

## Estudio de la Intención Emprendedora en Estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY

Para citar este artículo: Chim Poot, K. M., Flores Novelo, A., & Bojórquez Carrillo, A. L. (2022). "Estudio de la Intención Emprendedora en Estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY". *In Vestigium Ire*. Vol. 16-1, pp. 96 -109.

Study of the Entrepreneurial Intention in Students of the Degree in Administration of the FCA-UADY

Étude de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de la licence en administration à la FCA-UADY

Estudo da Intenção Empresarial em Alunos do Curso de Administração da FCA-UADY

**Karina Marivel Chim Poot** <sup>1</sup>

**Anel Flores Novelo** <sup>2</sup>

**Ana Laura Bojórquez Carrillo** <sup>3</sup>

Fecha de recepción: 03 de junio de 2022

Fecha de aprobación: 15 de septiembre de 2022



96

### Resumen

El emprendimiento juega un papel muy importante en la economía por su contribución en el desarrollo económico y por su impacto como alternativa de autoempleo, de allí la importancia de incentivar una educación emprendedora, crear estrategias, programas educativos orientados a fomentar y fortalecer el comportamiento emprendedor. El objetivo de este trabajo de investigación fue explicar la relación del Entorno Uni-

versitario con la Intención Emprendedora en los estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY. Se ejecutó con un enfoque cuantitativo, utilizando una encuesta en línea como herramienta principal para los hallazgos; se midieron y analizaron cinco dominios, los resultados indican que la Norma Subjetiva es el dominio que más prevalece en los estudiantes y las correlaciones coinciden con la Teoría del Comportamiento Planificado. Se concluye que el Entorno Universitario se correla-

.....  
1 Licenciada en Administración, Universidad Autónoma de Yucatán. Correo electrónico: karinachimpoot@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9792-9689>, Yucatán Mexico.

2 Doctora en Ciencias de la Administración, Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: anel.flores@correo.uady.mx Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2567-8769> Universidad Autónoma de Yucatán, Mexico.

3 Doctora en Estudios del Desarrollo. Perspectivas latinoamericanas, por la Universidad Complutense de Madrid. Correo electrónico: anabc@correo.uady.mx Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0830-2508> Universidad Autónoma de Yucatán. Mexico.

---

ciona significativamente con la Intención Emprendedora y distingue su prevalencia en los primeros semestres de universidad que en los últimos.

**Palabras Clave:** Intención Emprendedora, Entorno Universitario, Empezar.

### Abstract

Entrepreneurship plays a very important role in the economy due to its contribution to economic development and its impact as an alternative to self-employment, hence the importance of encouraging entrepreneurial education, creating strategies, educational programs aimed at promoting and strengthening entrepreneurial behavior. The objective of this research work was to explain the relationship of the University Environment with the Entrepreneurial Intention in the students of the Bachelor of Administration of the FCA-UADY. It was executed with a quantitative approach, using an online survey as the main tool for the findings; Five domains were measured and analyzed, the results indicate that the Subjective Norm is the most prevalent domain in students and the correlations coincide with the Theory of Planned Behavior. It is concluded that the University Environment is significantly correlated with the Entrepreneurial Intention and distinguishes its prevalence in the first semesters of university than in the last ones.

**Keywords:** Entrepreneurial Intention, University Environment, Entrepreneurship.

### Résumé

L'entrepreneuriat joue un rôle très important dans l'économie en raison de sa contribution au développement économique et de

son impact en tant qu'alternative au travail indépendant, d'où l'importance d'encourager l'éducation à l'entrepreneuriat, de créer des stratégies et des programmes éducatifs visant à promouvoir et à renforcer le comportement entrepreneurial. L'objectif de ce travail de recherche était d'expliquer la relation entre l'environnement universitaire et l'intention entrepreneuriale chez les étudiants de la licence en administration à la FCA-UADY. Elle a été réalisée selon une approche quantitative, en utilisant une enquête en ligne comme outil principal pour les résultats ; cinq domaines ont été mesurés et analysés, les résultats indiquent que la norme subjective est le domaine le plus répandu chez les étudiants et les corrélations coïncident avec la théorie du comportement planifié. Il est conclu que l'environnement universitaire est significativement corrélé avec l'intention entrepreneuriale et qu'il est plus présent dans les premiers semestres de l'université que dans les derniers semestres.

