

## La educación emprendedora en instituciones de educación superior: un acercamiento teórico

*Entrepreneurial education in university institutions:  
a theoretical approach*

**Ana Sofía Apodaca Cabrera\***

ORCID: 0000-0001-6538-8307

**Sergio Ochoa Jiménez\*\***

ORCID: 0000-0003-1848-3760

**Said Arath Corrales Villegas\*\***

ORCID: 0000-0003-4388-4689

Recibido el 29 de octubre de 2019; aceptado el 23 de marzo de 2020

### RESUMEN

El debate del “ser” producto de la naturaleza o el entorno social, aún permanece. En ese sentido, el ser emprendedor puede deberse o no a un mecanismo de formación estructurado. Por ello, el objetivo del presente trabajo es examinar en el ámbito universitario el papel de la educación emprendedora y su incidencia en la intención de emprender; para ello, se realizó una búsqueda documental dónde se recopilaron 190 artículos de investigación, integrando un análisis bibliométrico de 101 de ellos, procedentes cuatro bases de datos. Se determinaron discrepancias entre el género y los aspectos contextuales. Asimismo, la productividad de los temas en cuestión resultó ser de mayor relevancia en inglés; con mayores publicaciones europeas que sobrepasa a las del continente americano. En cuanto a los hallazgos, elementos endógenos y exógenos influyen la intención, refutando la adoctrinada perspectiva del emprendimiento como atributo innato y mostrando elementos desarrollables para forjar determinadas cualidades.

**Palabras clave:** Educación, emprendimiento, profesionalización.

**Código JEL:** M13, A39.

\* Universidad Autónoma de Baja California, México.

\*\* Instituto Tecnológico de Sonora, México.

#### ABSTRACT

The debate on “being”, product from the nature or the social environment, still exists. In this sense, entrepreneurship may or may not be a result from a structured training mechanism. For this reason, the objective of this document is to examine the role of the entrepreneurial education in the university environment and its impact on the intention to undertake different projects. A documentary search was carried out, where 190 research articles were compiled, integrating a bibliometric analysis of 101 of them, from four databases. Discrepancies were determined between gender and contextual aspects; likewise, the productivity of the issues involved proved to be of greater relevance in English; with greater European publications surpassing those of the American continent. As for the findings, endogenous and exogenous elements influence the intention, refuting the indoctrinated perspective of the entrepreneurship as an innate attribute and showing developable elements to forge certain qualities.

**Keywords:** Education, entrepreneurial, profesionalization.

**JEL code:** M13, A39.

---

## Introducción

El emprendimiento ha obtenido un gran auge a nivel mundial, siendo considerado como un factor determinante para el crecimiento económico y social; por ello, se ha incrementado el interés de éste como tema de investigación, especialmente debido a los resultados en el desarrollo del país (Dabic, Daim, Bayraktaroglu, Novak & Basic, 2012). En este sentido, el interés en el campo educativo ha aumentado como consecuencia de las mejoras presentadas; tales como un aumento de empleo y economía, así como procesos de innovación para generar un cambio social.

Actualmente la sociedad, para lograr un cambio trascendental, requiere de personas con ciertas aptitudes, tales como creatividad e innovación. El emprendimiento es un punto necesario para sobrellevar las dificultades que afrontan los jóvenes a nivel mundial y para colaborar al progreso social (Sánchez, Ward, Hernández y Florez, 2017). De igual manera, una persona emprendedora debe estar consciente de las necesidades de su entorno; ser responsable, comprometerse al desarrollo sostenible del país, tener el cargo de un agente de cambio (Durán, Parra y Márceles, 2015). Por lo cual, el impartir Educación Emprendedora (EE) puede promover a la generación de avances y mejoras hacia la sociedad donde se dirige.

Ahora bien, el concepto emprendimiento, de origen francés, refiere a estar preparado y decidir iniciar algo. Rodríguez (2009), citado en Castillo-Vergara y Álvarez-Marin (2016), señala que anteriormente se identificaba el emprendimiento como un generador del cambio, y se definió al emprendedor como una persona que sabe tomar riesgos en momentos de incertidumbre.

Ocasionalmente, el emprendimiento suele entenderse en un sentido financiero, sin embargo, existen distintos tipos; Guzmán y Trujillo (2008) reconocen dos: de negocios y social; el primero es con finalidad económica mientras que el otro busca la resolución de problemas en

un entorno social. La identificación y la estrategia para asumir y aprovechar las oportunidades encontradas es un aspecto relevante en el emprendimiento (Vega & Mera, 2016).

