



Factores determinantes en la Generación de Emprendimiento en Estudiantes de la UAT-UAM Reynosa Rodhe: Un estudio Cuantitativo.

Jorge Antonio Espíndola Álvarez⁴⁸

Valeria Carolina León⁴⁹

Esmeralda López Garza⁵⁰

Resumen

En México, la creación de nuevos negocios es un factor crucial para el crecimiento económico. Las pequeñas y medianas empresas constituyen el 52.8% en la participación de actividades productivas y generan el 72% de los empleos en el país, con un notable porcentaje iniciado por jóvenes menores de 35 años. Por tanto, es crucial destacar el papel fundamental que las pequeñas empresas desempeñan en el desarrollo económico, así como la necesidad de estimular la iniciativa emprendedora entre los jóvenes. En el estado de Tamaulipas, un notable 14.97% de las nuevas empresas tienen menos de dos años de antigüedad, lo que evidencia un creciente interés en el emprendimiento y resalta la importancia de apoyar y promover este sector empresarial emergente. El presente estudio se centra en identificar los factores que influyen en la generación de nuevos negocios entre los estudiantes de la UAT-UAMRR. Utilizando un enfoque cuantitativo de corte transversal, se exploraron las correlaciones entre tres variables principales: cognitivas, institucionales y ambientales. Los resultados del estudio revelan correlaciones positivas y significativas entre las habilidades cognitivas de los estudiantes, su entorno familiar y su propensión al emprendimiento. Estos hallazgos son fundamentales, ya que proporcionan una comprensión más profunda de los factores que influyen en la disposición de los estudiantes hacia la creación de nuevos

⁴⁸ Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa Rodhe, jorge.espindola@docentes.uat.edu.mx

⁴⁹ Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa - Rodhe, valeria.leon@docentes.uat.edu.mx

⁵⁰ Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica Multidisciplinaria Reynosa Rodhe, elgarza@docentes.uat.edu.mx



UANL



FTSYDH

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



negocios. Utilizando esta información, se pueden diseñar intervenciones específicas para fortalecer estas habilidades y crear un ambiente que fomente el desarrollo del espíritu emprendedor. El fortalecimiento y la capacitación de los estudiantes con inclinaciones hacia el emprendimiento contribuirán al futuro de empresarios con modelos de negocio innovadores y un firme compromiso social, impulsando así un crecimiento económico sostenible.

Palabras Clave: *Negocio, emprendimiento, bazar, crecimiento económico, cuantitativo*



1. Introducción

La decisión de iniciar un negocio involucra manejar actitudes y emociones desafiantes. En México, en el año 2023, según el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, surgieron 1,652,106 microempresas. Estas representan oportunidades iniciales para generar empleos nuevos y contribuir a la productividad nacional.

La importancia de las microempresas en México se refleja en su contribución del 52% a la productividad y su generación del 72% del empleo en el país (INEGI, 2023), datos que subrayan la iniciativa de los ciudadanos por emprender y asumir riesgos en beneficio propio y comunitario.

Emprender es una decisión valiente debido al nivel de riesgo y las actividades que ponen a prueba a quienes deciden llevar a cabo ideas únicas o con valor agregado frente a la competencia. A pesar de los desafíos conocidos del emprendimiento, continúan surgiendo nuevos negocios diariamente.

En 2019, México alcanzó uno de los mejores lugares en el Índice de Contexto Empresarial Nacional según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), posicionándose en el número 23 a nivel mundial. Sin embargo, en años posteriores descendió al lugar 44, debido a las complejidades provocadas no solo por la pandemia de COVID-19, sino también por políticas públicas, inseguridad, y programas gubernamentales que han creado un entorno más desafiante para iniciar y mantener empresas (GEM, 2024).

Claramente, los emprendedores enfrentan un panorama difícil al comenzar, lo cual destaca la importancia de preparar a futuros jóvenes emprendedores con actitudes y herramientas que fomenten modelos de negocio innovadores y sólidos. Lamentablemente, en América Latina, las iniciativas de nuevos productos carecen de inversión y estudio en investigación y desarrollo (I+D), y la innovación es un aspecto poco desarrollado en estos países (Banco Mundial, 2017).

Por lo tanto, esta investigación se centra en identificar los factores, a través de un modelo propuesto, que influyen en las actitudes, el conocimiento, las instituciones educativas



y el entorno externo que promueven la formación de jóvenes emprendedores en la UAT-UAMRR.

Desarrollar estudios enfocados en analizar el perfil de los jóvenes interesados en emprender fortalecerá las estrategias y la orientación educativa. Esto permitirá que los estudiantes interesados en emprender fortalezcan sus modelos de negocio con herramientas y actitudes que los guíen hacia la adaptación y el éxito en la escalabilidad de sus ideas empresariales.

Objetivo General

Identificar y analizar los factores determinantes en la generación de emprendimiento en estudiantes universitarios de la UAT-UAMRR.

Hipótesis

Los factores determinantes en la generación de emprendimiento en estudiantes universitarios son las características sociodemográficas, las capacidades cognitivas, la cultura organizacional de las universidades, las estrategias de aprendizaje en emprendimiento, el entorno social.

Las mayores capacidades cognitivas, la cultura organizacional de las universidades que fomenta el emprendimiento, las estrategias de aprendizaje en emprendimiento y un entorno social de apoyo, se asocian positiva y significativamente con la intención de emprender en estudiantes universitarios.

Objetivo Especifico

1. Identificar las características sociodemográficas de los estudiantes universitarios que influyen en la generación de emprendimiento.
2. Analizar las capacidades cognitivas de los estudiantes universitarios que inciden en la generación de emprendimiento.



3. Evaluar el impacto de la cultura organizacional de las universidades en la generación de emprendimiento en estudiantes universitarios.
4. Determinar la relación entre el entorno social de los estudiantes universitarios y la generación de emprendimiento.

2. Fundamentación Teórica

2.1 Conceptualización

El emprendimiento está cobrando cada vez más relevancia en la compleja conceptualización de las circunstancias económicas humanas. La mayoría de los autores coinciden en que el emprendimiento implica una cualidad intrínseca relacionada con la disposición para asumir riesgos.