**Mots clés :** Intention entrepreneuriale, Environnement universitaire, Entrepreneuriat.

### Resumo

O empreendedorismo desempenha um papel muito importante na economia devido ao seu contributo para o desenvolvimento económico e ao seu impacto como alternativa ao auto-emprego, daí a importância de incentivar a educação empreendedora, criando estratégias, programas educativos que visem promover e fortalecer o comportamento empreendedor. O objetivo deste trabalho de pesquisa foi explicar a relação do Ambiente Universitário com a Intenção Empreendedora nos alunos do Bacharelado em Administração da FCA-UADY. Foi executado com abordagem quantitativa, utilizando como principal ferrame-

menta para os achados uma pesquisa online; Cinco domínios foram medidos e analisados, os resultados indicam que a Norma Subjetiva é o domínio mais prevalente nos alunos e as correlações coincidem com a Teoria do Comportamento Planejado. Conclui-se que o Ambiente Universitário está significativamente correlacionado com a Intenção Emprendedora e distingue sua prevalência nos primeiros semestres da universidade do que nos últimos.

**Palavras-chave:** Intenção Emprendedora, Ambiente Universitário, Empreendedorismo.

## Introducción

El término del emprendimiento ha sufrido varias acepciones de acuerdo con el contexto de cada época; resultado del concepto que se conoce hoy en día. El término tiene orígenes en el vocablo francés “entrepreneur” que a su vez proceden del latín “in prendere” (coger o tomar), ha evolucionado hasta adquirir popularidad y relevancia considerándose como materia de estudio gracias al apoyo de instancias políticas y académicas, impulsando y contribuyendo en mejoras sociales y económicas, tanto a nivel individual como social, lo cual contribuye directamente a la configuración del nuevo paradigma emprendedor.

De acuerdo con varios estudios sobre la educación en emprendimiento, el entorno y el sistema de apoyo de la universidad tienen una relación positiva con el control conductual percibido y el comportamiento emprendedor de los estudiantes ambos factores claves en el desarrollo de la intención de iniciar un negocio, durante o posteriormente a sus estudios. El estudio de la intención emprendedora aún reporta vacíos teóricos

y es necesario fomentar investigaciones que permitan encontrar relaciones que refuercen o permitan un mejor entendimiento de los modelos que los explican.

Aportando a esto este trabajo presenta los resultados de un estudio, cuyo objetivo general fue explicar la relación del entorno universitario con la intención emprendedora en estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY, para ello fue necesario identificar los dominios más fuertes de la Intención Emprendedora en los estudiantes, describir por semestres éstos dominios, así como describir por sexo dicha intención y finalmente describir las correlaciones existentes entre la Intención Emprendedora en los estudiantes para proponer acciones que permitan mejorar y fortalecer la Intención Emprendedora en la FCA-UADY. Se decidió realizar el estudio con los alumnos matriculados del primer al noveno semestre de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

La encuesta fue aplicada a cada estrato, considerando el número de muestra requerida obteniendo 126 respuestas; en efecto todos los resultados encontrados en este estudio solamente podrán considerarse para la población participante, por lo que no podrán generalizar a otra población. Los resultados de este estudio permiten a la universidad evaluar la intención emprendedora y la eficacia de sus iniciativas de innovación y emprendimiento en la promoción de actividades empresariales. Conocer la importancia del emprendimiento y los diversos estudios que lo abordan es clave para comprender cómo este fenómeno se manifiesta en los estudiantes y en el entorno educativo a



---

nivel superior, con ello es posible conocer las acciones que se pueden llevar a cabo para mejorar y fortalecer la IE, posibilitando la creación de nuevas empresas en el futuro y generando cambios y desarrollo en las regiones en dónde estos emergen.

## Revisión de Literatura

Conocer la importancia del emprendimiento y los diversos estudios que lo abordan es clave para comprender cómo este fenómeno se manifiesta en los estudiantes y en el entorno educativo a nivel superior, con ello es posible conocer las acciones que se pueden llevar a cabo para mejorar y fortalecer la Intención Emprendedora, posibilitando la creación de nuevas empresas en el futuro y generando cambios y desarrollo en las regiones de dónde éstas emergen.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, adopta una aproximación comprensible y considera el grado en que los individuos se involucran en actividades emprendedoras dentro de un país identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. El GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: 1) actitudes emprendedoras, 2) actividades emprendedoras y 3) aspiraciones emprendedoras (Ács et al., 2019), en consecuencia, una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

En una encuesta que anualmente realiza el GEM, se logró obtener la percepción que los mexicanos referentes al emprendimiento, el resultado fue que la mayor parte de la población encuestada tiene una intención

emprendedora. Los datos muestran que la edad con mayor intención oscila entre los 25 a 34 años, equivale al 27%, el género con mayor intención emprendedora son las mujeres (52%). No obstante este número, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Yucatán es apenas del 14%, según datos del estudio las razones más importantes de que a pesar de tener la intención no se abra un negocio, es debido a que la mayoría tiene miedo a fallar (Lezama et al., 2018; Quezada et al., 2020).