Así mismo, Acosta-Veliz, Villacís-Aveiga y Jiménez-Cercado (2017) afirman, el emprendimiento surge de factores motivacionales, creencias personales y entorno institucional, éste último, se le adjudica la responsabilidad, tanto global como regional, de conformar los cambios contextuales, ya sea políticos, sociales o económicos inmiscuidos en la influencia que un individuo requiere para emprender, no obstante, éstos no cubren la totalidad de motivación, sino que deben converger con actitudes y competencias, mismos que se estimulan mediante procesos formativos, tal como el universitario.

Por lo cual, la educación a nivel universitario para el emprendimiento es un factor relevante para el desarrollo sustentable del entorno donde se imparta. En este sentido, Álvarez, Pedraza, y Lavín (2017) afirman que la formación emprendedora es un fenómeno que puede promoverse de forma significativa en el ámbito de educación superior, siendo impulsor de un progreso que, por medio del impacto generado en los egresados, exista una actividad beneficiosa y con aspectos trascendentales hacia la economía.

Ahora bien, Ramos, López, Sánchez y Moreno (2018) señalan que las universidades que ofrecen EE proporcionan nuevas ideas y una visión innovadora hacia la ideología de su alumnado debido a los distintos aspectos en los que se enfocan, con la finalidad de generar una Intención Emprendedora (IE). A ello, Soria-Barreto, Zuñiga-Jara y Ruiz-Campo (2016) lo definen como reconocerse a sí mismo la capacidad y seguridad de poder generar negocios, así como una buena programación para la ejecución en un tiempo futuro.

Ampliando el punto anterior, la motivación es un regulador de la IE al punto de actuar sobre un sujeto y moldear su conducta para generar cierta determinación como resultado de la persistencia, lo cual, podría derivar en ideas creativas y novedosas, posicionamiento de mercado, obtención y/o creación de recursos y el desarrollo de determinadas habilidades; dicho motivante puede ser estimulado por distintos detonantes, tales como el deseo de obtener poder o prestigio social, éxito personal, placer o gratificación lúdica, novedades o cambios de vida, independencia y libertad, sentimiento de realización, seguridad laboral, entre otros (Sánchez, Aldana, De Dios y Yurrebaso, 2012).

Continuamente y Acorde a Marulanda y Morales (2016), la motivación puede analizarse de una óptica enfocada a la necesidad de logro, la cual se moldea a partir de crianza y elementos socioculturales del entorno de cada individuo, impugnando la concepción adoctrinada del emprendimiento como una cualidad innata; así mismo, el sujeto es el centro de la ecuación pues, es quién opta por desarrollar o no su proceso emprendedor según su propio contexto y experiencias.

Más aún, las autoras se adentran en la interacción de percepción previo a emprender, siendo dos: endógenos y exógenos, la primera es de conveniencia o deseabilidad, relacionadas con el moldeamiento de la persona mediante su participación en determinado contexto social, familiar, formacional, pares, terceros y clasificaciones estructurales socioeconómicas y la segunda, por su parte, es una combinación de conocimientos, recursos, garantías y experiencia adquirida por el sujeto; entre los principales factores endógenos se encuentra la audacia, pasión, creatividad, liderazgo, innovación, competitividad, intuición, persuasión, eficacia, capacidad de gestión y aventura, mismos que en conjunto generan una perspectiva autoevaluativa,

mismo que en la Teoría de la Motivación es conocido como autoeficacia percibida (Marulanda y Morales, 2016).

Por otro lado, la autoeficacia resulta un atributo importante hacia la creación de una IE, Sesen (2013) refiere al impacto de la autoeficacia y locus de control interno en la IE de estudiantes. Dicho esto, conocer las características de los estudiantes destaca como uno de los factores necesarios para educar y generar intención hacia el emprendimiento en las instituciones; según Frunzaru y Cismaru (2018), los *millennial* presentan más seguridad en sí mismos y consideran poseer la capacidad de lograr los objetivos y metas que se propongan, por otro lado, los universitarios de la generación Z sienten una necesidad de tener logros, son abiertos a un mercado laboral flexible y menor autoeficacia.

