

Del aula a la empresa: Comprendiendo la intención emprendedora en estudiantes universitarios

From the classroom to the firm: Understanding entrepreneurial intention in college students

Ana Lucia, Ruiz-Vigil¹ Juan Bernardo, Amezcua-Núñez² Adriana, Méndez-Wong³

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. La metodología empleada incluye la recolección de datos a través de un cuestionario en escala de Likert, aplicado a 431 estudiantes de la Facultad de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila, y el análisis utilizando un modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados indican que tanto la educación emprendedora como el apoyo social y las características psicológicas de los estudiantes tienen un impacto significativo en sus intenciones de emprender, con diferencias notables según el género. Se identificaron elementos clave como el papel de la educación en el fomento de la percepción positiva hacia el emprendimiento y la importancia del apoyo social en el proceso. Las conclusiones destacan la necesidad de fortalecer la educación emprendedora en las universidades y de crear un entorno que favorezca el desarrollo de habilidades emprendedoras, lo que podría contribuir a un aumento en la actividad emprendedora y al crecimiento económico en el contexto local.

Palabras claves: Estudiantes, emprendimiento, genero, apoyo académico.

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing entrepreneurial intentions among university students. The methodology employed includes data collection through a Likert scale questionnaire, applied to 431 students from the Faculty of Marketing at the Universidad Autónoma de Coahuila, and the analysis using a structural equation model (SEM). The results indicate that both entrepreneurial education and social support, as well as the psychological characteristics of the students, have a significant impact on their entrepreneurial intentions, with notable differences according to gender. Key elements were identified, such as the role of education in fostering a positive perception of entrepreneurship and the importance of social support in the process. The conclusions highlight the need to strengthen entrepreneurial education in universities and to create an environment that fosters the development of entrepreneurial skills, which could contribute to an increase in entrepreneurial activity and economic growth in the local context.

¹ Doctora, Facultad de Mercadotecnia Universidad Autónoma de Coahuila, México, Consumo responsable, marketing operativo, anruizv@uadec.edu.mx <https://orcid.org/0000-0002-4160-8587>

² Doctor, Facultad de Mercadotecnia Universidad Autónoma de Coahuila, México, Consumo responsable, marketing operativo juan.amezcua@uadec.edu.mx <https://orcid.org/0000-0001-6227-2202>

³ Doctora, Facultad de Mercadotecnia Universidad Autónoma de Coahuila, México, Consumo responsable, marketing operativo, adrianamendezwong@uadec.edu.mx <https://orcid.org/0000-0003-3935-1265>



Keywords: Students, entrepreneurship, gender, academic support.

Códigos JEL: E24, I25, D92

Introducción

Durante las décadas de 1940 y 1950, la educación se centraba en preparar a los estudiantes para ocupar roles dentro de empresas ya establecidas. El énfasis principal estaba en equipar a los estudiantes con las habilidades y conocimientos necesarios para ingresar al mercado laboral y desempeñarse eficientemente en funciones específicas dentro de organizaciones existentes. Las instituciones educativas se enfocaban en impartir conocimientos técnicos y teóricos relevantes para diversos sectores industriales y comerciales, dando prioridad a disciplinas convencionales como ingeniería, medicina, contabilidad y administración.

El sistema educativo estaba estrechamente alineado con las demandas del mercado laboral, enfocándose en la adquisición de habilidades prácticas y conocimientos especializados directamente aplicables en entornos empresariales ya establecidos. Se prestaba poca atención al desarrollo de habilidades empresariales, creatividad o iniciativa para emprender nuevos negocios. En este contexto, el emprendimiento no era visto como una opción principal ni se fomentaba activamente como una carrera viable. (Shane & Venkataraman, 2000).

Durante la década de 1960, se evidenció un cambio significativo en la educación superior con la implementación de programas académicos enfocados en el estudio del emprendimiento y la administración de empresas. Las universidades comenzaron a reconocer la necesidad de preparar a los estudiantes no solo para desempeñarse en roles dentro de compañías ya establecidas, sino también para equiparlos con las capacidades requeridas para iniciar y dirigir sus propios negocios. Este cambio reflejó un mayor reconocimiento del espíritu emprendedor y la innovación como impulsores fundamentales del crecimiento económico y el desarrollo empresarial. (Kuratko, 2005).

En lo que respecta a la educación emprendedora, se observa que, durante las últimas décadas del siglo XX, las reformas educativas comenzaron a reconocer la importancia de fomentar habilidades empresariales entre los estudiantes universitarios, se promovieron programas académicos y curriculares enfocados en la administración de empresas y el emprendimiento, reflejando una tendencia global hacia la valoración del espíritu emprendedor como motor de desarrollo económico y social. Las universidades mexicanas empezaron a implementar cursos y actividades que incentivaban la creatividad, la innovación y la capacidad de los estudiantes para iniciar y gestionar sus propios negocios. (González, 2009).

Según Kuratko, (2005) la educación en el emprendimiento ha experimentado un crecimiento significativo en respuesta a la creciente demanda de habilidades empresariales en el entorno laboral actual. Además, tiene un impacto significativo al inspirar y nutrir una mentalidad emprendedora entre los estudiantes universitarios. Más allá de simplemente transmitir conocimientos prácticos en negocios, su enfoque abarca el estímulo de la creatividad, la innovación y la mentalidad empresarial. Para fomentar esta actitud emprendedora, es esencial emplear enfoques pedagógicos que promuevan la autonomía, la resolución de problemas y la disposición para asumir riesgos. Estrategias como el aprendizaje basado en proyectos, el trabajo colaborativo y la exposición a casos reales de emprendimiento son fundamentales para lograr este objetivo.

La educación empresarial ha sido identificada como un elemento fundamental que podría influir en las decisiones profesionales de los estudiantes universitarios. Por esta razón, es importante investigar cómo la educación empresarial puede afectar la inclinación de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento. (Keat, Selvarajah and Meyer, 2011). El objetivo general de esta investigación es evaluar la influencia de la actitud emprendedora y la teoría de las capacidades dinámicas en el desarrollo de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del sur del estado de Coahuila.

