí. | .703 |

Fuente: Elaboración propia.

Según la prueba de Alfa de Cronbach, los valores obtenidos son superiores a 0.700, lo que indica que la escala utilizada cuenta con una fiabilidad adecuada para medir la variable dependiente. A continuación, se presentan las preguntas realizadas a los estudiantes del CUCEA para evaluar el conocimiento financiero, que será considerada como la variable independiente en el análisis.

Tabla 5. Preguntas para el conocimiento financiero.

| |
|---|
| Considero que la formación educativa que he recibido sobre finanzas es suficiente para administrar un emprendimiento de manera efectiva. |
| Considero que las herramientas digitales que conozco me ayudarían a gestionar de manera efectiva las finanzas de un emprendimiento. |
| Considero que una mayor educación financiera me haría sentir más seguro de crear un emprendimiento. |
| Considero que la experiencia en finanzas que tengo hasta hoy (finanzas personales o experiencia laboral) me ayudarían a tener éxito en un emprendimiento. |
| Considero que con el paso de los años (la edad), tomo mejores decisiones financieras y estoy listo para iniciar un negocio. |

Fuente: Elaboración propia.

Se utilizó el software SPSS para ingresar los resultados obtenidos, los cuales fueron previamente organizados en un formato de Excel. Posteriormente, se calculó la prueba Kaiser–Meyer–Olkin (KMO), cuyo valor oscila entre 0 y 1, con el fin de evaluar la adecuación del modelo factorial. Un valor de KMO igual o superior a 0.75 indica que el modelo es adecuado y, por tanto, es procedente realizar un análisis factorial.

Tabla 6. Validez del modelo: conocimiento financiero. KMO y prueba de Bartlett

| | |
|--|----------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | .759 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett Chi- cuadrado aproximado | 1100.141 |
| gl | 10 |
| Sig. | .000 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 6, la prueba KMO presenta un valor ligeramente superior a 0.75, lo que indica una adecuada adecuación muestral y permite aceptar la variable para el análisis. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa, lo que confirma que las correlaciones entre las variables son suficientes para proceder con el análisis factorial.

Tabla 7. Varianza: conocimiento financiero. Varianza total explicada

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de las saturaciones al cuadro de la extracción | | |
|------------|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
| | Total | % de la varianza | % acumulado | Total | % de la varianza | % acumulado |
| 1 | 2.867 | 57.344 | 57.344 | 2.867 | 57.344 | 57.344 |
| 2 | .969 | 19.378 | 76.722 | | | |
| 3 | .475 | 9.496 | 86.218 | | | |
| 4 | .362 | 7.245 | 93.463 | | | |
| 5 | .327 | 6.537 | 100.000 | | | |

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis por el método de reducción de dimensiones indican que se explica el 57.34% de la varianza total. Esto significa que el componente extraído representa un poco más de la mitad de la variabilidad presente en los datos, lo cual es un aporte significativo para el análisis.

**Tabla 8. Componentes: conocimiento financiero.
Matriz de componentes^a**

| | Componente |
|---|------------|
| | 1 |
| Considero que la formación educativa que he recibido sobre finanzas es suficiente para administrar un emprendimiento de manera efectiva. | .735 |
| Considero que las herramientas digitales que conozco, me ayudarían a gestionar de manera efectiva las finanzas de un emprendimiento. | .827 |
| Considero que una mayor educación financiera me haría sentir mas seguro de crear un emprendimiento. | .646 |
| Considero que la experiencia en finanzas que tengo hasta hoy (finanzas personales o experiencia laboral) me ayudarían a tener éxito en un emprendimiento. | .812 |
| Considero que con el paso de los años (la edad), tomo mejores decisiones financieras y estoy listo para iniciar un negocio. | .752 |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la prueba de alfa de Cronbach, los valores obtenidos superan el umbral de 0.700, lo que indica que la escala utilizada para medir la variable independiente posee una fiabilidad aceptable.

**Tabla 9. R cuadrada.
Resumen del modelo**

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado corregida | Error típ. de la estimación |
|--------|-------|------------|----------------------|-----------------------------|
| 1 | .494a | .244 | .242 | .87042026 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 9, el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.242, lo que indica que el modelo explica el 24.2% de la variabilidad de la variable dependiente. Además, esta relación es estadísticamente significativa, por lo que se acepta el modelo propuesto.

**Tabla 10. Beta.
Coeficientes^a**

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | sig. |
|--------|-------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--------|-------|
| | | B | Error típ. | | | |
| 1 | (Constante) | 6.172E-017 | .036 | | .000 | 1.000 |
| | CONOCFINAN | .494 | .036 | .494 | 13.833 | .000 |

Fuente: Elaboración propia.

La β (coeficiente de regresión) de nuestro modelo es de 0.494, lo que indica una correlación moderada y positiva entre el conocimiento financiero y la intención emprendedora. Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0) que establece que el conocimiento financiero influye en la intención emprendedora de los universitarios del CUCEA.

Discusión

En un contexto de creciente interés por promover el emprendimiento como estrategia para el desarrollo económico y la reducción del desempleo, resulta fundamental comprender los factores que influyen en la formación de la intención emprendedora en poblaciones clave, como los estudiantes universitarios. En este estudio se exploró de manera empírica la relación entre el conocimiento financiero y la intención emprendedora en estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara. Los resultados confirman que el conocimiento financiero influye significativamente en la intención emprendedora, lo que abre una discusión más amplia sobre las implicaciones teóricas, prácticas y estructurales de este hallazgo.

Los análisis estadísticos muestran que el conocimiento financiero mantiene una relación directa y significativa con la intención emprendedora. El análisis factorial validó ambos constructos, con valores KMO superiores a 0.75, y la fiabilidad de las escalas quedó confirmada con un alfa de Cronbach

> 0.70. La varianza explicada fue del 57.34% para la variable de conocimiento financiero y del 73.62% para la intención emprendedora, indicando una consistencia interna adecuada. La regresión lineal reveló un R^2 de 0.242 y un coeficiente β de 0.494, evidenciando una relación positiva considerable entre las variables.

Estos hallazgos aportan evidencia concreta para aceptar la hipótesis de investigación (H_0), que plantea que el conocimiento financiero influye en la intención emprendedora. Esto implica que a mayor conocimiento financiero, mayor probabilidad de que un estudiante manifieste una disposición positiva hacia el emprendimiento.

Este resultado tiene implicaciones relevantes en los ámbitos educativo y económico. En primer lugar, respalda la perspectiva teórica que considera al conocimiento, como recurso intangible, susceptible de convertirse en una capacidad estratégica si es gestionado adecuadamente (Barney, 1991; Grant, 1996). La educación financiera, entendida como la habilidad para comprender conceptos clave como ahorro, inversión, endeudamiento y presupuestos, incrementa la confianza del estudiante en su capacidad para iniciar y sostener un negocio, potenciando así su percepción de control y ejecución.

Desde la perspectiva de la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC), el conocimiento financiero se configura como un activo clave que puede marcar la diferencia entre un emprendimiento viable y uno insostenible. Como se discutió en el marco referencial, este conocimiento no solo facilita la toma de decisiones informadas, sino que también reduce la vulnerabilidad de los negocios ante entornos económicos inestables, característica crítica en países como México, donde los niveles de alfabetización financiera son bajos.

En esta línea, es importante considerar que el conocimiento financiero puede actuar como un factor mediador en la intención emprendedora. Es decir, no solo genera el deseo de emprender, sino que también facilita la ejecución efectiva del proyecto. Los estudiantes que comprenden cómo estructurar un modelo financiero básico, interpretar estados financieros o

evaluar un plan de inversión tienen mayores probabilidades de transformar una idea en una empresa formalmente establecida.

Finalmente, este estudio aporta evidencia local a una problemática nacional. La limitada inclusión financiera y la falta de capacitación especializada continúan siendo obstáculos para el emprendimiento en México. Por ello, los resultados presentados no solo son relevantes para el entorno universitario, sino que pueden informar políticas públicas, planes de estudio y programas de incubación empresarial.

En conclusión, este estudio contribuye significativamente a la comprensión de los determinantes de la intención emprendedora en contextos universitarios. La evidencia sugiere que el conocimiento financiero no solo estimula el deseo de emprender, sino que también habilita las condiciones para concretar dicho deseo en proyectos viables. Esto resalta la necesidad de replantear los enfoques actuales de educación emprendedora, integrando competencias financieras como parte fundamental del perfil de egreso.

En síntesis, fortalecer el conocimiento financiero en la población universitaria no es solo una estrategia educativa, sino una acción de impacto estructural que puede influir en el desarrollo económico del país. A través de la formación de emprendedores mejor preparados, capaces de tomar decisiones informadas y gestionar recursos con eficacia, se puede fomentar un ecosistema emprendedor más robusto, competitivo y sostenible a largo plazo.

Conclusión

El emprendimiento en México no solo representa un motor esencial para el crecimiento económico y la generación de empleo, sino que también se configura como un instrumento de cambio social e innovación. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), que constituyen la mayor parte del tejido empresarial del país, juegan un papel fundamental en la creación de riqueza y en la reducción del desempleo. No obstante, para que los emprendedores puedan maximizar su impacto, resulta indispensable superar

las barreras estructurales que limitan su desarrollo, tales como la falta de financiamiento, la burocracia excesiva y la limitada educación financiera.

La innovación es un pilar clave para el éxito emprendedor, pero su potencial se ve restringido por la escasa inversión en investigación y desarrollo, así como por la débil colaboración entre universidades, empresas y organismos públicos. Asimismo, la desigualdad regional impone desafíos adicionales, ya que las zonas con menor desarrollo económico enfrentan obstáculos significativos para fomentar el emprendimiento.

Para superar estos retos, es fundamental implementar políticas públicas efectivas que simplifiquen los procesos administrativos, incentiven la inclusión financiera y promuevan la capacitación empresarial. Iniciativas como las incubadoras universitarias, el fortalecimiento de los ecosistemas emprendedores y el acceso a plataformas de educación financiera pueden marcar una diferencia sustancial en el éxito de los emprendedores mexicanos.

Sobre el Estudio

Los resultados del estudio confirman que el conocimiento financiero tiene un efecto positivo y significativo sobre la intención emprendedora de los estudiantes del CUCEA, con un coeficiente $\beta = 0.494$ y un $R^2 = 0.242$. Esto indica que aproximadamente el 25 % de la variabilidad en la intención emprendedora puede explicarse por el nivel de conocimientos financieros. Este hallazgo refuerza la hipótesis de que las competencias financieras actúan como un recurso estratégico, en línea con la Teoría de Recursos y Capacidades, al capacitar a los futuros emprendedores para evaluar riesgos, planificar presupuestos y tomar decisiones fundamentadas.

Limitaciones

Las limitaciones del estudio radican en que la muestra está sesgada hacia estudiantes de licenciatura de un solo campus, lo que restringe la generalización de los hallazgos a otros contextos educativos y geográficos. Ade-

más, al emplear un diseño transversal, no es posible establecer relaciones causales definitivas ni observar la evolución de la intención emprendedora a lo largo del tiempo. Asimismo, aunque el cuestionario de cinco ítems demostró fiabilidad ($\alpha > 0.70$) y adecuación factorial ($KMO \geq 0.75$), podría no capturar toda la complejidad inherente a los constructos de conocimiento financiero e intención emprendedora, limitando la profundidad del análisis.

Implicaciones Teóricas y Prácticas

Desde una perspectiva teórica, este estudio amplía la aplicación de la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) al evidenciar que el conocimiento financiero, entendido como un recurso intangible, cumple con los criterios VRIO (Valor, Rareza, Imitabilidad y Organización). Este recurso aporta valor al potenciar la capacidad de los estudiantes para tomar decisiones informadas; es relativamente difícil de imitar debido a su carácter específico y contextual; y puede transformarse en una ventaja competitiva sostenible mediante procesos continuos de aprendizaje y adaptación organizacional (Grant, 1996; Teece et al., 1997). Así, el estudio contribuye con evidencia empírica que fortalece la integración de la educación financiera en los modelos de emprendimiento basados en el conocimiento, un enfoque clave para el desarrollo de competencias emprendedoras.

En términos prácticos, los hallazgos sugieren la necesidad de incorporar de manera sistemática la formación financiera en los planes educativos universitarios y en programas de incubación y apoyo al emprendimiento. El fortalecimiento de estas competencias puede aumentar la intención emprendedora y la capacidad de los futuros emprendedores para gestionar eficazmente los recursos financieros, minimizando riesgos y mejorando la viabilidad de sus proyectos. Además, los responsables de políticas públicas y las instituciones educativas pueden aprovechar estos resultados para diseñar intervenciones que promuevan la inclusión financiera y la cultura emprendedora, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible y a la reducción de brechas socioeconómicas.

En el ámbito práctico, los hallazgos sugieren que los programas académicos y de incubación deben incorporar módulos especializados en educación financiera, tal como lo señalan Espino-Barranco et al. (2021). Estos módulos deberían enfocarse en el desarrollo de competencias clave como el análisis de estados financieros, la gestión de créditos y la planificación presupuestal. Además, es fundamental fortalecer las colaboraciones entre universidades y entidades financieras para ofrecer talleres y actividades prácticas que permitan a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en escenarios reales. Un ejemplo destacable a replicar son los modelos de incubadoras exitosas, como las del Tecnológico de Monterrey, que integran formación teórica con mentorías personalizadas, facilitando la transformación de ideas innovadoras en proyectos empresariales viables y sostenibles. De esta manera, se contribuye a formar emprendedores más preparados, capaces de enfrentar los retos financieros y administrativos que implica la creación y consolidación de una empresa.

Líneas de Investigación Futura

Para investigaciones futuras, se recomienda realizar estudios longitudinales que permitan observar cómo el conocimiento financiero influye en la implementación y el éxito de proyectos emprendedores a mediano y largo plazo. También resulta pertinente explorar variables moderadoras, tales como el apoyo institucional, la cultura organizacional o el capital social, que podrían amplificar o matizar la relación entre conocimiento financiero e intención emprendedora. Asimismo, sería valioso replicar este estudio en diferentes niveles educativos, instituciones y contextos rurales, con el fin de fortalecer la validez externa y ampliar la comprensión del fenómeno en diversas realidades socioeconómicas. Otra línea prometedora incluye el análisis del impacto de las plataformas digitales de educación financiera en la autoeficacia emprendedora, así como la exploración de cómo la formación en finanzas sostenibles contribuye al desarrollo de emprendimientos con impacto social y ambiental.

Conclusión

En síntesis, el emprendimiento en México representa una oportunidad transformadora para construir un país más competitivo, innovador y equitativo. No obstante, su consolidación requiere un esfuerzo coordinado entre el gobierno, el sector privado y las instituciones educativas para crear un entorno favorable que facilite a los emprendedores convertir sus ideas en negocios sostenibles y exitosos, generando así un impacto positivo en el bienestar social y económico del país.

Referencias

- ALAVI, M. & LEIDNER, D. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107–136.
- ALDANA FARIÑAS, E. D., IBARRA SANTA ANA, M. T., & LOEWENSTEIN REYES, I. (2011). el modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades. caso del tecnológico de monterrey campus ciudad de México. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(26), 185–201.
- AMIT, R. & SCHOEMAKER, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33–46.
- ARGOTE, L. & INGRAM, P. (2000). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1), 150–169.
- BARNEY, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- BARNEY, J. (1997). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Addison-Wesley.
- BARNEY, J. B. & CLARK, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press.

- CABALLERO MÁRQUEZ, J. A., VILLAMIZAR FORERO, L. D., & MORALES PELAGIO, R. (2023). Determinación de los Factores que Inciden en la Alfabetización Financiera en Mujeres en Condición de Vulnerabilidad. *European Scientific Journal (ESJ)*, 19(37), 87–102.
- CANALES GARCÍA, R. A., ROMÁN SÁNCHEZ, Y., & OVANDO ALDANA, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entre ciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- CNBV (2019). Boletín de Inclusión Financiera. Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
- CUANALO, G. L., HERNÁNDEZ RIVERA, A., & HARO ÁLVAREZ, G. (2022). Inclusión financiera en jóvenes universitarios en México, 2017–2018. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 17(1), e716.
- DAVENPORT, T. & PRUSAK, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press.
- DE LONG, D. & FAHEY, L. (2000). Diagnosing cultural barriers to knowledge management. *Academy of Management Executive*, 14(4), 113–127.
- DÉCARO-SANTIAGO, L. A., SORIANO–HERNÁNDEZ, M. G., BENÍTEZ-GUADARRAMA, J. P., & SORIANO–HERNÁNDEZ, J. G. (2020). La conducta financiera entre estudiantes universitarios emprendedores. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (89), 51–68. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2816>
- DRUCKER, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. HarperCollins.
- ESCAMILLA, Z., CALDERA, D., & CARRILLO, S. A. (2012). Burocracia y financiamiento ¿inhibidores del emprendimiento en México? un breve análisis. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social <<Disertaciones>>*, 5(2), 143–159.
- ESPINO BARRANCO, L. E., HERNÁNDEZ CALZADA, M. A., & PÉREZ HERNÁNDEZ, C. C. (2021). Educación financiera en el ecosistema emprendedor. *Investigación Administrativa*, 50(128), 1–19.

- FAILURE INSTITUTE, (2016). El fracaso en Startups tecnológicas en México, 1-88 [consultado 26 Jul 2018]. Disponible en: <https://thefailure-institute.com/wp-content/uploads/2016/09/Tech-Startup-Failure-Research-final.pdf>
- GARCÍA MACIAS, M. A., ZERÓN FÉLIX, M., & SÁNCHEZ TOVAR, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712>
- GARCÍA MATA, O., ZORRILLA DEL CASTILLO, A. L., BRISEÑO GARCÍA, A., & ARANGO HERRERA, E. (2021). Actitud financiera, comportamiento financiero y conocimiento financiero en México. *Cuadernos de Economía*, XL (83), 431-457. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v40n83.83247>
- GLISBY, M. & HOLDEN, N. (2003). Contextual constraints in knowledge management theory: The cultural embeddedness of Nonaka's knowledge-creating company. *Knowledge and Process Management*, 10(1), 29-36.
- GRANT, R. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(Winter Special Issue), 109-122.
- GUERRERO, M., & SANTAMARÍA-VELASCO, C. A. (2020). Ecosistema y actividad emprendedora en México: un análisis exploratorio. *Perfiles Latinoamericanos*, (55), 227-251. <https://doi.org/10.18504/pl2855-009-2020>
- HAZLETT, S. A., MCADAM, R., & GALLAGHER, S. (2005). Theory Building in Knowledge Management. *Journal of Management Inquiry*, 14(1), 31-42.
- LÓPEZ-LEMUS, J. A., & DE LA GARZA CARRANZA, M. T. (2020). El papel de la gestión del emprendimiento y la innovación en relación con los resultados de las pymes en México. *Suma de Negocios*, 11(24), 12-23. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2020.V11.N24.A2>

- MACÍAS GARCÍA, M. Á., SÁNCHEZ TOVAR, Y., & ZERÓN FÉLIX, M. (2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, xxv (2), 26–39.
- MALDONADO-ESCANDÓN, A., ZAMBRANO-LOOR, R., & BERNAL-ÁLAVA, Á. (2017). Consideraciones importantes para la gestión financiera y planificación estratégica. *revista científica multidisciplinaria arbitrada yachasun*, 1(1), 1–8.
- MAYETT MORENO, Y., ZULUAGA MUÑOZ, W., & GUERRERO CABARCAS, M. J. (2022). Gestión financiera y desempeño en MiPyMes Colombianas y Mexicanas. *Investigación Administrativa*, 51(130).
- MOLINA SÁNCHEZ, R., LÓPEZ SALAZAR, A., & CONTRERAS SOTO, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 24(1), 59–72.
- NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
- O'REGAN, N., & GHOBADIAN, A. (2007). Formal strategic planning: annual raindance or wheel of success?. *Strategic Change*, 16(1-2), 11–22.
- OECD (2005). *Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies*. OECD Publishing.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE). (2018). *Educación financiera y emprendimiento*. París, Francia
- ORLIKOWSKI, W. (2002). Knowing in practice: Enacting a collective capability in distributed organizing. *Organization Science*, 13(3), 249–273.
- PENROSE, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
- PFEFFER, J. & SALANCIK, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper & Row.
- POLANYI, M. (1966). *The Tacit Dimension*. The University of Chicago Press.

- PORTER, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.
- PRIEM, R. & BUTLER, J. (2001). Is the resource-based «view» a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22–40.
- RAMÍREZ URQUIDY, M., BERNAL, M., & FUENTES, R. (2013). Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 44(174), 167–195.
- ROBERTS, J. (2000). From know-how to show-how? Questioning the role of information and communication technologies in knowledge transfer. *Technology Analysis & Strategic Management*, 12(4), 429–443.
- SÁNCHEZ TOVAR, Y., GARCÍA FERNÁNDEZ, F., & MENDOZA FLORES, J. E. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 243–252.
- SAUCEDO LOERA, L. A., OROPEZA TAGLE, M. Á., & RUIZ GUERRA, R. (2024). Educación e inclusión financiera en México y Colombia. *Revista Academia & Negocios*, 10(1), 1–15.
- TEECE, D. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and micro-foundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- TEECE, D. J., PISANO, G., & SHUEN, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- TERRAZAS PASTOR, R. A., (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. *perspectivas*, (23), 55–72.
- WENGER, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press.
- WERNERFELT, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.

WILLIAMSON, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press.

YNZUNZA CORTÉS, C. B., & IZAR LANDETA, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), 1-26. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>

CAPÍTULO 4

Conocimiento sobre economía circular como predictor de la intención emprendedora

Esteban Eduardo Méndez-Palos

Palabras clave: Economía Circular, Intención Emprendedora Universitaria.

Resumen

Esta investigación examina la relación entre la Economía Circular, considerada como variable independiente, y la Intención Emprendedora, que actúa como variable dependiente. Partiendo de estos conceptos, se llevó a cabo una revisión bibliográfica para identificar modelos teóricos que permitan explicar si la intención emprendedora es influenciada de manera directa y positiva por la economía circular. El estudio tiene un enfoque explicativo y correlacional, empleando para el análisis un instrumento diseñado con escala Likert, que incluye ítems relacionados con el fenómeno de interés. Los resultados obtenidos a partir de 531 encuestas aplicadas a estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara fueron analizados mediante un análisis factorial con reducción de dimensiones.

Keywords: Circular Economy, University Entrepreneurial Intention.

Abstract

This research examines the relationship between the Circular Economy, considered the independent variable, and Entrepreneurial Intention, which acts as the dependent variable. Based on these concepts, a literature review was conducted to identify theoretical models that explain whether entrepreneurial intention is directly and positively influenced by the circular economy. The study takes an explanatory and correlational approach, using a Likert-based instrument for analysis, which includes items related to the phenomenon of interest. The results obtained from 531 surveys administered to students at the University Center for Economic and Administrative Sciences (CUCEA) of the University of Guadalajara were analyzed using factor analysis with dimension reduction.