Sin embargo, los estudiantes necesitan regular constantemente sus emociones y así poder desarrollar características esenciales para el comportamiento empresarial; según Gelard y Emamisaleh (2014), aquellos con inteligencia emocional son de mayor capacidad que el resto. Además, mantener lazos entre el espíritu y la creatividad influyen considerablemente los niveles de inteligencia y la buena toma de decisiones en el emprendimiento (Rodrigues, Pires & António, 2019). Así mismo, la personalidad y la inteligencia emocional involucran un factor detonante hacia una persona emprendedora, según George (2000), las personas que tienen grandes niveles de intención emprendedora son más reflexivos y con aptitudes para controlar sus emociones.

Otro aspecto a considerar es, como lo menciona Sánchez (2010), la mayoría de los modelos en el ámbito de las intenciones empresariales se basan en el modelo de Ajzen, así como de la Teoría del Aprendizaje Social y la Autoeficacia de Bandura; La Teoría de Acción Planificada es una de las teorías que se asocia con la IE, en ésta se menciona que existen tres elementos para lograr la intención: la actitud de la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido. Diversos estudios demuestran que el control conductual percibido es el aspecto con más peso, asimismo, a esto y a la intención se les considera predictores de la conducta (Liñán, 2008; Liñán y Rodríguez-Cohard, 2015).

Ahora bien, Latinoamérica contiene abundantes fortunas y recursos, sin embargo, la situación actual presenta dificultades tanto en cuestiones tecnológicas como en otras competencias de grado internacional (Sánchez, Ward, Hernández y Florez, 2017), generando posibles obstáculos para el emprendimiento, por ello, se considera pertinente impulsar y conocer las estrategias adecuadas para incrementar la educación del emprendimiento de manera efectiva, para así, obtener las bases de la IE.

Con respecto en lo anterior, el presente trabajo tiene como propósito examinar el papel que juega actualmente la EE en el ámbito universitario y su incidencia en la IE por parte de sus egresados. Ello con el propósito de corroborar o refutar la noción de la carente capacidad de los programas educativos y/o preparación del cuerpo docente en cuanto a promover la creatividad e innovación y, con ello, la intención de emprender. Asimismo, indagar la existencia de aspectos que influyan en el aumento o disminución en la generación de ideas que proyecten un emprendimiento.

## Metodología

Se realizó una investigación documental, en la que llevó a cabo una revisión de 195 artículos. Las bases de datos consultadas fueron: *Conricyt*, *Redalyc*, *Dialnet* y *Scielo*. En la indagación se consideró tanto la aparición (tanto en el título como en el resumen) de los siguientes términos: “Educación”, “Intención y Emprendedora”; así como de: “Educación”, “Intención y Emprendimiento” en el idioma inglés y español. Asimismo, a las cuatro bases de datos consultadas se les aplicó tanto una búsqueda básica como una avanzada y considerando únicamente trabajos de revista científica, bases de datos o revistas no escolarizadas.

En cuanto a los resultados obtenidos, *Conricyt* proporcionó 35,894 resultados y *Dialnet* 721, de los cuales fueron seleccionados 156 y 11 respectivamente. Sobre *Redalyc* y *Scielo*, ambas presentaron casi en su totalidad los documentos de las anteriores bases de datos, por lo cual únicamente se seleccionó 20 y 3 correspondientemente. Al terminar la búsqueda exhaustiva en las diferentes bases de datos se recopilaron 190 artículos, sin embargo, se delimitó a aquellos considerados como valiosos en información, ya sea por la concordancia, coherencia o relevancia para la presente, obteniendo finalmente 101 documentos. Seguidamente, se capturó en una matriz la información principal de cada artículo y se construyeron dimensiones derivado de una agrupación temática para analizarla. Posteriormente, se analizó la información brindada por las 101 investigaciones consultadas, obteniendo información por zona geográfica a nivel continental sobre la productividad, seguidamente de un análisis de mayor profundidad en el continente americano, desde el ámbito latinoamericano, contexto cultural y perspectivas personales. Aunado a ello, se procedió a contrastar la consulta por el contenido de temática, profundizando y accediendo a la problemática más común en las investigaciones. Finalmente, se determinaron las principales conclusiones y recomendaciones para futuros trabajos en la misma línea de investigación.

## Resultados y Discusión

La información obtenida de la búsqueda brinda información valiosa respecto a la productividad en la temática por continente, figurando Europa con Bélgica (1), Italia (1), Checoslovaquia (1), Holanda (1), Eslovenia (2), Rumania (2), Portugal (3), Francia (3), Croacia (3), Finlandia (3), Noruega (5), Reino Unido (7), España (21), Latvia (1) y Lituania (1). Seguidamente se encuentra América, representada por Uruguay (1), Brasil (2), Venezuela (3), Ecuador (3), México (4), Chile (5), Colombia (9) y Estados Unidos de América (4). Mientras que Asia con Teherán (1), Bahrain (1) Taiwán (1), India (1), Irán (1), Turquía (1) y China (2). Y finalmente, África, contando con las aportaciones de Egipto (1), Marruecos (2), Nigeria (2) y Sudáfrica (2).