Marco teórico

Durante la década de 1940, se implementaron medidas para fortalecer el sistema educativo en México, lo que incluyó la ampliación de la educación superior. En consecuencia, en 1943 se creó la Universidad

Nacional Autónoma de México (UNAM), se convirtió en una de las principales instituciones educativas del país, desempeñando un papel clave en la formación de profesionales en diversas disciplinas, se establecieron nuevas universidades estatales en distintas regiones de México durante este período, con el propósito de aumentar el acceso a la educación superior. Estas instituciones educativas desempeñaron un papel importante en la democratización del acceso a la educación superior y en el desarrollo de recursos humanos en todo el país. (González, 2009).

Durante las décadas de 1980 y 1990, México implementó una serie de reformas en su sistema universitario para hacer frente a los retos de acceso, calidad y relevancia educativa. Estas reformas se centraron en la modernización y actualización de los programas académicos, la promoción de la autonomía universitaria, y la mejora de la calidad educativa, se introdujeron programas de modernización y actualización curricular en las universidades mexicanas con el fin de adaptar la educación universitaria a las demandas cambiantes del mercado laboral. Estos programas se enfocaron en la revisión y actualización de los planes de estudio para integrar nuevas tecnologías, enfoques pedagógicos innovadores y habilidades relevantes para el mundo laboral actual. (Serrano,1995).

La educación emprendedora ha evolucionado y se ha establecido como un campo académico respetado y valioso dentro de la educación superior. Ahora se reconoce la importancia de integrar tanto la teoría como la práctica para proporcionar a los estudiantes una comprensión completa de los fundamentos empresariales y las habilidades esenciales para triunfar en el entorno empresarial contemporáneo. Esta aproximación unificada capacita a los estudiantes para aplicar los conceptos teóricos en contextos prácticos, estimulando la creatividad, la resolución de problemas y la toma de decisiones eficaces. (Fayolle & Gailly, 2015).

Emprendimiento

El empleo asalariado, o lo que tradicionalmente se consideraba como un empleo "seguro", ya no es una certeza, sobre todo en el ámbito del sector público, para los individuos que han completado su educación universitaria. Esta afirmación se fundamenta en las transformaciones observadas en el mercado laboral contemporáneo, donde la estabilidad y la garantía de empleo a largo plazo son cada vez más escasas, lo que impulsa a los graduados a explorar alternativas de carrera que les otorguen mayor autonomía y control sobre su futuro profesional. (Kamau,2006).

El emprendimiento se puede describir como el proceso de reconocer, analizar y capitalizar oportunidades con el fin de generar valor económico y social a través del establecimiento y manejo de nuevos proyectos, compañías o empresas (Shane & Venkataraman, 2000).

El término emprendimiento se ha vuelto omnipresente en nuestra sociedad contemporánea, resonando en diversas esferas como la política, la economía, la academia e incluso entre los estudiantes universitarios. Cada año, a lo largo y ancho del mundo, se llevan a cabo una multitud de seminarios, conferencias y talleres que subrayan la trascendencia del espíritu emprendedor en el contexto nacional, social y en el desarrollo personal (Keat, Selvarajah & Meyer, 2011).

El emprendimiento es ampliamente reconocido como un impulsor fundamental del crecimiento económico y la generación de empleo, ya que estimula la innovación, la competencia y la variedad económica (Autio et al., 2014). Además, se ha señalado que el emprendimiento puede desempeñar un papel significativo en la promoción del desarrollo sostenible al fomentar prácticas comerciales responsables y ofrecer soluciones a los desafíos sociales y medioambientales (Fayolle & Gailly, 2015).

La Teoría de las Capacidades Dinámicas (TCD)

Es un marco conceptual desarrollado en el ámbito de la gestión estratégica y empresarial. Esta teoría se centra en la capacidad de las organizaciones para integrar, construir y reconfigurar sus recursos internos y externos en respuesta a un entorno cambiante, con el objetivo de generar y mantener ventajas competitivas sostenibles (Teece, 2007).

Según Teece (2007), las capacidades dinámicas son "la capacidad de una organización para integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas para abordar de manera efectiva los cambios del

entorno". Estas capacidades no son solo habilidades o conocimientos específicos, sino procesos complejos que permiten a las organizaciones adaptarse, innovar y responder de manera ágil a las demandas del mercado y las oportunidades emergentes. Las capacidades dinámicas se basan en tres procesos fundamentales (Teece, 2007):

Sensibilidad al entorno y capacidad de aprendizaje: Las organizaciones deben ser capaces de detectar y comprender los cambios en su entorno, así como aprender de sus propias experiencias y las de otros. Esto implica una capacidad para escanear el entorno, interpretar señales y actuar en consecuencia.

Capacidad de integración: Las organizaciones deben ser capaces de combinar y reconfigurar sus recursos internos y externos de manera efectiva para adaptarse a las demandas cambiantes del entorno. Esto implica la capacidad de gestionar el conocimiento, coordinar actividades y aprovechar sinergias entre diferentes partes de la organización.

Capacidad de innovación: Las organizaciones deben ser capaces de generar y aplicar nuevas ideas, tecnologías y prácticas para crear valor de manera sostenible. Esto implica la capacidad de experimentar, explorar nuevas oportunidades y llevar a cabo cambios significativos en la forma en que operan.

La TCD ha sido ampliamente aplicada en el contexto empresarial para comprender cómo las organizaciones pueden adaptarse y prosperar en entornos turbulentos y altamente competitivos (Helfat et al., 2007). Sin embargo, también se ha utilizado en otros campos, como la innovación, la estrategia empresarial y, más recientemente, el emprendimiento, donde se ha aplicado para comprender cómo los emprendedores pueden desarrollar y utilizar capacidades dinámicas para crear y mantener empresas exitosas (Lichtenthaler y Lichtenthaler, 2009).

Teoría de las Capacidades Dinámicas y el emprendimiento universitario

La convergencia entre el emprendimiento universitario y la teoría de las capacidades dinámicas proporciona un marco sólido para entender cómo las instituciones académicas pueden cultivar y respaldar la iniciativa empresarial entre sus estudiantes. El emprendimiento universitario, que engloba la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales por parte de miembros de la comunidad universitaria, ha emergido como un fenómeno relevante por su potencial para impulsar la innovación y el desarrollo económico (Audretsch et al., 2006). Por su parte, la teoría de las capacidades dinámicas enfatiza la importancia de que una organización pueda adaptarse y evolucionar frente a cambios en su entorno, no solo aprovechando sus recursos existentes, sino también desarrollando nuevos recursos y capacidades (Eisenhardt & Martin, 2000).