Emprender es el proceso de aprovechar oportunidades que pocos se atreven a tomar, desarrollando modelos de negocio innovadores que contribuyen al apoyo y crecimiento económico de la comunidad (Farayibi, 2015).

Los emprendedores son vistos como agentes de cambio y desarrollo en sus comunidades, caracterizados por atributos como su comportamiento, motivación y capacidades intelectuales, que generan valor añadido (Fernández, P., 2023).

Por otro lado, Ovalles-Toledo et al. (2018) analizan el concepto de emprendimiento como multidimensional, relacionándolo con el ámbito empresarial como un inicio de negocio orientado a generar rendimiento para el individuo. También lo describen como un término polifacético, donde el emprendedor se distingue por su disposición para enfrentar riesgos con confianza, creatividad, seguridad y capacidad de innovación.

2.2 Factores que influyen en la generación de Emprendimiento

La generación de emprendimiento es objeto de numerosos estudios, ya que diversas circunstancias pueden motivar a las personas a emprender. No se trata simplemente de poseer una motivación, sino de integrar diversas influencias en un impulso cohesivo. Por ejemplo, la investigación de Fernández (2023) se centra en el perfil de aptitudes y características individuales, explorando elementos cognitivos en línea con la teoría de Zapata y Hernández (2018). Esta teoría subraya la importancia de factores como las características de



comportamiento y las motivaciones, aspectos que, según Valera (2010), están estrechamente vinculados al desarrollo del emprendimiento.

El estudio de Fernández (2023) detalla cómo atributos como la necesidad de logro, los beneficios económicos como motivación, el liderazgo, el compromiso, la autoconfianza, y otras características como la energía, el trabajo arduo, la creatividad y la capacidad intelectual, definen al emprendedor. Además, se destaca la capacidad de absorción, un concepto relacionado con los hallazgos de Zapata y Hernández (2018), quienes argumentan que las experiencias de los emprendedores conducen a mejoras en la toma de decisiones y el refinamiento de sus modelos de negocio.

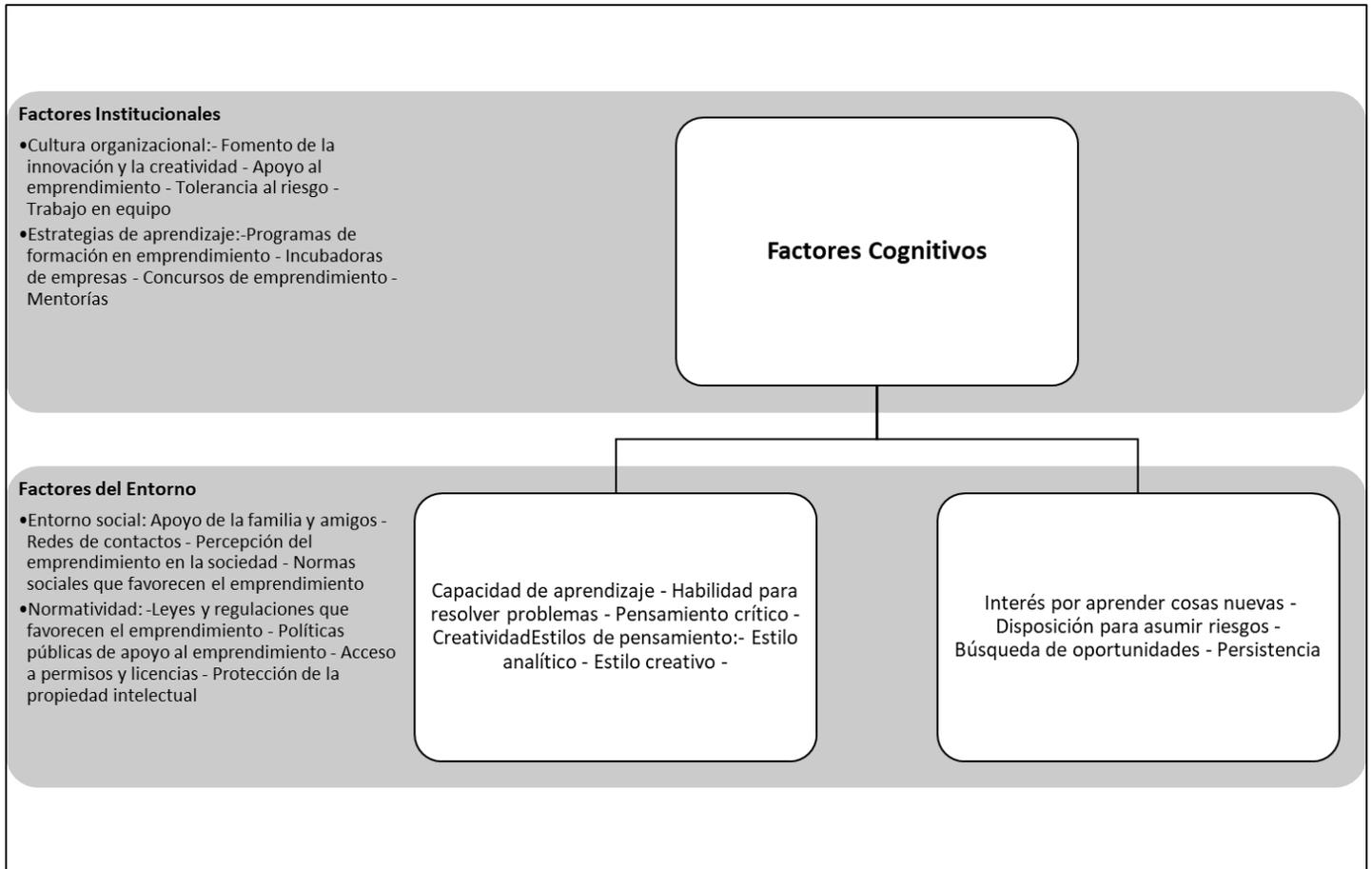
Por otro lado, Vargas Valdiviezo y Uttermann Gallardo (2020) vinculan los factores que impulsan el emprendimiento con agentes externos al individuo, como la educación empresarial y la transferencia de investigación y desarrollo (I+D). La intervención educativa en la formación del emprendedor es fundamental; especializaciones en finanzas, administración, tecnología y creación de conocimiento permitirán desarrollar modelos de negocio claros y estructurados, cuyo éxito está estrechamente ligado a las instituciones educativas. En cuanto a la transferencia de investigación y desarrollo, es crucial sensibilizar sobre la generación de innovación e incentivar a los emprendedores a crear modelos de negocio de alto impacto.