Acorde a los resultados, se hace visible un número menor de investigaciones en América a comparación de Europa, pero mayor a África y Asia; Latinoamérica incluye diferentes panoramas y perspectivas tanto en cuestiones políticas como en el contexto social, no obstante, han surgido intentos en fortificar el emprendimiento, algunos trascienden de manera más visible que otros, tal es el caso de Colombia con una mayor producción que Uruguay. En este sentido el aspecto cultural influye; cada país se forma un desarrollo emprendedor con base a sus problemas y necesidades, en el que se refuerzan por medio de programas o cursos para ajustarse dependiendo su entorno (Sánchez, Ward, Hernández y Florez 2017).

Por otra parte, Hayton, George y Zahra (2002) señalan que, debido a las discrepancias entre naciones, es importante considerar de manera teórica y práctica el reconocimiento de la cultura y su relación con el nivel de actividad empresarial, así como valorar dicha acción para poder facilitar la toma de riesgos e innovación. Así mismo, los programas sobre EE deben adaptarse al país en que se impartirá, ya que el contexto específico del entorno moldea la IE del alumnado, así como ayuda a presentar las diferencias que posiblemente son observables entre los estudiantes de distintas nacionalidades (Giacomin, Janssen, Pruett, Shinnar, Llopis y Toney, 2010; Dohse y Walter, 2012). Tal como la Marulanda y Morales (2016) señalan, distintos factores económicos, formacionales y culturales conforman en el interés de participar en el proceso empresarial.

Es relevante considerar el aspecto familiar en los factores de la IE, el estudio de Alvarado y Riversa (2011) señala que una gran parte de los estudiantes con iniciativa emprendedora proviene de familias que tienen sus propios negocios o empresas, lo que podría indicar una cierta influencia del entorno familiar en la idea de emprender. Latinoamérica presenta variables respecto a la posibilidad de emprender, y en determinadas ocasiones, los jóvenes pueden sentirse desmotivados respecto a ello, tal como ocurre en Nigeria, similar a México, un país en vías de desarrollo donde la familia y las relaciones sociales suelen influenciar en tener un éxito al emprendedor, y no precisamente por una adecuada EE (Chukwuma-Nwuba, 2018).

Por otro lado, resulta interesante que algunos individuos, estudiando una carrera universitaria no conozcan o sepan con seguridad cual es la intención de la elección del programa educativo, ni remotamente informados respecto a la dirección profesional a la que se dirigirá (Amador, García y Gutiérrez, 2019), esta singularidad es pertinente tenerla en cuenta antes de la impartición de la EE.

Asimismo, la motivación de emprender es relevante respecto a la edad, según el estudio de Alvarado y Rivera (2011), la iniciativa emprendedora se presenta entre los 19 y 25 años y, según Kuratko y Hofgetts (2004) citado en Espíritu (2011), los estudiantes entre 18 y 29 años afirman el deseo de poseer su propia entidad empresarial, lo cual podría deberse al tipo de responsabilidades que se presenten en el lapso de edad, careciendo regularmente las cargas familiares y contribuyendo a un comportamiento favorecedor en tal rango de edad.

Ahora bien, uno de los aspectos culturales que destaca en cuestión de la EE e IE, es el género. A lo cual, Tarrazon (2010) citado en Joensuu, Viljamaa, Varamäki, y Tornikoski (2013) señala que el impacto de éste en la IE es nivelado gracias al control conductual percibido de la teoría de *Ajzen*, y mediado por las normas y actitudes subjetivas que se perciben. Entre tanto, Zhang, Duysters, y Cloudt (2013) mencionan que al recibir EE hacia los hombres y las mujeres, varones tienen mayor posibilidad de tener intención de emprender en comparación con féminas.