La integración de estas perspectivas teóricas permite comprender cómo las universidades pueden potenciar el emprendimiento entre sus estudiantes. Esto implica no solo la implementación de programas de educación en emprendimiento, sino también la creación de una cultura emprendedora arraigada en toda la institución y la construcción de redes de apoyo para los emprendedores (Kuratko, 2005). Además, la teoría de las capacidades dinámicas ofrece una lente a través de la cual las universidades pueden adaptarse continuamente para satisfacer las necesidades cambiantes de los estudiantes emprendedores y el entorno empresarial en general (Teece, 2007). Esto implica la identificación de oportunidades emergentes, la adaptación de los programas educativos en consecuencia y el desarrollo de nuevos recursos y apoyos para los emprendedores universitarios (Hitt & Ireland, 2005).

Este enfoque teórico proporciona una guía integral para entender y promover el emprendimiento universitario como un motor de innovación y desarrollo económico. Al abordar tanto la capacidad de adaptación de las instituciones académicas como la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, este marco teórico ofrece una estrategia sólida para aprovechar el potencial del emprendimiento en el ámbito universitario.

La TCD que se ha utilizado en el ámbito empresarial y de emprendimiento para comprender cómo las organizaciones y los individuos desarrollan y utilizan capacidades para crear y mantener ventajas competitivas puede ser abordada desde el emprendimiento, mediante las siguientes consideraciones:

Apoyo Institucional: Puede ser visto como una capacidad dinámica que incluye la capacidad de la institución para generar nuevas ideas, fomentar el emprendimiento estudiantil y establecer vínculos con la sociedad para emprender. Intención Emprendedora: Puede ser considerada como el resultado de las capacidades dinámicas de los individuos para reconocer y aprovechar oportunidades de negocio, así como su capacidad para movilizar recursos y tomar decisiones emprendedoras. Perfil Psicológico: Puede influir en la capacidad dinámica de los individuos para adaptarse a diferentes situaciones, ser creativos, perseverantes y seguros en sus esfuerzos emprendedores. Actitud para Emprender: Puede ser vista como una capacidad dinámica que refleja la orientación de los individuos hacia el emprendimiento, su capacidad para superar obstáculos y su disposición para aprovechar oportunidades. Perfil Personalidad: Puede influir en la capacidad dinámica de los individuos para trabajar de manera colaborativa, ser socialmente responsables y buscar continuamente la mejora en sus esfuerzos emprendedores. Apoyo Académico: Puede ser considerado como una capacidad dinámica de la institución para proporcionar orientación, apoyo financiero, acceso a herramientas y reconocimiento a los estudiantes emprendedores.

La Teoría de las Capacidades Dinámicas ofrece un marco conceptual que puede ayudar a comprender cómo los diferentes constructos en la escala pueden influir en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios desde una perspectiva más contemporánea.

En resumen, la Teoría de las Capacidades Dinámicas proporciona un marco conceptual poderoso para comprender cómo las organizaciones y los individuos pueden adaptarse y prosperar en entornos complejos y cambiantes, y cómo pueden generar y mantener ventajas competitivas a lo largo del tiempo.

Metodología

La muestra es de 474 estudiantes universitarios presenta una distribución en términos de los semestres que cursan. Una proporción significativa de los estudiantes se encuentra en los primeros semestres de su carrera, con un 15.6% en el primer semestre y un 41.4% en el segundo semestre. Esto significa que el 57.0% de los estudiantes están en sus etapas iniciales de formación universitaria. En contraste, solo el 0.4% está en el tercer semestre, el 0.8% en el cuarto semestre, el 33.3% en el quinto semestre y el 8.4% en el séptimo semestre. Esto sugiere una menor representación de estudiantes en semestres avanzados dentro de la muestra.

En cuanto al sexo de los participantes, la muestra está compuesta predominantemente por mujeres, quienes representan el 78.9% (374 estudiantes), mientras que los hombres constituyen el 21.1% (100 estudiantes). Respecto a la experiencia laboral en una empresa familiar, el 36.9% (175 estudiantes) ha trabajado o trabaja en un puesto de una empresa familiar donde se fomenta el desarrollo de actitudes emprendedoras, en comparación con el 63.1% (299 estudiantes) que no ha tenido esta experiencia. Por último, en términos de educación en emprendimiento, el 58.4% de los estudiantes (277) ha cursado alguna materia relacionada con el emprendimiento, mientras que el 41.6% (197) no lo ha hecho. Esto indica un interés significativo en el emprendimiento entre los estudiantes, aunque muchos aún no han tenido la oportunidad de trabajar en un entorno empresarial familiar. Cabe mencionar que esta encuesta se realizó a través de la plataforma SurveyMonkey durante el periodo de mayo a septiembre de 2022.

El emprendimiento se ha convertido en un fenómeno de gran importancia en el ámbito académico y empresarial, siendo reconocido como un motor clave para la innovación, el crecimiento económico y la creación de empleo. En este contexto, el papel del apoyo institucional y académico se ha destacado como un factor crucial para fomentar y respaldar la actividad emprendedora entre los individuos. En este estudio, se proponen las siguientes hipótesis:

H₁: El Género tiene un impacto en la Intención Emprendedora.

H₂: La Actitud para Emprender tiene un impacto positivo en la Intención Emprendedora.

H₃: El Apoyo Académico influye positivamente en la Actitud para Emprender.

H₄: El Apoyo Académico tiene un impacto en la Intención Emprendedora.

H₅: El Apoyo Institucional tiene un impacto en la Intención Emprendedora.

H₆: El Perfil Psicológico tiene un impacto en la Intención Emprendedora.

H₇: El Semestre tiene un impacto sobre el Apoyo Institucional.

H₈: El Perfil Psicológico modera la relación entre el Apoyo Institucional y la Intención Emprendedora.