Introducción

Actualmente, las empresas extraen aproximadamente 100 mil millones de toneladas de materias primas; sin embargo, solo el 6.9% de esta cantidad proviene de fuentes recicladas, lo que provoca una acumulación masiva de residuos, acelera el agotamiento de los recursos naturales y aumenta la vulnerabilidad de las cadenas de suministro (UNEP, 2024; The Guardian, 2025). Ante este panorama, se vuelve imprescindible realizar estudios que analicen el conocimiento que poseen los estudiantes con intención emprendedora sobre los principios de la Economía Circular (EC), entendida como un modelo económico orientado a la sostenibilidad y regeneración de recursos.

El presente estudio plantea un enfoque cuantitativo para evaluar dicha relación, utilizando como base un instrumento estructurado en escala Likert que incorpora ítems relacionados con la EC y la Intención Emprendedora (IE). Para contextualizar esta relación, se introduce de forma cronológica el desarrollo conceptual de ambas variables.

Desde una perspectiva teórica, se entiende que la IE, al igual que cualquier acción humana compleja, nace de un comportamiento planificado.

En este sentido, cobra relevancia el modelo propuesto por Krueger et al. (2000), que establece que la intención de emprender puede predecirse observando los deseos de los individuos hacia ese comportamiento, más allá de actitudes, creencias o características demográficas aisladas. No obstante, estudios recientes han criticado la predominancia de investigaciones centradas en regiones como América del Norte y Europa, dejando de lado a economías emergentes, que precisamente requieren un avance económico más acelerado (Bruton et al., 2008).

En línea con ello, Duong et al. (2019) destacan que la IE está fuertemente influenciada por la autoeficacia emprendedora, la cual depende de factores como las actitudes individuales y el control conductual percibido. Esta evidencia teórica respalda la necesidad de explorar cómo estos elementos se manifiestan en contextos educativos, particularmente en países en desarrollo.

Bajo esta lógica, algunas investigaciones recientes posicionan a las universidades como agentes clave que ejercen presión social sobre sus estudiantes, incidiendo directamente en sus actitudes hacia el emprendimiento, especialmente en culturas colectivistas (Nguyen et al., 2021). En este sentido, Terán-Pérez et al. (2024) afirman que la IE debe entenderse también como un reflejo del entorno académico, el cual puede comportarse tanto como impulsor como inhibidor en el proceso de toma de decisiones hacia la creación de una empresa.

Esta evidencia sustenta la inclusión del concepto de EC dentro de esta investigación, permitiendo explorar cómo los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) comprenden este modelo económico, y si tal comprensión influye o se integra a su comportamiento emprendedor.

En cuanto a la Economía Circular, su conceptualización ha evolucionado considerablemente. Pearce (1990) la introdujo como el resultado de integrar el medio ambiente en el ámbito económico, diferenciando tres funciones esenciales de los ecosistemas que deben preservarse: la provisión

de recursos, la asimilación de residuos y la generación de utilidad. Desde entonces, se ha entendido a la EC como un modelo regenerativo por diseño, enfocado en mantener el mayor valor posible de los productos, componentes y materiales dentro del sistema económico (Gravagnuolo et al., 2019).

Más recientemente, Lakatos et al. (2021) han ampliado el enfoque, vinculando la EC con la sustentabilidad y proponiendo su aplicación en ámbitos más amplios, en los que se prioriza la gestión responsable de recursos finitos, la minimización de insumos y la reducción de riesgos sistémicos.

Asimismo, Agyapong et al. (2024) identifican diversos factores que influyen en la adopción de modelos circulares, entre ellos el entorno financiero, el bienestar de los stakeholders, la preparación organizacional, la competencia del sector y la necesidad de cumplir con requisitos de capital más exigentes. Si bien estos factores dependen del apoyo institucional y del conocimiento global, los autores concluyen que los principales impulsores de la circularidad son de carácter interno.

La revisión de la literatura evidencia la complejidad de los elementos asociados a la Economía Circular, pero también la necesidad urgente de comprender si los estudiantes con intención emprendedora poseen el conocimiento suficiente de estos factores. Esta comprensión podría ser clave para fomentar un comportamiento emprendedor más responsable, consciente y alineado con los desafíos ambientales y económicos actuales.

Justificación

La creación de valor dentro de la intención emprendedora ha cobrado gran relevancia en la última década, particularmente en contextos donde se demanda una orientación sustentable basada en el triple resultado: económico, social y ambiental (Thelken & De Jong, 2020). Esta evolución conceptual ha propiciado la incorporación de nuevos términos clave en el discurso emprendedor, como economía circular (EC) y normas subjetivas, los cuales reflejan el creciente interés por integrar la sostenibilidad en los procesos de formación de intenciones empresariales (Valencia-Arias et al., 2024).

En este contexto, los modelos económicos adoptados por los emprendedores juegan un papel fundamental. La necesidad de implementar enfoques circulares dentro del emprendimiento radica en su potencial para guiar iniciativas económicas que no solo generen beneficios financieros, sino que también contribuyan a la regeneración de recursos, la reducción del impacto ambiental y el fortalecimiento del tejido social. De ahí la importancia de que los emprendedores en formación —en este caso, los estudiantes universitarios— comprendan los factores que intervienen en la circularidad económica, ya que dicha comprensión resulta esencial para operar en mercados que exigen cada vez mayor responsabilidad ambiental y social.

Cabe destacar que el tipo de estrategia circular adoptada influye directamente en los resultados esperados del emprendimiento. Como indican Varianute et al. (2023), la EC no es un modelo único ni homogéneo; por el contrario, las diferentes estrategias circulares conducen a perspectivas de desempeño diferenciadas según el enfoque elegido. Así, un conocimiento superficial o parcial de estos enfoques puede comprometer la viabilidad del emprendimiento, al generar expectativas desalineadas con los objetivos reales del modelo circular adoptado.

Es fundamental subrayar que la economía circular no se limita a un esquema de creación de valor económico. Se trata de un modelo sistémico y alternativo, centrado en el rediseño de procesos productivos, la fabricación sustentable y la colaboración activa de la sociedad en su implementación (Bellemare et al., 2022). Por ello, esta investigación parte de la necesidad de analizar si los estudiantes con intención emprendedora comprenden la naturaleza integral de los conceptos y principios que subyacen en los modelos circulares.

El desconocimiento de los elementos propios de la EC suele estar presente en emprendimientos cuyo único enfoque es la generación de beneficios económicos. No obstante, en la actualidad, la incorporación de principios de sostenibilidad —económica, social y ambiental— no es solo una opción

deseable, sino una exigencia normativa y ética. Esta tendencia ha sido impulsada por compromisos internacionales como la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU, y por políticas públicas nacionales como el Plan Nacional de Desarrollo en México, que establecen como prioridad la transición hacia modelos de desarrollo sustentables.

En este marco, la presente investigación busca aportar evidencia empírica sobre el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes universitarios con intención emprendedora acerca de la economía circular, y cómo dicho conocimiento puede influir en la consolidación de comportamientos emprendedores más sostenibles, alineados con las exigencias del contexto actual.

Marco teórico conceptual

Economía Circular (EC)

El concepto de economía circular (EC) surge como una respuesta a la creciente necesidad de transformar los modelos económicos tradicionales, especialmente aquellos de carácter lineal, que históricamente han ignorado las externalidades ambientales generadas durante los procesos de producción y consumo. La EC se propone como una alternativa que promueve prácticas responsables, centradas en el diseño de bienes y servicios cuyo ciclo de vida considere desde el inicio la regeneración de recursos y la reducción de residuos mediante flujos de materiales de circuito cerrado (Bîrgovan et al., 2022).

Desde una perspectiva jerárquica, Roos et al. (2020) describen la EC como un conjunto de estrategias orientadas a la gestión eficiente de recursos, en la que se prioriza la multiplicación y retención del valor, desvinculando el crecimiento económico de la extracción intensiva de materiales naturales. Esta visión jerárquica permite establecer niveles de acción, desde la reducción y reutilización, hasta el rediseño y la innovación sistémica.

Complementando esta visión, Varianute et al. (2023) destacan que un marco de economía circular no solo se centra en la reutilización de mate-

riales, sino que también busca maximizar el valor de los insumos productivos y minimizar la generación de residuos que amenacen los ecosistemas naturales. En este sentido, el énfasis recae tanto en la eficiencia del ciclo productivo como en su impacto ambiental.

Para que el concepto de EC pueda ser realmente útil dentro de un ecosistema emprendedor, es necesario abordarlo desde una perspectiva transdimensional. Esto implica integrar tecnologías emergentes, mecanismos de innovación y estrategias empresariales que promuevan tanto la creación como la captura de valor sostenible (Antonioli et al., 2022). De este modo, la EC se convierte no solo en un modelo operativo, sino en una filosofía empresarial que redefine la forma de emprender.

Intención Emprendedora (IE)

La intención emprendedora (IE), considerada como la variable dependiente de este estudio, ha sido abordada en la literatura desde enfoques simplificados hasta concepciones más complejas. En una visión básica, Balgiu y Simionescu-Panait (2024) definen la IE como la decisión personal de participar en actividades empresariales. Sin embargo, otros autores como Kamarudin et al. (2024) amplían esta noción al considerarla como el compromiso individual hacia la realización de actividades emprendedoras, influido directamente por factores como la actitud, la autoeficacia y la percepción de competencia personal.

Desde un enfoque psicológico, Yasir et al. (2022) conceptualizan la IE como un estado mental que orienta la atención, planificación y acción de los individuos hacia la creación de nuevos negocios o proyectos, enfatizando su papel como precursor del comportamiento emprendedor real.

Este marco teórico se complementa con la propuesta de Campos-Sánchez (2021), quien identifica dos escenarios principales desde los cuales puede surgir la intención emprendedora: por un lado, el descubrimiento de una oportunidad de negocio en un entorno propicio; y por otro, la necesidad

como motor impulsor, donde el emprendimiento es una vía de subsistencia o mejora personal frente a circunstancias desfavorables.

En conjunto, estos enfoques refuerzan la idea de que la intención emprendedora es un proceso complejo, influido tanto por factores individuales como contextuales. Esta complejidad es especialmente relevante al analizarla desde el prisma de la economía circular, ya que exige que los futuros emprendedores no solo deseen iniciar un negocio, sino que lo hagan desde una perspectiva alineada con la sostenibilidad.

Marco teórico referencial

Diversos estudios recientes han abordado la relación entre economía circular (EC) e intención emprendedora (IE), subrayando la creciente necesidad de integrar modelos sostenibles en la formación de futuros emprendedores. En primera instancia, Valencia-Arias et al. (2024) analizan la IE desde un enfoque sustentable, evidenciando cómo las instituciones de educación superior promueven iniciativas emprendedoras centradas en la sostenibilidad. A través de un análisis bibliométrico, identifican una tendencia creciente hacia la integración de prácticas sostenibles en las actividades económicas universitarias, fomentadas mediante programas de apoyo institucional.

Un hallazgo clave de este estudio es el denominado redcluster, un conjunto de términos interrelacionados que incluye «educación superior», «negocios», «emprendimiento», «sustentabilidad» y «estudiantes», lo cual confirma el papel articulador que juega el entorno universitario en el desarrollo de la IE con enfoque sostenible. Esta vinculación inicial entre EC e IE permite vislumbrar una relación positiva en la evolución conceptual de ambas variables.

Siguiendo esta misma línea, Otiniano et al. (2024), en su estudio Emprendimiento sostenible: competencias clave que determinan la intención emprendedora en estudiantes peruanos, profundizan en la influencia que la EC ejerce sobre la IE. Identifican tres competencias esenciales para la

formación de emprendedores sostenibles: la creatividad, la disposición al riesgo y la iniciativa. Su investigación destaca que estos factores actúan de manera más compleja que en los modelos lineales tradicionales, por lo que recomiendan un abordaje holístico que incorpore dimensiones como la motivación, las actitudes hacia el emprendimiento y, especialmente, el apoyo social. Este último se concibe como un elemento esencial en la consolidación de una cultura empresarial verdaderamente sostenible.

Complementariamente, Le et al. (2023) aportan una perspectiva valiosa al estudiar cómo el conocimiento ambiental influye en la intención emprendedora verde entre jóvenes de la generación Z en Vietnam. Los autores encuentran que una mayor conciencia ambiental eleva tanto la deseabilidad como la autoeficacia percibida para emprender en contextos ecológicos. Sin embargo, también identifican un fenómeno relevante: a medida que los estudiantes adquieren mayor conocimiento sobre los desafíos ambientales, aumenta en ellos una percepción de incapacidad para resolver dichos problemas mediante el emprendimiento, lo que podría representar una barrera psicológica para la acción.

Estas investigaciones coinciden en señalar que la economía circular no solo debe ser entendida como un marco técnico-productivo, sino también como un componente esencial en la configuración de la intención emprendedora sostenible. Si bien los hallazgos respaldan la influencia positiva de la EC sobre la IE, también sugieren la existencia de factores adicionales como el contexto institucional, el apoyo social, las competencias personales y la percepción de autoeficacia que deben considerarse para una comprensión integral del fenómeno.

Marco teórico

Uno de los marcos teóricos más ampliamente utilizados para analizar la intención emprendedora es la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), propuesta por Ajzen (1991), la cual deriva de la Teoría de la Acción Razonada (TRA) de Fishbein y Ajzen (1975). Según estos autores, el comportamiento

humano está determinado por la intención de actuar, y esta intención, a su vez, es influenciada por tres factores: la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control conductual percibido. En la TPB, estos componentes representan posturas de carácter psicológico, social y cultural que permiten comprender la decisión de emprender (Campos y Lara, 2022).

La actitud se refiere a la valoración positiva o negativa del individuo hacia emprender; la norma subjetiva refleja la percepción de la presión social para realizar o no esa conducta, y el control conductual percibido hace alusión a la percepción de facilidad o dificultad para llevar a cabo el comportamiento, que en este caso es emprender. Estas dimensiones permiten abordar la intención emprendedora desde una perspectiva holística y predictiva, siendo fundamentales en investigaciones recientes donde se analiza su relación con elementos de la economía circular (EC).

Adicionalmente, se considera la Teoría de los Valores Humanos Básicos de Schwartz (1992), la cual establece que valores como la autodirección, la estimulación, el logro, el poder, la seguridad, la tradición y la benevolencia pueden influir tanto en decisiones individuales como colectivas relacionadas con el emprendimiento. Estos valores actúan como orientadores del comportamiento y están profundamente relacionados con los objetivos personales de quienes emprenden, especialmente cuando estos objetivos incluyen criterios de sostenibilidad y responsabilidad social.

Por su parte, Krueger y Carsrud (1993) retomaron la TPB y la adaptaron específicamente al contexto emprendedor. Su propuesta establece que la intención de emprender es un comportamiento planificado, que puede ser anticipado y explicado a través de modelos basados en intenciones. Este enfoque tiene tres implicaciones fundamentales:

- Las intenciones son el mejor predictor del comportamiento planeado.
- La versatilidad y robustez de los modelos basados en la intención permiten aplicarlos a diferentes procesos emprendedores.

- Las variables situacionales o diferenciales (como cultura, entorno o recursos) actúan como moderadores indirectos del comportamiento emprendedor, pero no determinan directamente la intención.

En el ámbito de la economía circular, destaca la Teoría del Triple Resultado o Triple Bottom Line, desarrollada por Elkington (1997), la cual establece un marco basado en las «tres P»: People (personas), Planet (planeta/sustentabilidad) y Profit (ganancias). Este enfoque busca equilibrar el desempeño económico con el impacto ambiental y social, promoviendo así un modelo de desarrollo sostenible y responsable. Esta teoría se alinea perfectamente con los principios de la EC y constituye una base sólida para analizar la intención emprendedora desde una perspectiva sostenible.

En complemento, el modelo integral de intención empresarial propuesto por Schlaegel y Koenig (2014) plantea una combinación entre aspectos cognitivos y situacionales, destacando la influencia de las percepciones individuales, el ecosistema emprendedor, el entorno social y la experiencia previa. Este modelo permite adaptarse a contextos culturales diversos y contempla el papel que tienen factores ambientales y sociales —como los que promueve la economía circular— en la formación de intenciones emprendedoras.

Asimismo, estudios recientes han contribuido con enfoques teóricos novedosos. Uno de ellos es el modelo de los ocho capitales como lentes de innovación, presentado por Nogueira et al. (2019), que establece una correlación positiva entre la concientización sobre la economía circular y la educación integral en ocho tipos de capital: natural, financiero, manufacturero, humano, social, cultural, político y digital. Esta propuesta permite una visión transversal de la circularidad, integrando múltiples dimensiones que enriquecen el análisis de la intención emprendedora.

Finalmente, Tan et al. (2022) introducen el concepto de la brecha entre la intención y la acción emprendedora sostenible, conocido como Intention–Action Gap. En este enfoque se reconoce que, aunque los individuos

pueden tener intención de emprender de manera sostenible, muchas veces esta no se traduce en acción concreta. Para cerrar esta brecha, los autores proponen alinear a los actores clave mediante el fortalecimiento del conocimiento, la tecnología y la adopción de prácticas de innovación restaurativa, elementos fundamentales en la transición hacia modelos basados en la economía circular.

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance explicativo y correlacional, al establecer una relación causal entre dos variables: economía circular, como variable independiente (Varianute et al., 2023), e intención emprendedora, como variable dependiente.

Para el tratamiento de los datos, se diseñó un instrumento de recolección basado en una escala tipo Likert, el cual incluyó ítems alineados con los conceptos derivados de la literatura especializada. El diseño del cuestionario incorporó escenarios hipotéticos que permitieron evaluar la percepción de los estudiantes en relación con los factores asociados tanto a la intención emprendedora como a la economía circular.

La escala de respuesta utilizada fue de cinco niveles, en la cual:

- 1 representa «totalmente en desacuerdo»
- 5 representa «totalmente de acuerdo»

Este diseño permitió captar de manera efectiva la percepción de la comunidad universitaria respecto al fenómeno de estudio.

Población y muestra

La población objetivo estuvo conformada por estudiantes de nivel licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), perteneciente a la Universidad de Guadalajara, que al momento

de cierre de esta investigación contaba con un universo de 21,614 estudiantes matriculados.

El tamaño muestral fue calculado para poblaciones finitas mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2} = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (1.96 para 95%)

σ = desviación estándar (valor estándar: 0.5)

N = población total

e = margen de error (5%)

Con estos parámetros, se determinó un tamaño muestral mínimo de 378 casos válidos. No obstante, la muestra final alcanzó un total de 531 respuestas válidas, recolectadas durante el mes de marzo de 2025, lo cual supera los requerimientos establecidos en cuanto a representatividad y garantiza robustez estadística.

Características de la muestra

De los participantes, el 67.4% fueron mujeres y el 32.6% hombres. Las respuestas provinieron de estudiantes pertenecientes a 10 programas educativos distintos, destacando los siguientes:

Licenciatura en Mercadotecnia (26.9%)

Negocios Internacionales (23.2%)

Administración (17.2%)

Contaduría Pública (17.1%)

Cabe señalar que estas dos últimas son las carreras con mayor matrícula en el CUCEA. Asimismo, el 91.4% de los estudiantes encuestados se encontraban en un rango de 2 a 4 años cursados dentro de su programa de estudios, lo que garantiza un nivel mínimo de formación académica para comprender los conceptos planteados en el instrumento.

Técnicas de análisis

Una vez realizada la recolección de datos, se procedió a su análisis mediante las siguientes técnicas estadísticas:

- Análisis Factorial Exploratorio (AFE): Utilizado para la reducción de dimensiones y la identificación de los factores latentes en las variables estudiadas.
- Pruebas de adecuación muestral:
Coeficiente KMO (Kaiser–Meyer–Olkin)
Prueba de esfericidad de Bartlett
Análisis de confiabilidad de escalas:
Alfa de Cronbach, para determinar la consistencia interna de los factores extraídos.

Prueba de hipótesis:

Modelo de regresión lineal simple, con el fin de evaluar la relación entre la economía circular y la intención emprendedora.

Estas técnicas permitieron validar estadísticamente la estructura del instrumento, así como probar empíricamente la hipótesis principal del estudio.

Tabla 1. Operacionalización de la EC e IE

| Variable | Items | Autores |
|----------|--|--------------------------|
| EC | Considero que reducir, reciclar y reutilizar los recursos deben ser prácticas habituales en cualquier empresa. | (Varianute et al., 2023) |

| | | |
|-------|--|---|
| EC | Considero que es posible encontrar un balance entre responsabilidad social, sustentabilidad y desempeño financiero (generar utilidades) en las empresas. | (Elkington, 1997) |
| EC | Considero que en un emprendimiento, la producción responsable con el medio ambiente, es un valor agregado. | (Le et al., 2023) (Nogueira et al., 2019) |
| EC/IE | Considero que el cuidado de los recursos naturales (consumo responsable), es un factor de éxito en las empresas | (Schalaegel y Koenig, 2014) (Krueger y Carsrud, 1993) (Nogueira et al., 2019) |
| IE/EC | Considero que en la planeación financiera de los emprendimientos debe considerar el costo para ser un proyecto sustentable. | (Schalaegel y Koenig, 2014) (Krueger y Carsrud, 1993) (Nogueira et al., 2019) |

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Los datos obtenidos de las 531 respuestas válidas fueron procesados mediante el software estadístico SPSS, aplicando un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) con el objetivo de identificar los factores subyacentes en las variables medidas, a través de una técnica de reducción de dimensiones.

Previo a la extracción de factores, se evaluó la adecuación muestral mediante dos pruebas fundamentales:

1. Índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

El valor del índice KMO obtenido para la variable dependiente (intención emprendedora) fue de 0.915, el cual se considera «excelente» según los criterios establecidos por Kaiser (1974). Este resultado indica que la matriz de correlaciones es adecuada para continuar con el análisis factorial. En términos prácticos, este valor sugiere que la varianza común entre los ítems es lo suficientemente alta como para justificar la reducción de dimensiones mediante factores latentes.

Según los criterios de interpretación del KMO:

$KMO \geq 0.90$: Excelente

$0.80 \leq KMO < 0.90$: Muy bueno

$0.70 \leq KMO < 0.80$: Bueno

$0.60 \leq KMO < 0.70$: Aceptable

$KMO < 0.60$: Poco recomendable

2. Prueba de esfericidad de Bartlett

Complementariamente, se aplicó la prueba de esfericidad de Bartlett, la cual resultó estadísticamente significativa ($p < 0.001$). Este resultado rechaza la hipótesis nula de que la matriz de correlación es una matriz identidad, y confirma que existen correlaciones significativas entre los ítems, por lo que es viable proseguir con el análisis factorial.