De igual manera, se encontró una diferencia de mentalidad y actitud emprendedora por género; las mujeres poseen mayor inseguridad, y ocasionalmente, a pesar de contar con apoyo y recursos necesarios, lo cual se traduce a menor percepción de disponibilidad por parte de éstas a emprender al finalizar con los estudios universitarios (Dabic Daim, Bayraktaroglu, Novak y Basic, 2012; Frunzaru y Cismaru, 2018), aún a pesar de contar con EE (Westhead y Solesvik, 2016). A su vez, Van y Belghiti-Mahut (2019) señalan que la EE no contribuye a estimular la IE, al contrario, refuerza los estereotipos de género hacia el espíritu empresarial, ocasionando un aspecto negativo para éstas. No obstante, Bae, Qian, Miao y Fiet (2014) y

Nowiński, Haddoud, Lančarič, Egerová y Czeglédi (2017) afirman, féminas no quedan en desventaja con varones, sino que de la EE se incrementó en mayor medida en la generación de ideas por parte de mujeres.

Por otra parte, impartir un programa o curso de EE conlleva a una responsabilidad relevante, ya que manejar adecuadamente el proceso enseñanza-aprendizaje, puede contribuir o incluso disminuir la IE. En la investigación realizada por Espíritu (2011), se observó que mientras el alumno avanzaba en el estudio de EE, la intención disminuía. Mientras Valencia, Cadavid, Ríos y Awad (2012), presentan un aumento en la decisión de los estudiantes en la ideología de una carrera con la formación de empleados, no empresarios. Por lo cual, es importante revalorar las acciones realizadas en cuestión de planeación de la EE en las universidades.

En cuanto a México, se han realizado mecanismos para promover el emprendimiento; tales como la Universidad del Emprendedor a través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) (Sánchez, Ward, Hernández y Florez, 2017), sin embargo, es importante considerar la forma en que se ofrece la EE en instituciones de educación superior. Así mismo, Hernández y Sánchez (2017), aportan cifras al respecto: el 54% de los alumnos del Instituto Politécnico Nacional piensa que las materias cursadas intervienen en el proceso emprendedor y 57% el apoyo por parte de docentes para crear un negocio, mientras que el Tecnológico Nacional de México afirma que solamente un 30% del entorno estudiantil considera que sus materias contribuyen al emprendimiento y el 34% de apoyo de maestros para la búsqueda de oportunidades de mercado. No obstante, la EE no debe únicamente relacionarse con el estudio de los negocios y la economía, el objetivo del emprendimiento es fomentar la creatividad. Se debe comprometer a la creación de beneficios sociales, al igual que con los económicos, sin embargo, generalmente no sucede así, regularmente el gobierno se encarga de promoverlo en un enfoque puramente económico (Palomares y Chisvert, 2014).

Por lo cual, se considera que la enseñanza de una buena EE tiene que ir paralelamente con un aprendizaje del manejo de emociones, así como de la creatividad e innovación para la obtención de IE. Cabe destacar la importancia del manejo de la inteligencia emocional con la EE, una persona con mayor manejo de emociones y con capacidad de asumir riesgos contribuirá positivamente a la IE y llegar inclusive al auto-empleo (Durán, Parra y Márceles, 2015). Además, como se menciona en Rodrigues, Filipa, Pires y António (2019), existe una influencia positiva en el desarrollo empresarial debido a la inteligencia emocional y la creatividad imperante de éstas. A esto último, la creatividad, según Bellò, Mattana y Loi (2017) resulta un precursor de la IE y su relación se encuentra mediada por la autoeficacia, considerarse a sí mismo capaz de la búsqueda, planificación y presentación de las intenciones empresariales a terceros. Cabe destacar que los estudiantes necesitan un ambiente innovador y creativo al momento de adquirir la EE y, a su vez, el ser considerados y mejorar su percepción de capacidad de generación de estrategias y aptitudes para llegar al emprendimiento satisfactoriamente.

Debido a ello y en ese sentido, los maestros juegan un papel de gran relevancia hacia la formación de esa actitud emprendedora, por lo cual, éstos deben tener habilidades necesarias para contribuir hacia dicho fomento del emprendimiento, a lo cual Durán, Parra y Márceles (2015) sugieren la necesidad de estrategias didácticas que motiven el aprendizaje y su aplicación en contextos reales. De igual forma, Furtado (2003) citado en Sánchez, Ward, Hernández y Florez (2017) afirma, es necesario no impartirse sólo como una solución al desempleo de los jóvenes, sino concientizarse el significado de emprender y los requisitos

para hacerlo provechosamente, ya que la motivación empleada en instituciones no fomenta de manera adecuada el emprendimiento, al contrario, tiende a dar apertura a las tasas de fracaso.