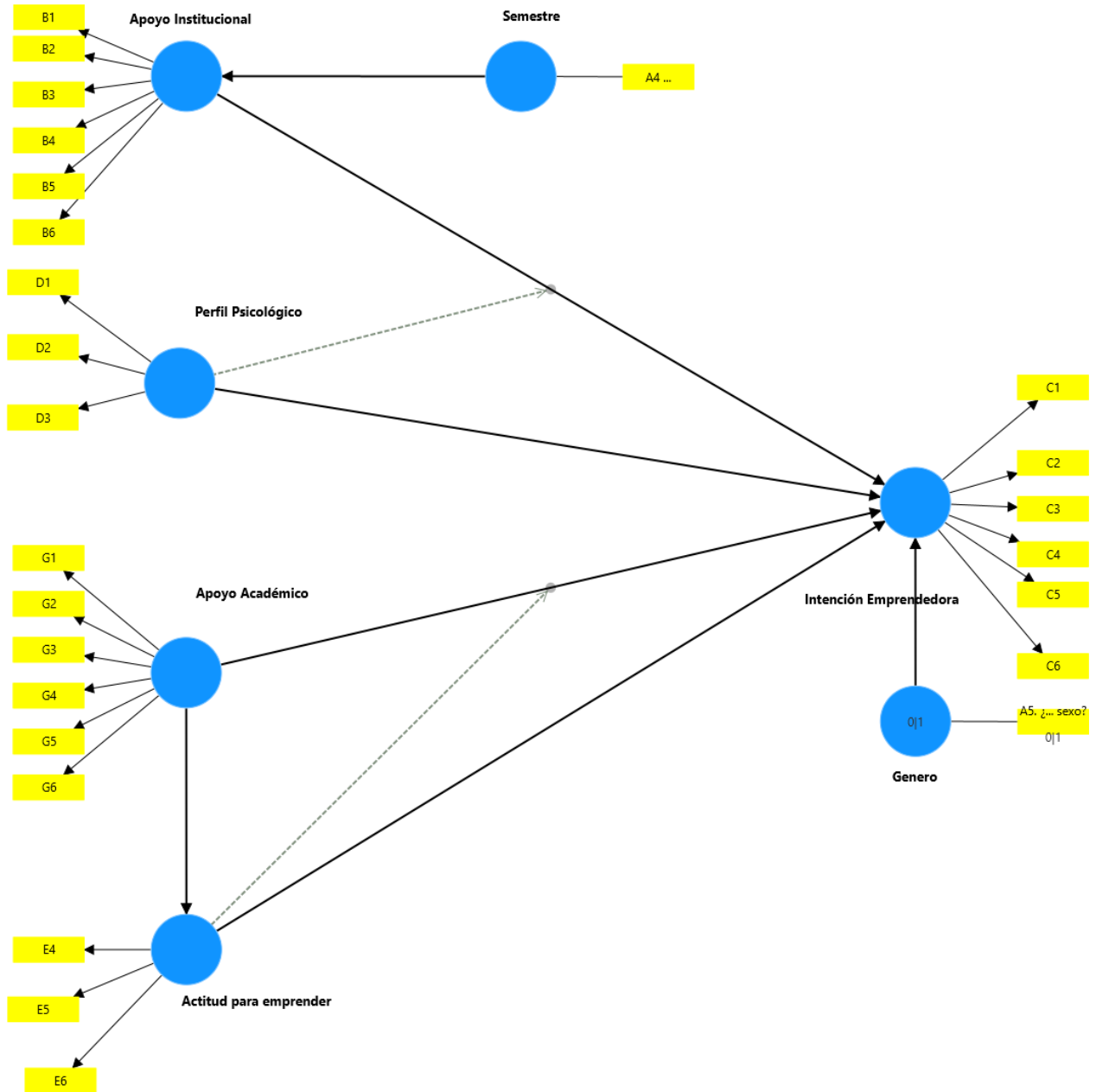
H₉: La Actitud para Emprender modera la relación entre el Apoyo Académico y la Intención Emprendedora.

Resultados y discusión

La investigación descrita es de tipo exploratorio, transversal y cuantitativo. El objetivo de este estudio es analizar las relaciones entre. De un total de 474 estudiantes encuestados, el 15.6% está cursando el primer semestre, el 41.4% se encuentra en el segundo semestre, solo el 0.4% está en el tercer semestre, el 0.8% está en el cuarto semestre, el 33.3% cursa el quinto semestre, y el 8.4% está en el séptimo semestre, el 78.9% se identifican como mujeres, mientras que el 21.1% se identifican como hombres. El 36.9% de los 474 estudiantes ha trabajado o trabaja en una empresa familiar propia que apoya el desarrollo de actitudes emprendedoras, mientras que el 63.1% no ha tenido esta experiencia. En cuanto al trabajo en una empresa que apoye actitudes emprendedoras, el 44.3% de los estudiantes ha tenido esta experiencia, mientras que el 55.7% no ha trabajado en estas condiciones. El cuestionario empleó preguntas categóricas y una escala Likert. La encuesta se llevó a cabo entre mayo y septiembre de 2022. El análisis se realizó con el software SmartPLS 4, que permite evaluar tanto el modelo de medición como el estructural, asegurando una interpretación precisa de las relaciones entre las variables.

El modelo de la figura 1 presentado busca analizar los factores que influyen en la Intención Emprendedora entre estudiantes, considerando diversos constructos clave como Apoyo Institucional, Perfil Psicológico, Apoyo Académico y Actitud para Emprender. Además, incorpora variables de control como Semestre y Materia, las cuales permiten ajustar el impacto de las principales variables sobre el emprendimiento. Los coeficientes de las rutas directas indican la magnitud y dirección de las relaciones entre constructos.

Figura 1 Modelo de investigación



Fuente: Elaboración propia con los resultados de SmartPLS

Validación del modelo de medición.

El análisis inferencial realizado con SmartPLS 4 reveló que, de los 34 ítems evaluados en el instrumento, 31 alcanzaron cargas factoriales superiores al valor recomendado de 0.707, conforme a la propuesta de Hair et al. (2019). En la Tabla 1 se muestran las cargas externas de los ítems para cada constructo, confirmando la robustez de estos. Por ejemplo, los ítems del constructo "Apoyo Institucional" presentaron cargas factoriales que varían entre 0.921 y 0.960, mientras que los de "Intención Emprendedora" oscilaron entre 0.941 y 0.970. Estos resultados reflejan una fuerte relación entre los ítems y sus respectivos constructos, lo que asegura una adecuada fiabilidad y validez en el modelo de medición.