Interpretación conjunta

Ambas pruebas –el alto valor del KMO (0.915) y la significancia de la prueba de Bartlett– evidencian que los datos cumplen con los requisitos necesarios para realizar un análisis factorial robusto, con lo cual se justifica estadísticamente la reducción de las variables a factores latentes.

Validez del Modelo: Intención Emprendedora

Se realizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) para validar la estructura de la escala que mide la intención emprendedora (IE). La prueba de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) obtuvo un valor de 0.915, considerado como excelente (ver Tabla 2). Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa ($\chi^2 = 2776.966$; $gl = 15$; $p < 0.001$), lo cual indica que las correlaciones entre ítems son adecuadas para aplicar un análisis factorial.

Tabla 2. Validez del modelo: Intención Emprendedora

| KMO y prueba de Bartlett | | |
|--|-------------------------|----------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | | .915 |
| | Chi-cuadrado aproximado | 2776.966 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | gl | 15 |
| | Sig. | .000 |

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS.

Mediante el método de componentes principales, se extrajo un único componente con cargas factoriales superiores a .66 en todos los ítems, lo que sugiere unidimensionalidad de la escala (ver Tabla 3).

Tabla 3. Matriz de componentes: Intención emprendedora.

| Matriz de componentes | |
|---|------------|
| | Componente |
| | 1 |
| IE1 | .904 |
| IE2 | .922 |
| IE3 | .925 |
| IE4 | .918 |
| IE5 | .806 |
| IE6 | .668 |
| Método de extracción: Análisis de componentes principales. | |
| a. 1 componentes extraídos | |

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS.

Este único componente explicó el 74.38% de la varianza total (ver Tabla 4), lo que demuestra una alta capacidad explicativa de los ítems que conforman la escala.

Tabla 4. Varianza total explicada: Intención emprendedora

| Varianza total explicada | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción | | |
| | Total | % de la varianza | % acumulado | Total | % de la varianza | % acumulado |
| 1 | 4.463 | 74.381 | 74.381 | 4.463 | 74.381 | 74.381 |
| 2 | .616 | 10.267 | 84.648 | | | |
| 3 | .412 | 6.874 | 91.521 | | | |
| 4 | .223 | 3.711 | 95.233 | | | |
| 5 | .149 | 2.484 | 97.717 | | | |
| 6 | .137 | 2.283 | 100.000 | | | |

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS

Validez del Modelo: Economía Circular

Para la escala de Economía Circular (EC) también se aplicó un AFE. El valor del KMO fue de 0.864, indicando una muy buena adecuación muestral. La prueba de esfericidad de Bartlett fue igualmente significativa ($\chi^2 = 1338.349$; $gl = 10$; $p < 0.001$), lo cual valida la factibilidad del análisis factorial (ver Tabla 5).

Tabla 5. Validez del modelo: Economía Circular

| KMO y prueba de Bartlett | | |
|--|-------------------------|----------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | | .864 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aproximado | 1338.349 |
| | gl | 10 |
| | Sig. | .000 |

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS

Se identificó un único componente con cargas superiores a .78, lo cual también respalda la unidimensionalidad de esta escala (ver Tabla 6).

Tabla 6. Matriz de componentes: Economía Circular

| Matriz de componentes | |
|--|------------|
| | Componente |
| 1 | |
| EC1 | .828 |
| EC2 | .844 |
| EC3 | .837 |
| EC4 | .788 |
| EC5 | .825 |
| Método de extracción: Análisis de componentes principales. | |
| 1 componentes extraídos Fuente: Elaboración propia con base a SPSS. | |

Este componente explicó el 68.01% de la varianza total (ver Tabla 7).

Tabla 7. Varianza total explicada: Economía Circular.

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción | | |
|--|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
| | Total | % de la varianza | % acumulado | Total | % de la varianza | % acumulado |
| 1 | 3.401 | 68.018 | 68.018 | 3.401 | 68.018 | 68.018 |
| 2 | .529 | 10.574 | 78.592 | | | |
| 3 | .411 | 8.220 | 86.812 | | | |
| 4 | .371 | 7.413 | 94.224 | | | |
| 5 | .289 | 5.776 | 100.000 | | | |
| Método de extracción: Análisis de Componentes principales. | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS

Análisis de Fiabilidad

Se evaluó la consistencia interna de ambas escalas mediante el Alfa de Cronbach. La escala de intención emprendedora obtuvo un valor de .927 y la de economía circular de .880, ambos considerados muy altos, lo que respalda su fiabilidad interna (ver Tabla 8).

Tabla 8. Análisis de fiabilidad de escalas.

| Estadísticos de fiabilidad | | |
|-----------------------------------|--|----------------|
| Variable | Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados | N de elementos |
| Intención Emprendedora | .927 | 6 |
| Economía Circular | .880 | 5 |

Fuente: *Elaboración propia con base a SPSS*

Modelo de Regresión Lineal

Finalmente, se llevó a cabo un modelo de regresión lineal simple para determinar el grado en que la economía circular (EC) predice la intención emprendedora (IE).

El coeficiente de correlación (R) fue de .383, indicando una correlación positiva moderada.

El coeficiente de determinación (R^2) fue de .147, lo que indica que la EC explica aproximadamente el 14.7% de la varianza en la IE (ver Tabla 9).

Tabla 9. Resumen de modelo.

| Resumen del modelo | | | | |
|--|-------------------|------------|----------------------|-----------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado corregida | Error típ. de la estimación |
| 1 | .383 ^a | .147 | .145 | .92457287 |
| a. Variables predictoras: (Constante), ECONOMIA CIRCULAR | | | | |

Fuente: *Elaboración propia con base en SPSS*

La prueba ANOVA evidenció que el modelo es estadísticamente significativo ($F = 91.003$; $p < 0.001$) (ver Tabla 10).

Tabla 10. ANOVA

| ANOVAa | | | | | | |
|---------------|-----------|-------------------|-----|------------------|--------|-------------------|
| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
| 1 | Regresión | 77.792 | 1 | 77.792 | 91.003 | .000 ^b |
| | Residual | 452.208 | 529 | .855 | | |
| | Total | 530.000 | 530 | | | |

a. Variable dependiente: INTENEMP

Variables predictoras: (Constante), ECONOMIA CIRCULAR

Fuente: Elaboración propia con base en SPSS

En cuanto a los coeficientes del modelo, la variable EC presentó un coeficiente Beta estandarizado de .383, con un valor t de 9.540, altamente significativo ($p < 0.001$), confirmando que existe una relación positiva y significativa entre EC e IE (ver Tabla 11).

Tabla. 11 Modelo de Regresiones

| Coeficientes | | | | | | |
|---------------------|-------------------|--------------------------------|------------|--------------------------|-------|-------|
| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | Sig. |
| | | B | Error típ. | | | |
| 1 | (Constante) | 1.001E-013 | .040 | | .000 | 1.000 |
| | ECONOMIA CIRCULAR | .383 | .040 | .383 | 9.540 | .000 |

a. Variable dependiente: INTENEMP

Fuente: Elaboración propia con base en SPSS

Discusión

Los hallazgos de esta investigación confirman, en línea con el Modelo Integral de Intención Empresarial de Schlaegel y Koenig (2014), que el conocimiento y la experiencia previa en torno a los ecosistemas económicos circulares tienen un impacto directo y significativamente positivo en la

intención emprendedora de los estudiantes universitarios del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA). Estos resultados indican que la comprensión de los principios de sustentabilidad —especialmente aquellos vinculados a la reducción, reutilización y reciclaje— actúa como un catalizador que fortalece la decisión de emprender.

Este hallazgo sugiere que los modelos económicos circulares no solo son vistos por los estudiantes como mecanismos de sostenibilidad ambiental, sino también como estrategias con potencial para generar valor financiero, así como para fomentar pautas de consumo y producción más responsables. Así, se valida la Teoría del Triple Resultado (Triple Bottom Line) de Elkington (1997), en la cual se sostiene que las dimensiones social (personas), ambiental (planeta) y económica (ganancias) pueden integrarse armónicamente en los modelos de negocio, generando una cultura emprendedora sustentable.

Del mismo modo, se observa que conceptos como el cuidado de los recursos naturales y la planeación financiera orientada a la sostenibilidad son factores que configuran una actitud positiva hacia el emprendimiento. Esta tendencia puede explicarse mediante la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), que postula que la intención hacia un comportamiento específico —en este caso, emprender— está influida por la actitud personal, las normas subjetivas y el control conductual percibido. En este contexto, la actitud favorable hacia la sustentabilidad, el apoyo percibido en su entorno académico, y la confianza en su capacidad para emprender modelos circulares explican de forma congruente los resultados observados.

Estos hallazgos abren la posibilidad de replantear los esquemas formativos en educación superior, especialmente en programas del ámbito económico-administrativo, con miras a fomentar contenidos que promuevan modelos económicos circulares y emprendimientos responsables. La evidencia sugiere que, al integrar de manera transversal estos enfoques en los programas educativos, se incentiva a los estudiantes no solo a emprender,

sino a hacerlo de forma coherente con los objetivos de desarrollo sostenible.

En este sentido, la investigación se presenta como una base diagnóstica para desarrollar nuevas estrategias didácticas sustentables, la implementación de modelos de enseñanza basados en la circularidad, y la formulación de futuros estudios que vinculen la intención emprendedora con la conciencia ambiental, el compromiso social y la innovación económica.

Finalmente, la comprensión de los principios de economía circular permite que los estudiantes se desvinculen de enfoques lineales tradicionales, muchas veces inculcados por inercia, y transiten hacia una visión más sistémica y ética del emprendimiento, alineada con las demandas del entorno global actual.

Conclusiones

La presente investigación responde a la interrogante sobre si el conocimiento acerca de la Economía Circular (EC) y sus modelos sustentables actúan como un factor positivo que incentiva la intención emprendedora en estudiantes de carreras administrativas del CUCEA. A través de un instrumento basado en escala Likert aplicado a 531 estudiantes, se evaluó la predisposición hacia la intención emprendedora vinculada al conocimiento de modelos circulares, obteniéndose una varianza total explicada favorable y un análisis de fiabilidad robusto del instrumento.

El Modelo Integral de Intención Empresarial de Schlaegel y Koenig, la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, y la Teoría Triple Bottom Line de Elkington demostraron ser marcos teóricos sólidos para explicar la alineación de los estudiantes hacia la intención emprendedora sustentable. Se evidencia que la interacción entre los agentes del ecosistema económico —planeta, sociedad y ganancias— genera una motivación emprendedora que contrasta con las tendencias productivas lineales tradicionales, las cuales han sido ampliamente estudiadas.

El análisis de regresión lineal indicó que el conocimiento sobre economía circular explica el 14.5% de la variabilidad en la intención emprendedora, lo que fortalece la importancia de investigar y fomentar este conocimiento en la formación universitaria. Esto resulta especialmente relevante considerando que los estudiantes del CUCEA están inmersos en un contexto académico que reconoce la importancia de agendas internacionales, como la Agenda 2030 de la ONU, y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el ODS 12 relacionado con producción y consumo responsables, que promueven una visión holística del desempeño financiero en sintonía con los demás elementos del ecosistema económico.

En consecuencia, al comprender los principios y componentes de la economía circular, los estudiantes tienden a adoptar una visión más compleja y sistemática del emprendimiento, propiciando innovaciones sustentables y un mayor acercamiento a actividades emprendedoras alineadas con los desafíos contemporáneos.

Por tanto, se recomienda reforzar los planes de estudio con contenidos prácticos y casos de estudio enfocados en modelos de economía circular, no solo para enriquecer las competencias técnicas de los estudiantes, sino también para fortalecer sus motivaciones y capacidades para desarrollar proyectos que contribuyan a un desarrollo sostenible.

Limitaciones

El presente estudio se llevó a cabo exclusivamente en una universidad pública del estado de Jalisco, centrado en estudiantes de carreras relacionadas con las ciencias económico-administrativas. Esta delimitación puede implicar un sesgo en los resultados, debido a las características particulares de los recursos, capacidades y perfil académico propio de esta comunidad universitaria. Por esta razón, se considera pertinente extender la investigación a muestras más amplias que incluyan universidades privadas, así como a estudiantes de disciplinas complementarias con enfoques académicos diversos.

Asimismo, la incorporación de variables adicionales y la realización de estudios de caso permitirían un entendimiento más profundo y completo sobre los factores que influyen en la intención emprendedora. Esto facilitaría el desarrollo de nuevas líneas de investigación que exploren con mayor detalle el impacto de la economía circular en el emprendimiento universitario. También sería relevante analizar si la intención emprendedora universitaria puede, a su vez, influir significativamente en el interés por el estudio de conceptos relacionados con la sustentabilidad y la economía circular.

Referencias

- AGYAPONG, D., AGYAPONG, G., & FRIMPONG, S. E. (2024). Precursors of circular economy practices. *Cleaner Environmental Systems*, 12, 100163.
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- ANTONIOLI, D., GHISSETTI, C., MAZZANTI, M., NICOLLI, F., (2022). Sustainable production: The economic returns of circular economy practices. *Business strategy and the environment*. 31(5) 2603-261. <https://doi.org.wdg.biblio.udg.mx:8443/10.1002/bse.3046>
- BALGIU, B. A., & SIMIONESCU-PANAIT, A. (2024). Entrepreneurial Intention in Romanian Engineering Students: Expanding the Theory of Planned Behavior. *Administrative Sciences*, 14(11), 275. <https://doi.org/10.3390/admsci14110275>
- BELLEMARE, M., MARTIN-DÉRY, S., ZIEGLER, R., VÉZINA, M., RAUFFLET, E., WALSH, A. (2022). Synergizing social economy and circular economy. *CJNSER*. 13(1) 106–110.
- BÎRGOVAN, A. L., VATCA, S. D., BACALI, L., SZILAGYI, A., LAKATOS, E. S., CIOCA, L. I., & CIOBANU, G. (2022). Enabling the Circular Economy Transition in Organizations: A Moderated Mediation Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(2), 677. <https://doi.org/10.3390/ijerph19020677>

- BRUTON, G., AHLSTROM, D. AND OBLOJ, K. (2008). Entrepreneurship in Emerging Economies: Where Are We Today and Where Should the Research Go in the Future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00213.x>
- CAMPOS, A., LARA, J., (2023). Individualismo y colectivismo como predictores de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *Scientia et praxis*, 03(05), 2594–4041. <https://doi.org/10.55965/setp.3.05.a3>
- CAMPOS, S. (2021). Personal values as predictors of entrepreneurial intentions of university students. *Journal of evolutionary studies in business*, 6(2), 180–208. doi.org/10.1344/jesb2021.1.j096
- DUONG, C. D. AND BERNAT, T., (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among Vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447–2460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>
- ELKINGTON, J., & ROWLANDS, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An Introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- GRAVAGNUOLO, A.; ANGRISANO, M.; GIRARD, L.F. (2019). Circular Economy Strategies in Eight Historic Port Cities: Criteria and Indicators Towards a Circular City Assessment Framework. *Sustainability*, 11, 3512.
- KRUEGER, N.F., CARSRUD A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and regional development*, 5, 315–330. DOI: 10.1080/08985629300000020
- KRUEGER, N.F., REILLY, M. AND CARSRUD A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

- LAKATOS, E. S., YONG, G., SZILAGYI, A., CLINCI, D. S., GEORGESCU, L., ITI-CESCU, C., & CIOCA, L.-I. (2021). Conceptualizing Core Aspects on Circular Economy in Cities. *Sustainability*, 13(14), 7549. <https://doi.org/10.3390/su13147549>
- LE, T. N. P., NGUYEN, K. H., & NGUYEN, N. T. H. (2023). How environmental understanding affects the green entrepreneurial intention of Centennials in Vietnam. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(4), 123–137. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110408>
- NGUYEN, T. T., & PHAN, H. T. T. (2021). Impact of creativity on student entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation: IJI Journal*, 9(3), 646–663
- NOGUEIRA, A., ASHTON, W.S., TEIXEIRA, C., 2019. EXPANDING PERCEPTIONS OF THE CIRCULAR ECONOMY THROUGH DESIGN: EIGHT CAPITALS AS INNOVATION LENSES. RESOUR. CONSERV. RECYCL. 149, 566–576.
- PARLIAMENT OF AUSTRALIA. 2018. C
- OTINIANO LEÓN, M. Y., BALLESTEROS, M. A. A., RAMOS FARROÑÁN, E. V., LEZAMA, M. T. F., & SILVA, J. M. D. (2024). Sustainable Entrepreneurship: Key Competencies Determining Entrepreneurial Intention in Peruvian Secondary Students. *Sustainability*, 16(20), 9105. <https://doi.org/10.3390/su16209105>
- PEARCE, D.T. ECONOMICS OF NATURAL RESOURCES AND THE ENVIRONMENT; JOHNS HOPKINS UNIVERSITY PRESS: BALTIMORE, MD, USA, 1990; P. 378.
- ROOS LINDGREEN, E., SALOMONE, R., & REYES, T. (2020). A Critical Review of Academic Approaches, Methods and Tools to Assess Circular Economy at the Micro Level. *Sustainability*, 12(12), 4973. <https://doi.org/10.3390/su12124973>
- SCHLAEDEL, C. & KOENING, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.

- SCHWARTZ, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 25, pp. 1–65). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- TAN, J., TAN, F. J., & RAMAKRISHNA, S. (2022). Transitioning to a Circular Economy: A Systematic Review of Its Drivers and Barriers. *Sustainability*, 14(3), 1757. <https://doi.org/10.3390/su14031757>
- TERÁN-PÉREZ, B. M.; VALDEZ-LAFARGA, C.; BALLARDO-CÁRDENAS, D. & VALDEZ-TORRES, J. B. (2024). Association of Researcher Characteristics and Entrepreneurial Intention. *Inquietud Empresarial*, 24(1), 1-21.
- THE GUARDÍAN. (2025). *Global recycling rates have fallen for eighth year running*. Recuperado de https://www.theguardian.com/environment/2025/may/16/global-recycling-rates-have-fallen-for-eighth-year-running-report-finds?utm_source=chatgpt.com.
- THELKEN, H. N., & DE JONG, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266,122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>
- UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. (2024). *Global Resources outlook 2024*. UNEP.
- VALENCIA-ARIAS, A., PALACIOS-MOYA, L., LONDOÑO-CELIS, W., & IPAGUIRRE SANCHEZ, K. (2024). Sustainable entrepreneurial intention: A research trends and agenda. *Sustainable Environment*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/27658511.2024.2362512>
- VARIANUTE, V., ZICKUTE, I., VECERSKIENE, G., AND ZAUKAS, G., (2023). Performance management framework for circular economy strategies. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 34(5), 579–592. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.34.5.35001>

YASIR, N., XIE, R., & ZHANG, J. (2022). The Impact of Personal Values and Attitude toward Sustainable Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention to Enhance Sustainable Development: Empirical Evidence from Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116792> Hocenski, M., & Juraj, J. (n.d.). Students'

CAPÍTULO 5

La inteligencia colectiva y su influencia en la intención emprendedora.

Juan Ramón Bravo-Plascencia

Palabras clave: inteligencia colectiva, intención emprendedora, emprendimiento.

Resumen

Ante un panorama de crisis global, donde la concentración de la riqueza se limita a unos pocos mientras una gran mayoría enfrenta condiciones de pobreza, muchos países han adoptado el fomento del emprendimiento como una estrategia política emergente. La intención emprendedora, reconocida como un sólido predictor del comportamiento emprendedor y la creación de nuevos negocios, ha cobrado gran relevancia en las universidades durante las últimas dos décadas. Sin embargo, al enfocarse predominantemente en aspectos individuales como la autosuficiencia y el mérito personal, se ha descuidado el papel fundamental de las interacciones interpersonales, colaborativas y comunitarias en el proceso emprendedor. En este contexto, la inteligencia colectiva surge como un factor clave que podría influir positivamente en el desarrollo de la intención emprendedora. Por ello, este estudio analiza la influencia de la inteligencia colectiva sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios, abordándolo desde una perspectiva interdisciplinaria que integra la psicología social, la gestión empresarial y la educación, utilizando un enfoque cuantitativo.

Keywords: *collective intelligence, entrepreneurial intent, entrepreneurship.*

Abstract

Faced with a global crisis, where wealth concentration is limited to a few while a vast majority faces poverty, many countries have adopted entrepreneurship promotion as an emerging policy strategy. Entrepreneurial intent, recognized as a strong predictor of entrepreneurial behavior and the creation of new businesses, has gained significant relevance in universities over the past two decades. However, by focusing predominantly on individual aspects such as self-sufficiency and personal merit, the fundamental role of interpersonal, collaborative, and community interactions in the entrepreneurial process has been neglected. In this context, collective intelligence emerges as a key factor that could positively influence the development of entrepreneurial intent. Therefore, this study analyzes the influence of collective intelligence on entrepreneurial intent in university students, approaching it from an interdisciplinary perspective that integrates social psychology, business management, and education, using a quantitative approach.

Introducción

Desde hace casi tres décadas, la expansión global del uso de computadoras y aplicaciones digitales, especialmente las plataformas Web 2.0, ha impulsado una transformación profunda en la economía mundial. Actualmente, el conocimiento es el motor que impulsa la innovación para el progreso, desarrollo y prosperidad social (Goldstein & Merry, 2004). Esta transformación ha generado mercados más dinámicos e interconectados, caracterizados por entornos volátiles y complejos, lo que exige a las empresas desarrollar estrategias y modelos de negocio innovadores para mantener su relevancia.

De acuerdo con el informe *Future of Jobs 2025* del World Economic Forum (2025), se proyecta que en los próximos cinco años a nivel global se crearán 170 millones de nuevos empleos, pero se perderán 92 millones. Los sectores

con mayor crecimiento serán aquellos relacionados con tecnología, datos e inteligencia artificial (IA). Sin embargo, el principal desafío radica en el desfase de habilidades y cualificaciones necesarias para esta transformación empresarial, lo que pone en riesgo a más de 120 millones de trabajadores, cifra que supera en 28 millones las pérdidas estimadas de empleos.

Ante este panorama, la mayoría de las economías han establecido como objetivo político fomentar el emprendimiento como una respuesta emergente para enfrentar estos retos. El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023) define el emprendimiento como el acto de iniciar o dirigir un nuevo negocio, el cual impacta el crecimiento económico mediante la innovación y la generación de empleo.

El emprendimiento busca resolver problemas o necesidades mediante la innovación en productos o servicios, donde no solo intervienen factores individuales, sino también estructuras socioeconómicas. Los factores individuales se reflejan en la Intención Emprendedora (IE), definida como un proceso dinámico que refleja la motivación y planificación de un individuo para emprender, influenciada por factores personales, sociales y contextuales (Fayolle & Gailly, 2015). Por otro lado, las estructuras socioeconómicas incluyen el contexto social (normas, valores, redes sociales) y el ecosistema emprendedor, compuesto por marcos regulatorios, apoyos financieros y no financieros, actores y modelos de rol en las diversas etapas del emprendimiento (Buenadicha et al., 2024).