Hernández (2019) expone que distintas investigaciones han concluido que los hombres están más interesados que las mujeres en una carrera como emprendedores (Grilo & Irigoyen, 2006). Según Minniti & Nardone (2007), los hombres también tienen más deseos e intenciones de iniciar un negocio propio en comparación a las mujeres. La gran mayoría de estos estudios ha demostrado diferencias de género en la Intención Emprendedora (IE), concluyendo que esta Intención es mayor en los hombres que en las mujeres en una amplia variedad de culturas y regiones geográficas (Zellweger et al., 2011).

Estudios como el de Da Fonseca et al. (2015), reflejan que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación a la IE en donde el índice es menor en las mujeres, este estudio también determinó que la IE de los hombres está asociada a la autoeficacia emprendedora en donde las puntuaciones medias de las mujeres fueron inferiores, lo que significa que las mujeres manifiestan falta de conocimiento, temor al fracaso y dudas en sus habilidades para desempeñar las tareas relacionadas a emprender. En un estudio reciente por Benavides y Larios-Gómez (2021), refleja que otro factor de IE se da con base en el tipo de programa o carrera

que estudian los emprendedores, siendo los contadores lo más emprendedores que los mismos administradores de empresas, resultado obtenido en una encuesta con estudiantes universitarios en México.

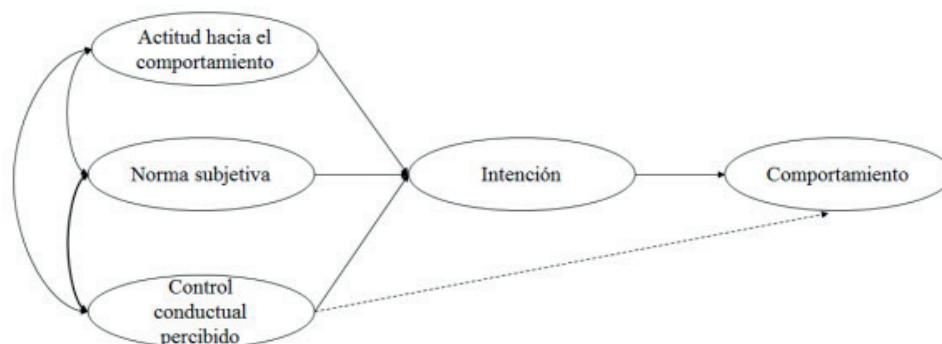
En un estudio realizado en Canadá, denominado como “Effect of the University in the Entrepreneurial Intention of Female Students” encabezado por Bazan et al. (2019) confirman que dos precursores de la intención empresarial, es decir, la actitud hacia el comportamiento y el control del comportamiento percibido, median los efectos del entorno y el sistema de apoyo de la universidad en la intención empresarial de las estudiantes.

Por otra parte, en otro estudio para la validación de los modelos de la intención emprendedora planteados por Maresch et al. (2016), para fomentar el emprendimiento, se midieron las variables intención emprendedora, actitud emprendedora, normas subjetivas, control del comportamiento y educación emprendedora. Los resultados comprueban que los modelos son válidos y

afirman que los factores que influyen en la intención emprendedora son principalmente la actitud emprendedora y el control del comportamiento percibido. Dicha investigación fue llevada a cabo en Chile, con una aplicación de encuestas a 262 alumnos de la Universidad Técnica Federico Santa María y la Universidad Adolfo Ibáñez (Águila, 2019).

Otro de los modelos indagados para explicar el comportamiento individual fue el de la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP), este ha sido muy útil para la evaluación de la intención emprendedora en el marco de la investigación en emprendimiento (Krueger, 1993). La TCP plantea que las acciones del individuo están precedidas por decisiones conscientes para actuar de una manera determinada. Además, establece que esas intenciones son el resultado de actitudes presentadas en virtud de las experiencias de vida, las características personales y las percepciones construidas por el individuo a partir de experiencias pasadas. En la Figura 1 se observa el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado o Planeado propuesto por Ajzen (1991).

Figura 1. Ajzen: Modelo de la teoría del comportamiento planificado.



Fuente: Ajzen, 1991

Fuente: Ajzen, 1991.