Tabla 1 Cargas externas

Constructo	Ítems	Cargas externas
Apoyo Institucional	B1 Generación de nuevas ideas	0.938
	B2 Emprendimiento estudiantil	0.947
	B3 Cursos y talleres de emprendimiento	0.922
	B4 Incubación de negocios	0.939
	B5 Fomento de emprendimiento	0.960
	B6 Vínculo con la sociedad para emprender	0.930
Intención Emprendedora	C1 Creación de empresa propia	0.959
	C2 Ahorro para emprender	0.968
	C3 Tiempo para emprender	0.962
	C4 Apoyos de financiamiento para emprender	0.958
	C5 Oportunidad de negocio	0.969
	C6 Desarrollo de actitudes de emprendimiento	0.940
Perfil Psicológico	D1 Aventurero	0.930
	D2 Receptivo	0.954
	D3 Perseverante	0.947
Actitud para Emprender	E4 Eficiencia	0.953
	E5 Practicidad	0.968
	E6 Toma de decisiones	0.969
Apoyo Académico	G1 Guía para una actitud emprendedora	0.835
	G2 Motivación para una actitud emprendedora	0.952
	G3 Herramientas para una actitud emprendedora	0.960
	G4 Influencia hacia una actitud emprendedora	0.961
	G5 Desarrollo de una actitud emprendedora	0.959
	G6 Reconocimiento de una actitud emprendedora	0.913

Fuente: Elaboración propia con los resultados de SmartPLS

La tabla 2 muestra la fiabilidad y validez de los constructos del modelo de medición, evaluada mediante el software SmartPLS. Se incluyen indicadores clave como el Alfa de Cronbach, que mide la consistencia interna y presenta valores superiores al mínimo aceptable de 0.70 en todos los casos. Además, la fiabilidad compuesta (ρ_a y ρ_c) supera el umbral de 0.70, lo que indica una adecuada consistencia interna. Por otro lado, la varianza extraída media (AVE) también excede el valor mínimo recomendado de 0.50, lo que sugiere una validez convergente satisfactoria.

Del Aula a la Empresa: Comprendiendo la Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios

Según los valores en la tabla 2, los cuatro constructos, Apoyo Institucional, Intención Emprendedora, Perfil Psicológico, Perfil de Personalidad y Actitud para Emprender cumplen con los criterios de fiabilidad y validez, lo que refuerza la solidez del modelo de medición (Hair et al., 2019).

Tabla 2 *Fiabilidad y validez de los constructos*

Constructo	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta (rho_a)	Fiabilidad compuesta (rho_c)	Varianza extraída media (AVE)
Actitud para Emprender	0.961	0.962	0.975	0.928
Apoyo Académico	0.969	0.974	0.975	0.867
Apoyo Institucional	0.973	0.974	0.978	0.882
Intención Emprendedora	0.983	0.983	0.986	0.921
Perfil Psicológico	0.938	0.940	0.961	0.890

Fuente: Elaboración propia con los resultados de SmartPLS

La matriz de ratios Heterotrait-Monotrait (HTMT) presentada en la tabla 3 es una herramienta utilizada en el análisis con modelado de ecuaciones estructurales (SEM) para evaluar la validez discriminante de los constructos. La validez discriminante asegura que los constructos medidos no se solapan excesivamente entre sí, lo que garantiza que cada constructo es único y distinto en su medición. En esta tabla, los valores HTMT se muestran entre los distintos constructos analizados. De acuerdo con la literatura (Henseler, Ringle y Sarstedt, 2015), si los valores HTMT son menores de 0.85, se considera que hay una adecuada validez discriminante. Algunos puntos clave del análisis:

Valores cercanos al umbral: Por ejemplo, la relación entre "Perfil Psicológico" e "Intención Emprendedora" presenta un valor de HTMT de 0.846, lo cual está muy cerca del umbral de 0.85. Esto indica que estos constructos están fuertemente relacionados, aunque aún dentro del límite de validez discriminante. La mayoría de los valores HTMT se encuentran por debajo de 0.85, lo que indica una adecuada validez entre los constructos, como "Apoyo Académico" y "Apoyo Institucional" (0.733), y "Intención Emprendedora" y "Actitud para emprender" (0.808).

Dado que "Genero" es una variable de control en este análisis, su propósito principal es moderar o controlar el efecto de otros constructos en el modelo, en lugar de ser una variable que se espera tenga fuertes relaciones con los constructos principales. Esto explica por qué sus valores de HTMT son significativamente bajos con los demás constructos, como se observa en la tabla (por ejemplo, 0.011 con "Actitud para emprender" o 0.052 con "Apoyo Académico"). Estos bajos valores son normales y esperados para una variable de control, ya que su función es minimizar posibles efectos de confusión en las relaciones clave del modelo. Su inclusión como variable de control permite aislar mejor el impacto de las variables independientes sobre las dependientes, asegurando así la robustez del análisis.

En la matriz HTMT (Heterotrait-Monotrait), los efectos moderadores como "Perfil Psicológico x Apoyo Institucional" y "Actitud para emprender x Apoyo Académico" también son evaluados en cuanto a su validez discriminante respecto a otros constructos del modelo. La tabla 3 indica, Perfil Psicológico x Apoyo Institucional, el HTMT de este moderador con otros constructos son relativamente bajos, por ejemplo, con "Genero" (0.033), "Apoyo Académico" (0.320) y "Actitud para emprender" (0.601). Estos valores están por debajo del umbral de 0.85, lo que indica una buena validez discriminante. Es decir, este moderador está diferenciándose adecuadamente de los demás constructos. De manera similar, Actitud para Emprender x Apoyo Académico, este moderador también tiene valores HTMT aceptables, como con "Apoyo Académico"

(0.245) y "Apoyo Institucional" (0.304), ambos por debajo de 0.85, lo que indica que la interacción moderadora no está confundida con otros constructos.