En las últimas dos décadas, el estudio de la IE en universitarios ha cobrado gran relevancia, ya que es un buen predictor de la creación de nuevos negocios (Fayolle & Gailly, 2015; Campos, 2024). Las universidades, como parte del ecosistema emprendedor, tienen un papel fundamental en fomentar la IE mediante la educación emprendedora (Gazi et al., 2024). Sin embargo, este enfoque ha privilegiado una visión individualista, basada en la autosuficiencia y el mérito personal, dejando de lado las interacciones colaborativas, comunitarias y sociales del emprendimiento.

En este sentido, la Inteligencia Colectiva (IC) puede ser un factor crucial para el desarrollo de la IE. Mulgan (2017) define la IC como la capacidad de un grupo para pensar y actuar de forma inteligente en conjunto, combinando habilidades, conocimientos y perspectivas de sus miembros, utilizando herramientas y procesos que facilitan la colaboración y sinergia.

Aunque el concepto de IC no es nuevo, ha cobrado relevancia en las últimas tres décadas debido al auge de las aplicaciones Web 2.0, que permiten a grupos compartir conocimiento y proveer mejores soluciones innovadoras. Este estudio analiza la influencia de la inteligencia colectiva en la intención emprendedora en estudiantes universitarios, desde una perspectiva interdisciplinaria que integra psicología social, gestión empresarial y educación. Se emplea un enfoque cuantitativo con estudiantes de diversas licenciaturas del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara.

Justificación

La investigación es pertinente dado el limitado número de estudios que han considerado la IC como factor influyente en la IE. El trabajo se estructura en tres partes: primero, se discuten los conceptos de intención emprendedora e inteligencia colectiva, y su relación; luego, se explica la metodología; finalmente, se presentan y discuten los resultados.

La intención emprendedora

La intención emprendedora (IE) se define como el deseo de iniciar un negocio y es una base sólida para predecir comportamientos emprendedores (Krueger et al., 2000). La IE se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) de Ajzen (1991), que predice y explica el comportamiento humano mediante la intención, considerada el mejor predictor de la acción. A mayor intención, mayor probabilidad de llevar a cabo el comportamiento.

La IE está influenciada por tres variables cognitivas clave: miedo al fracaso (Arenius & Minniti, 2005), percepción de oportunidades (Baron, 2004) y autoeficacia percibida (Bandura, 1997; Newman et al., 2019). El miedo al fracaso se refiere a la valoración positiva o negativa que un individuo hace de una conducta, basada en sus creencias sobre sus resultados. La percepción de oportunidades está ligada a la presión social y la conformidad con las expectativas de personas significativas. La autoeficacia percibida corresponde a la percepción personal sobre la facilidad o dificultad de ejecutar una conducta, influenciada por recursos, oportunidades y habilidades disponibles.

Además, la IE está condicionada por factores contextuales como la educación, la familia, la cultura y el entorno social (Porfírio et al., 2023; Nabi et al., 2017), lo que la convierte en un fenómeno complejo.

Las universidades desempeñan un rol central en el desarrollo de la IE mediante programas educativos que fomentan habilidades y actitudes emprendedoras (Gazi et al., 2024). No obstante, la educación emprendedora tradicional promueve un enfoque individualista que prioriza el éxito personal, a menudo descuidando valores humanísticos como la equidad, el bien común y la participación colectiva, lo cual puede profundizar desigualdades sociales estructurales (Lackeus, 2017).

Con los avances tecnológicos y la amenaza de pérdida masiva de empleos (WEF, 2025), es urgente reconsiderar los enfoques educativos y promover entornos creativos e innovadores, donde la IC puede jugar un papel fundamental en fortalecer la IE.

La inteligencia colectiva

A principios del siglo XXI, Procter & Gamble (P&G) implementó la iniciativa **Connect + Development** (C+D) para reemplazar su tradicional modelo cerrado de investigación y desarrollo (R&D) por uno de innovación abierta, permitiendo la colaboración con científicos, universidades y emprendedores externos. Este modelo aceleró la innovación de productos como el

cepillo Oral-B Cross-Action y el limpiador Swiffer (Huston & Sakkab, 2006), exemplificando la inteligencia colectiva en acción.

La inteligencia colectiva es una propiedad emergente. Lévy (1997) la define como una inteligencia distribuida globalmente, constantemente valorada y coordinada en tiempo real, que moviliza competencias de manera efectiva. Surowiecki (2004) sostiene que las decisiones grupales (“sabiduría de la multitud”) son superiores a las individuales. Malone et al. (2009) la describen como grupos que actúan colectivamente de formas inteligentes. Mulgan (2017) añade que la IC requiere una orquestación dinámica y adaptativa, con planificación, monitoreo y revisión para responder a cambios en el entorno (Kubus et al., 2025).

El creciente interés académico y organizacional en la IC ha sido potenciado por herramientas digitales colaborativas como wikis, blogs, redes sociales y plataformas abiertas (Kubus et al., 2025; Ibrahimi et al., 2023).

Sobre su surgimiento, Wolley et al. (2015) aplican el modelo de Galbraith (2002) sobre diseño organizacional —que contempla estrategia, estructura, procesos, motivación e incentivos, y personas— para identificar los elementos necesarios para habilitar la IC. Asimismo, Malone et al. (2010) plantean cuatro preguntas esenciales: ¿qué se hará? ¿por qué? ¿quién? y ¿cómo? La integración de ambos modelos se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1. Elementos necesarios para que la IC sea habilitada.

| (Woolley et al., 2015) | (Malone et al., 2010) | Elementos |
|------------------------------|-----------------------|--|
| Estrategia | ¿Qué? | Misión & Visión |
| | | Establecimiento de metas |
| | | Tipo de tarea a desempeñar |
| Estructura | ¿Cómo? | Coordinación |
| | | Colaboración |
| | | Estructura organizacional |
| | | Comunicación |
| | | Toma de decisiones |
| | | Creatividad |
| Procesos | | Aprendizaje |
| | | Sensar el entorno |
| | | Motivación extrínseca: Monetaria; |
| | | Motivación intrínseca: Satisfacción interna |
| | | |
| Motivación e Incen- tivos | ¿Por qué? | Diversidad |
| | | Habilidades para la solución de proble- mas |
| | | Inteligencia social |
| | | Liderazgo |
| Gente | ¿Quién? | |
| | | |
| | | |
| | | |

Fuente: *Elaboración propia basado en (Woolley et al., 2015; Malone et al., 2010)*

La era del Antropoceno plantea desafíos significativos y complejos para la sociedad contemporánea. En este contexto, muchos de los problemas actuales carecen de soluciones claras o cuentan con respuestas ambiguas, lo que exige un cambio de paradigma orientado hacia un mayor bienestar colectivo y la sustentabilidad planetaria. Ante esta realidad, la inteligencia colectiva (IC) emerge como un recurso valioso para generar soluciones integrales a problemas complejos, especialmente en áreas como la gestión del conocimiento, la innovación colaborativa y la toma de decisiones.

Las universidades, al ser espacios multidisciplinarios donde convergen conocimientos, habilidades y valores, constituyen un ecosistema ideal para emplear la IC como un elemento que impulse la intención emprendedora (IE) entre los estudiantes. La integración de la IC en los procesos educativos podría facilitar no solo el desarrollo de capacidades técnicas, sino también la creación de entornos que promuevan la colaboración, el pensamiento crítico y la acción conjunta para resolver problemáticas reales.

La intención emprendedora y su relación con la inteligencia colectiva

Al egresar de la universidad, una proporción considerable de estudiantes enfrenta el desempleo o empleos precarios. Frente a este desafío, tanto gobiernos como organizaciones privadas y universidades han promovido el emprendimiento como una alternativa viable para la inserción laboral y el desarrollo económico (Wibowo et al., 2023).

En este marco, estudios recientes destacan que el uso de aplicaciones digitales Web 2.0 y la digitalización generalizada abren nuevas oportunidades para los estudiantes, quienes pueden emprender micronegocios digitales incluso mientras cursan sus estudios (Crittenden et al., 2019). Plataformas sociales y digitales no solo permiten el acceso a mercados globales, sino también fomentan la colaboración, el aprendizaje colectivo y la cocreación, todos elementos fundamentales de la IC.

Un ejemplo destacado de aplicación de la IC en entornos universitarios es el formato de *hackathones*, eventos de corta duración en los que equipos multidisciplinarios de estudiantes se reúnen para desarrollar soluciones innovadoras, prototipos de productos o servicios, o bien mejorar propuestas ya existentes. Estas iniciativas, además de fomentar la creatividad, promueven la colaboración activa, la resolución colectiva de problemas y el pensamiento orientado al emprendimiento (Kitsios & Kamariotou, 2023; Rosell et al., 2014).

De manera similar, el *crowdsourcing* representa otra herramienta de innovación abierta vinculada con la IC. Este método busca fuentes de conocimiento externas —como expertos, otras organizaciones o comunidades especializadas— para desarrollar productos, resolver desafíos o mejorar procesos (Lin et al., 2024). Las universidades, al albergar una diversidad de saberes y talentos, pueden convertirse en nodos clave para articular este tipo de procesos con el sector productivo y la sociedad en general.

Asimismo, el auge del comercio a través de redes sociales ha generado nuevas dinámicas de emprendimiento. A diferencia del comercio electrónico tradicional (*e-commerce*), el *social commerce* se caracteriza por una mayor interactividad, personalización y capacidad de construir comunidades en torno a productos y servicios (Phan et al., 2020). Según Liu y Lin (2025), plataformas como YouTube, Facebook, WhatsApp e Instagram influyen positivamente en las actitudes emprendedoras, tanto por la percepción de viabilidad como por la conveniencia de crear una *start-up* desde estos entornos digitales.

La convergencia entre tecnología, colaboración y acción emprendedora genera un campo fértil para el desarrollo de nuevas formas de IE apoyadas en la IC. A partir de lo anterior, se plantea la siguiente hipótesis de investigación.

Hipótesis

La inteligencia colectiva influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Metodología

El presente trabajo adopta un enfoque cuantitativo, con un alcance explicativo y correlacional. El universo de estudio está compuesto por 21,614 estudiantes de nivel pregrado del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara.

Para la recolección de datos, se diseñó un instrumento con base en la literatura especializada sobre inteligencia colectiva (Surowiecki, 2004; Malone et al., 2010; Woolley et al., 2015; Mulgan, 2017; Kubus et al., 2025). Asimismo, se incorporaron los ítems relacionados con la intención emprendedora propuestos por Liñán y Chen (2009), ampliamente validados en estudios previos.

Las respuestas se obtuvieron mediante una encuesta electrónica, la cual utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 corresponde a “totalmente en desacuerdo” y 5 a “totalmente de acuerdo”. Esta escala permitió conocer la percepción de la comunidad estudiantil respecto a los fenómenos de estudio.

Se alcanzó un nivel de confianza del 95%, con un margen de error de $\pm 5\%$, al obtener una muestra representativa de 531 estudiantes de nivel pregrado. El levantamiento de datos se llevó a cabo durante el mes de marzo de 2025.

Tabla 1. Operacionalización de variables

| Variable dependiente | |
|------------------------|--|
| Intención emprendedora | Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. |
| | Mi intención es iniciar un negocio algún día. |
| | Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. |
| | En algún momento de mi vida, seré emprendedor. |
| | Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro |
| | Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí |
| Variable independiente | |
| Inteligencia colectiva | Participar en actividades colectivas sobre emprendimiento, como concursos, grupos de trabajo, plataformas digitales colaborativas, me ayudaría a generar ideas para emprender. |
| | Trabajar de forma colectiva me ha permitido construir una red de contactos que puede ser útil para un futuro emprendimiento. |
| | Considero que resolver un problema de forma colectiva es más eficiente que hacerlo de forma individual |
| | Considero que realizar actividades de forma colaborativa me permitiría acceder a recursos (conocimientos, expertos, herramientas) útiles para mi emprendimiento. |
| | Considero que tomar decisiones de forma colectiva me parece más efectivo que hacerlo de forma individual. |

Fuente: *Elaboración propia*

Siguiendo los criterios para la selección de casos, las características demográficas de la muestra fueron las siguientes, (ver Figura 1).

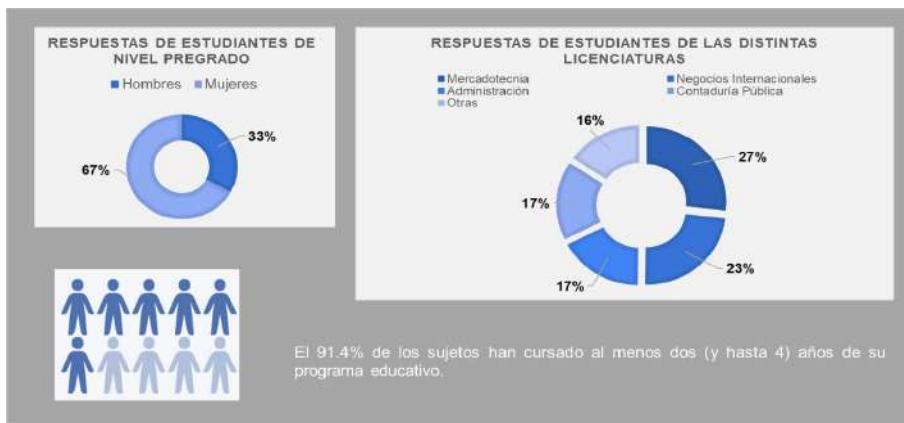


Figura 1. Características demográficas.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de los resultados

Las respuestas fueron capturadas en una base de datos en Microsoft Excel, y posteriormente se procesaron mediante el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), versión 22. Se llevaron a cabo estimaciones estadísticas y análisis psicométricos para validar la adecuación de los instrumentos de medición.

Validez de constructo

Se aplicó el indicador de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) tanto a la variable independiente como a la dependiente. En el caso de la Inteligencia Colectiva (IC), la medida KMO fue de 0.799 (véase Tabla 2), lo cual supera el umbral mínimo recomendado de 0.700, permitiendo realizar un análisis factorial. Además, la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa ($\chi^2 = 997.622$; $gl = 10$; $p < .001$), confirmando que existe correlación suficiente entre los ítems para continuar con el análisis.

| Tabla 2. Validez del modelo Inteligencia colectiva | | |
|---|---------------------|---------|
| KMO y prueba de esfericidad de Bartlett | | |
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin | | 0.799 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aprox. | 997.622 |
| | gl | 10 |
| | Sig. | 0.000 |

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de componentes de inteligencia colectiva

Mediante el análisis de componentes principales, se verificó que los ítems de IC se agrupan en un solo componente, el cual explica el 61.1% de la varianza total, lo que indica una estructura unidimensional sólida (ver Tabla 3).

| Tabla 3. Matriz de componentes de Inteligencia Colectiva | |
|---|------|
| Componentes | |
| IC1 | .749 |
| IC2 | .748 |
| IC3 | .810 |
| IC4 | .814 |
| IC5 | .754 |
| <i>Fuente: Elaboración propia</i> | |

Validez del modelo intención emprendedora

En el caso de la Intención Emprendedora (IE), se obtuvo un KMO de 0.915, considerado excelente. La prueba de esfericidad de Bartlett también fue significativa ($\chi^2 = 2777.142$; $gl = 15$; $p < .001$), lo que valida la adecuación del modelo factorial (véase Tabla 4).

| Tabla 4. Validez del modelo Intención Emprendedora | | |
|---|---------------------|----------|
| KMO y prueba de esfericidad de Bartlett | | |
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin | | 0.915 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aprox. | 2777.142 |
| | gl | 15 |
| | Sig. | 0.000 |

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de componentes de la intención emprendedora

El análisis de componentes indicó que los seis ítems de IE se integran en un solo factor, explicando el 74.3% de la varianza total (ver Tabla 5).

| Tabla 5. Matriz de componentes de la Intención Emprendedora | |
|--|------|
| Componentes | |
| IE1 | .904 |
| IE2 | .921 |
| IE3 | .925 |
| IE4 | .918 |
| IE5 | .806 |
| IE6 | .667 |
| <i>Fuente: Elaboración propia</i> | |

Análisis de fiabilidad

Se evaluó la consistencia interna de ambas escalas mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Los resultados fueron los siguientes: 0.830 para Inteligencia Colectiva y 0.970 para Intención Emprendedora, valores que superan ampliamente el mínimo aceptable de 0.700 y reflejan una alta fiabilidad de los instrumentos utilizados (véase Tabla 6).

| Tabla 6. Análisis de fiabilidad de escalas | | |
|---|------------------|--------------|
| Variable | Alfa de Cronbach | No. de ítems |
| Inteligencia colectiva | .830 | 5 |
| Intención Emprendedora | .970 | 6 |
| <i>Fuente: Elaboración propia</i> | | |

Análisis de regresión

Para contrastar la hipótesis del estudio, se aplicó un modelo de regresión lineal simple. Los resultados indican una correlación positiva moderada entre Inteligencia Colectiva e Intención Emprendedora, con un coeficiente de determinación $R^2 = 0.202$, lo que significa que la IC explica un 20.2% de la varianza en la IE (véase Tabla 7). Además, el coeficiente de regresión estandarizado $\beta = .450$ fue estadísticamente significativo ($p < .001$), confirmando la influencia positiva de la variable independiente sobre la dependiente (ver Tabla 8).

| Tabla 7. Resumen del modelo | | | | |
|------------------------------------|------|------|--------------|------------------------|
| Modelo | R | R2 | R2 corregido | Error de la estimación |
| 1 | .450 | .202 | .201 | .8938868 |
| <i>Fuente: Elaboración propia.</i> | | | | |

| Tabla 8. Modelo de regresión lineal | | |
|--|--------------------------------|-------|
| Coeficiente | | |
| Modelo | Coeficiente tipificado β | Sig |
| Inteligencia colectiva | .450 | 0.000 |
| <i>Fuente: Elaboración propia.</i> | | |

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación proporcionan evidencia empírica sólida para la confirmación de la hipótesis planteada: *la Inteligen-*

cia Colectiva (IC) influye de manera positiva sobre la Intención Emprendedora (IE) en los estudiantes universitarios. El análisis factorial exploratorio permitió validar la estructura de ambas variables, al mostrar una adecuada agrupación de los ítems de cada constructo, en coherencia con los marcos teóricos empleados.

Asimismo, el modelo de regresión lineal simple, representado en la Figura 2, corrobora los supuestos teóricos al mostrar una capacidad explicativa moderada, con un coeficiente de determinación $R^2 = 0.202$. Este valor indica que aproximadamente el 20% de la varianza en la Intención Emprendedora puede ser atribuida a la influencia de la Inteligencia Colectiva. Además, el coeficiente beta estandarizado ($\beta = 0.450$) refleja una relación directa y positiva entre ambas variables, confirmando que a mayor percepción y práctica de IC, mayor es la predisposición del estudiante universitario a emprender.

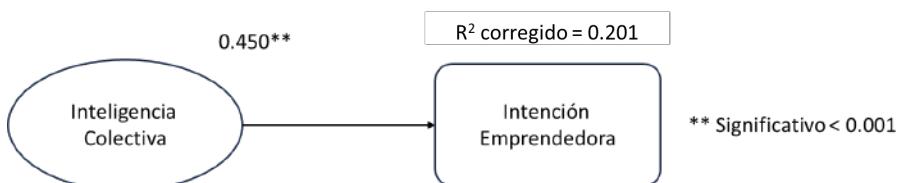


Figura 2. *Influencia de la Inteligencia Colectiva sobre la Intención Emprendedora.*

Fuente: Elaboración propia.

Los hallazgos de esta investigación adquieren relevancia desde el enfoque interdisciplinario que orientó su desarrollo, al permitir comprender cómo los procesos de interacción colectiva pueden derivar en la generación de nuevos conocimientos e ideas (psicología social), que a su vez propician la innovación de productos o servicios destinados a resolver problemas o necesidades concretas (gestión empresarial/emprendimiento), dentro de un entorno universitario que favorece el aprendizaje colaborativo (educación).

Desde una perspectiva teórica, los resultados respaldan las propuestas de autores como Lévy (1997), Surowiecki (2004), Mulgan (2017) y Kubus

et al. (2025), quienes sostienen que la inteligencia colectiva (IC) facilita la solución de problemas complejos mediante la toma de decisiones grupales adaptativas, en contextos dinámicos y cambiantes. Esta afirmación puede ser vinculada con los tres determinantes cognitivos propuestos en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991): el miedo al fracaso, la percepción de oportunidades y la autoeficacia percibida.

En este sentido, la participación colectiva en procesos de decisión genera un entorno de responsabilidad compartida, lo que contribuye a reducir el miedo al fracaso al distribuir los riesgos. Asimismo, la co-creación de ideas y la reflexión grupal posibilitan una identificación más clara de oportunidades emprendedoras, mientras que la colaboración promueve el intercambio de conocimientos y habilidades, fortaleciendo la autoeficacia de los individuos. En consecuencia, se puede argumentar que la IC favorece significativamente la IE, al presentarla como una opción tanto viable como deseable para los estudiantes universitarios.

Durante las últimas dos décadas, muchas universidades han promovido modelos educativos centrados en el mérito individual, la autosuficiencia y la competencia personal. Esta orientación ha derivado en políticas que priorizan el rendimiento individual y la gestión del yo, dejando en segundo plano las dimensiones colectivas del aprendizaje y del emprendimiento. Sin embargo, la evidencia empírica obtenida en esta investigación cuestiona dicho paradigma, al demostrar que la inteligencia colectiva, entendida como la capacidad de un grupo para colaborar en la solución de problemas complejos, resulta un factor relevante en el desarrollo de la intención emprendedora en estudiantes universitarios.

En este contexto, se propone que las universidades actúen como agentes de transformación, promoviendo un cambio de paradigma hacia modelos educativos más horizontales, colaborativos e integradores. Esto puede lograrse a través del fomento de ecosistemas de emprendimiento basados en la innovación abierta, la creación de comunidades interdisciplinarias de

práctica, y el aprovechamiento de las tecnologías digitales y plataformas Web 2.0 como herramientas para la co-creación de valor. Al hacerlo, se amplía la perspectiva del emprendimiento, incorporando valores colectivos que respondan a los desafíos del presente y del futuro.

Conclusión

Ante un panorama de crisis global caracterizado por la creciente concentración de la riqueza y una mayoría de la población sumida en condiciones de pobreza, muchos gobiernos han adoptado el fomento del emprendimiento como una respuesta estratégica para enfrentar los desafíos sociales y económicos contemporáneos. En este contexto, las universidades desempeñan un rol clave en el desarrollo de la Intención Emprendedora (IE) entre los estudiantes, al formar parte del ecosistema que impulsa la innovación y el desarrollo económico. Sin embargo, durante las últimas dos décadas ha predominado una visión individualista, centrada en el mérito personal, la autorresponsabilidad y la competencia, relegando a un segundo plano las dinámicas colaborativas que también son fundamentales en los procesos emprendedores.