---

La TCP es un elemento valioso para la comprensión del proceso de creación de nuevas empresas independiente de las diferencias culturales. Este modelo sirve como un modelo cognitivo apropiado para influenciar a los estudiantes de nivel de educación superior hacia el emprendimiento. Según Ajzen (1991) hay tres determinantes de la intención para un comportamiento:

1. Actitud hacia el comportamiento: se entiende como el grado con el cual un individuo tiene una valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión, en este caso de llevar a cabo una acción emprendedora. Es un reflejo de las creencias y opiniones que posee el individuo sobre dicho comportamiento.
2. Normas subjetivas: hacen referencia a la presión social percibida para realizar o no una conducta determinada. Hace referencia al grado con el cual el comportamiento a realizar cumple con los deseos de aquellos individuos importantes en la vida del individuo. Por ejemplo, las expectativas de la familia del individuo sobre la conveniencia de que se haga empresario.
3. Percepción de control del comportamiento: hace referencia a la facilidad o dificultad percibida de la realización de un comportamiento determinado. Es la percepción que tiene el individuo de su habilidad para llevar a cabo una conducta específica. Este determinante está estrechamente relacionado con el concepto de autoeficacia (Ajzen, 1987) desarrollado por Bandura (1986) y citado por Osorio & Londoño (2013). Ambos refieren a los factores perceptuales que son específicos para la consecución de un determinado comportamiento u objetivo conductual.

Este autor considera como regla general que entre más favorables sea la actitud y la norma subjetiva con respecto al comportamiento, así como el control conductual percibido, la intención del individuo será mayor para realizar el comportamiento en cuestión. “La teoría del comportamiento planificado rastrea las actitudes, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido a una base subyacente de creencias sobre el comportamiento” (Ajzen, 1991), de ahí que su aplicación en un área de interés particular, permite obtener información útil para entender el comportamiento presentado o incluso implementar acciones que permita cambiar o modificar este.

La TCP es un elemento valioso para la comprensión del proceso de creación de nuevas empresas independiente de las diferencias culturales. Este modelo sirve como un modelo cognitivo apropiado para influenciar a los estudiantes de nivel de educación superior hacia el emprendimiento. El empleo de esta teoría para el caso específico de la investigación es contar con información y datos suficientes que permitan analizar la intención emprendedora en los estudiantes del plan de estudio LA de la Facultad de Contaduría y Administración, para posteriormente generar programas que refuercen la intención emprendedora a través la formación teórica y práctica, para que en un futuro posibiliten a sus estudiantes la fundación de su propia empresa, generando aportes a la economía y al autoempleo.

## Metodología

Este trabajo de investigación pertenece a un estudio de tipo descriptivo ya que de acuerdo con este tipo de estudios el investigador se limita a medir la presencia, característi-



cas o distribución de un fenómeno en una población o un momento determinado en el tiempo; por tanto, la principal característica de este estudio descriptivo es que se limita simplemente a caracterizar el fenómeno estudiado, sin pretender establecer ninguna relación causal en el tiempo con ningún otro fenómeno, así mismo la investigación tiene un paradigma cuantitativo debido a que los planteamientos a investigar son específicos y delimitados desde el inicio del estudio y la recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos.

A través de este trabajo de investigación se logrará estudiar la Intención Emprendedora, se describirán los cambios ocurridos para que finalmente se elaboren propuestas para fortalecer la intención emprendedora en la Facultad de Contaduría y Administración de la UADY. La población de estudio la representan los estudiantes inscritos al primer semestre hasta el último semestre de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. *Alumnos matriculados del programa LA en FCA-UADY.*

Estudiantes	Matrículas	Porcentaje
FCA	2,339	100%
LA	181	7.74%

Fuente: *Elaboración propia con datos de la Cuarta agenda de la Gestión UADY 2019-2022 y Plan de Desarrollo FCA-UADY 2016-2022.*

La Facultad de Contaduría y Administración cuenta con 181 alumnos matriculados de acuerdo al Plan de Desarrollo FCA-UADY 2016-2022, para calcular el tamaño de la muestra se obtuvo una muestra representativa de 124 alumnos, éste cálculo fue obtenido con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se realizó un cálculo de las muestras estratificadas de primero a noveno semestre con asignación iguala para el plan de Licenciatura en Administración; según Hernández et al. (2010) la

estratificación aumenta la precisión de la muestra. Se representa en la distribución estratificada en la tabla 2.

De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 2, el número total de la muestra probabilística estratificada del plan de estudio de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán es de 14 estudiantes de primero a noveno semestre, siendo un total de 126 alumnos.