Tabla 3 Matriz de ratios Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Constructos	Actitud para emprender	Apoyo Académico	Apoyo Institucional	Genero	Intención Emprendedora	Perfil Psicológico	Semestre	Perfil Psicológico x Apoyo Institucional	Actitud para emprender x Apoyo Académico
Actitud para emprender									
Apoyo Académico	0.570								
Apoyo Institucional	0.513	0.733							
Genero	0.011	0.052	0.082						
Intención Emprendedora	0.808	0.528	0.625	0.088					
Perfil Psicológico	0.846	0.598	0.612	0.031	0.849				
Semestre	0.033	0.142	0.101	0.079	0.052	0.024			
Perfil Psicológico x Apoyo Institucional	0.601	0.320	0.351	0.033	0.662	0.708	0.013		
Actitud para emprender x Apoyo Académico	0.566	0.245	0.304	0.050	0.640	0.641	0.024	0.763	

Fuente: Elaboración propia con los resultados de SmartPLS

Validez del modelo estructural

En este análisis del modelo estructural, las métricas clave incluyen el coeficiente de determinación R^2 que se muestran en la tabla 4, que muestran, Actitud para emprender ($R^2 = 0.304$; R^2 ajustada = 0.303), este valor indica que aproximadamente el 30.4% de la varianza de la Actitud para emprender está explicada por los constructos que la afectan. Según los criterios de Chin (1998) y Hair et al. (2019), este R^2 puede considerarse moderado (por encima de 0.33 sería más robusto, pero está cerca de esa referencia). Mientras que para, Apoyo Institucional ($R^2 = 0.010$; R^2 ajustada = 0.008), aquí el R^2 es extremadamente bajo, lo que indica que las variables incluidas en el modelo explican solo el 1% de la varianza en el Apoyo Institucional. Esto sugiere que otros factores no considerados en el modelo podrían estar influyendo en este constructo, y este R^2 se clasificaría como débil (por debajo del umbral de 0.19). Sin embargo, para, Intención Emprendedora ($R^2 = 0.767$; R^2 ajustada = 0.763), este R^2 es elevado, indicando que el modelo explica un 76.7% de la varianza en la Intención Emprendedora, lo que según Chin (1998) es considerado sustancial. Esto sugiere que las variables independientes en el modelo capturan una gran parte de lo que influye en la intención de emprender.

Tabla 4 Coeficiente de determinación R^2

Constructo	R^2	R^2 ajustada
Actitud para emprender	0.304	0.303
Apoyo Institucional	0.010	0.008
Intención Emprendedora	0.767	0.763

Fuente: Elaboración propia con los resultados SmartPLS 4

El análisis de los coeficientes estructurales (path), se evaluaron las relaciones entre los diferentes constructos propuestos en el modelo estructural, utilizando los valores β , las desviaciones estándar, los

Del Aula a la Empresa: Comprendiendo la Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios

estadísticos t y los valores p obtenidos mediante el procedimiento de bootstrap en SmartPLS 4. A continuación, se describen los resultados obtenidos para cada hipótesis en la tabla 5.

Tabla 5 Coeficientes path

Constructo	β	Desviación estándar	Estadísticos t	Valores p
Genero-> Intención Emprendedora	-0.129	0.057	2.257	0.012
Actitud para emprender -> Intención Emprendedora	0.341	0.058	5.917	0.000
Apoyo Académico -> Actitud para emprender	0.551	0.041	13.569	0.000
Apoyo Académico -> Intención Emprendedora	-0.082	0.049	1.658	0.049
Apoyo Institucional -> Intención Emprendedora	0.254	0.058	4.378	0.000
Perfil Psicológico -> Intención Emprendedora	0.295	0.058	5.081	0.000
Semestre -> Apoyo Institucional	-0.100	0.046	2.201	0.014
Perfil Psicológico x Apoyo Institucional -> Intención Emprendedora	-0.067	0.047	1.427	0.077
Actitud para emprender x Apoyo Académico -> Intención Emprendedora	-0.117	0.045	2.576	0.005

Fuente: Elaboración propia con los resultados SmartPLS 4

El Género tiene un impacto negativo en la Intención Emprendedora ($\beta = -0.129$, $t = 2.257$, $p = 0.012$), se acepta H1, lo que sugiere que el género influye negativamente en la intención emprendedora, indicando que, en este contexto, las mujeres podrían presentar menor intención emprendedora que los hombres. Este hallazgo es consistente con el trabajo de Gupta et al. (2009), que identificaron diferencias significativas en la intención emprendedora entre géneros. Además, la TDA sugiere que las decisiones de los actores están influenciadas por sus características personales y sociales. En este caso, las diferencias de género pueden afectar las percepciones de autoeficacia y las oportunidades percibidas, lo que influye en la intención emprendedora.

La Actitud para emprender tiene un impacto positivo en la Intención Emprendedora ($\beta = 0.341$, $t = 5.917$, $p < 0.001$), H2 se acepta, indicando que una actitud positiva hacia el emprendimiento está fuertemente correlacionada con la intención de emprender. Este hallazgo apoya la teoría de Ajzen (1991) sobre la relación entre las actitudes y el comportamiento. Mientras una relación con la TDA con un perfil psicológico positivo refleja la capacidad de los individuos para adaptarse y responder a un entorno dinámico. Ser aventurero y receptivo permite identificar y capitalizar oportunidades, lo cual es esencial para el emprendimiento.

El Apoyo Académico influye positivamente en la Actitud para emprender ($\beta = 0.551$, $t = 13.569$, $p < 0.001$) H3 se acepta, lo que sugiere que un mayor apoyo académico mejora significativamente la actitud hacia el emprendimiento. Este resultado es coherente con los hallazgos de Peterman y Kennedy (2003), quienes encontraron que la educación influye en las actitudes emprendedoras. La TDA menciona que, las actitudes relacionadas con la eficiencia y la toma de decisiones son indicativas de la capacidad de los emprendedores para implementar innovaciones y adaptarse a los cambios del entorno. Así mismo un entorno académico que fomenta la eficiencia y la toma de decisiones prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del emprendimiento

El Apoyo Académico tiene un impacto negativo en la Intención Emprendedora ($\beta = -0.082$, $t = 1.658$, $p = 0.049$), H4 se acepta, aunque el efecto es débil. Esto indica que, en este caso, un aumento en el apoyo académico podría no estar asociado con un incremento en la intención emprendedora. Esto contrasta con

estudios anteriores que sugieren que el apoyo académico generalmente tiene un efecto positivo (Sánchez et al., 2013), con relación con la TDA, la intención emprendedora está influenciada por la capacidad de reconocer y aprovechar oportunidades. La disponibilidad de tiempo y financiamiento permite a los emprendedores evaluar y actuar sobre oportunidades de negocio, por lo tanto, una actitud proactiva en el desarrollo de emprendimientos puede incrementar la intención de crear nuevas empresas.