Frente a este paradigma, la presente investigación tuvo como propósito validar empíricamente la influencia de la Inteligencia Colectiva (IC) en la Intención Emprendedora de estudiantes universitarios. Los resultados obtenidos a través de un enfoque cuantitativo confirmaron la hipótesis planteada: la IC influye de forma positiva en la IE, lo cual permite cuestionar los enfoques pedagógicos dominantes y replantear el papel de las universidades como espacios de colaboración, creatividad e innovación compartida.

Estos hallazgos invitan a reconsiderar la IE como un fenómeno complejo, que no sólo depende de factores individuales, sino también de procesos grupales, del aprendizaje colectivo y de las condiciones del entorno. Asimismo, abren la discusión sobre la pertinencia de incluir la IC en las estructuras curriculares universitarias y sobre la necesidad de generar infraestructura, metodologías y entornos digitales que promuevan el trabajo colaborativo.

No obstante, es importante reconocer las limitaciones del presente estudio. El diseño transversal impide establecer relaciones causales concluyentes, y la muestra se restringe a estudiantes de una sola universidad pública, lo cual limita la generalización de los resultados. Además, el modelo no incluyó variables mediadoras o moderadoras que podrían haber proporcionado una visión más integral de los fenómenos analizados.

Futuras investigaciones pueden seguir diversas líneas. Por ejemplo, estudios longitudinales podrían observar la evolución de la IE en contextos colaborativos, mientras que investigaciones comparativas entre universidades públicas y privadas permitirían identificar condiciones institucionales específicas que favorecen u obstaculizan la relación entre IC e IE. Asimismo, considerar variables moderadoras como cultura organizacional, clima grupal, liderazgo, género, nivel académico o el acceso a recursos ampliaría la explicación del fenómeno. Complementar el enfoque cuantitativo con metodologías cualitativas contribuiría a una comprensión más profunda de las dinámicas subjetivas y grupales que conforman la IC y su impacto en la IE.

Frente a los desafíos sociales, económicos y ambientales cada vez más complejos que enfrenta la humanidad en la era del Antropoceno, se requieren enfoques más interdisciplinarios, integradores e inclusivos. El impulso de la Inteligencia Colectiva desde el ámbito universitario no solo tiene el potencial de fortalecer la intención emprendedora de los estudiantes, sino también de formar ciudadanos comprometidos con soluciones éticas, sostenibles y colaborativas, capaces de afrontar los retos del presente y construir un futuro más equitativo y resiliente.

Referencias

- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- ARENJUS, P., & MINNITI, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small business economics*, 24, 233–247.

- BANDURA, A. (1997). *La auto-eficacia: El ejercicio del control*. Nueva York: WH Freeman.
- BARON, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic «why» questions. *Journal of business venturing*, 19(2), 221-239.
- BUENADICHA, C.; VIRVIESCAS, T.; GORDON, P.; CARDEÑA, E. & LECAROS, C. (2024). Ecosistema del emprendimiento por oportunidad en México. *BID Lab*.
- CAMPOS-SÁNCHEZ, A.; RODRÍGUEZ, J.S. & ZAPARI G.Y. (2024). Colectivismo y emprendimiento social en estudiantes universitarios: Un análisis desde la perspectiva de los valores humanos. In *Construyendo caminos sostenibles a partir de la mercadotecnia, el emprendimiento social y la agroecología* (pp. 199-220). Comunicación Científica.
- CRITTENDEN, W. F., BIEL, I. K., & LOVELY III, W. A. (2019). Embracing digitalization: Student learning and new technologies. *Journal of marketing education*, 41(1), 5-14.
- BOJÓRQUEZ, A.L.; FLORES, A.; DOMÍNGUEZ, J.G.; MEDINA, M.B. (2025). *Construyendo caminos sostenibles a partir de la mercadotecnia, el emprendimiento social y la agroecología*. pp. (199-220). Comunicación Científica.
- FAYOLLE, A., & GAILLY, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93.
- GALBRAITH, J. R. 2002. DESIGNING ORGANIZATIONS. JOSSEY-BASS.
- GAZI, M. A. I., RAHMAN, M. K. H., YUSOF, M. F., MASUD, A. A., ISLAM, M. A., SENATHIRAJAH, A. R. B. S., & HOSSAIN, M. A. (2024). Mediating role of entrepreneurial intention on the relationship between entrepreneurship education and employability: a study on university students from a developing country. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2294514.

- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London: GEM.
- GOLDSTEIN, J., & MERRY, U. (2004). The implications of complexity. *Knowledge Management, Organisational Intelligence and learning and complexity*.
- HUSTON, L., & SAKKAB, N. (2006). Connect and develop. *Harvard business review*, 84(3), 58–66.
- IBRAHIMI, G., MERIOUMI, W., & BENCHEKROUN, B. (2023). Fostering innovation through collective intelligence: a literature review. *Data and Metadata*, 2, 149–149.
- KITSIOS, F., & KAMARIOTOU, M. (2023). Digital innovation and entrepreneurship through open data-based platforms: Critical success factors for hackathons. *Helijon*, 9(4).
- KRUEGER, N. F., REILLY, M. D., & CARSRUD, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- KUBUS, R., DOMÍNGUEZ, I. L., & DE SANTOS, I. M. (2025). Orchestrating Collective Intelligence: Conceptual Pathway to a Sustainability–Oriented Future. In *Navigating Collective Intelligence for Sustainable Futures* (pp. 1–32). IGI Global Scientific Publishing.
- LACKÉUS, M. (2017). Does entrepreneurial education trigger more or less neoliberalism in education?. *Education+ Training*, 59(6), 635–650.
- LÉVY, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. Perseus books.
- LIN, L., WANG, X., HE, H., DU, Y., WANG, R., & XU, L. (2024). Optimizing Expertise Management in Crowdsourcing Contests: The Impact of Information Structures on Open Innovation Efficiency. *Fundamental Research*.

- LIÑÁN, F., & CHEN, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593–617.
- LIU, A. Y., & LIN, S. (2025). Exploring the decision-making for entrepreneurship in social commerce: The influence of startups and social media. *European Research on Management and Business Economics*, 31(1), 100270.
- MALONE, T. W., R. LAUBACHER, AND C. N. DELLAROCAS. 2009. HARNESSING CROWDS: MAPPING THE GENOME OF COLLECTIVE INTELLIGENCE. MIT CENTER FOR COLLECTIVE INTELLIGENCE WORKING PAPER; MIT SLOAN SCHOOL OF MANAGEMENT RESEARCH PAPER NO. 4732–09.
- MALONE, T. W., LAUBACHER, R., & DELLAROCAS, C. (2010). The collective intelligence genome. *MIT Sloan management review*.
- MULGAN, G. (2017). Big mind: How collective intelligence can change our world.
- NABI, G., LIÑÁN, F., FAYOLLE, A., KRUEGER, N., & WALMSLEY, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of management learning & education*, 16(2), 277–299.
- NEWMAN, A., OBSCHONKA, M., SCHWARZ, S., COHEN, M., & NIELSEN, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of vocational behavior*, 110, 403–419. Production. 295. 126239. 10.1016/j.jvobe.2021.126239.
- PHAN, Q. P. T., NGO, V. M., & PHUOC, N. C. L. (2020). How social commerce characteristics influence consumers' online impulsive buying behavior in emerging markets. *International Journal of E-Business Research*, 16(3), 74–88.

- PORFÍRIO, J. A., FELÍCIO, J. A., CARRILHO, T., & JARDIM, J. (2023). Promoting entrepreneurial intentions from adolescence: The influence of entrepreneurial culture and education. *Journal of Business Research*, 156, 113521.
- ROSELL, B., KUMAR, S., & SHEPHERD, J. (2014). Unleashing innovation through internal hackathons. In *2014 IEEE Innovations in Technology Conference* (pp. 1-8). IEEE.
- WIBOWO, A., NARMADITYA, B. S., SEBAYANG, K. D. A., MUKHTAR, S., & SHAFIAI, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100681.
- WORLD ECONOMIC FORUM (2025). The Future of Jobs Report 2025. Recuperado de: https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobsreport2025/digest/?gad_source=1&-gbraids=oAAAAAAoVy5F61NgmPcFg7tz7I2MIK-IkIj&gclid=-CjoKCQjw5azABhD1ARIsAA0WFUFdpwooMoWdwK7dOy5GvUQo-4JSDPenVThc_EhxW95L2LfhBhyRpXKwaAjQkEALW_wcB
- WOOLLEY, A. W., AGGARWAL, I., & MALONE, T. W. (2015). Collective intelligence in teams and organizations. *Handbook of collective intelligence*, 143-168.

CAPÍTULO 6

Retención del conocimiento como factor influyente sobre la intención de emprender.

Omar Alejandro Vázquez-Ochoa

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo mostrar la relación existente entre la retención del conocimiento y la intención emprendedora, obteniendo resultados positivos. Es decir, se encontró que el factor de gestión del conocimiento influye de manera favorable en la intención de emprender.

En la primera sección se desarrolla la revisión de literatura, la cual sirve como base teórica para sustentar la investigación. En la segunda sección se presenta la metodología empleada para la operacionalización de las variables, utilizando la técnica de análisis factorial exploratorio; posteriormente, se aplicó una regresión lineal simple para determinar la relación entre las dos variables de interés: retención del conocimiento e intención emprendedora.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante un muestreo de 596 encuestas aplicadas en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, perteneciente a la Universidad de Guadalajara.

En la tercera sección se exponen los resultados obtenidos, destacando la relación entre ambas variables. A continuación, se presenta la discusión de los hallazgos y, finalmente, se incluyen las conclusiones y las posibles líneas de investigación futura.

Abstract

The present work aims to demonstrate the relationship between knowledge retention and entrepreneurial intention, yielding positive results. In other words, it was found that knowledge management favorably influences entrepreneurial intention.

The first section presents a literature review, which serves as a theoretical basis for the research. The second section presents the methodology used to operationalize the variables, using exploratory factor analysis. Subsequently, simple linear regression was applied to determine the relationship between the two variables of interest: knowledge retention and entrepreneurial intention.

Data collection was carried out through a sample of 596 surveys administered at the University Center for Economic and Administrative Sciences, part of the University of Guadalajara.

The third section presents the results, highlighting the relationship between the two variables. This is followed by a discussion of the findings, and finally, conclusions and possible lines of future research are included.

Introducción

La creación de nuevas empresas desempeña un papel estratégico en el desarrollo económico de los países, al generar empleo, incentivar la productividad, fomentar la competencia e impulsar el crecimiento económico (Pérez et al., 2016). En este contexto, el análisis de los factores que inciden en la formación de emprendedores adquiere una relevancia creciente, especialmente en el ámbito de la educación superior, donde las universidades cumplen un rol fundamental en la transferencia de conocimientos y en la formación de competencias orientadas al emprendimiento.

Diversos estudios han señalado la relación entre la educación superior y el emprendimiento, considerando a la universidad como una institución clave para estimular la creación de nuevos negocios mediante la transmisión y gestión del conocimiento (Pérez et al., 2016; Barroso et al., 2012). La transferencia de conocimientos, entendida como el proceso de comu-

nicación entre la institución y el estudiante, constituye un componente esencial dentro de la gestión del conocimiento. Sin embargo, para que este proceso sea efectivo, resulta indispensable que los estudiantes no solo reciban, sino también retengan dicho conocimiento para su posterior aplicación en contextos reales.

En este marco, el presente estudio tiene como objetivo analizar la relación entre la retención del conocimiento y la intención emprendedora en estudiantes universitarios. La investigación se desarrolla en el contexto del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, considerando una muestra de 596 estudiantes. A través de una metodología basada en análisis factorial exploratorio y regresión lineal simple, se busca identificar el impacto que la retención del conocimiento puede tener en la formación de futuras iniciativas emprendedoras.

Justificación

La importancia del emprendimiento como motor de desarrollo económico ha sido ampliamente reconocida en la literatura, así como el papel que desempeñan las instituciones educativas en la formación de emprendedores. No obstante, aún existen áreas poco exploradas en este campo de estudio. En particular, se ha prestado escasa atención al análisis de cómo la retención del conocimiento influye en la intención emprendedora, lo que representa una oportunidad significativa para profundizar en la comprensión de los factores que fortalecen el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios.

Este estudio busca contribuir a este vacío teórico mediante un análisis que relaciona directamente la retención del conocimiento con la intención emprendedora, lo cual representa un aporte original a la literatura existente. Asimismo, los resultados pueden ofrecer información valiosa para el diseño de estrategias educativas más efectivas por parte de las instituciones de educación superior, orientadas a fomentar el emprendimiento desde una perspectiva basada en la gestión del conocimiento.

Al comprender cómo los estudiantes retienen y aplican el conocimiento adquirido, las universidades podrán optimizar sus programas académicos y metodologías de enseñanza, promoviendo así un entorno más propicio para el desarrollo de emprendedores con las competencias necesarias para enfrentar los retos del entorno económico actual.

Hipótesis

Existe una relación positiva entre la retención del conocimiento y la intención emprendedora. Es decir, a mayor retención del conocimiento relacionado con los programas de emprendimiento, mayor será la intención de una persona de iniciar un negocio propio.

Marco teórico

La idea del emprendimiento como un componente fundamental para el desarrollo económico es ampliamente aceptada por la mayoría de los países. Es evidente que un mayor número de negocios contribuye al incremento de la producción, la comercialización, la oferta de servicios y, en consecuencia, al crecimiento económico. En este sentido, Arminda (2011) destaca las múltiples aportaciones del emprendimiento, tales como la generación de nuevas fuentes de empleo, el fomento de la competencia, la mejora del bienestar ciudadano, el impulso a la innovación y la aceleración de los cambios estructurales en la economía. Asimismo, el emprendimiento obliga a las empresas establecidas a ser más eficientes, contribuyendo indirectamente al aumento de la productividad.

Considerado como una fuerza económica potente y transformadora, el emprendimiento ha revolucionado la manera de hacer negocios en todos los niveles y regiones del mundo. Arminda (2011) lo define como un proceso dinámico orientado a la creación e implementación de nuevas ideas; en este contexto, se entiende como la creación de nuevos negocios.

Dado que la creación de empresas impulsa el crecimiento económico, resulta natural comprender la relevancia del estudio del emprendimiento

para las economías globales. En este marco, la educación emprendedora ha adquirido creciente importancia en las últimas décadas, particularmente dentro de las universidades públicas. Por ejemplo, Dohse y Walter (2012) analizaron cómo el conocimiento, tanto a nivel individual como regional, influye en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. Asimismo, Llorente et al. (2023) concluyeron que existe una relación positiva entre la educación emprendedora y la actividad emprendedora, es decir, a mayor educación orientada al emprendimiento, mayor será la cantidad de emprendedores.

En este sentido, la decisión de un individuo de convertirse en emprendedor debe estar influida, en gran medida, por el acceso a conocimiento estratégico que favorezca esta elección (Dohse & Walter, 2012). La educación emprendedora no solo promueve el desarrollo de una mentalidad emprendedora —que trasciende lo económico y lo laboral—, sino que también fortalece competencias como la creatividad, la resiliencia y la capacidad de resolución de problemas. Además, impulsa la innovación social, el capital emprendedor y el diseño de estrategias para implementar buenas prácticas educativas (Llorente et al., 2023).

Para lograr estos objetivos, Llorente et al. (2023) proponen el uso de herramientas como HEInnovate 2.0, desarrollada por la OCDE, la cual permite a las instituciones de educación superior realizar una autorreflexión sobre su potencial innovador, identificar fortalezas y debilidades, y planificar acciones en áreas clave. Esta herramienta busca fomentar la discusión interna sobre el carácter emprendedor e innovador de las instituciones, más allá de comparaciones externas. Asimismo, se menciona el proyecto GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*), una investigación desarrollada por las universidades de St. Gallen y Berna (Suiza), cuyo propósito es mejorar la calidad de la educación emprendedora mediante información útil para la toma de decisiones y el desarrollo de modelos teóricos.

Partiendo de la premisa de Dohse y Walter (2012), quienes afirman que el acceso a recursos de conocimiento es crucial para el crecimiento y supervi-

vencia de las nuevas empresas, y reconociendo que la educación emprendedora representa un modelo de generación de conocimiento, se vuelve esencial analizar cómo se gestiona dicho conocimiento.

La gestión del conocimiento es definida por Hazlett et al. (2005) como un proceso dinámico mediante el cual una práctica no reflexiva se convierte en reflexiva, al explicitar las reglas que guían dicha práctica, promoviendo su entendimiento colectivo y el surgimiento del conocimiento heurístico. Orozco et al. (2023) amplían esta perspectiva, describiendo la gestión del conocimiento como un proceso que permite compartir, almacenar, valorizar y mejorar la información con el objetivo de generar valor y facilitar la toma de decisiones para las partes interesadas.

Según el modelo de Arthur Andersen citado por Orozco et al. (2023), es importante distinguir entre conocimiento personal y conocimiento organizacional, cuyos componentes se abordarán en los apartados siguientes.

| | |
|-----------------------------|---|
| Conocimiento Personal | Flujo de información Aprendizaje Experiencia Innovación |
| Conocimiento organizacional | Proceso del conocimiento Análisis de la información Aplicaciones prácticas Valorización Distribución de la información. |

Como se observa en el análisis anterior, en ambos casos existe un proceso que inicia con la recepción de información, la cual es sometida a un análisis y aprendizaje, transformándose en conocimiento susceptible de aplicación práctica y generador de experiencia. En el contexto de la educación emprendedora, Dohse et al. (2012) destacan un aspecto clave en la transferencia de conocimiento: la influencia de los modelos a seguir (*role models*), quienes facilitan la transferencia de conocimiento tácito y ejercen un impacto positivo en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

No obstante, para que el conocimiento adquirido pueda ser aplicado en el futuro, resulta indispensable un proceso intermedio: la retención o almacenamiento del conocimiento. En este sentido, Orozco (2023) señala que los procesos centrados en la gestión del conocimiento deben considerar el diseño de estrategias que incluyan, entre otros aspectos, la retención del conocimiento como un componente esencial.

Por su parte, Hazlett et al. (2005) identifican la codificación del conocimiento como una estrategia fundamental en la gestión del conocimiento, la cual implica el uso de recursos que permitan su almacenamiento y posterior recuperación. Esta codificación busca transformar el conocimiento tácito en explícito y organizable, facilitando su disponibilidad futura.

Desde una perspectiva más amplia, Arif et al. (2009) proponen una concepción integral de la retención del conocimiento que va más allá de la simple conversión de conocimiento tácito en explícito. Este enfoque abarca desde la captura inicial del conocimiento tácito hasta su recuperación y actualización. Los autores plantean un modelo compuesto por cuatro fases principales para la retención del conocimiento: socialización, codificación, combinación e internalización, las cuales permiten entender este proceso como un ciclo continuo de gestión, aprovechamiento y mejora del conocimiento organizacional.

Estos pasos pueden resumirse de la siguiente manera:

- Socialización: compartir el conocimiento tácito entre las personas;
- Codificación: transformar el conocimiento tácito en conocimiento explícito y documentado;
- Almacenamiento: compilar y organizar el conocimiento en la memoria organizacional;
- Recuperación: acceder y utilizar el conocimiento almacenado.

En este sentido, la retención del conocimiento se concibe como un proceso continuo y cíclico, que abarca desde la socialización del conocimiento tácito hasta su recuperación y actualización. Este proceso destaca la importancia de la documentación, el almacenamiento, la accesibilidad y, especialmente, la promoción del intercambio y la reutilización del conocimiento.

El modelo propuesto por Arif y Egbu (2009) ofrece una estructura conceptual útil para evaluar las capacidades de retención del conocimiento. Aunque fue desarrollado originalmente en el contexto del sector de la construcción, sus principios pueden ser aplicados a diversos ámbitos, incluyendo el estudio de la intención emprendedora. En este marco, la capacidad de una persona para acceder y utilizar el conocimiento retenido —ya sea en su memoria individual, en bases de datos, en redes de capital social o en comunidades de práctica— puede influir directamente en su decisión de emprender.

Por su parte, Dohse (2012) sostiene que el conocimiento es un activo valioso y dinámico, generador de valor y ventaja competitiva. Por lo tanto, la retención del conocimiento se convierte en un factor crítico para quienes planean iniciar una empresa. En este proceso, el acceso oportuno a información, consejos, experiencias previas y redes de apoyo puede tener un efecto positivo sobre la intención emprendedora.

Desde esta perspectiva, y como señala Arminda (2011), la educación emprendedora no se limita únicamente a la transmisión de conocimientos técnicos o habilidades empresariales, sino que también implica el desarrollo de creencias, valores y actitudes que convierten al emprendimiento en una opción viable y atractiva. Así, la retención de los principios, habilidades y actitudes adquiridos a través de programas educativos en emprendimiento puede incrementar la autoeficacia y fortalecer la intención de emprender.

Asimismo, la retención del conocimiento sobre buenas prácticas en educación emprendedora puede contribuir significativamente a mejorar los resultados y la eficacia de los programas orientados a la formación de emprendedores.

En conjunto, lo anterior permite sostener la hipótesis de que existe una relación positiva entre la retención del conocimiento y la intención emprendedora, reforzando la importancia de estudiar cómo se almacena, accede y aplica el conocimiento en contextos educativos y emprendedores.

Metodología

La metodología empleada en este estudio consistió en la aplicación de 596 encuestas realizadas en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, perteneciente a la Universidad de Guadalajara.

Para la construcción de la variable proxy representativa de la retención del conocimiento, se utilizaron cuatro preguntas, cuya medición se realizó mediante una escala tipo Likert. De igual forma, la variable intención emprendedora fue construida a partir de seis preguntas, también evaluadas con una escala Likert.