Tabla 2. *Muestra probabilística estratificada por igual de la Licenciatura en Administración-UADY.*

Semestres	Muestra
Primero - Noveno	14
Total	126

Fuente: *Elaboración propia.*



El instrumento de este trabajo de investigación fue seleccionado tomando en cuenta trabajos realizados anteriormente, tales como el de los autores Laguía et al. (2017) y otro realizado por Canche (2018) el instrumento usa la escala de Likert en donde existen 7 escalas, la primera escala es

1 Totalmente en desacuerdo (TD) y la escala más alta 7 Totalmente de acuerdo (TA). En síntesis, el instrumento a aplicar constará de cinco dominios, los cuáles son: actitud emprendedora, normas subjetivas, autoeficacia, intención emprendedora y entorno universitario (tabla 3).

Tabla 3. *Dominios y proporciones pertenecientes al instrumento.*

Dominio	Nombre	No. Reactivos	Proporción
1	Actitud Emprendedora	19	16%
2	Norma Subjetiva	15	12%
3	Autoeficiencia	37	30%
4	Intención Emprendedora	30	25%
5	Entorno Universitario	21	17%
Total		122	100%

*Fuente: Elaboración propia.*

Para tener mayor certeza en la confiabilidad del instrumento utilizado en este proyecto de investigación se decidió realizar el análisis del Alfa de Cronbach con los mismos ítems

realizados en la prueba piloto de Canché, pero con los 126 alumnos que conformaron la muestra de estudio. Los resultados se encuentran plasmados en la tabla 4.

Tabla 4. *Análisis de confiabilidad de los constructos del estudio.*

	Actitud Emprendedora	Norma Subjetiva	Autoeficacia Emprendedora	Intención Emprendedora	Entorno Universitario
Ítems	19	9	34	20	18
Alfa de Cronbach	0.891	0.799	0.961	0.885	0.911

*Fuente: Elaboración propia.*

El resultado obtenido fue que todos los constructos son cercanos a 1, lo que nos garantiza un mayor índice de confiabilidad ya que el Alfa de Cronbach es  $> 0.798$  para todos los constructos, además el análisis fue realizado con las respuestas que declararon los 126 estudiantes encuestados. Así mismo, se encontró que la AE, AU, IE tuvieron mejor resultado que en la prueba piloto, mientras para la NS y el EU ocurrió lo contrario.

Se utilizaron diversas técnicas estadísticas para dar respuesta a cada uno de los objetivos; se utilizó la estadística descriptiva y la inferencial para finalmente con los resultados obtenidos proponer acciones de mejora para fortalecer la intención emprendedora en los estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY. Debido a la emergencia sanitaria del COVID-19 se contactó a los estudiantes por medios para la administración del cuestionario. La dis-



tribución de la misma estuvo a cargo de la responsable del estudio. El cuestionario se aplicó en los meses de octubre y noviembre de 2020, todas éstas fueron dirigidas únicamente hacia estudiantes que conforman la muestra, posterior a ello todas las respuestas se capturaron en una base de datos previamente establecida en concordancia con los criterios establecidos para finalmente cumplir con el propósito de estudio.

## Resultados y Discusión

La muestra fue administrada a un total de 126 estudiantes de la Licenciatura en Administración de primero a noveno semestre, las encuestas fueron distribuidas por estratos en cada semestre. De las 126 respuestas obtenidas el 40.48% estuvo representada por hombres y el 58.73% por mujeres. Se les solicitó a los estudiantes que manifiesten la modalidad que mejor describe su ocupación actual, el resultado fue que el 53.97% únicamente estudia, mientras que el 46.03% de los encuestados estudian y trabajan, la modalidad de trabajo que más se presenta entre los estudiantes es el trabajo de medio tiempo y el trabajo en horario flexible (46.55% y 3.21%, respectivamente), por otra parte la modalidad de empleo en tiempo completo y trabajo en fines de semana estuvo representado en ambos casos con un 8.62%, posicionándose no tan significativamente, esto se debe a que los alumnos buscan un equilibrio entre sus actividades escolares y sus responsabilidades laborales.

El 17.46% de los alumnos encuestados afirmaron contar con un negocio, esta cifra es menos de la cuarta parte de la muestra a diferencia de los que no cuentan con uno (82.54% = 104 alumnos). De los 104 estudiantes que no cuentan con un negocio sólo

el 18.27% ha tenido uno en el pasado, lo que significa que existen pocos estudiantes que han tenido experiencia y contacto con el mundo empresarial y el emprendimiento. En consiguiente se pudo clasificar el tipo de empresa con los que cuentan los estudiantes; el de mayor relevancia fueron los del comercio (40.91%), seguidamente la opción "Otros" se posicionó en segundo lugar (31.82%) ya que no se predeterminó este tipo de respuestas en el cuestionario, entre las ventajas obtenidas es que permitió la expresión de los estudiantes y conocer qué tipo de empresas poseen, entre las respuestas obtenidas fueron: servicios de entretenimiento, compra y venta de mercancías, papelerías, tiendas de ropa, accesorios de telefonía y transporte. En el tercer lugar se posicionó la preparación de alimentos (22.73%) y finalmente los servicios profesionales ocuparon el último lugar (4.55%).