El Apoyo Institucional tiene un impacto positivo en la Intención Emprendedora ($\beta = 0.254$, $t = 4.378$, $p < 0.001$), H5 se acepta, sugiriendo que el apoyo institucional promueve la intención emprendedora. Este resultado respalda la investigación de De Jong et al. (2015), quienes hallaron que el entorno institucional es crucial para fomentar el emprendimiento. Relación con la TDA, estos ítems representan la capacidad de las instituciones para crear un entorno propicio para el emprendimiento, la generación de nuevas ideas y el vínculo con la sociedad son ejemplos de cómo el apoyo institucional puede facilitar la capacidad de innovación y adaptación, permitiendo a los estudiantes desarrollar su potencial emprendedor mediante recursos y oportunidades.

El Perfil Psicológico tiene un impacto positivo en la Intención Emprendedora ($\beta = 0.295$, $t = 5.081$, $p < 0.001$), H6 se acepta, indicando que un perfil psicológico adecuado mejora la intención emprendedora. Esto concuerda con los hallazgos de Zhao et al. (2010), que subrayan la importancia de las características psicológicas en el emprendimiento.

El Semestre tiene un impacto negativo sobre el Apoyo Institucional ($\beta = -0.100$, $t = 2.201$, $p = 0.014$), H7 se acepta, sugiriendo que a medida que avanza el semestre, el apoyo institucional percibido puede disminuir. Este hallazgo podría estar relacionado con la carga académica creciente a lo largo del semestre.

El Perfil Psicológico modera la relación entre el Apoyo Institucional y la Intención Emprendedora ($\beta = -0.067$, $t = 1.427$, $p = 0.077$), H8 no se acepta a un nivel significativo, indicando que el perfil psicológico no actúa como un moderador en esta relación.

La Actitud para Empezar modera la relación entre el Apoyo Académico y la Intención Emprendedora ($\beta = -0.117$, $t = 2.576$, $p = 0.005$), H9 se acepta, lo que sugiere que la actitud para emprender sí modera la relación entre el apoyo académico y la intención emprendedora. Esto resuena con las investigaciones de Schlaegel y Koenig (2014), que identificaron la importancia de la actitud en la mediación de influencias externas.

Discusión

La interacción entre el perfil psicológico, el apoyo institucional y la intención emprendedora presenta patrones complejos que requieren un análisis detallado. La evidencia indica que las características psicológicas de los estudiantes son fundamentales para su disposición a emprender. Según Carreras et al. (2018), un perfil psicológico positivo, que abarca rasgos como la autoeficacia y la resiliencia, se asocia con una mayor intención emprendedora. Sin embargo, el apoyo institucional puede resultar insuficiente si no se ajusta a las necesidades específicas de los estudiantes, lo que podría llevar a una disminución de la intención emprendedora en aquellos con un perfil psicológico menos favorable.

Asimismo, la relación entre la actitud hacia el emprendimiento y el apoyo académico también presenta desafíos significativos. A pesar de que el respaldo académico es esencial para cultivar actitudes positivas hacia el emprendimiento, su efectividad puede verse comprometida si las actitudes de los estudiantes son poco optimistas. Como destaca Martin et al. (2013), la naturaleza y calidad del apoyo proporcionado por las instituciones educativas tienen un impacto notable en la formación de intenciones emprendedoras, lo que subraya la necesidad de no solo proporcionar recursos, sino también de fomentar una mentalidad emprendedora activa entre los estudiantes.

Además, la investigación de Kautonen et al. (2015) resalta el impacto de la educación en las intenciones emprendedoras. Simplemente recibir apoyo académico no garantiza una mayor disposición a emprender; es esencial que este apoyo se adapte a las diferentes etapas de desarrollo personal y académico de los estudiantes. Como señalan Dyer y Ross (2008), el capital social y las redes de contacto son elementos cruciales que complementan el apoyo institucional, y deben ser integrados en las políticas educativas orientadas a promover el emprendimiento.

En conclusión, la interrelación de un perfil psicológico positivo, un apoyo institucional que responda a las necesidades de los estudiantes y la promoción de actitudes proactivas hacia el emprendimiento son factores interdependientes que influyen en la intención emprendedora. Las instituciones educativas tienen el deber de crear un entorno que no solo ofrezca recursos, sino que también inspire y motive a los estudiantes a desarrollar sus capacidades emprendedoras.

Conclusiones

Los resultados indican que el género sigue siendo un factor determinante en la intención emprendedora, afectando negativamente a las mujeres. Persisten barreras estructurales que impactan desproporcionadamente a este grupo. Las brechas en la intención emprendedora se deben en gran medida a percepciones sociales sobre las capacidades de las mujeres y a los roles de género tradicionales que consideran el emprendimiento como una actividad inapropiada para ellas. Además, las mujeres suelen enfrentar limitaciones en el acceso a redes de apoyo, mentores y capital, lo que restringe sus oportunidades para iniciar y mantener negocios exitosos. Esto se alinea con investigaciones que argumentan que el emprendimiento es frecuentemente una actividad basada en el capital social y las conexiones, áreas en las que las mujeres están menos integradas (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010).

La actitud hacia el emprendimiento se establece como el principal predictor de la intención emprendedora, en línea con la TCD, que destaca la importancia de adaptarse y responder a cambios en el entorno para lograr el éxito emprendedor. Aquellos con actitudes positivas son capaces de identificar oportunidades donde otros ven obstáculos y movilizar recursos y redes para aprovecharlas (Teece, 2007). Este enfoque está respaldado por estudios que muestran que los estudiantes con una actitud favorable hacia el emprendimiento tienen una mayor disposición a iniciar negocios (Fayolle & Gailly, 2015).