A continuación, se presentan las variables consideradas para la operacionalización de los constructos estudiados:

| Pregunta | Factor | Variable independiente |
|---|----------------|----------------------------|
| Durante mis sesiones en los cursos de emprendimiento. Considero intercambiar de manera activa mis ideas, preguntas o aprendizajes con el profesor y/o compañeros. | Socialización | |
| Durante mis sesiones en los cursos de emprendimiento y posterior a las sesiones. Considero documentar y organizar la información clave, ideas, lecciones aprendidas y retroalimentación relacionada con actividades y proyectos de emprendimiento en formatos para mi entendimiento (notas, presentaciones, informes, etc.) | Codificación | |
| Posterior a mis sesiones en los cursos de emprendimiento. Guardo y mantengo accesible la documentación del conocimiento emprendedor para posteriores consultas (notas, trabajos, retroalimentación, planes de negocio, etc.) | Almacenamiento | Retención del conocimiento |
| Con base en mi documentación almacenada. Considero acceder y aplicar el conocimiento emprendedor que he recibido, documentado y almacenado previamente para la resolución de problemas, toma de decisiones o el desarrollo de nuevas ideas y proyectos. | Recuperación | |

Para la construcción y medición de la variable Intención Emprendedora, se diseñó un conjunto de seis ítems formulados en formato de afirmaciones, evaluadas mediante una escala tipo Likert de cinco puntos (1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo). Estas preguntas tienen como propósito capturar el nivel de intención que manifiestan los estudiantes con respecto a iniciar un negocio en el futuro.

| Pregunta | Variable |
|--|------------------------|
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. | Intención Emprendedora |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. | |
| Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. | |
| En algún momento de mi vida seré emprendedor. | |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro. | |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí. | |

Para evaluar la congruencia interna de los factores que componen las variables estudiadas, se aplicó el coeficiente Alpha de Cronbach. Este índice mide la consistencia interna de los ítems que conforman cada variable, indicando qué tan relacionados están entre sí.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

| Estadístico de Fiabilidad | Intención Emprendedora | Retención del Conocimiento |
|---------------------------|------------------------|----------------------------|
| Alpha de Cronbach | 0.926 | 0.898 |

Como se observa en los resultados del estadístico de fiabilidad, ambos coeficientes Alpha de Cronbach son superiores a 0.80, lo que indica que los ítems medidos mediante escala Likert presentan una consistencia interna adecuada para las variables proxy. Esto fortalece la validez de la operacionalización, ya que los ítems están dirigidos hacia la medición de un mismo constructo.

Previo a la aplicación de la técnica de Análisis Factorial Exploratorio (AFE), se evaluaron la medida de adecuación muestral mediante el índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett para ambas variables. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Intención emprendedora.

| KMO y prueba de Bartlett | | | |
|--|-------------------------|----------|------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | | | .908 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aproximado | 2920.441 | |
| | gl | 15 | |
| | Sig. | .000 | |

Retención del conocimiento

| KMO y prueba de Bartlett | | | |
|--|-------------------------|----------|------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. | | | .839 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Chi-cuadrado aproximado | 1452.985 | |
| | gl | 6 | |
| | Sig. | .000 | |

Los resultados anteriores indican que la muestra es adecuada para el análisis de ambas variables. Un valor alto del índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sugiere que las correlaciones entre pares de variables pueden ser explicadas por factores subyacentes comunes, lo que implica que el análisis factorial es apropiado para reducir la dimensionalidad de los datos.

Por otra parte, la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó valores de p menores a 0.05 en ambas variables, lo que confirma la existencia de correlaciones significativas entre los ítems.

En conjunto, estos resultados validan la viabilidad de aplicar la técnica de Análisis Factorial Exploratorio para el estudio de las variables consideradas.

Con base en lo anterior, se procedió a la construcción de las variables utilizando la técnica de Análisis Factorial Exploratorio, cuyos resultados se presentan a continuación:

Intención Emprendedora

Matriz de Componentes a

| | Componente |
|--|------------|
| | 1 |
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. | .899 |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. | .901 |
| Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. | .917 |
| En algún momento de mi vida, seré emprendedor. | .901 |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro | .807 |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí | .703 |

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

Retención del Conocimiento

$$\text{Intención emprendedora} = \alpha + \beta(\text{Retención del conocimiento})$$

Matriz de componentesa

| | Componente |
|---|------------|
| | 1 |
| Durante mis cursos de emprendimiento, considero intercambiar de manera activa mis ideas, preguntas o aprendizajes con el profesor y/o compañeros. | .852 |
| Durante mis cursos de emprendimiento, me gusta documentar y organizar la información clave, ideas y lecciones aprendidas para entender mejor. | .910 |
| Posterior a mis sesiones en los cursos de emprendimiento, guardo y mantengo accesible la documentación para posteriores consultas (notas, trabajos, retroalimentación, planes de negocio, etc.) | .878 |
| En un futuro, considero acceder y aplicar el conocimiento emprendedor que he recibido, documentado y almacenado para el desarrollo de nuevas ideas y proyectos de negocio. | .861 |

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

1 componentes extraídos

Las matrices de componentes identifican los factores subyacentes que explican la variabilidad observada, es decir, indican cómo se agrupan las variables en cada componente. En nuestro caso, estos componentes corresponden a las variables definidas para el estudio.

Las tablas anteriores muestran el nivel de carga factorial de cada variable en cada componente. Observamos que todas las variables presentan cargas superiores a 0.80, lo que indica una alta correlación entre las preguntas y los componentes (variables) analizados.

En consecuencia, podemos afirmar que las preguntas constituyen una base sólida para la construcción de nuestras variables de interés: Intención Emprendedora y Retención del Conocimiento.

El objetivo de este estudio es demostrar cómo la variable Retención del Conocimiento explica la Intención Emprendedora. Para ello, se propone medir esta relación mediante un modelo de regresión lineal simple, cuya estructura se presenta a continuación:

Los resultados obtenidos de la regresión fueron los siguientes:

| Resumen del modelo | | | | |
|---|-------|------------|----------------------|-----------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrada corregida | Error típ. de la estimación |
| 1 | .588a | .346 | .345 | .80918845 |
| a. Variables predictoras: (Constante), RETENCIONDELCONOCIMIENTO | | | | |

El R cuadrado nos indica que la variable Retención del Conocimiento como única variable logra explicar la intención emprendedora en un 34.6%.

| Coeficientes | | | | | | |
|--|--------------------------------|------------|--------------------------|------|--------|-------|
| Modelo | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes tipificados | t | Sig. | |
| | B | Error típ. | Beta | | | |
| 1 | (Constante) | 1.143E-017 | .033 | | .000 | 1.000 |
| | RETENCIÓN DEL CONOCIMIENTO | .588 | .033 | .588 | 17.740 | .000 |
| a. Variable dependiente: INTENCIONEMPRENDEDORA | | | | | | |

Los resultados obtenidos muestran que el coeficiente beta es positivo y estadísticamente significativo, dado que el valor de p es menor a 0.05. Aunque el valor numérico del coeficiente es difícil de interpretar directamente debido a que la variable de retención del conocimiento fue construida como una variable proxy compuesta por cuatro dimensiones (socialización, codificación, almacenamiento y recuperación), podemos afirmar que existe una relación positiva entre la retención del conocimiento y la intención emprendedora.

En otras palabras, a medida que una persona retiene mayor conocimiento relacionado con su educación en emprendimiento, aumenta también su intención de emprender.

Discusión

Con base en los resultados obtenidos en nuestra muestra, se observa que la relación entre la retención del conocimiento y la intención de emprender es positiva. Dado que el coeficiente beta resultó positivo y significativo, podemos afirmar que un aumento en un grado de retención del conocimiento influye en un incremento de 0.588 en la intención de emprender. Aunque la interpretación cuantitativa exacta puede resultar compleja debido a la naturaleza proxy de la variable retención del conocimiento, el signo positivo del coeficiente es claro y evidencia una relación positiva entre ambas variables.

Estos hallazgos son consistentes con el marco teórico planteado, en el cual se mencionó que la retención del conocimiento sobre las prácticas en educación emprendedora puede mejorar la efectividad de los programas destinados a la formación de emprendedores.

Asimismo, los resultados confirman que las dimensiones propuestas por Arif et al. (2009) —socialización, codificación, almacenamiento y recuperación del conocimiento— son adecuadas para representar la variable proxy de «Retención del conocimiento».

Este aspecto reviste gran importancia, pues si los programas de innovación y emprendimiento ofrecidos en la educación pública tienen como objetivo la formación de un mayor número de emprendedores como estrategia fundamental para la generación de nueva competencia empresarial, las políticas y estrategias pedagógicas deberían considerar la implementación de sistemas de retención del conocimiento. Es decir, fortalecer la retención del conocimiento a través de las cuatro dimensiones mencionadas contribuirá a influir positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes, facilitando el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En consecuencia, podemos concluir que nuestra hipótesis no se rechaza; es decir, a mayor retención de conocimiento en estudiantes de educación emprendedora, mayor será su intención de emprender.

Conclusiones

Con base en el presente trabajo, se evidencia que la retención del conocimiento de los estudiantes en programas de educación emprendedora tiene una relación positiva con la intención de emprender. Estos resultados son relevantes, pues proporcionan a las instituciones cuyo objetivo es la formación de emprendedores una base sólida para justificar la implementación de estrategias que incluyan sistemas orientados a fortalecer la retención del conocimiento en los estudiantes. Es decir, además de las estrategias pedagógicas actualmente empleadas, sería conveniente analizar e incor-

porar mecanismos que faciliten una mayor retención del conocimiento adquirido en los programas de emprendimiento, con el fin de incrementar la intención emprendedora.

Si bien existe una amplia diversidad de estudios, como el de Miralles et al. (2015), que indican que la educación empresarial influye positivamente en la intención emprendedora, no se han encontrado investigaciones que aborden de manera directa la retención del conocimiento como un factor influyente en dicha intención, lo que resalta la originalidad de esta investigación.

Este estudio abre la oportunidad para explorar sistemas de retención del conocimiento en otras instituciones con programas distintos a los de la Universidad de Guadalajara. De esta manera, se facilita la replicación de la investigación en escuelas privadas y/o instituciones empresariales que fomenten y desarrolleen programas para la formación de emprendedores. Asimismo, sienta las bases para futuros estudios orientados a medir el impacto de políticas que integren sistemas de retención del conocimiento, ampliando el alcance del análisis más allá de un estudio transversal hacia investigaciones longitudinales.

No obstante, es importante señalar dos limitaciones relevantes. En primer lugar, la muestra utilizada corresponde al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), campus perteneciente a la Universidad de Guadalajara. Por lo tanto, los resultados son representativos únicamente para estudiantes en contextos y condiciones similares, es decir, aquellos cuyos programas comparten objetivos y ejes estratégicos educativos semejantes a los de dicha universidad. En segundo lugar, el fortalecimiento de la retención del conocimiento no garantiza ni influye de manera directa en que un estudiante emprenda un negocio. La retención del conocimiento, considerada aisladamente, solo contribuye positivamente a aumentar la intención emprendedora, pero la materialización de esta intención depende de múltiples factores no abordados en este estudio. Esta limitación es respaldada por Sancho et al. (2022), quienes concluyen que la educación emprendedora no incide directamente en la creación de nuevas

empresas. Sin embargo, aunque no garantice la creación de empresas, sí influye en el comportamiento y en la intención de emprender.

En consecuencia, la formación de nuevas empresas se ve afectada indirectamente a través de la intención emprendedora. Por ello, las instituciones educativas con la misión de formar emprendedores deben reconocer la importancia de la retención del conocimiento como un factor clave para que los estudiantes adquieran las habilidades y destrezas necesarias para emprender.

Referencias

- ARMINDA, M. (2011). *Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity*. *Psicothema*. Vol. 23 (3). pp. 453-457.
- LLORENTE, C., GÓMEZ, L. & ENCISO, M. (2023). ¿Cómo podemos medir la educación para el emprendimiento? *Aportaciones para la mejora en la formación emprendedora*. *Boletín de Estudios Económicos*. Vol. LXXVIII (234). Pp. 187-204.
- DOHSE, D., & WALTER, S. G. (2012). *Knowledge context and entrepreneurial intentions among students*. *Small Business Economics*, 39(4), 877-895.
- HAZLETT, S., MCADAM, R. & GALLAGHER, S. (2005). *Theory Building in Knowledge Management in Search of Paradigms*. *JOURNAL OF MANAGEMENT INQUIRY*, Vol. 14 (1), pp. 31-42
- OROZCO, D., ESCANDÓN, I. & MEDINA, V. (2023). *Modelo de gestión del conocimiento para la mejora del recaudo empresarial en entidades bancarias*. *RISTI*. Vol. 60 (5). Pp. 611-623.
- ARIFF, M., EGBU, C., ALOM, O. & KHALFAN, M. (2009). *Measuring knowledge retention: a case study of a construction consultancy in the UAE*. *Engineering, Construction and Architectural Management* Vol. 16 (1). pp. 92-108
- MIRALLES, F., GIONES, F., & RIVEROLA, C. (2015). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 791-813.

- SANCHO, M., RAMOS-RODRÍGUEZ, A., & DE LOS ÁNGELES FRENDE VEGA, M. (2022). The influence of university entrepreneurship-oriented training in the transformation of intentions into new businesses. *The International Journal of Management Education*.
- PEREZ, D., FONT, E. & ORTIZ, M. (2016). Emprendimiento y Gestión del Conocimiento. Uniandes Episteme. Revista Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación. Vol. 3 (3). Pp. 422-440.
- BARROSO, A., SANGUINO, R. & BAÑEGIL, T. (2012). El Enfoque Basado en el Conocimiento en las Empresas Familiares. Investigación Administrativa. Vol. 41 (109). Pp. 62-69.

CAPÍTULO 7

La innovación como variable de la intención emprendedora.

Alma Leticia Anaya-Virgen

Resumen

El presente artículo analiza la importancia del emprendimiento en México, destacando su papel fundamental en la generación de empleo, innovación, y desarrollo económico y social. Su objetivo principal es examinar la influencia de la innovación sobre la intención emprendedora, entendida como la disposición de un individuo para iniciar un negocio. Para ello, se aplicaron encuestas con escalas validadas para medir variables como innovación e intención emprendedora, seguidas de análisis factorial y regresión lineal para evaluar las relaciones entre dichas variables.

La muestra se enfocó en un contexto geográfico y cultural específico, con participantes que respondieron a afirmaciones mediante una escala tipo Likert. Los resultados indican que la innovación tiene un impacto significativo y positivo sobre la intención emprendedora, explicando aproximadamente el 36% de la variabilidad observada. Se identificaron como factores clave la creatividad, la adaptabilidad y la percepción de accesibilidad a la innovación, los cuales fomentan el deseo de emprender.

Asimismo, se resalta la importancia de promover entornos educativos y culturales que incentiven el pensamiento innovador para aumentar la intención emprendedora. No obstante, se señalan limitaciones propias del estudio, como el uso de autoinformes y la imposibilidad de establecer

causalidad debido al diseño correlacional. Finalmente, se subraya la necesidad de implementar políticas públicas y programas educativos que reduzcan barreras como el miedo al fracaso y faciliten el acceso a recursos innovadores, con el fin de fortalecer el ecosistema emprendedor en México.

En conclusión, el emprendimiento potenciado por la innovación constituye una herramienta estratégica para el desarrollo económico y social del país, con un impacto positivo en la generación de empleo y la reducción de desigualdades regionales.

Abstract

This article analyzes the importance of entrepreneurship in Mexico, highlighting its fundamental role in job creation, innovation, and economic and social development. Its main objective is to examine the influence of innovation on entrepreneurial intent, understood as an individual's willingness to start a business. To this end, surveys were administered with validated scales to measure variables such as innovation and entrepreneurial intent, followed by factor analysis and linear regression to evaluate the relationships between these variables.

The sample focused on a specific geographic and cultural context, with participants responding to statements using a Likert-type scale. The results indicate that innovation has a significant and positive impact on entrepreneurial intent, explaining approximately 36% of the observed variability. Creativity, adaptability, and the perception of accessibility to innovation were identified as key factors that foster the desire to become an entrepreneur.

Likewise, the importance of promoting educational and cultural environments that encourage innovative thinking to increase entrepreneurial intent is highlighted. However, limitations of the study are noted, such as the use of self-reports and the impossibility of establishing causality due to the correlational design. Finally, the study highlights the need to implement public policies and educational programs that reduce barriers such as the fear of failure and facilitate access to innovative resources, in order to strengthen the entrepreneurial ecosystem in Mexico.

In conclusion, innovation-driven entrepreneurship constitutes a strategic tool for the country's economic and social development, with a positive impact on job creation and the reduction of regional inequalities.

Introducción

En el contexto actual, la innovación se ha consolidado como un elemento fundamental para impulsar el progreso económico y social a nivel global. Es reconocida como un motor clave del crecimiento y la competitividad, ya que permite a empresas y emprendedores diferenciarse y adaptarse eficazmente a las cambiantes demandas del mercado. De acuerdo con el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024), aunque la innovación representa una oportunidad estratégica evidente, persiste un desafío importante: el miedo al fracaso. En este sentido, cerca del 49% de los encuestados identificaron este temor como el principal obstáculo para iniciar un emprendimiento.

La innovación en el ámbito empresarial trasciende el desarrollo tecnológico, incluyendo también la implementación de nuevos procesos, estrategias organizativas y modelos de gestión que facilitan la adaptación a los cambios del mercado y la anticipación a las necesidades de los consumidores. Siguiendo la perspectiva de Schumpeter (1942), la innovación es el motor del desarrollo económico, dado que impulsa la creación de nuevos productos, servicios o procesos que transforman industrias enteras.

Particularmente, la innovación desempeña un papel crucial en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), ya que les permite mejorar su competitividad y responder eficazmente a un entorno empresarial cada vez más dinámico (Obreque Marín, 2018). Además, según el Global Innovation Index (2023), las naciones líderes en innovación presentan también mayores niveles de crecimiento económico y desarrollo sostenible, evidenciando que la innovación no solo impulsa el crecimiento empresarial, sino que también contribuye a la estabilidad económica a largo plazo (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2023).

Justificación

Este proyecto se enfoca en el análisis de la intención emprendedora y su relación con la innovación. Comprender cómo la innovación impulsa la intención emprendedora permite identificar los factores clave que favorecen el surgimiento de nuevas iniciativas, potenciando la competitividad y el desarrollo económico tanto a nivel local como global. En primer lugar, la innovación es fundamental para el éxito y la supervivencia de las empresas en un mercado caracterizado por la competencia global y la constante transformación. Investigaciones recientes han demostrado que las empresas que adoptan prácticas innovadoras tienen mayores probabilidades de sobrevivir, crecer y consolidarse frente a aquellas que no lo hacen.

En segundo lugar, diversos estudios señalan que la intención emprendedora está influenciada por factores como la percepción de oportunidades, el entorno cultural y las redes sociales, aspectos que pueden potenciarse mediante la innovación (Gómez & Salazar, 2022; Espinoza & Ramírez, 2021). Analizar el impacto de la innovación en la intención emprendedora facilita el desarrollo de estrategias efectivas para fomentar un emprendimiento innovador, generando un efecto positivo en el desarrollo económico y social de las regiones (Dialnet, 2022).

Finalmente, este trabajo contribuye a la literatura académica sobre emprendimiento e innovación, ofreciendo una visión más profunda sobre la interacción entre estas variables y cómo pueden ser utilizadas estratégicamente para promover un desarrollo empresarial sostenible. Entender el papel de la innovación en el proceso emprendedor no solo facilita el diseño de políticas públicas y programas de apoyo, sino que también impulsa el crecimiento económico, la creación de empleo y el fortalecimiento de la competitividad empresarial en distintos contextos.

Marco teórico

Este estudio se fundamenta en diversas teorías relevantes relacionadas con el emprendimiento y la innovación. Kirzner (1973) destaca la capaci-

dad de alerta para detectar oportunidades de negocio como un elemento esencial del emprendimiento, enfatizando que la identificación temprana de oportunidades es crucial para la generación de negocios innovadores. Por su parte, Drucker (1985) resalta la innovación como un componente fundamental para el éxito emprendedor, argumentando que innovar implica tanto reconocer necesidades insatisfechas como aplicar soluciones novedosas de manera efectiva.

Asimismo, el modelo de las cinco fuerzas de Porter (1980) subraya la importancia de adaptarse a los constantes cambios del mercado a través de la innovación, dado que esta adaptación es clave para mantener ventajas competitivas sostenibles. Finalmente, el enfoque Lean Startup, propuesto por Ries (2011) y Blank (2012), complementa esta perspectiva al destacar la relevancia de validar continuamente nuevas ideas en el mercado para reducir riesgos y optimizar los recursos invertidos en el desarrollo de nuevos emprendimientos.

Marco conceptual

El emprendimiento se define como el proceso mediante el cual una persona inicia, desarrolla y gestiona un negocio con el objetivo de generar valor económico y social, aprovechando oportunidades que otros no han identificado (Kirzner, 1973). En este marco, la intención emprendedora se refiere al grado en que un individuo está dispuesto a realizar actividades específicas para poner en marcha una iniciativa empresarial (Gómez, 2023).

Por otro lado, la innovación se entiende como la creación o adopción de nuevas ideas, productos, servicios o modelos organizacionales que permiten a las empresas adaptarse y destacarse en mercados altamente competitivos (Drucker, 1985). Esta puede manifestarse en diversas formas, incluyendo la innovación tecnológica, organizacional, de procesos, productos y servicios (Obreque Marín, 2018).

La intención emprendedora está estrechamente vinculada con la innovación, ya que la adopción de prácticas innovadoras incrementa sig-

nificativamente las probabilidades de éxito, diferenciación y sostenibilidad de los nuevos emprendimientos (Ries, 2011). Además, el concepto de mercados emergentes resulta fundamental, dado que estos constituyen espacios donde las oportunidades de negocio surgen con frecuencia, generando un escenario propicio para el desarrollo de emprendimientos innovadores (Blank, 2012).

El emprendimiento se define como el proceso mediante el cual una persona inicia, desarrolla y gestiona un negocio con el objetivo de generar valor económico y social, aprovechando oportunidades que otros no han identificado (Kirzner, 1973). En este marco, la intención emprendedora se refiere al grado en que un individuo está dispuesto a realizar actividades específicas para poner en marcha una iniciativa empresarial (Gómez, 2023).

Por otro lado, la innovación se entiende como la creación o adopción de nuevas ideas, productos, servicios o modelos organizacionales que permiten a las empresas adaptarse y destacarse en mercados altamente competitivos (Drucker, 1985). Esta puede manifestarse en diversas formas, incluyendo la innovación tecnológica, organizacional, de procesos, productos y servicios (Obreque Marín, 2018).

La intención emprendedora está estrechamente vinculada con la innovación, ya que la adopción de prácticas innovadoras incrementa significativamente las probabilidades de éxito, diferenciación y sostenibilidad de los nuevos emprendimientos (Ries, 2011). Además, el concepto de mercados emergentes resulta fundamental, dado que estos constituyen espacios donde las oportunidades de negocio surgen con frecuencia, generando un escenario propicio para el desarrollo de emprendimientos innovadores (Blank, 2012).

Marco referencial

Existen diversos estudios que exploran la relación entre la intención emprendedora y la innovación. Por ejemplo, el Global Entrepreneurship Moni-

tor (2024) señala que una barrera fundamental para emprender es el miedo al fracaso y la falta de capacidad para innovar. De manera complementaria, el Global Innovation Index (2023) indica que las economías más desarrolladas son aquellas que más invierten en innovación y, en consecuencia, generan mayores niveles de emprendimiento.