De los 22 encuestados que expresaron contar con un negocio, afirmaron haber ingresado al negocio por cuenta propia, es decir por el autoempleo (663.64%), el 22.73% dijo que fue una empresa que crearon, el 9.09% lo heredó de su familia y solamente el 4.55% lo compró.

El 45.45% de los estudiantes que cuentan con un negocio tienen la percepción de que el negocio se encuentra altamente relacionado con lo que estudian, solamente el 4.55% de éstos manifestó no tener tanta relación con sus estudios. El tiempo con mayor prevalencia que manifestaron tener los estudiantes en el negocio es de 3 a 11 meses (36.36%), seguidamente el 31.82% dijo estar menos de 3 meses, el tiempo que menos prevalece es de 12 meses a 42 meses (3 años y medio) y más de 3 años y medio (18.18% y 13.64%, respectivamente).



---

En lo que respecta a la percepción de los estudiantes LA de la FCA con el entorno universitario y la facultad, se puede destacar que la facultad frecuentemente motiva a sus estudiantes a emprender y los invita a eventos de emprendimiento y hace visible propaganda relacionada al emprendimiento, así mismo frecuentemente realiza ferias, pláticas, talleres, proyectos colectivos, desarrollo de proyectos emprendedores, concursos, entre otros, pero se presenta una debilidad ya que solo el 38.1% de los estudiantes conoce al responsable del área de emprendimiento, así mismo la mayoría de los estudiantes no recibieron formación como emprendedora y consideran que el tema de emprendimiento es un tema que no se aborda desde educación básica, es por ello que se puede asumir el compromiso de forjar a los estudiantes en el área de emprendedores.

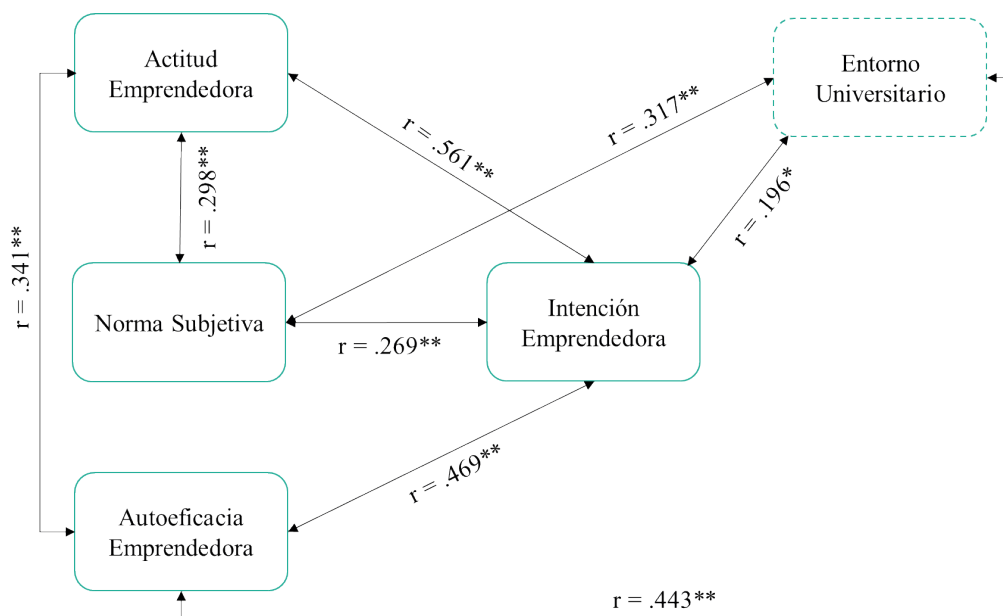
Se realizó una correlación de Spearman para cada uno de los dominios y se obtuvieron los niveles de significancia, con el cual fue posible construir un modelo similar a la de TCP propuesto por Ajzen (1991), para efectos de este estudio se incluyó el entorno universitario.