2.3 Modelo de generación de Emprendimiento

En este estudio se presenta un modelo de generación de emprendimiento basado en la teoría de Zahra y George (2002), que enfatiza los elementos de capacidad de absorción, donde la experiencia previa y continua de un individuo facilita la transformación y generación de conocimiento. Este modelo se ha ampliado y redefinido por Zapata y Hernández (2018), quienes lo han contextualizado en tres dimensiones: cognitiva, organizacional y factores externos. Estas dimensiones se aplican al contexto del emprendimiento, dando como resultado un marco conceptual que identifica los atributos esenciales de un emprendedor.

Imagen 1

Modelo CAE (Capacidad de Absorción-Emprendimiento)



Fuente: Elaboración Propia basada en Zapata Rotundo, G. J., & Hernández Arias (2018). Capacidad de absorción: revisión de la literatura y un modelo de sus determinantes. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(16), 1-24. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554929009/504554929009.pdf>.

3 Metodología

El presente estudio se fundamenta en un diseño de investigación de corte transversal bajo el enfoque cuantitativo, el cual implica la recolección de datos de una muestra representativa de 231 alumnos pertenecientes a la comunidad universitaria de la UAT-UAMRR, que cuenta con una población total de 1650 estudiantes. La muestra incluye



estudiantes de 9 carreras profesionales de la universidad y abarca todos los semestres en curso durante el periodo de primavera de 2024.

Para recopilar información, se emplea una encuesta basada en el Modelo CAE, compuesta por 27 ítems distribuidos en tres ejes principales: cognitivo, institucional y entorno. Este modelo permite explorar diversas dimensiones que influyen en la generación de emprendimiento entre los estudiantes universitarios, proporcionando así una visión integral y detallada de los factores que pueden fomentar o inhibir la iniciativa emprendedora en este contexto educativo.

Tabla 1

Operalización de las Variables

Indicador	Dimensión	Ítem	
Determinantes	Describen el nivel académico y objetivo del estudiante con la relación de generación de emprendimiento : Preguntas que permitirán ser utilizadas como variables dependientes para determinar la relación con los ítems independientes	1	¿Cuál es tu promedio de calificaciones en la carrera?
		2	¿Actualmente eres propietario o socio de un negocio, ya sea formal o informal?
		3	¿El negocio que posees es de carácter familiar?
		4	¿Cuál es tu objetivo profesional a largo plazo?



UANL FTSYDH

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



Cognitivos	Capacidades cognitivas:	5	Soy Capaz de comprender fácilmente los temas vistos durante clase, no importando su grado de dificultad
	Capacidad de aprendizaje	6	Me considero un buen expositor, soy capaz de explicar temas complejos a otros de manera clara y concisa
	Habilidad para resolver problemas	7	Soy creativo en mi enfoque para la resolución de problemas y puedo idear soluciones innovadoras.
	Pensamiento crítico	8	Soy capaz de implementar soluciones a problemas de manera efectiva y lograr los resultados deseados.
Cognitivos	Creatividad	8	Soy capaz de implementar soluciones a problemas de manera efectiva y lograr los resultados deseados.
	Estilos de pensamiento:		
	Estilo analítico		
	Estilo creativo		
Cognitivos	Estilo holístico		
	Motivación para el aprendizaje:	9	Puedo generar una gran cantidad de ideas originales e innovadoras
	Interés por aprender cosas nuevas	10	Me gusta aprender cosas nuevas y expandir mi conocimiento
	Disposición para asumir riesgos	11	Mi actitud constantemente es positiva, considero que todo Problema tiene una solución
Cognitivos	Búsqueda de oportunidades	12	Estoy dispuesto a asumir riesgos para lograr mis objetivos
	Persistencia		
Institucionales	Cultura organizacional:	13	Mi universidad fomenta activamente la innovación y la creatividad entre sus estudiantes.
	Fomento de la		



UANL



FTSYDH

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



	innovación y la creatividad	14	Mi universidad brinda un sólido apoyo a los estudiantes interesados en emprender
	Apoyo al emprendimiento	15	En mi universidad, se fomenta la toma de riesgos y se valora el aprendizaje a partir de los fracasos
	Tolerancia al riesgo Trabajo en equipo	16	Soy consciente de que la universidad cuenta con una coordinación de emprendimiento que brinda apoyo en estos temas.
Institucionales	Estrategias de aprendizaje:	17	He llevado clases de emprendimiento durante mi formación en la Universidad
	Programas de formación en emprendimiento	18	Me he acercado a la Coordinación de Emprendimiento de mi Universidad para solicitar asesoría
	Incubadoras de empresas	19	He participado en concursos de emprendimiento en mi universidad y/o representando a la institución en eventos externos.
	Concursos de emprendimiento Mentorías	20	He participado como emprendedor en eventos relacionados con el emprendimiento en mi universidad, como el "Bazar Bravo".
Entorno	Entorno social:	21	Provengo de una familia con negocios propios
	Apoyo de la familia y amigos	22	En casa siempre me han alentado a emprender mi propio negocio
	Redes de contactos	23	Cuando he enfrentado decisiones que no han resultado exitosas en mi vida, siempre he
	Percepción del emprendimiento		



	en la sociedad - Normas sociales que favorecen el emprendimiento		podido contar con el apoyo de mi familia para seguir adelante
		24	Muchos de mis amigos son dueños de sus propios negocios
Entorno	Normatividad: - Leyes y regulaciones que favorecen el emprendimiento Políticas públicas de apoyo al emprendimiento Acceso a permisos y licencias Protección de la propiedad intelectual	25	Considero que el recurso principal para emprender un propio negocio es el capital financiero
		26	Tengo acceso a financiamiento para emprender un negocio
		27	Las condiciones de inseguridad en mi ciudad son un factor para no tener un negocio propio

Fuente: Elaboración propia basado en Zapata Rotundo, G. J., & Hernández Arias, A. (2018). Capacidad de absorción: revisión de la literatura y un modelo de sus determinantes. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(16), 1-24. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554929009/504554929009.pdf> .