En el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), Obreque Marín (2018) destaca que las empresas que adoptan prácticas innovadoras logran posicionarse mejor en mercados emergentes y dinámicos, incrementando su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Asimismo, Christensen (1997), a través de su teoría de la innovación disruptiva, subraya cómo las tecnologías innovadoras pueden transformar industrias enteras, generando oportunidades para nuevos emprendimientos capaces de anticipar necesidades aún no satisfechas por los líderes del mercado.

Por otro lado, investigaciones como las de Gómez y Pérez (2022), publicadas en Dialnet, refuerzan la idea de que fomentar estrategias innovadoras en emprendedores aumenta significativamente sus probabilidades de éxito, contribuyendo a la transformación económica y social de sus comunidades.

La clasificación de la innovación se amplía con base en el Manual de Oslo (OCDE, 2018), que distingue cuatro tipos principales:

1. *Innovación de producto*: desarrollo de bienes o servicios nuevos o significativamente mejorados.
2. *Innovación de proceso*: implementación de métodos nuevos o mejorados en la producción o distribución.
3. *Innovación organizacional*: cambios en las prácticas de gestión o comunicación dentro de la empresa.
4. *Innovación de marketing*: nuevas estrategias en el diseño, posicionamiento o promoción de productos y servicios.

Hipótesis

H1: A mayor grado de orientación hacia la innovación, mayor será la intención emprendedora en individuos que buscan operar en mercados emergentes.

H2: La creatividad en la generación de ideas innovadoras influye positivamente en la intención emprendedora, aumentando la disposición a iniciar nuevas iniciativas empresariales.

H3: La convicción de que la innovación es accesible y aplicable por cualquier emprendedor tiene una relación positiva con el nivel de intención emprendedora.

Análisis factorial exploratorio

Para evaluar la validez estructural de las escalas utilizadas en la medición de la intención emprendedora e innovación, se aplicó un análisis factorial exploratorio (AFE) mediante extracción de componentes principales y rotación Varimax.

En el caso del constructo **intención emprendedora**, el AFE identificó un único factor con un autovalor de 4.428, que explicó el 73.79% de la varianza total. La medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) fue de .908, indicando una excelente adecuación muestral para el análisis factorial. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa ($\chi^2 = 2982.45$, $p < .001$), lo que confirma la existencia de correlaciones significativas entre los ítems. Las cargas factoriales oscilaron entre .704 y .917, evidenciando una fuerte cohesión interna entre los reactivos del constructo, lo que respalda la validez del instrumento para medir la intención emprendedora.

Por su parte, para el constructo **innovación**, el análisis también identificó un único factor con un autovalor de 2.855, que explicó el 57.10% de la varianza total. La medida KMO fue de .779, valor adecuado para este tipo de análisis, y la prueba de Bartlett también fue significativa ($\chi^2 = 1026.88$, p

< .001). Las cargas factoriales fluctuaron entre .699 y .806, mostrando una consistencia aceptable en la estructura del constructo innovación.

Estos resultados sugieren que ambos instrumentos presentan una estructura factorial unidimensional sólida y adecuada para su uso en la medición de las variables estudiadas.

Análisis de confiabilidad

Para evaluar la fiabilidad de las escalas utilizadas, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach. La escala de **intención emprendedora** mostró una excelente consistencia interna, con un valor de $\alpha = .926$ basado en 6 ítems. Por su parte, la escala de **innovación** presentó una fiabilidad adecuada, con un alfa de Cronbach de $\alpha = .810$ correspondiente a 5 ítems. Ambos coeficientes superan ampliamente el umbral recomendado de .70, según Nunnally y Bernstein (1994), lo que respalda la consistencia y confiabilidad de las mediciones empleadas en el estudio.

Análisis de regresión lineal

Se llevó a cabo un análisis de regresión lineal simple para evaluar el impacto de la innovación sobre la intención emprendedora. El modelo resultó estadísticamente significativo ($F(1, 601) = 339.51, p < .001$), con un coeficiente de determinación $R^2 = .361$, lo que indica que aproximadamente el 36.1% de la variabilidad en la intención emprendedora es explicada por la variable innovación. Además, el coeficiente estandarizado Beta fue de $.601 (p < .001)$, evidenciando un efecto positivo y significativo de la innovación sobre la intención de emprender. Estos resultados confirman la hipótesis planteada, sugiriendo que una mayor orientación hacia la innovación está asociada con un aumento en la intención emprendedora.

Resultados de análisis estadísticos

Estos hallazgos coinciden con las propuestas de diversos autores reconoci-

dos en el campo del emprendimiento y la innovación. Schumpeter (1942) planteó que la innovación es el motor fundamental del cambio económico y el desarrollo empresarial. Asimismo, Drucker (1985) y Ries (2011) argumentan que la innovación trasciende la mera creatividad, configurándose como un proceso sistemático que puede ser aprendido y aplicado para lograr un emprendimiento exitoso. De manera congruente, estudios contemporáneos como los de Gómez y Salazar (2022) evidencian que los individuos que perciben una mayor capacidad para generar ideas innovadoras y adaptarse a los cambios del entorno muestran un mayor deseo y disposición para emprender.

Este estudio confirma y actualiza las evidencias mencionadas, aportando datos recientes y representativos que fortalecen la comprensión del papel clave de la innovación en el emprendimiento. La innovación no solo se percibe como una característica deseable o un valor añadido para los negocios, sino que se consolida como una verdadera palanca que impulsa el emprendimiento desde su etapa más temprana: la intención emprendedora. Esto refuerza la importancia de fomentar ambientes educativos, culturales y organizacionales que promuevan el pensamiento innovador para aumentar la probabilidad de que las personas decidan iniciar nuevas iniciativas empresariales.

Tabla 1. Cargas Factoriales – Intención Emprendedora

| Ítem | Carga Factorial |
|---|-----------------|
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. | 0.9 |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. | 0.901 0.917 |
| En algún momento de mi vida, seré emprendedor. | 0.902 |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro. | 0.81 |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí. | 0.704 |

Tabla 2. Cargas Factoriales – Innovación

| Ítem | Carga Factorial |
|---|-----------------|
| Puedo identificar oportunidades en mercados emergentes. | 0.721 |
| Estoy dispuesto a experimentar con nuevas ideas. | 0.759 |
| Me adapto con facilidad a los cambios tecnológicos. | 0.806 |
| El éxito del emprendedor radica en innovar y mejorar continuamente. | 0.788 |
| La innovación no es solo para grandes empresas. | 0.699 |

Tabla 3. Resumen Estadístico de Validación y Fiabilidad

| Constructo | KMO | Varianza Explicada (%) | Alfa de Cronbach |
|------------------------|-------|------------------------|------------------|
| Intención emprendedora | 0.908 | 73.8 | 0.926 |
| Innovación | 0.779 | 57.1 | 0.81 |

Discusión de los resultados

Los resultados obtenidos a partir del análisis factorial y la regresión lineal revelan una relación clara y significativa entre la innovación y la intención emprendedora. Estos hallazgos respaldan de manera contundente las hipótesis planteadas en el marco teórico, reforzando las teorías propuestas por autores como Drucker (1985), Kirzner (1973) y Ries (2011), quienes señalan que la innovación es un factor esencial para emprender, al incrementar la probabilidad de éxito, diferenciación y adaptación en mercados emergentes.

Hipótesis

Hipótesis 1: «A mayor grado de orientación hacia la innovación, mayor será la intención emprendedora.»

Esta hipótesis se aprueba, dado que el análisis de regresión arroja un coeficiente de correlación significativo ($R = .601$) y un coeficiente de determinación (R^2) de .361, indicando que la innovación explica aproxima-

damente el 36% de la varianza en la intención emprendedora. Además, la significancia estadística del modelo ($p < .001$) confirma que esta relación no es producto del azar. Estos resultados coinciden con lo planteado por Drucker (1985), quien sostiene que innovar no solo es una ventaja competitiva, sino un requisito para iniciar empresas exitosas. Asimismo, se alinea con Schumpeter (1942), quien enfatiza el papel transformador de la innovación en los sectores económicos.

Hipótesis 2: «La creatividad en la generación de ideas innovadoras influye positivamente en la intención emprendedora.»

Esta hipótesis también es aprobada. Los ítems relacionados con creatividad, como «Estoy dispuesto a experimentar con nuevas ideas», presentan cargas factoriales elevadas (superiores a .75 en varios casos), lo que indica que la creatividad constituye una dimensión sustancial de la variable innovación en el contexto emprendedor. Este resultado es consistente con Amabile (1993), quien identifica la creatividad como motor interno de la innovación, y con el enfoque Lean Startup de Ries (2011), que resalta la importancia de experimentar y aprender para reducir riesgos y mejorar la propuesta de valor.

Hipótesis 3: «La convicción de que la innovación es accesible y aplicable por cualquier emprendedor tiene una relación positiva con el nivel de intención emprendedora.»

Esta hipótesis se acepta, pues el ítem «Creo que la innovación no es solo para grandes empresas, sino que cualquier emprendedor puede desarrollarla» mostró una carga factorial significativa (.699). Este hallazgo evidencia que la percepción de accesibilidad de la innovación está relacionada positivamente con una mayor intención emprendedora. Desde una perspectiva teórica, este resultado se refleja en las ideas de Christensen (1997), quien señala que las innovaciones disruptivas suelen surgir de actores pequeños o nuevos en el mercado, sugiriendo que cualquier emprendedor tiene el potencial para innovar si identifica correctamente una necesidad no atendida.

Limitaciones del estudio

No obstante, el análisis presenta algunas limitaciones importantes. La medición de variables clave se realizó mediante autoinformes, lo que puede introducir sesgos de deseabilidad social y subjetividad (Podsakoff et al., 2003). Asimismo, el diseño correlacional impide establecer relaciones causales definitivas entre innovación e intención emprendedora (Creswell, 2014). La muestra se restringió a un contexto geográfico y cultural específico, limitando la generalización de los resultados a otros entornos (Hofstede, 2001). Finalmente, no se consideraron variables moderadoras o mediadoras, como el capital social o el acceso a financiamiento, que podrían influir en la relación estudiada (Baron & Kenny, 1986).

Líneas para investigación futura

Para profundizar en el conocimiento sobre la relación entre innovación e intención emprendedora, se sugiere que futuras investigaciones consideren las siguientes líneas:

- Implementar diseños longitudinales o experimentales que permitan analizar de manera más robusta la causalidad entre innovación e intención emprendedora, tal como lo proponen Shadish, Cook y Campbell (2002).
- Incorporar variables moderadoras y mediadoras que ayuden a explicar la dinámica de esta relación, tales como el apoyo institucional o la autoeficacia emprendedora, siguiendo las aportaciones de Bandura (1997).
- Ampliar el estudio a diferentes contextos culturales y económicos para validar la universalidad y aplicabilidad de los hallazgos, en línea con lo señalado por House et al. (2004). Examinar tipos específicos de innovación —tecnológica, organizacional, de procesos— y su im-

pacto diferencial en la intención emprendedora, de acuerdo con las clasificaciones de Tidd y Bessant (2014).

- Evaluar programas educativos y políticas públicas orientadas a fomentar la innovación entre emprendedores potenciales, con base en las recomendaciones de Fayolle y Gailly (2015). Estas recomendaciones contribuirán a fortalecer el entendimiento del fenómeno y a diseñar intervenciones más efectivas que impulsen el emprendimiento innovador.

Implicaciones teóricas

Este estudio aporta evidencia empírica que fortalece tanto teorías clásicas como contemporáneas del emprendimiento, tal como las propuestas por Schumpeter (1934) y Drucker (1985), al confirmar la innovación como un factor clave en la formación de la intención emprendedora. Asimismo, contribuye a ampliar el marco conceptual del emprendimiento innovador al integrar dimensiones fundamentales como la creatividad, la adaptabilidad y la percepción de accesibilidad a la innovación, enriqueciendo la comprensión de cómo se configura la intención emprendedora en mercados emergentes, siguiendo las perspectivas de Ries (2011).

Los resultados subrayan la importancia de fomentar entornos y políticas que promuevan no solo la generación de ideas innovadoras, sino también su accesibilidad para todos los emprendedores, independientemente del tamaño o sector. De esta forma, se impulsa un ecosistema emprendedor más inclusivo y dinámico, capaz de generar un impacto positivo en el desarrollo económico y social.

Finalmente, este trabajo establece una base sólida para futuras investigaciones que exploren en mayor profundidad la relación entre innovación e intención emprendedora, así como para el diseño de estrategias educativas y públicas orientadas a potenciar el emprendimiento innovador en contextos diversos.

Implicaciones prácticas

Este estudio aporta evidencia empírica que fortalece tanto teorías clásicas como contemporáneas del emprendimiento, como las propuestas por Schumpeter (1934) y Drucker (1985), al confirmar que la innovación es un factor determinante en la configuración de la intención emprendedora. Además, amplía el marco conceptual del emprendimiento innovador al integrar dimensiones como la creatividad, la adaptabilidad y la percepción de accesibilidad, elementos clave para entender cómo se forman las aspiraciones emprendedoras en contextos dinámicos y emergentes (Ries, 2011).

Desde una perspectiva práctica, los resultados sugieren que fomentar entornos educativos y culturales que impulsen el pensamiento creativo e innovador puede incrementar significativamente la intención de emprender (Fayolle & Gailly, 2015). En este sentido, las políticas públicas orientadas a reducir el miedo al fracaso y facilitar el acceso a recursos innovadores —tecnológicos, financieros o formativos— pueden fortalecer el ecosistema emprendedor (Audretsch, 2012). Asimismo, las organizaciones de apoyo al emprendimiento deberían diseñar programas que desarrollen habilidades creativas y capacidades de experimentación, alineándose con enfoques ágiles como Lean Startup para mejorar las probabilidades de éxito de los nuevos emprendimientos.

En síntesis, la innovación se confirma como una palanca fundamental que impulsa la intención emprendedora desde sus etapas más tempranas, con implicaciones relevantes tanto para el diseño de estrategias formativas como para el desarrollo de políticas públicas. Este hallazgo no solo contribuye al avance teórico en el estudio del emprendimiento, sino que también ofrece herramientas concretas para dinamizar el desarrollo económico y social a través de la promoción de emprendedores innovadores.

Análisis conclusivo

Este estudio demuestra que la innovación tiene un impacto notable y favorable en la intención emprendedora, respaldando empíricamente las hipótesis formuladas. Los hallazgos indican que la capacidad innovadora —entendida como la generación de ideas nuevas, la creatividad, la adaptabilidad y la apertura al cambio tecnológico— explica una proporción significativa de la variabilidad en la intención de emprender, en concordancia con estudios previos (Schumpeter, 1934; Drucker, 1985; Shane, 2003).

Particularmente, la creatividad se confirma como un componente esencial, actuando como motor interno del proceso emprendedor (Amabile, 1996). Además, la percepción de que la innovación es accesible y aplicable para cualquier persona refuerza la posibilidad de que más individuos consideren el emprendimiento como una opción realista y alcanzable. Este resultado concuerda con investigaciones que destacan la influencia del entorno y la cultura innovadora en la formación de emprendedores (Audretsch, 2012).

Por tanto, fomentar entornos educativos, culturales y económicos que promuevan el pensamiento creativo e innovador desde etapas tempranas, así como diseñar políticas públicas que reduzcan barreras como el miedo al fracaso y mejoren el acceso a recursos innovadores, puede ser clave para aumentar los niveles de emprendimiento en contextos como el mexicano. Esto es consistente con lo señalado por el Global Entrepreneurship Monitor (2024), el cual subraya que el desarrollo de capacidades innovadoras es una estrategia prioritaria para fortalecer los ecosistemas emprendedores en economías emergentes.

En definitiva, la innovación no solo potencia el crecimiento empresarial, sino que también actúa como catalizador de la intención emprendedora, ofreciendo a individuos y sociedades una vía concreta para impulsar el desarrollo económico y la transformación social.

Referencias

- CORNELL UNIVERSITY, INSEAD & WIPO. (2023). The Global Innovation Index 2023: Innovation in the face of uncertainty. World Intellectual Property Organization (WIPO). <https://www.globalinnovationindex.org>
- ESPINOZA, J., & RAMÍREZ, L. (2021). Factores determinantes de la intención emprendedora en economías emergentes. *Revista Espacios*, 42(5), 10–25. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p20.pdf>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). (2024). Global Entrepreneurship Monitor Report 2024. Recuperado de: <https://gemconsortium.org>
- Gómez, A., & Salazar, M. (2022). Innovación y emprendimiento: Una mirada desde la intención emprendedora. Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/html/>
- OBREQUE MARÍN, C. F. (2018). Innovación en las PYMEs: Un estudio sobre la competitividad en mercados emergentes. Universidad del Bío-Bío. <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/3083/1/Obreque%20Mar%C3%ADn,%20Constanza%20Fernanda.pdf>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE). (2023). Diccionario de la lengua española. <https://www.rae.es>
- REDALYC. (2023). Relación entre innovación y emprendimiento en la transformación económica global. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/html/>
- DIALNET. (2022). Emprendimiento e innovación: Factores clave para la competitividad empresarial. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/231533.pdf>
- CORNELL UNIVERSITY, INSEAD, & WIPO. (2023). The Global Innovation Index 2023: Innovation in the face of uncertainty. World Intellectual Property Organization (WIPO). Recuperado de <https://www.globalinnovationindex.org>

- DRUCKER, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). Global Entrepreneurship Monitor Report 2024. Recuperado de <https://gemconsortium.org>
- GÓMEZ, A. (2023). Innovación y emprendimiento: factores determinantes para el desarrollo empresarial. Dialnet. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/html/>
- GÓMEZ, A., & PÉREZ, J. (2022). Emprendimiento e innovación: Una aproximación desde la intención emprendedora. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/231533.pdf>
- KIRZNER, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- OBREQUE MARÍN, C. F. (2018). Innovación en las PYMES: Un estudio sobre la competitividad en mercados emergentes. Universidad del Bío-Bío. Recuperado de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bits-tream/123456789/3083/1/Obreque%20Mar%C3%ADn,%20Consistencia%20Fernanda.pdf>
- PORTER, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- RIES, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION [WIPO], CORNELL UNIVERSITY & INSEAD. (2023). *The Global Innovation Index 2023: Innovation in the face of uncertainty*. Recuperado de <https://www.globalinnovationindex.org>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) & Eurostat. (2018). *Manual de Oslo 2018: Guía para la recogida, presentación e interpretación de datos sobre innovación (4^a ed.)*. <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
- Blank, S. (2012). *The Startup*

- Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch.
- CHRISTENSEN, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press.
- NUNNALLY, J. C., & BERNSTEIN, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

CAPÍTULO 8

La intención emprendedora y el apoyo familiar como predictor motivacional.

Rubí Salcedo-Castro

Raúl Campos-Sánchez

José Alberto Castellanos-Gutiérrez

Palabras clave: Intención emprendedora, apoyo familiar, emprendimiento universitario

Resumen

El presente estudio analiza el papel del apoyo familiar como predictor de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Con un diseño cuantitativo, explicativo y correlacional, se aplicó un cuestionario a 596 estudiantes de nivel licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara. Se realizaron análisis factoriales exploratorios que confirmaron la validez de las escalas utilizadas para medir tanto la intención emprendedora como el apoyo familiar, con valores KMO de .908 y .819 respectivamente, y alfas de Cronbach superiores a .89, lo que respalda la consistencia interna de los instrumentos. Los resultados muestran que ambas variables presentan estructuras unidimensionales, explicando más del 70% de la varianza. Asimismo, el modelo de regresión lineal indicó que el apoyo familiar explica el 20.3% de la varianza en la intención emprendedora ($\beta = .450$; $p < .001$). Estos hallazgos confirman la relevancia del entorno familiar como un factor

clave en la formación de actitudes y motivaciones emprendedoras, aunque la literatura también reconoce efectos duales, al poder actuar como facilitador o inhibidor dependiendo del contexto sociocultural.

Keywords. *Entrepreneurial intention, family support, university entrepreneurship*

Abstract

This study examines the role of family support as a predictor of entrepreneurial intention among university students. Using a quantitative, explanatory, and correlational design, a survey was conducted with 596 undergraduate students from the University Center of Economic and Administrative Sciences (CUCEA) at the University of Guadalajara. Exploratory factor analyses confirmed the validity of the scales used to measure both entrepreneurial intention and family support, with KMO values of .908 and .819 respectively, and Cronbach's alphas above .89, supporting the internal consistency of the instruments. Results indicated that both variables exhibit unidimensional structures, explaining more than 70% of the variance. Furthermore, the linear regression model revealed that family support accounts for 20.3% of the variance in entrepreneurial intention ($\beta = .450$; $p < .001$). These findings highlight the relevance of the family environment as a key factor in shaping entrepreneurial attitudes and motivations, although prior literature also emphasizes its dual role, as it may act as either a facilitator or an inhibitor depending on the sociocultural context.

Introducción

La intención emprendedora en estudiantes universitarios es un área de estudio crucial, ya que se considera un predictor significativo del comportamiento emprendedor real y una etapa psicológica fundamental para la creación de nuevas empresas (Maheshwari et al., 2023; Bird, 1988; Krueger & Carsrud, 1993). Dada la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico, la creación de empleo, la innovación y la productividad,

naciones como Indonesia alientan activamente a los estudiantes a considerar el emprendimiento como una carrera viable, reconociendo que los universitarios serán una fuente clave de futuros emprendedores (Subroto et al., 2023; Van Praag & Versloot, 2007).

En este contexto, el apoyo familiar emerge como un factor motivador esencial que influye en las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes (Ahmed, 2022; Mei et al., 2022; Zhang et al., 2025). La familia desempeña un papel fundamental en la configuración de la confianza, la capacidad de generar ideas y la creencia de un individuo para iniciar un negocio, al influir en sus respuestas emocionales y actitudinales hacia las opciones profesionales (Neneh, 2019; Rachmawan et al., 2015). Este apoyo puede manifestarse de diversas formas, incluyendo el apoyo emocional (contribuyendo al bienestar y la estabilidad emocional), el apoyo intelectual (proporcionando consejos e ideas), y el apoyo económico (mitigando las presiones financieras y las incertidumbres iniciales) (Procidano & Heller, 1983; Bhandari, 2016; Gao et al., 2021; Arregle et al., 2007; Edelman et al., 2016; Pearson et al., 2008; Zhu et al., 2014). Además, las expectativas de los padres y el rol de los padres como modelos a seguir son variables significativas que pueden aumentar las intenciones emprendedoras de sus hijos, proporcionando exposición, interacción y orientación a través de sus propias experiencias empresariales (Subroto et al., 2023; Cardella et al., 2020; Abbasianchavari & Moritz, 2020; Kim et al., 2013).