De acuerdo al punto anterior, el papel de la motivación es crucial, dado que de ella puede desprenderse un aumento en la autoestima de los individuos, cualidad destacable para fomentar el desarrollo de capacidades para afrontar obstáculos y convertirse en emprendedor. Santamaría y Bravo (2017) afirman que cuanto más confíe una persona en sus propias actitudes, mayor perseverancia presentará en la búsqueda de objetivos y, de manera intrínseca, convencerse a sí misma de su capacidad para sobreponer impedimentos que se presentasen. La motivación da cabida a una buena autoestima, lo cual dirige a la autoeficacia.

Entonces, se entiende que la motivación dirige al aumento de la autoestima de las personas, lo cual genera autoeficacia, ésta es el factor de mayor influencia en el comportamiento, impacta en distintos elementos y percepciones, así como en la motivación para lograr un objetivo (Bandura, 2012), es uno de los contribuyentes considerables en la IE de los alumnos (Pihie y Bagheri, 2013) pues tiene un efecto positivo sobre ésta (Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano y Muffatto, 2013) y estos estudiantes equivalen a una mayor identidad y autoeficacia emprendedora, tal como una mejor perspectiva de resultados empresariales (Pfeifer, Šarlija y Zekić, 2014). Por su parte, la autoeficacia destaca en la mayoría de las investigaciones como un factor significativo y positivo para los jóvenes en la intención de emprender, los estudiantes necesitan percibir sobre sí mismos la capacidad de obtención de logros y ser aptos para enfrentar la incertidumbre, Bandura (1977) menciona que la autoeficacia percibida demuestra ser un mejor predictor del comportamiento frente a potenciales amenazas, ya sean éstas desconocidas o no.

Finalmente, Ajzen (1991) distingue tres tipos de creencias que poseen los individuos que producen determinadas formas de comportamiento: conductual, normativa y de control y; entre los constructos relacionados de actitud, norma subjetiva y control conductual percibido. Mencionando acerca del comportamiento de las personas y la influencia de la confianza acerca de su capacidad para realizar alguna acción (control conductual percibido), en este sentido puede influir acerca de elegir realizar determinada actividad, el esfuerzo durante el desempeño de ésta y los patrones de pensamiento y/o manejo de emociones (Ajzen, 1991), claves determinantes para la percepción de la motivación, aumento de la autoestima y establecimiento de autoeficacia personal en la IE. Son, por tanto, diversas las variables involucradas en el proceso del logro de resultados con respecto a la IE y su respectiva estimulación de la EE hacia los alumnos de instituciones de educación superior, tanto características propias a los cuerpos docentes como el desarrollo de las habilidades emocionales y culturales del estudiantado.

## Conclusiones

Debido a la limitada o nula productividad observada, se exhibe la deficiente EE impartida por las escuelas de educación superior de las distintas naciones indagadas, sobre todo en el caso de latino américa, tal es el caso de la poca productividad en español, dónde se evidencia el escaso o carente esfuerzo de las organizaciones educativas para fomentar en su cuerpo estudiantil la IE.

Así mismo, es importante mencionar que el emprendimiento es comúnmente adoctrinado y comprendido con fines económico financieros, dejando de lado aquellos que buscan

el bienestar social, lo cual es generado por el contexto cultural que influye dentro de cada nación, pues se considera que los programas educativos se enfocan en ejes de problemáticas sociales, tales como el desempleo o injusta remuneración, sin tomar en cuenta la IE moldeada contextualmente de individuos. Por lo cual, un aspecto considerado de vital importancia es la correcta promoción y enseñanza de la EE, pues se considera que la actual contribuye únicamente a la disminución de la IE a medida que el estudiante avanza en su programa educativo y fomenta la tasa de fracaso empresarial. Ello, tal como se dijo anteriormente, debido al enfoque empresarial, mismo que podría contrarrestar su efecto mediante la motivación de cualidades y competencias que el cuerpo docente debe ajustar e inculcar en sus alumnos. Por su parte, México necesita un fomento hacia el emprendimiento con el fin de generar condiciones que estimule cierto contexto que permita un mayor nivel de crecimiento paralelo, tanto de economía, como de sociedad, generando estrategias para reducir gradualmente pobreza e impactando así al bienestar social de la población, ya sea de la región o una zona de mayor amplitud en que dichos emprendedores radiquen para el beneficio de un desarrollo sustentable/sostenible.