Las instituciones educativas juegan un papel crucial en la promoción de actitudes emprendedoras al implementar programas que estimulan el pensamiento crítico, la innovación y la resiliencia. Este enfoque sugiere que el desarrollo de una cultura emprendedora en las universidades es vital para potenciar las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Saeed et al. (2015) destacan que el apoyo académico ejerce un impacto significativo en la formación de actitudes positivas hacia el emprendimiento; los estudiantes que reciben un sólido respaldo académico, que incluye mentoría y acceso a programas de emprendimiento, son más propensos a adoptar una perspectiva favorable hacia el emprendimiento.

A medida que los estudiantes progresan en su carrera, tienden a percibir una disminución en el apoyo institucional disponible. Esta percepción puede estar vinculada a una menor participación en programas de emprendimiento, así como a la creciente necesidad de un apoyo más específico y personalizado para quienes están en etapas avanzadas de su formación (De Jorge Moreno et al., 2012). Es posible que este hallazgo se deba a que los estudiantes en etapas avanzadas, al percibir un mayor apoyo institucional, desarrollen una sensación de comodidad en su situación actual, lo que podría disminuir su motivación para emprender. Alternativamente, el tipo de apoyo que reciben puede no estar alineado con sus necesidades específicas en esta fase de su formación académica. En consecuencia, el aumento en el apoyo institucional podría correlacionarse con una reducción en la intención emprendedora, reflejando las experiencias y percepciones de los estudiantes en este momento de su trayectoria educativa.

La interacción entre el perfil psicológico y la intención emprendedora, mediada por el apoyo institucional, revela un coeficiente negativo, sugiriendo que un perfil psicológico menos favorable está asociado con una disminución en la intención de emprender. Los estudiantes que poseen características psicológicas positivas, tales como autoeficacia, resiliencia y apertura al cambio, tienden a beneficiarse más del apoyo institucional, lo que puede aumentar su propensión a emprender. Por el contrario, aquellos con un perfil psicológico menos favorable pueden no capitalizar adecuadamente el apoyo disponible, lo que resulta en una menor disposición para iniciar un negocio. Este fenómeno subraya la necesidad de considerar tanto las características individuales como el contexto de apoyo al analizar el desarrollo de la intención emprendedora (Jiménez-Moreno, 2010).

La relación entre la actitud hacia el emprendimiento y el apoyo académico en el contexto de la intención emprendedora presenta un coeficiente negativo, lo que sugiere que un incremento en el apoyo académico no necesariamente conduce a un aumento en la intención de emprender. Esto indica que, aunque un respaldo académico sólido es fundamental para cultivar actitudes positivas hacia el emprendimiento, su eficacia puede disminuir si las actitudes de los estudiantes no son lo suficientemente favorables. Los estudiantes con una actitud emprendedora fuerte que reciben apoyo académico tienden a sentirse más motivados para iniciar un negocio, mientras que aquellos con actitudes menos optimistas pueden no experimentar los mismos beneficios. Por lo tanto, es crucial fomentar una mentalidad emprendedora entre los estudiantes, ya que una actitud proactiva podría amplificar el efecto del apoyo académico en sus intenciones emprendedoras.

Referencias

- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2006). Entrepreneurship and economic growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 623-634. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00141.x>
- Carreras, M., Pérez, M., & Casado, C. (2018). The role of psychological traits in entrepreneurship: A comparative study of two universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 1-20. <https://doi.org/10.1177/2158244018823103>
- De Jorge Moreno, J., Domínguez, C., & Pérez, J. (2012). Entrepreneurship education in Spanish universities: A comparative analysis. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 16(1), 58-77. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2012.045382>
- De Jong, J. P. J., Parker, S. K., Løvendahl, A., & Wisse, B. (2015). How social support affects the entrepreneurial intention of students: A moderating role of self-efficacy. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1012-1025. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12153>
- Díaz-García, C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Gender and entrepreneurship: A study of the Spanish case. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 129-142. <https://doi.org/10.1108/17566261011055266>
- Dyer, W. G., & Ross, C. (2008). The role of social networks in entrepreneurship: A comparative study of Mexican and American entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 469-482. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.07.002>
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010\)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E)
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The influence of teaching methods on students' entrepreneurial intention: A multi-dimensional approach. *European Journal of Training and Development*, 39(5), 396-414. <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2015-0021>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on students' intentions: The case of France. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 794-817. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12129>
- González, M. (2009). La educación emprendedora en México: Una perspectiva histórica. *Revista de Educación y Desarrollo*, 5, 25-35.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender in entrepreneurship: A social and psychological perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(1), 23-38. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2009.025891>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781543971484>

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Helfat, C. E., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M. A., & Singh, H. (2007). *Dynamic capabilities: Understanding strategic change in organizations*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00762.x>
- Jiménez-Moreno, J. (2010). Psychological factors influencing entrepreneurial intention: A study of Spanish students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 109-125. <https://doi.org/10.1108/13552551011027636>
- Kamau, R. (2006). The role of entrepreneurship in economic growth and employment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(2), 113-130. <https://doi.org/10.1108/13552550610640470>
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 199-209. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n6p199>
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Lichtenthaler, U., & Lichtenthaler, E. (2009). A capability perspective on the role of dynamic capabilities in the context of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 10(5), 371-390. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2009.025187>
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A longitudinal study of students' entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 51(1), 170-186. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12045>
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <https://doi.org/10.1111/1540-6520.t01-1-00031>
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Englis, P. D., & Hunjra, A. I. (2015). The role of education and gender in entrepreneurship: A study of Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 538-558. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2014-0070>
- Sánchez, J. C., Tzokas, N., & Ritchie, J. (2013). The role of support services in enhancing entrepreneurship: A study of the Spanish case. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(2), 197-218. <https://doi.org/10.1108/13552551311319629>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intention: A meta-analytic model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Serrano, J. (1995). Reformas en la educación superior en México: Desafíos y oportunidades. *Revista de la Educación Superior*, 24(3), 45-59.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2010). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 95(2), 278-291. <https://doi.org/10.1037/a0015340>