Se llevó a cabo una prueba de confiabilidad del instrumento utilizado, obteniendo resultados aceptables que indican la relación de los ítems dentro de las tres dimensiones estudiadas. La dimensión con una relación más sólida fue la institucional, con un coeficiente alfa de Cronbach (α) de 0.869, seguida por la cognitiva con un valor aceptable y la dimensión



del entorno con el valor más bajo de $\alpha = 0.685$. Estos resultados permiten identificar áreas de mejora para fortalecer el instrumento utilizado en la investigación.

Tabla 2

Fiabilidad del Instrumento

CA Dimensión	EF Dimensión	Ítems	Alfa de Cronbach (α) (α)
Cognitivo (Cog.)	Capacidad de aprendizaje - Habilidad para resolver problemas - Pensamiento crítico - Creatividad Estilos de pensamiento: - Estilo analítico - Estilo creativo - Estilo holístico	Del 5 al 8	0.788
Cognitivo (Cog.)	Motivación para el aprendizaje: Interés por aprender cosas nuevas - Disposición para asumir riesgos - Búsqueda de oportunidades - Persistencia	Del 9 al 12	0.749
Institucional (Inst.)	Cultura organizacional: - Fomento de la innovación y la creatividad - Apoyo al emprendimiento - Tolerancia al riesgo - Trabajo en equipo	Del 13 al 16	0.869



UANL FTSYDH

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



Institucional (Inst.)	Estrategias de aprendizaje: -Programas de formación en emprendimiento - Incubadoras de empresas - Concursos de emprendimiento - Mentorías	Del 17 al 20	0.757
Del Entorno (D.E.)	Entorno social: Apoyo de la familia y amigos - Redes de contactos - Percepción del emprendimiento en la sociedad - Normas sociales que favorecen el emprendimiento	Del 21 al 27	0.685

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

4 Análisis de Resultados

El análisis de resultados revela una correlación significativa y moderadamente fuerte entre las tres dimensiones estudiadas, lo que sugiere que el desarrollo de capacidades de aprendizaje, motivacionales, cultura organizacional y estrategias de aprendizaje en una institución educativa está influenciado tanto por factores internos (cognitivos e institucionales) como por factores externos (entorno social), los cuales están relacionados con la generación de emprendimiento. Es crucial destacar que se identificó la necesidad de fortalecer los valores del entorno, dado su bajo grado de correlación, mientras que los datos del entorno cognitivo mostraron resultados aceptables, destacándose especialmente el alto grado de correlación entre el Ítem 7 y el Ítem 8. Además, se observó una correlación positiva muy fuerte y significativa entre todas las medidas de la cultura organizacional (13, 14, 15,



16), con coeficientes que van desde 0.528 hasta 0.696 ($p < 0.001$), lo cual indica una alta coherencia en la percepción de la cultura organizacional entre los encuestados.

Tabla 3

Correlación de las Variables Cognitivo-Capacidades de Aprendizaje

Medida	5	6	7	8
5	—			
6	0.45***	—		
7	0.473***	0.447***	—	
8	0.477***	0.424***	0.706***	—

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Tabla 4

Correlación de las Variables Cognitivo-Motivacional

Medida	9	10	11	12
9	—			
10	0.357***	—		
11	0.357***	0.448***	—	
12	0.377***	0.488***	0.539***	—

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Tabla 5

Correlación de las Variables Institucional-Cultura Organizacional

Medida	13	14	15	16
13	—			
14	0.601***	—		
15	0.696***	0.683***	—	
16	0.528***	0.622***	0.633***	—



Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Tabla 6

Correlación de las Variables Institucional-Estrategias de Aprendizaje

Medida	17	18	19	20
17				
18	0.248***	—		
19	0.261***	0.593***	—	
20	0.269***	0.545***	0.676***	—

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Tabla 7

Correlación de las Variables Del Entorno

Medida	21	22	23	24	25	26	27
21	—						
22	0.473***	—					
23	0.263***	0.362***	—				
24	0.309***	0.418***	0.312***	—			
25	0.209**	0.234***	0.375***	0.229***	—		
26	0.33***	0.292***	0.248***	0.245***	0.21**	—	
27	0.116***	0.056	0.084***	0.057***	0.144*	0.062***	—

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Basado en los resultados de la media (m) de los valores analizados, se observa que los estudiantes encuestados muestran un alto nivel académico y una clara orientación hacia el ejercicio de sus estudios y el emprendimiento de negocios propios. Esta tendencia se refleja en la valoración positiva de su promedio académico y en su objetivo profesional a largo plazo, que en promedio alcanza 4.13 y 4.6 respectivamente. Además, la mayoría de los