La literatura ha destacado la inconsistencia en los hallazgos sobre la relación entre los factores de apoyo externo y las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, lo que subraya la necesidad de una mayor investigación sobre el papel del apoyo familiar y de amigos (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011). Particularmente en contextos como el chino, el apoyo familiar es considerado el factor más importante en la toma de decisiones para estudiantes universitarios sin experiencia, con los padres desempeñando un papel decisivo en las decisiones personales (Mei et al., 2022). De

manera similar, en el sistema familiar paquistaní, la elección de carrera está fuertemente influenciada por la familia (Iftikhar, 2016; Ahmed & Islam, 2021). Comprender estos elementos es fundamental para desarrollar estrategias de apoyo y programas educativos más efectivos que fomenten el espíritu emprendedor entre los jóvenes (Subroto et al., 2023)

Marco Teórico e hipótesis

Emprendimiento y motivación: una visión contextual

El emprendimiento ha sido reconocido como un motor clave del desarrollo económico, la innovación y la generación de empleo, tanto en economías emergentes como avanzadas (Carsrud & Brännback, 2011). Sin embargo, la decisión de emprender no es un proceso simple de identificación de oportunidades, sino que implica una serie de factores psicológicos, sociales y estructurales que influencian la intención emprendedora. La motivación emprendedora, en particular, ha sido uno de los enfoques más estudiados en los últimos años y se define como el conjunto de razones internas y externas que llevan a una persona a iniciar y sostener un negocio.

Dentro de las dimensiones que afectan la motivación emprendedora, el entorno familiar se ha identificado como un factor clave. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020; 2023/2024), la motivación para emprender está determinada por elementos contextuales como el acceso a redes de apoyo, la cultura empresarial, las oportunidades percibidas y, de manera destacada, el entorno familiar. En este sentido, la familia desempeña un papel fundamental en la configuración de la intención emprendedora desde las etapas tempranas de la vida (Shen, Osorio, & Settles, 2017).

El apoyo familiar se manifiesta de diversas formas: desde el respaldo emocional, que proporciona seguridad y confianza, hasta el apoyo motivacional que estimula la toma de riesgos y la perseverancia frente a los fracasos (Ismail, Razak, Sapiee, & Ismail, 2024). Además, la familia facilita el acceso a recursos necesarios para iniciar un negocio, tales como finan-

ciación, redes de contacto y asesoramiento (Haque, Kour, & Mahin, 2024). De acuerdo con el GEM (2020), en muchos casos el entorno familiar influye en la percepción que los jóvenes tienen sobre las oportunidades de emprendimiento y les proporciona la validación emocional necesaria para enfrentarse a los retos del proceso emprendedor.

Por otro lado, algunos estudios sugieren que la influencia familiar no siempre es positiva. En algunos contextos, especialmente donde prevalecen valores conservadores o una actitud adversa al riesgo, el apoyo familiar podría convertirse en un obstáculo para emprender (Shapero & Sokol, 1982). La familia puede, en ciertos casos, inhibir la toma de decisiones emprendedoras si considera que los riesgos son demasiado altos o si no comprende el proceso emprendedor.

En síntesis, la familia juega un papel dual en la motivación emprendedora: por un lado, actúa como agente facilitador que apoya emocional y materialmente a los emprendedores, pero también puede ser un factor inhibidor cuando los valores familiares no se alinean con la incertidumbre propia del emprendimiento. Este aspecto cobra relevancia en contextos universitarios, donde la intención emprendedora de los estudiantes puede estar fuertemente influenciada por el entorno familiar en el que se desarrollan.

El entorno familiar como agente facilitador del emprendimiento

En la literatura sobre emprendimiento, el entorno familiar ha sido identificado como un agente clave en la configuración de la intención emprendedora, especialmente en contextos donde los jóvenes aún dependen del núcleo familiar en diversos aspectos emocionales y materiales (Ajzen, 1991; Shapero & Sokol, 1982). La familia no solo provee recursos tangibles como apoyo económico, acceso a contactos o asesoría, sino que desempeña un papel fundamental en la formación del autoconcepto emprendedor.

El autoconcepto emprendedor se refiere a la percepción que una persona tiene sobre su capacidad para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento.

En muchos casos, la percepción de autoeficacia se construye a partir de las interacciones con el entorno familiar, donde padres, hermanos o tutores pueden actuar como modelos de referencia. Estudios recientes han mostrado que un individuo que recibe retroalimentación positiva y aliento por parte de su familia tiene más probabilidades de creer en su capacidad para superar los desafíos del emprendimiento (Ismail et al., 2024; Shen et al., 2017).

El informe GEM (2020; 2023/2024) subraya que, a pesar de la recuperación global tras la pandemia, el temor al fracaso sigue siendo una barrera importante, especialmente en regiones de ingresos medios. Este temor puede ser amortiguado por el respaldo familiar, el cual brinda seguridad emocional y motivacional que permite a los jóvenes asumir riesgos calculados y persistir frente a las dificultades (Haque et al., 2024).

Además, en contextos donde las instituciones formales de apoyo al emprendimiento son limitadas, la familia puede asumir un papel aún más activo, ofreciendo experiencia previa, contactos, mentoría informal e incluso financiamiento inicial (Kelley, Gartner, & Allen, 2020). Este tipo de capital social familiar —aunque intangible y difícil de medir— tiene un peso determinante en las etapas iniciales de las iniciativas emprendedoras.

En conclusión, el entorno familiar no solo impacta la motivación y el apoyo emocional, sino también provee recursos prácticos esenciales. De este modo, se convierte en una red de seguridad que permite a los jóvenes emprendedores tomar decisiones más arriesgadas y seguras, consolidando el capital social como un factor crucial para el emprendimiento en contextos con instituciones débiles.

En este sentido, se plantea la hipótesis de investigación **H1**. El entorno familiar tiene un impacto positivo en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Metodología

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance explicativo y correlacional. La población de referencia estuvo conformada

por 21,614 estudiantes de licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara.

Para la recopilación de información se diseñó un cuestionario sustentado en la literatura especializada sobre inteligencia colectiva (Surowiecki, 2004; Malone et al., 2010; Woolley et al., 2015; Mulgan, 2017; Kubus et al., 2025), al que se añadieron los ítems relacionados con la intención emprendedora propuestos por Liñán y Chen (2009), ampliamente utilizados y validados en investigaciones previas.

La recolección de datos se efectuó mediante una encuesta electrónica con escala tipo Likert de cinco puntos, en la que 1 representaba «totalmente en desacuerdo» y 5 «totalmente de acuerdo». Este instrumento permitió captar la percepción de los estudiantes respecto a los fenómenos analizados.

Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de $\pm 5\%$, se obtuvo una muestra representativa de 531 estudiantes de licenciatura. El levantamiento de datos se realizó durante marzo de 2025.

Resultados

Ánálisis factorial exploratorio de la variable dependiente

Para la variable dependiente *Intención emprendedora* se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) con el método de componentes principales. La medida de adecuación muestral de Kaiser–Meyer–Olkin ($KMO = .908$) fue excelente, y la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa ($\chi^2 = 2920.44; gl = 15; p < .001$), lo que confirma la pertinencia del análisis (ver tabla 1)

Tabla 1
KMO y prueba de Bartlett – Intención emprendedora

| | |
|---|---------------------|
| Medida Kaiser–Meyer–Olkin de adecuación de muestreo | .908 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado |
| | gl |
| | Sig. |

Fuente: elaboración propia

El análisis reveló un único factor que explicó el 73.62% de la varianza total. Las cargas factoriales oscilaron entre .703 y .917.

Tabla 2
Varianza explicada – Intención emprendedora

| Componente | Autovalores iniciales | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | | |
|------------|-----------------------|---------------|--|-------|---------------|-------------|
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 4.417 | 73.618 | 73.618 | 4.417 | 73.618 | 73.618 |
| 2 | .579 | 9.648 | 83.266 | | | |
| 3 | .426 | 7.098 | 90.364 | | | |
| 4 | .252 | 4.196 | 94.560 | | | |
| 5 | .181 | 3.020 | 97.579 | | | |
| 6 | .145 | 2.421 | 100.000 | | | |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

Tabla 3
Matriz de componentes – Intención emprendedora

| | Componente |
|--|------------|
| | 1 |
| Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro. | .899 |
| Mi intención es iniciar un negocio algún día. | .901 |
| Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para convertirme en emprendedor. | .917 |
| En algún momento de mi vida, seré emprendedor. | .901 |
| Tengo planes concretos para iniciar un negocio en el futuro | .807 |
| Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí | .703 |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: elaboración propia

La escala obtuvo un alfa de Cronbach de .926, lo que refleja una excelente consistencia interna.

Tabla 4
Fiabilidad – Intención emprendedora

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .926 | 6 |

Fuente: elaboración propia

Análisis factorial exploratorio de la variable independiente

Para la variable independiente Apoyo familiar, la medida KMO fue de .819 y la prueba de Bartlett significativa ($\chi^2 = 1792.42$; $gl = 10$; $p < .001$)

Tabla 5
KMO y prueba de Bartlett – Apoyo familiar

| | |
|---|---------------------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | .819 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado |
| | 1792.421 |
| | gl |
| | 10 |
| | Sig. |
| | .000 |

Fuente: elaboración propia

El análisis mostró un único factor que explicó el 70.41% de la varianza total.

Tabla 6
Varianza explicada – Apoyo familiar

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | |
|------------|-----------------------|---------------|-------------|--|---------------|-------------|
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 3.521 | 70.415 | 70.415 | 3.521 | 70.415 | 70.415 |
| 2 | .607 | 12.140 | 82.556 | | | |
| 3 | .352 | 7.040 | 89.596 | | | |
| 4 | .316 | 6.319 | 95.915 | | | |
| 5 | .204 | 4.085 | 100.000 | | | |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

Tabla 7
Matriz de componentes – Apoyo familiar

| | Componente | | |
|---|------------|------|--|
| | | 1 | |
| Siento que mi familia respaldaría mi decisión de emprender un negocio propio | | .837 | |
| Mi familia me motiva a tomar riesgos y aprovechar oportunidades para iniciar un negocio | | .850 | |
| Mis amigos me inspiran a considerar la posibilidad de emprender | | .818 | |
| Me siento respaldado por mis amigos si decido iniciar un negocio | | .837 | |
| Mis familiares me brindan apoyo emocional cuando pienso en iniciar un emprendimiento | | .853 | |
| Método de extracción: análisis de componentes principales. | | | |
| a. 1 componentes extraídos. | | | |

Fuente: elaboración propia

La escala de apoyo familiar alcanzó un alfa de Cronbach de .894, confirmando su fiabilidad.

Tabla 8
Fiabilidad – Apoyo familiar

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .894 | 5 |

Fuente: elaboración propia

Modelo de regresión lineal

El modelo de regresión lineal simple, con Apoyo familiar como predictor y Intención emprendedora como variable dependiente, resultó significativo ($F(1, 594) = 150.97; p < .001$). El coeficiente de determinación fue $R^2 = .203$, indicando que el apoyo familiar explica el 20.3% de la varianza de la intención emprendedora

Tabla 9
Resumen del modelo de regresión

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
|--------|-------|------------|---------------------|---------------------------------|
| 1 | .450a | .203 | .201 | .89369290 |

a. Predictores: (Constante), APOYOFAMILIAR

Fuente: elaboración propia

El coeficiente estandarizado ($\beta = .450; p < .001$) refleja un efecto positivo y moderado, lo que confirma que a mayor percepción de apoyo familiar, mayor es la intención emprendedora.

Tabla 10
Cargas estandarizadas del modelo

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. |
|--------|---------------|--------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|-------|
| | | B | Desv. Error | | | |
| 1 | (Constante) | 7.325E-18 | .037 | | .000 | 1.000 |
| | APOYOFAMILIAR | .450 | .037 | .450 | 12.287 | .000 |

a. Variable dependiente: INTENCIONEMPRENDEDORA

Conclusiones

El presente estudio confirma que el apoyo familiar constituye un factor determinante en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, hallazgo ampliamente respaldado por la literatura académica. La evidencia obtenida muestra que el respaldo de la familia, expresado tanto en el plano emocional como en el material, se traduce en mayores niveles de autoeficacia y en actitudes favorables hacia el emprendimiento, elementos que potencian la decisión de emprender (Shen, Osorio, & Settles, 2017; Ismail, Razak, Sapiee, & Ismail, 2024).

Asimismo, se reafirma que la exposición temprana a experiencias emprendedoras dentro del núcleo familiar contribuye a la transmisión intergeneracional de intenciones y actitudes emprendedoras. La literatura señala que los padres y otros miembros de la familia funcionan como modelos de referencia y agentes de socialización que legitiman el emprendimiento como una opción de vida viable (Carr & Sequeira, 2007; Lindquist, Sol, & Van Praag, 2015). De este modo, el capital social familiar se convierte en un recurso estratégico que refuerza la percepción de deseabilidad y factibilidad de iniciar un negocio (Haque, Kour, & Mahin, 2024).

Sin embargo, también se identifican efectos ambivalentes. En contextos marcados por valores tradicionales o una fuerte aversión al riesgo, la familia puede actuar como un factor inhibidor que limita la disposición de los jóvenes a emprender, ya sea desalentando la asunción de riesgos o promoviendo trayectorias profesionales más convencionales (Shapero & Sokol, 1982; Ajzen, 1991). Esta dualidad, también documentada en los reportes del Global Entrepreneurship Monitor, revela que el apoyo familiar no siempre opera de manera positiva (Kelley, Gartner, & Allen, 2020).

Finalmente, se reconoce que los resultados de este estudio permiten afirmar que el apoyo familiar ejerce un efecto dual en la intención emprendedora: en la mayoría de los casos actúa como un facilitador que provee seguridad, recursos y validación, pero en determinados contextos puede convertirse en

un obstáculo. Este hallazgo implica que los programas de formación universitaria en emprendimiento deben considerar no solo el fortalecimiento de competencias individuales, sino también la integración de estrategias de sensibilización dirigidas a las familias, con el fin de transformarlas en aliadas del proceso emprendedor (Shen et al., 2017; Ismail et al., 2024).

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Entre las principales limitaciones de este estudio se encuentra el hecho de haberse realizado en un contexto institucional específico, lo que restringe la generalización de los hallazgos a otros entornos educativos y socioculturales. Asimismo, el uso de un diseño transversal impide establecer relaciones causales concluyentes entre el apoyo familiar y la intención emprendedora.

Futuras investigaciones deberían considerar diseños longitudinales que permitan analizar la evolución del impacto del apoyo familiar en distintas etapas de la formación universitaria y de la carrera profesional. También resultaría pertinente incorporar enfoques comparativos entre contextos culturales y socioeconómicos diversos, con el fin de identificar cómo las particularidades familiares influyen en la intención emprendedora de manera diferenciada. Finalmente, se recomienda explorar la interacción entre el apoyo familiar y otros factores, como el entorno institucional, las políticas públicas o las redes de pares, a fin de comprender de manera integral los determinantes de la intención emprendedora en los jóvenes.

Referencias.

- ABBASIANCHAVARI, A., & MORITZ, A. (2020). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: A review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71(1), 1–40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>

- AHMED, I. (2022). Linking self-efficacy, entrepreneurial fit, family support, and entrepreneurial intentions: An explanatory mechanism. *Frontiers in Psychology*, 13, 959444. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.959444>
- AHMED, I., & ISLAM, T. (2021). I regret as my family fallows my entrepreneurial self-efficacy! evidence from the male sample of an emerging economy (Pakistan). *Entrepreneurship Research Journal*. <https://doi.org/10.1515/erj-2020-0133>
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- BHANDARI, N. C. (2016). Relationship between students' family reasons and their intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19(1), 68–90.
- BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- CARDELLA, G. M., HERNÁNDEZ-SÁNCHEZ, B. R., & SÁNCHEZ GARCÍA, J. C. (2020). Entrepreneurship and family role: A systematic review of a growing research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2939–2939. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02939>
- CARSRUD, A., & BRÄNNBACK, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- EDELMAN, L. F., MANOLOVA, T., SHIROKOVA, G., & TSUKANOVA, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428–448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>

- GAO, J.-L., LI, D.-S., & CONWAY, M.-L. (2021). Family support and entrepreneurial passion: The mediating role of entrepreneurs' psychological capital. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(6), 1–15. <https://doi.org/10.2224/sbp.9791>
- HAQUE, R., KOUR, M., & MAHIN, M. H. (2024). The role of family support, self-efficacy, and entrepreneurial education in developing entrepreneurial intentions in developing countries. *Journal of the Knowledge Economy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02285-1>
- HIL, S., IONESCU-SOMERS, A., CODURAS, A., GUERRERO, M., MENIPAZ, E., BOUTALEB, F., ZBIEROWSKI, P., SAHASRANAMAM, S., & SHAY, J. (2024). *GEM 2023/2024 Global Report – 25 Years and Growing*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School
- IFTIKHAR, N. (2016, April 18). Pakistani society averse to entrepreneurship. *Tribune.com.pk*. <https://tribune.com.pk/story/1086714/avoiding-risks-pakistani-society-averse-to-entrepreneurship/>
- ISMAIL, N. K., RAZAK, T. M. A., SAPIEE, M. L., & ISMAIL, M. K. (2024). Role of family functionality on motivation and entrepreneurial intentions among higher education students. *Empirical Economics Letters*, 23(2), 147–160. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13336676>
- KELLEY, D., GARTNER, W. B., & ALLEN, M. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Family Entrepreneurship Report 2019/2020*. Babson College Press. <https://www.babson.edu/media/babson/assets/global-entrepreneurship-monitor/GEM-2019-2020-Family-Entrepreneurship-Report.pdf>
- KIM, P. H., LONGEST, K. C., & ALDRICH, H. E. (2013). Can you lend me a hand? Task-role alignment of social support for aspiring business owners. *Work and Occupations*, 40(3), 213–249. <https://doi.org/10.1177/0730888413481365>

- KRUEGER, N. F., & CARSRUD, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985626.1993.9991242>
- KUBUS, R., LÓPEZ, I., & MARTÍN-DE-SANTOS, I. (2025). Orchestrating collective intelligence: Conceptual pathway to a sustainability-oriented future. In *Navigating collective intelligence for sustainable futures* (pp. 1–32). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7272-2.ch001>
- LIÑÁN, F., & CHEN, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- MAHESHWARI, G., KHA, K. L., & AROKIASAMY, A. R. A. (2023). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: A systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73(6), 1903–1970. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- MALONE, T. W., LAUBACHER, R., & DELLAROCAS, C. (2009). Harnessing crowds: Mapping the genome of collective intelligence. *MIT Center for Collective Intelligence*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1381502>
- MEI, H., MA, Z., ZHAN, Z., NING, W., ZUO, H., WANG, J., & HUANG, Y. (2022). University students' successive development from entrepreneurial intention to behavior: The mediating role of commitment and moderating role of family support. *Frontiers in Psychology*, 13, 859210. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.859210>
- MULGAN, G. (2017). *Big mind: How collective intelligence can change our world*. Princeton University Press.
- NENEH, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>

- PROCIDANO, M. E., & HELLER, K. (1983). Measures of perceived social support from friends and from family: Three validation studies. *American Journal of Community Psychology*, 11(1), 1–24. <https://doi.org/10.1007/BF00900721>
- RACHMAWAN, A., LIZAR, A. A., & MANGUNDJAYA, W. L. (2015). The role of parent's influence and self-efficacy on entrepreneurial intention. *JDA*, 49, 417–430.
- SHAPERO, A., & SOKOL, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice Hall.
- SHEN, T., OSORIO, A. E., & SETTLES, A. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24–43.
- SUBROTO, A. A., ARMANU, WIRAWAN IRAWANTO, D., & ROFIQ, A. (2023). Breaking the mold: Why parental expectations are key to entrepreneurial intentions in Indonesian students? In T. T. Y. Alabdullah et al. (Eds.), *ICIGR 2022, ASSEHR 750* (pp. 249–254). Atlantis Press.
- SUROWIECKI, J. (2004). *The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations*. Doubleday.
- VAN PRAAG, C. M., & VERSLOOT, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29(4), 351–382. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9076-x>
- WOOLLEY, A. W., AGGARWAL, I., & MALONE, T. W. (2015). Collective intelligence and group performance. *Current Directions in Psychological Science*, 24(6), 420–424. <https://doi.org/10.1177/0963721415599543>
- WOOLLEY, A. W., CHABRIS, C. F., PENTLAND, A., HASHMI, N., & MALONE, T. W. (2010). Evidence for a collective intelligence factor in the performance of human groups. *Science*, 330(6004), 686–688. <https://doi.org/10.1126/science.1193147>

- ZELLWEGER, T., SIEGER, P., & HALTER, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>
- ZHANG, Z., ABDULLAH, H., AHMAD GHAZALI, A. H., D'SILVA, J. L., ISMAIL, I. A., & HUANG, Z. (2025). Family capital and entrepreneurial intentions of vocational undergraduates: The chain mediating role of social support and critical thinking. *Frontiers in Education*, 10, 1462419. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1462419>



Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
Cátedra UNESCO "Innovación Social y Emprendimiento"

A QUIEN CORRESPONDA P R E S E N T E

Por este medio nos es grato saludarles y hacer de su conocimiento que después del proceso de revisión doble ciego por parte de pares miembros del Comité Editorial de la obra **INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: FACTORES PERSONALES ASOCIADOS**, los trabajos que a continuación se enlistan, han sido evaluados positivamente y por ende han sido **ACEPTADOS** para su publicación.

| Capítulo | Autor(es) |
|---|--|
| Prólogo | César Omar Mora Pérez |
| Capítulo 1. La tolerancia al fracaso como determinante de la intención emprendedora en estudiantes universitarios | Julio Oswaldo Ruvalcaba-Gómez |
| Capítulo 2. Determinantes de motivación en la intención emprendedora | Cesar Lugo-Valdez |
| Capítulo 3. Conocimiento financiero asociado a la intención emprendedora | Alexis Rafael Magdaleno-Luna |
| Capítulo 4. Conocimiento sobre economía circular como predictor de la intención emprendedora | Esteban Eduardo Méndez-Palos |
| Capítulo 5. La inteligencia colectiva y su influencia en la intención emprendedora | Juan Ramón Bravo Plascencia |
| Capítulo 6. Retención del conocimiento como factor influyente sobre la intención de emprender | Omar Alejandro Vázquez-Ochoa |
| Capítulo 7. La innovación como variable de la intención emprendedora | Alma Leticia Anaya-Virgen |
| Capítulo 8. La intención emprendedora y el apoyo familiar como predictor motivacional | Rubí Salcedo-Castro, Raúl Campos-Sánchez, José Alberto Castellanos-Gutiérrez |

ATENTAMENTE

Zapopan, Jalisco a 11 de septiembre de 2025

Dra. Elia Marum Espinosa
Coordinadora de la Cátedra UNESCO
"Innovación Social y Emprendimiento"



Dr. Alejandro Campos Sánchez
Sub-coordinador de la Cátedra UNESCO
"Innovación Social y Emprendimiento"