Finalmente, con todos los hallazgos y con las correlaciones resultantes, fue posible construir el modelo que presenta la Figura 2. Se presume que existe una correlación significativamente positiva del Entorno Universitario con la Intención emprendedora, la Norma subjetiva y la Autoeficacia Emprendedora, se correlacionan entre sí. Otro aspecto relevante es que la AE, NS y la AU se correlacionan significativamente entre sí con la IE, siendo la AE donde prevalece mayor correlación y en menor grado se presentan en IE - EU.

Los hallazgos encontrados son útiles para enriquecer estudios acerca del emprendimiento. Las correlaciones encontradas con respecto a la intención Emprendedora de los estudiantes de la Licenciatura en Administración de la FCA-UADY concuerdan con los tres componentes principales del emprendimiento que identifica el GEM: 1) actitudes emprendedoras, 2) actividades emprendedoras y 3) aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2009) y también coinciden con el Modelo de la TCP (Ajzen, 1991). En contraste con el estudio realizado en FCA se encontró que los constructos con mayor prevalencia en los estudiantes LA, fueron los de la NS y la AE, se concluye que no existen una variación con lo indagado en la literatura.

Por otra parte, en relación al estudio realizado, los cinco constructos utilizados en la investigación y analizados a través de una prueba T para muestras independientes entre hombres y mujeres, arrojó que no existe diferencia significativa en la Intención emprendedora entre sexos, pese a que la media de los hombres fue más alta en comparación que el de las mujeres. En consiguiente, no existe concordancia con lo que exponen Da Fonseca et al. (2015), ya que ellos afirman que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación a la IE. Con el modelo construido en este estudio se pudo observar que el EU se correlaciona significativamente con la IE, la NS y la AU, sin embargo, no se halló ninguna relación con respecto a la AE de los estudiantes encuestados.

**Figura 2.** Modelo de correlaciones de constructos de la Intención Emprendedora.



Nota:

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

El modelo construido es posible apreciar que para que emerja una acción es indispensable la participación de la IE, AE, NS, AU y el EU; todos éstos dominios se encuentran interrelacionados y forman un todo, es por ello que al verse debilitado uno de éstos en consecuencia puede ocasionar la inexistencia del comportamiento emprendedor, luego entonces, es alarmante saber que en nuestro estudio los dominios de la AU y la AE tienen menor percepción por parte de los estudiantes, de allí la importancia de proponer acciones que permitan mejorar éstos aspectos; se ha encontrado que la educación en emprendimiento permite que la autoeficacia emprendedora se desarrolle, la cual se vuelve un componente clave

para comprender aspectos sobre el interés de crear una empresa. Las personas que presentan un alto nivel de autoeficacia tienen mayores probabilidades de concretar, sostener y hacer crecer su idea de emprendimiento; el surgimiento de emprendimientos universitarios innovadores puede ser una alternativa a la problemática de desempleo a la que se enfrentan muchos universitarios en el mercado laboral (Aguilar et al., 2016; Thurik et al., 2001; De Vries y Navarro, 2011).

## Limitaciones, Recomendaciones de Carácter Académico y Práctico

Como recomendación de carácter académico, se propone que en estudios futuros se ejecute y evalúe las acciones propuestas para reforzar y/o mejorar la intención



---

empresarial en los estudiantes y se mida la intención emprendedora antes y después de estas acciones de tal forma que se pueda medir su efecto e impacto. Asimismo, se recomienda comparar los resultados con otras, puesto que generalmente los enfoques de las investigaciones de educación emprendedora están orientados al contexto en el que se implementan. Los estudios longitudinales también son recomendados para evaluar los efectos de situaciones ambientales, como lo fue el COVID 19 y ahora la Guerra en Ucrania.

Asimismo, las recomendaciones de carácter práctico que se sugieren para mejorar la Intención Emprendedora de los estudiantes de la Licenciatura en Administración en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán, son los siguientes:

1. Elaborar un diagnóstico de manera sistemática a todos los estudiantes de nuevo ingreso de la FCA UADY para conocer la IE.
2. Incorporar los hallazgos de esta investigación al fortalecimiento de los programas de estudio de la Licenciatura en Administración.
3. Diseñar un programa en línea que sirva para fortalecer la IE en los estudiantes de la Facultad de Contaduría de la UADY.
4. De acuerdo a los resultados de este estudio las personas o departamentos que diseñen el programa en línea deben de considerar los dominios de Autoeficacia (AU) que hacen referencia a aspectos relacionados con el área legal que corresponde al registro y adquisición de marca, licencias y patentes para contribuir a fortalecer el conocimiento y las habilidades de los estudiantes en esta área.
5. Crear proyectos que permitan la vinculación de los emprendimientos innova-

dores de los estudiantes de la FCA-UADY con inversionistas y con el sector productivo para consolidarlos exitosamente y generen impactos rigurosos que beneficien a la economía, a la región y a la sociedad.