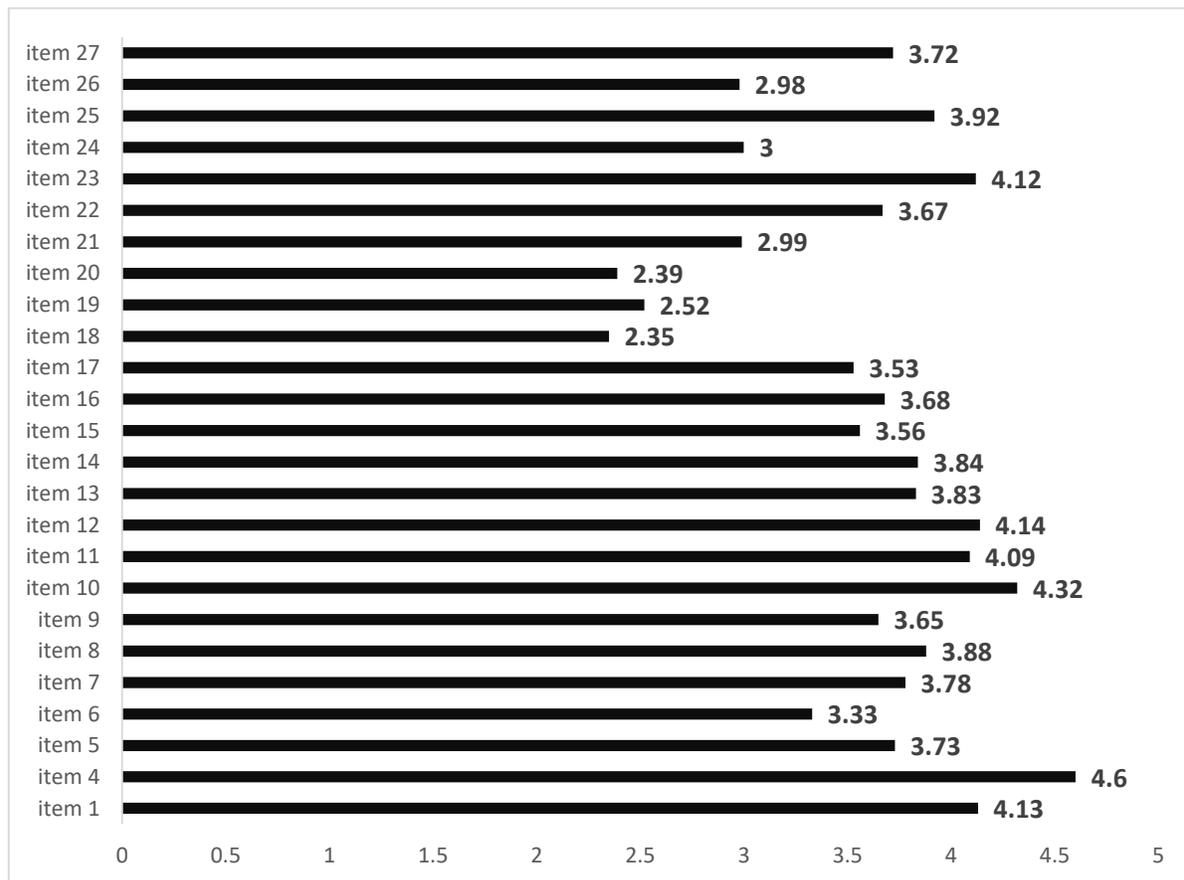


encuestados expresan una actitud positiva y una disposición notable para asumir riesgos, lo cual es fundamental para el espíritu emprendedor.

En contraste, en la dimensión institucional se observan valores intermedios, indicando una percepción más neutral en cuanto a la cultura organizacional y las estrategias de emprendimiento promovidas por la universidad. Esto se refleja en las medias obtenidas para ítems como el apoyo institucional al emprendimiento (3.84) y la percepción sobre la coordinación de emprendimiento (3.68). Estos resultados sugieren que existe un espacio para mejorar y fortalecer las iniciativas y políticas institucionales dirigidas a fomentar el emprendimiento entre los estudiantes.

Gráfico 1

Resultados de la m





Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Se llevó a cabo una regresión lineal para explorar la relación entre el objetivo profesional a largo plazo de los estudiantes y su promedio de calificaciones en la carrera. La mayoría de los encuestados indicaron que aspiran a ejercer su carrera y emprender su propio negocio, sin embargo, este deseo no muestra una correlación fuerte con el rendimiento académico, como se ilustra en el Gráfico 2. A medida que el promedio académico tiende a ser más alto, la motivación para emprender parece disminuir.

La Tabla 8 presenta los resultados detallados de la regresión, donde el coeficiente del modelo muestra que el promedio de calificaciones en la carrera no tiene una influencia significativa en el objetivo profesional a largo plazo ($\beta = -0.0377$, $p = 0.448$). El valor de R^2 indica que solo el 0.25% de la variabilidad en el objetivo profesional puede ser explicada por el promedio de calificaciones, lo que sugiere que otros factores no medidos podrían estar influyendo en esta relación.

Tabla 8

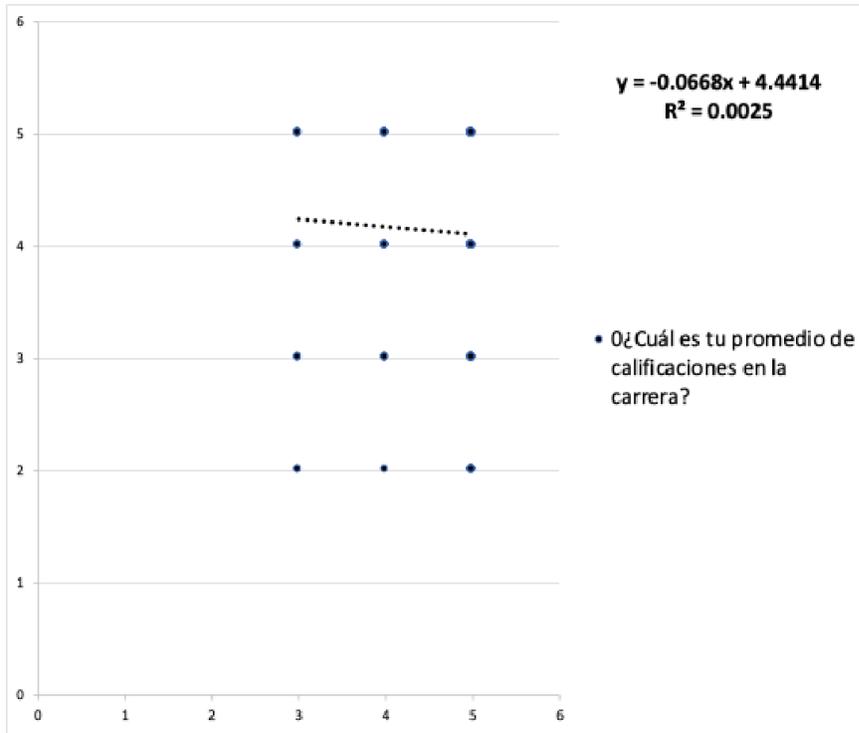
Análisis de regresión del objetivo profesional a largo plazo considerando el promedio de calificaciones en la carrera como variable independiente.