En cuanto a los aspectos culturales destacables en la discusión de la EE en instituciones de educación superior es el género, sin importar el año de las investigaciones, con respecto a esta cuestión, el sexo de emprendedores es una constante. Ésta muestra por una parte a aquellos investigadores que argumentan que hay mayor IE en varones que féminas, ello debido a mayor inseguridad con respecto al espíritu empresarial atribuido a éstas, fomentando los estereotipos de cada sexo y; por otra parte, quienes afirman que no solamente lo anterior es incorrecto, sino que la generación de ideas en mujeres es mayor a la proporción de hombres.

Por su parte, la autoeficacia posee un rol indispensable para la IE, por lo que es imprescindible considerarlo dentro de la EE; una persona auto eficaz es capaz de llevar de manera adecuada y conveniente los aspectos especialmente necesarios que implican para la creación e innovación, ya sea en un sentido económico o social. Ello debido al incremento de identidad y eficacia de los individuos, regulando y motivando la creatividad e innovación, por lo cual, se considera de suma importancia el integrar éste en la preparación de los estudiantes universitarios.

Existen, también, aspectos relacionados con las emociones, tales como el autocontrol, la autoestima y la autoeficacia que deben ser considerados dentro de la EE, ello debido a la gran importancia para la formación de un emprendedor y su IE. En este sentido, es pertinente realizar una evaluación de tales factores al momento de iniciar la EE, para el fomento al fortalecimiento de las características personales del universitario.

Finalmente, se determina que la IE no es una cualidad innata, por el contrario, es desarrollable y altamente influenciable, no solamente el tipo de formación académica y/o profesional brindada por cada programa educativo de las universidades, sino del entorno social, económico y/o familiar en que el individuo se moldea a sí mismo en el transcurso de su vida, así como también del contexto actual en que se desenvuelve diariamente.

Por lo cual y para futuras investigaciones, se recomienda indagar el cómo estos elementos endógenos y exógenos influyen a la EE y su posterior IE. Es decir, al finalizar la presente se determina que la EE no influye del modo positivo motivacional en los estudiantes universitarios, sino por el contrario, éstos al avanzar en su formación académica sufren una disminución en la intención de emprender.

## Referencias bibliográficas

- Acosta-Veliz, M. M., Villacís-Aveiga, W. H., y Jiménez-Cercado, M. E. (2017). Factores que conforman la intención emprendedora de estudiantes de la Universidad de Guayaquil. En *Dominio de las Ciencias*, 3(3): 335-346.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. En *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211. Doi:10.1016/0749-5978(91)90020-t
- Alejos, A. y Mireles, L. (2013). Espíritu emprendedor en estudiantes de educación superior. En *Pistas Educativas*, (106): 7-114.
- Alvarado, O., y Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. En *Cuadernos de Administración*. 27(45): 61-74.
- Álvarez, M., Pedraza, N., y Lavín, J. (2017). Formación de emprendedores del capital humano universitario. En *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 27(2): 11-25.
- Amador, M., García, Y., y Gutiérrez, G. (2019). Intención emprendedora de estudiantes respecto al género de un tecnológico en Hidalgo, México. En *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 6(4): 20-34.
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-analytic Review. En *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(2): 217-54.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. En *Psychological Review*, 84(2): 191-215. doi:10.1037/0033-295x.84.2.191
- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. En *Journal of Management*, 38(1): 9-44.
- Bellò, B., Mattana, V., y Loi, M. (2017). The power of peers: A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. En *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24: 214-233. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0205>
- Castillo-Vergara, M., y Álvarez-Marín, A. (2016). Entrepreneurship perception in higher education. A comparative study among Students, Faculty Members and Directors. En *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(1): 221-233.
- Chukwuma-Nwuba, E. (2018). The influence of culture on entrepreneurial intentions: a Nigerian university graduates' perspective. En *Transnational Corporations Review*: 1-20. doi:10.1080/19186444.2018.1507877
- Dabic, M., Daim, T., Bayraktaroglu, E., Novak, I., y Basic, M. (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship. En *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3): 316-336. Doi: 10.1108/17566261211264172
- Dohse, D., & Walter, S. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students, En *Small Business Economics*, 39(4): 55-70.
- Durán, S., Parra, M., y Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. En *Opción*, 31(77): 200-215.
- Espíritu, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. En *Multiciencias*, 11: 65-75.
- Frunzaru, V., y Cismaru, D. (2018). The impact of individual entrepreneurial orientation and education on generation Z's intention towards entrepreneurship. En *Kybernetes*: 1-14. Doi: <https://doi.org/10.1108/K-05-2018-0272>
- Gelard, P., y Emamisaleh, K. (2014). Investigation of the relationship between emotional Intelligence and entrepreneurial intention, En *International Journal of Management and Humanity Sciences*, 3(7): 2620-2635.
- George, J. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. En *Human Relations*, 3(8): 1027-1055.
- Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R., Llopis, F., & Toney, B. (2010). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2): 219-238. Doi: 10.1007/s11365-010-0155-y
- Guzmán, A., y Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. En *Estudios Gerenciales*, 24(109): 105 - 125.