6. Articular todas las áreas de oportunidad y apoyo con los que cuenta la Facultad, tal como lo es el CEDENE, el Programa de Emprendedores, Programa de apoyo a microempresas, el IMEF Universitario, Sociedad de Alumnos y Consejo estudiantil para crear un entorno empresarial positivo enfocado al desarrollo de la AE y AU de los estudiantes emprendedores, donde se les brinde acompañamiento, información, talleres, retos, concursos, dinámicas, actitudes, destrezas y competencias emprendedoras, con el fin de desarrollar las cualidades requeridas para crear nuevos negocios para inferir en su IE y se pueda convertir en una Acción (Comportamiento); el trabajo en conjunto puede crear grandes resultados.
7. Como Facultad de negocios, sería una excelente alternativa que se cuente con una incubadora exclusiva en nuestra institución, esto permitiría un mayor fomento en el espíritu emprendedor de los estudiantes, desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores; contribuyendo a la mejora del entorno universitario e incrementando las posibilidades de impulsar empresarios de alta calidad que sean capaces de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos.
8. Otras áreas de mejora para la Facultad de acuerdo al estudio realizado, la percepción de los estudiantes manifestó que la universidad no oferta las suficientes materias en el área de emprendimiento, es por ello que se sugiere se puedan incluir asignaturas de emprendimiento en las mallas curriculares o también se

oferten materias optativas adicionales, a las que ya cuenta la institución, de esta manera se ofrecen mayores oportunidades a los estudiantes en tener contacto temprano al emprendimiento.

En cuanto a las limitaciones presentadas en el trabajo de investigación fueron la disponibilidad e interés que manifestaron los estudiantes, puesto que no todos estuvieron dispuestos a participar; además, dada la situación de emergencia sanitaria que generó el COVID-19 a nivel estatal, nacional y mundial, adaptarse a la nueva modalidad fue un nuevo reto para todos, es por ello que se tuvo que optar por contactar a los alumnos por medio de correos electrónicos, números telefónicos e incluso fue necesario solicitar el apoyo del personal docente para poder satisfacer la cantidad suficiente de alumnos que cumplieran con las características de la muestra para realizar el estudio de investigación. No obstante, pese a muchas de las dificultades que se presentaron fue posible realizar el estudio exitosamente.

## Referencias

Ács, Z. & Szerb, L. (2009). The global entrepreneurship index (Geindex). *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(5), 341-435.

Ács, Z., Szerb, L., Lafuente, E., & Márkus, G. (2019). *The global entrepreneurship index*. Washington: The Global Entrepreneurship and Development Institute.

Águila Aravena, P. M. (2019). Estudio y validación de los modelos de intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica Federico Santa María y la Universidad Adolfo Ibáñez (trabajo de

Grado). Universidad Técnica Federico Santa María. Valparaíso, Chile.

Aguilar Camacho, M.J., Archundia Fernández, E., Espinosa Mosqueda, R., y Luna Correa, J. E. (2016). *El capital humano emprendedor: estrategias de gestión e innovación*. México: Pearson Educación.

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)

Audretsch, D. B., Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2001). Does entrepreneurship reduce unemployment? *Discussion Papers 01-074/3*. Tinbergen Institute.

Bazan, C., Datta, A., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., & Jones, J. (2019), Effect of the university in the entrepreneurial intention of female students, *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 7(2), 73-97. 10.2478/IJEK-2019-0012

Benavides Martínez, G. J. y Larios-Gómez, E. (2021). Emprendimiento universitario en Monterrey Nuevo León, México. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(3), 102-114.

Canche Montiel, C. D. (2018). *Análisis del capital humano emprendedor de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán* (Trabajo de Grado). Universidad Autónoma de Yucatán. México.

De Vries, W., & Navarro, Y. (2011). ¿Profesionistas del futuro o futuros taxistas? Los egresados universitarios y el mercado laboral en México. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 2(4), 3-27.



- 
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2015) *¿Qué es el GEM?* Universidad de Francisco Marroquín. <https://gem.ufm.edu/que-es-gem/>
- Grilo, I. & Irigoyen, J. M. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, 26(4), 305-318. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1561-3>
- Hernández Maldonado, R. (2019). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 1-12.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). México: McGraw-Hill.
- 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. [10.1177/104225879301800101](https://doi.org/10.1177/104225879301800101)
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., y Gámez, J. A. (2017). Validación del cuestionario de intención emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Minniti, M. & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2-3), 223-238. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9017-y>
- 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>