		R=0.0502	R²=0.00252	
Factor	B	SE	T	p
Constante 1	4.7533	0.2094	22.697	< .001
0¿Cuál es tu promedio de calificaciones en la carrera?	-0.0377	0.0496	-0.761	0.448

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Gráfico 2

Análisis de regresión del objetivo profesional a largo plazo considerando el promedio de calificaciones en la carrera como variable independiente



Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Otra variable que mostró baja significancia para explicar el modelo fue la disposición de los estudiantes para asumir riesgos en la consecución de sus objetivos. Sin embargo, resulta interesante observar cómo una mayor apertura al riesgo se relaciona con la aspiración de emprender como objetivo profesional a largo plazo. La Tabla 9 detalla que esta variable explica solo el 5.45% del modelo.

Tabla 9

Análisis de regresión del objetivo profesional a largo plazo considerando disposición para asumir riesgos como variable independiente.

		R=0.234	R²=0.0545	
Factor	B	SE	T	p
Constante 1	3.805	0.2216	17.17	< .001

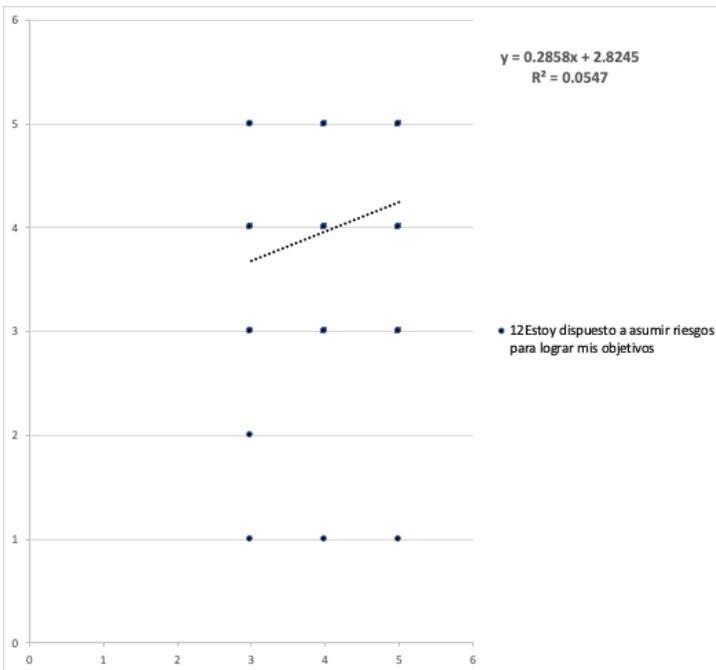


12Estoy dispuesto a asumir riesgos para lograr mis objetivos	0.192	0.0526	3.64	< .001
--	-------	--------	------	--------

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Gráfico 3

Análisis de regresión del objetivo profesional a largo plazo considerando disposición para asumir riesgos como variable independiente.



Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Una de las correlaciones más fuertes identificadas fue entre los ítems 7 y 8. Al analizar los datos, se observa una relación significativa y considerable, explicando el modelo en un 49.8%. Esta relación destaca la importancia de desarrollar habilidades para resolver problemas mediante enfoques creativos e innovadores. Reforzar esta área podría potenciar la



capacidad de los estudiantes para generar modelos de negocio de alto impacto, ya que estos poseen la capacidad de innovar y encontrar soluciones efectivas.

Tabla 10

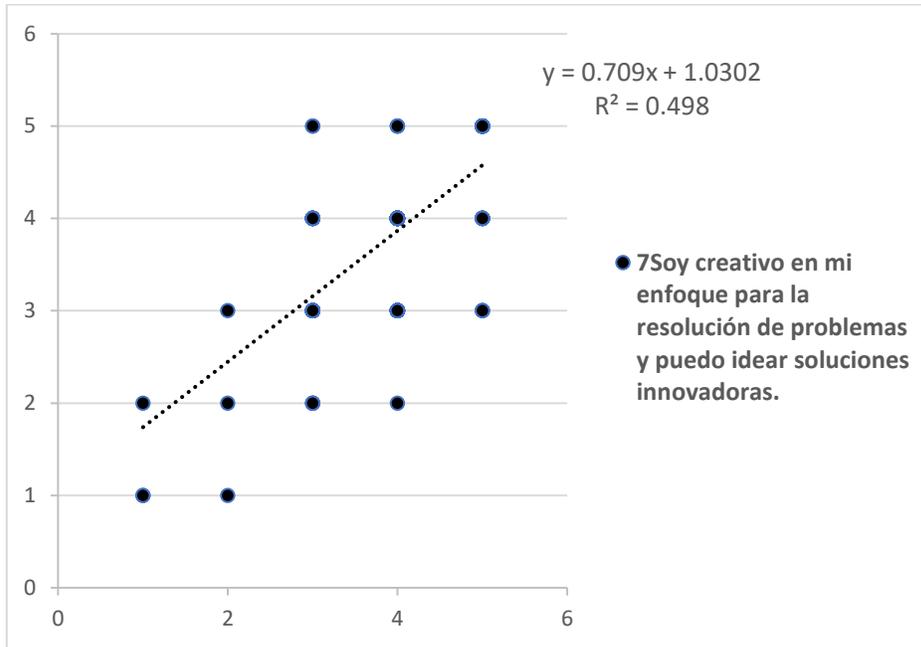
Análisis de regresión del desarrollo de habilidades de resolución de problemas y creatividad en relación con la implementación efectiva de soluciones.