- Hayton, J., George, G., y Zahra, S. (2002): National Culture and Entrepreneurship: a Review of Behavioral Research, En *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4): 33-52.
- Hernández, C. y Sánchez, S. (2017). La educación empresarial: un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. En *Innovación educativa*, 17(75): 81-102.
- Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamäki, E., y Tornikoski, E. (2013). Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender – a latent growth curve analysis. En *Education + Training*, 55(8/9): 781–803. Doi: 10.1108/et-06-2013-0084
- Liñán, F., y Rodríguez-Cohard, J. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. En *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28: 77-98, Doi: <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2013-0071>
- Liñán, F. (2008). Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions? En *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3): 257-272. Doi: 10.1007/s11365-008-0093-0.
- Marulanda, F. A., y Morales, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. En *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81): 12-28.
- Moriano, J., Palací, F., y Morales, J. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. En *Revista de Psicología Social*, 21(1): 51-64. Doi:10.1174/021347406775322223
- Nowiński, W., Haddoud, M., Lančarič, D., Egerová, D., y Czeplédi, C. (2017). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. En *Studies in Higher Education*, 44(2): 361 - 379. Doi:10.1080/03075079.2017.1365359
- Palomares, D., y Chisvert, M. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. En *REDU Revista de Docencia Universitaria*, 12(2): 205-230. Doi: <https://doi.org/10.4995/redu.2014.5647>
- Pfeifer, S., Šarlija, N., y Zekić-Sušac, M. (2014). Shaping the Entrepreneurial Mindset: Entrepreneurial Intentions of Business Students in Croatia. En *Journal of Small Business Management*, 54: 1-16. Doi:10.1111/jsbm.12133
- Pihie, Z., y Bagheri, A. (2013). Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Mediation Effect of Self-Regulation. En *Vocations and Learning*, 6(3), 385-401. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Ramos, L., López V., Sánchez, R., y Moreno, L. (2018). La intención emprendedora en estudiantes universitarios y el proceso de enseñanza aprendizaje. En *Revista Global de Negocios*, 6: 1-12.
- Rodrigues, A., Filipa, J., Pires, C., y António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. En *Education + Training*.
- Rodrigues, A., Jorge, F., Pires, C., y António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. En *Education + Training*, 61(7/8): 870-894. Doi: 10.1108/et-01-2018-0026
- Ruizalba, J., Vallespín, M., Martín, V., y Rodríguez, M. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. En *Intangible Capital*, 11(1): 92-117 doi:10.3926/ic.557
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani-De-Soriano, M., y Muffatto, M. (2013). The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention. En *Journal of Small Business Management*, 53(4): 1127-1145. doi:10.1111/jsbm.12090
- Sánchez, J. (2010). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. En *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2): 239–254. Doi:10.1007/s11365-010-0156-x
- Sánchez, J., Aldana, R., De Dios, S., y Yurrebaso, A. (2012). La motivación y la intención emprendedora. En *International Journal of Development and Educational Psychology*, 4: 521-531.
- Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. En *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Santamaría, T., y Bravo, F. (2017). Impacto de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil carrera Comunicación Social. En *Innova*, 2(2): 45-54.

- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. En *Education + Training*, 55(7): 624 -640. Doi: <https://doi.org/10.1108/ET-05-2012-0059>
- Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. En *Formación Universitaria*, 9: 25-34. Doi: 10.4067/S0718-50062016000100004
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., y Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. En *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57): 132-148.
- Van, A., y Belghiti-Mahut, S. (2019), Context, gender and entrepreneurial intentions. En *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11: 75-98. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2018-0054>
- Vega, J., y Mera, C. (2016). Modelo de formación en emprendimiento social para Instituciones de Educación Superior en Colombia. En *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 29-43.
- Westhead, P., y Solesvik, M. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? En *International Small Business Journal*, 34(8): 979-1003. Doi: 10.1177/0266242615612534
- Zhang, Y., Duysters, G., y Cloodt, M. (2013). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. En *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3): 623-641. Doi: 10.1007/s11365-012-0246-z