		R=0.0706	R²=0.498	
Factor	B	SE	T	p
Constante 1	1.226	0.18	6.81	< .001
Soy creativo en mi enfoque para la resolución de problemas y puedo idear soluciones innovadoras.	0.702	0.0466	15.07	< .001

Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

Gráfico 4

Análisis de regresión del desarrollo de habilidades de resolución de problemas y creatividad en relación con la implementación efectiva de soluciones.



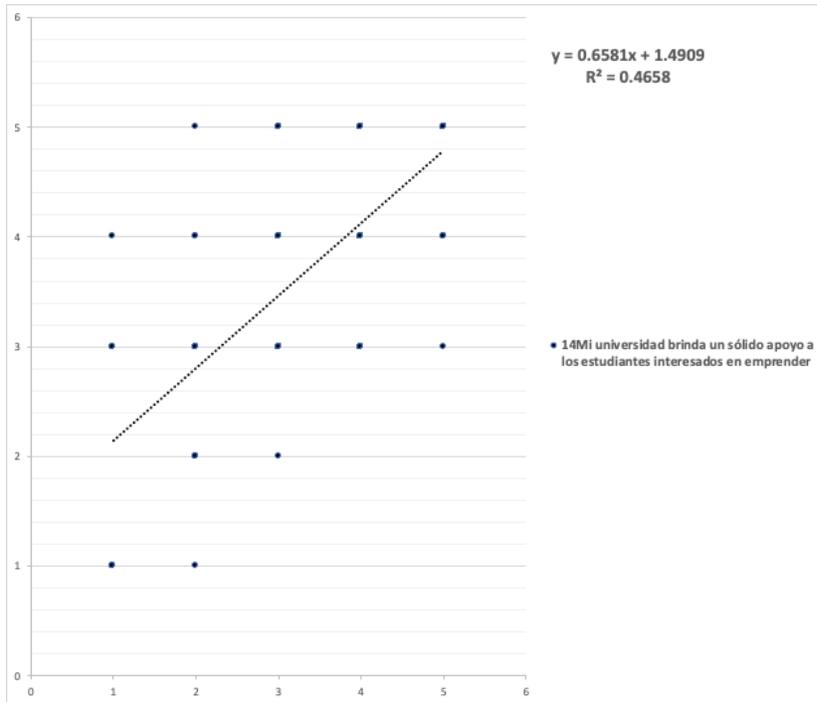
Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

En la dimensión institucional, se observa que el apoyo de la Universidad al emprendimiento está significativamente relacionado con el ítem 15: "En mi universidad, se fomenta la toma de riesgos y se valora el aprendizaje a partir de los fracasos", explicando un 46.6% de la variabilidad del modelo. Esto indica que los estudiantes perciben un respaldo sustancial por parte de la institución en términos de fomento de la resiliencia y apoyo a sus decisiones emprendedoras, como se muestra en el Gráfico 5.

Los datos analizados sugieren que aquellos estudiantes que perciben un entorno que valora la toma de riesgos y aprendizaje a través de los fracasos tienen mayores probabilidades de considerar a la universidad como un apoyo sólido para sus iniciativas empresariales. Este hallazgo no solo resalta la importancia de la cultura organizacional en el fomento del emprendimiento, sino que también sugiere que fortalecer estas prácticas podría promover modelos de negocio más robustos y sostenibles entre los estudiantes universitarios.

Gráfico 5:

Análisis de regresión del apoyo institucional al emprendimiento y la valoración del aprendizaje a partir de los fracasos en estudiantes.

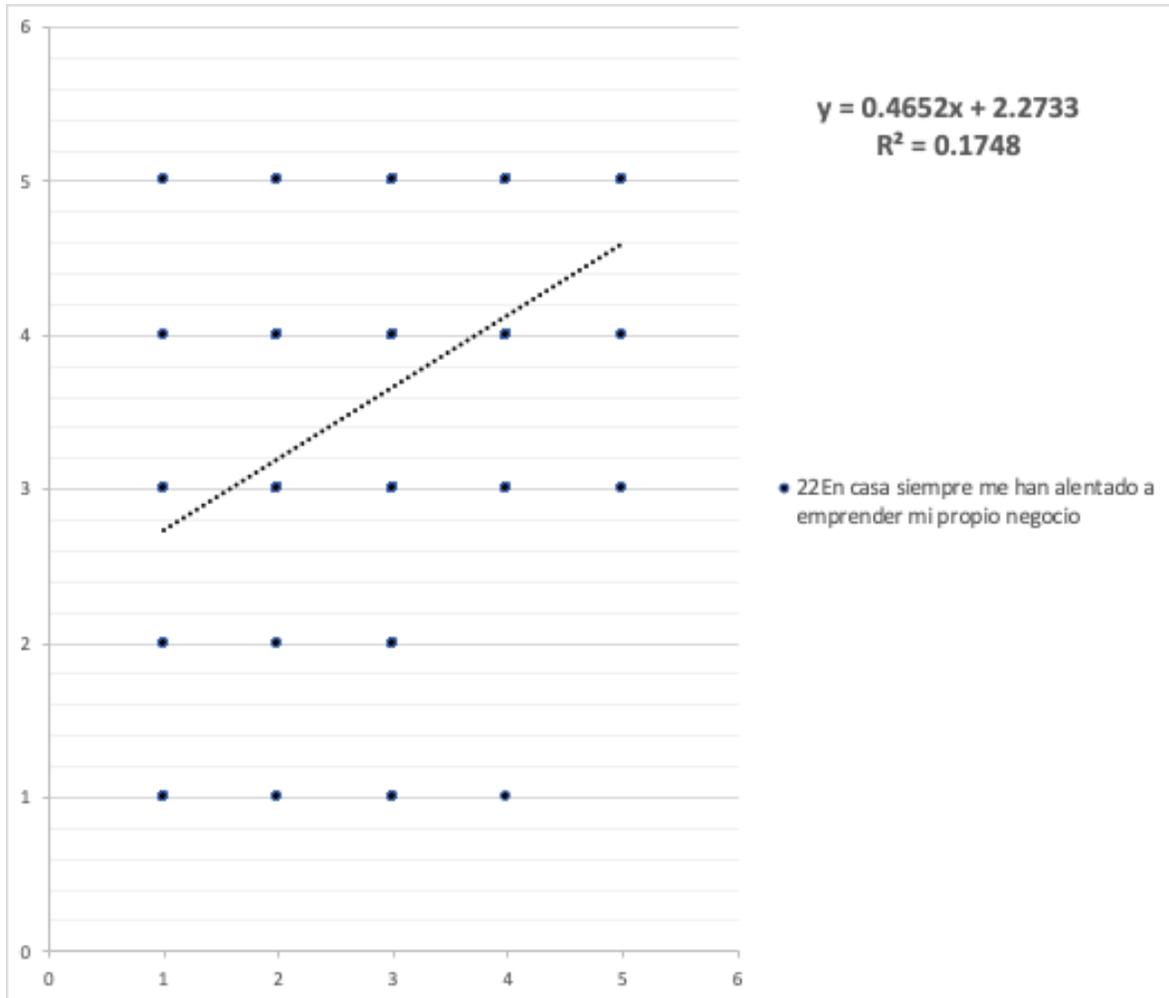


Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

En la dimensión del entorno, se observa una fuerte relación entre aquellos estudiantes que reciben aliento en casa para emprender su propio negocio y el hecho de tener amigos que también son emprendedores. Este fenómeno explica un 17% del modelo de generación de emprendimiento, destacando la importancia de contar con puntos de referencia cercanos para buscar el desarrollo empresarial propio entre los jóvenes. Si bien esta influencia es significativa, no es determinante por sí sola, pero subraya el papel crucial que juegan tanto el apoyo familiar como las redes sociales en la predisposición hacia el emprendimiento entre los estudiantes universitarios.

Gráfico 6:

Análisis de regresión considerando el coeficiente del modelo Ítem 24: "En casa siempre me han alentado a emprender mi propio negocio"



Fuente: Elaboración propia mediante el análisis estadístico de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento.

5 Conclusiones

Después de analizar los factores determinantes en la generación de emprendimiento en estudiantes universitarios de la UAT-UAMRR, conforme a los objetivos y las hipótesis establecidas, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Características Sociodemográficas y Generación de Emprendimiento: Se observa que las características sociodemográficas, como el apoyo familiar al emprendimiento, juegan un papel significativo en la predisposición de los estudiantes hacia la iniciativa empresarial, por



POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



otro lado, las calificaciones de los estudiantes no son un factor de relación significativo en la generación de emprendimiento.

Mientras las capacidades cognitivas, especialmente aquellas relacionadas con la resolución de problemas de manera creativa e innovadora, emergen como predictoras claves de la intención de emprender. Los estudiantes con estas habilidades tienden a manifestar una mayor disposición para generar ideas innovadoras y resolver desafíos empresariales.

Por otro lado, la influencia positiva de la cultura organizacional universitaria, particularmente aquella que fomenta la innovación, el apoyo al emprendimiento y la tolerancia al riesgo, se vincula estrechamente con la intención de emprender entre los estudiantes. Esto indica que las políticas y programas institucionales pueden desempeñar un papel crucial en el desarrollo de habilidades emprendedoras, se recomienda seguir fortaleciendo las estrategias para la participación de los estudiantes en la cultura Innovadora.

Referente al entorno social, representado por la presencia de amigos y conocidos que son empresarios, tiene un impacto significativo en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. La influencia positiva de este entorno sugiere que las amistades y los modelos a seguir cercanos pueden inspirar y apoyar el desarrollo de iniciativas empresariales entre los jóvenes.

En resumen, los resultados de este estudio indican que las capacidades cognitivas, la cultura organizacional universitaria que favorece el emprendimiento, el apoyo familiar, y un entorno social juegan roles fundamentales en la generación de emprendimiento entre estudiantes universitarios. Se debe considerar la complejidad de la explicación del modelo, que no hay variable determinante, sino es el conjunto de interacción multidimensionales entre cada una de las partes involucradas. Estos hallazgos subrayan la importancia de desarrollar políticas educativas y programas institucionales que fortalezcan estos factores para fomentar el espíritu emprendedor dentro de las universidades.



Referencias

- Banco Mundial. (2017). Innovación, una vía para estimular el crecimiento en América Latina recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2017/05/09/innovating-for-growth-in-latin-america>
- Farayibi, A. (2015). Entrepreneurship as a Driver of Economic Growth: Evidence from Enterprise Development in Nigeria. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2852865>
- Fernández Parra, J. C. (2023). Aspectos cognitivos del emprendedor. Una mirada desde la teoría cognitiva de la organización. Revista In Situ, 6(6), 181-200. <https://doi.org/10.2610-8100/vol.6/n.6/a12>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). Entrepreneurial Behaviour and Attitudes Economy profiles: Mexico. Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/mexico-2>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). Estadísticas a propósito del día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas empresas (2023). Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_DIAMIP_YMES.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2023. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=8813>
- Ovalles-Toledo, L. V., Moreno Freites, Z., Olivares Urbina, M. Á., & Silva Guerra, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico [Entrepreneurship skills and abilities: a bibliometric study]. Revista Venezolana de Gerencia, 23(81), 217-234. Universidad del Zulia. Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559024>



UANL



FTSyDH

POLÍTICAS SOCIALES SECTORIALES

Buen vivir: Nueva Perspectiva de la Intervención Social



- Vargas Valdiviezo, M. A., y Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). Universidad del Zulia, Venezuela. Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559024>
- Valera, R. (2010). Las características empresariales y su desarrollo educacional. *Revista Icesi*, pp. 47-60. Bogotá. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/publicaciones_icesi/article/view/853
- Zahra, S., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.
- Zapata Rotundo, G. J., & Hernández Arias, A. (2018). Capacidad de absorción: revisión de la literatura y un modelo de sus determinantes. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 1-24. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554929009/504554929009.pdf> .