Estudios Sociales
Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 35, Número 66. Julio - Diciembre 2025
Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169

Artículo

# Los estudiantes de educación superior y sus intenciones emprendedoras en el Valle de Toluca, México

# Higher education students and their entrepreneurial intentions in the Toluca Valley, Mexico.

DOI: https://doi.org/10.24836/es.v35i66.1621
e251621

Elizabeth Adriana Santamaria-Mendoza*
https://orcid.org/0000-0002-0151-7525
adrianasantamaria@upvt.edu.mx

Liziel Karina Rojas-Ortuño**
https://orcid.org/0000-0002-6187-548X
lrojaso@univalle.edu

Ángel Miguel Alvaréz-Calicho***
https://orcid.org/0009-0006-1420-054X
amiguel.alvarez.c@gmail.com

Fecha de recepción: 17 de febrero de 2025.

Fecha de aceptación: 28 de Agosto de 2025.

*Universidad Politécnica del Valle de Toluca, Almoloya de Juárez, México.
**Universidad del Valle, Cochabamba, Bolivia.
***Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba, Bolivia.
Autora para correspondencia: Elizabeth Adriana Santamaria-Mendoza.

Resumen:

Objetivo: analizar las intenciones emprendedoras de estudiantes de educación superior en el Valle de Toluca, adoptando la Teoría de Acción Planificada (TAP). Metodología: 1) se analizó el marco de referencia sobre las intenciones emprendedoras, 2) se definieron las variables del estudio. 3) se realizó el análisis de datos no paramétricos. Se aplicó la encuesta en forms, con los estudiantes de dos universidades de educación superior ubicados en el Valle de Toluca; se aplicó una metodología cuantitativa y descriptiva. Resultados: el análisis de resultados indicó las siguientes tendencias en la intención emprendedora de los estudiantes: el emprendimiento se propició ante la falta de oportunidades laborales o por interés propio, la limitante que enfrentan es el acceso a los recursos económicos, los estudiantes no se preparan para el fracaso, las habilidades para el emprendimiento consideran que son la facilidad de palabra y de adaptación; ser empáticos y perseverantes; el plan de estudios que están cursando tienen materias relativas a emprendimiento; hay docentes capacitados; la sociedad está en la permanente búsqueda de la calidad de vida. Limitaciones: no se contó con un número total de estudiantes matriculados, así como el tiempo para su aplicación. Conclusiones: los estudiantes mostraron interés en conocer si poseen las capacidades emprendedoras, con la finalidad de contribuir en la mejora de la calidad de vida personal y de su comunidad.

Palabras clave: desarrollo regional, intención emprendedora, estudiantes, educación superior, universidades públicas, Valle de Toluca

Abstract

Objective: Analyze the entrepreneurial intentions of higher education students in the Toluca Valley, adopting the Theory of Planned Action (TAP). Methodology: 1) the framework of entrepreneurial intentions was analyzed, 2) the study variables were defined. 3) non-parametric data analysis was carried out. The survey was applied in forms, with students from two higher education universities located in the Toluca Valley; A quantitative and descriptive methodology was applied. Results: The analysis of results indicated the following trends in the entrepreneurial intention of the students: entrepreneurship was encouraged due to the lack of job opportunities or due to self-interest, the limitation they face is access to economic resources, students do not prepare for failure, the skills for entrepreneurship are considered to be ease of speech and adaptation; be empathetic and persevering; The study plan they are studying has subjects related to entrepreneurship; there are trained teachers; Society is in the permanent search for quality of life. Limitations: There was no total number of enrolled students, as well as the time for application. Conclusions: The students showed interest in knowing if they have entrepreneurial capabilities, with the aim of contributing to the improvement of the quality of personal life and their community.

Keywords: regional development, entrepreneurial intention, students, higher education, public universities, Toluca Valley

## Introducción

Un objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) es la educación de calidad que aporte en garantizar el bienestar humano. Hoy en día, los contextos propician situaciones que representan áreas de oportunidad en regiones. Una problemática que enfrenta la sociedad es la sobredemanda en el mercado laboral, por la escasez de la oferta propicia la necesidad de la educación superior de calidad para ser generadora de fuentes de empleo, una alternativa puede ser el emprendimiento. En México, entre mayo de 2019 y 2023, nacieron 1.7 millones de establecimientos de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y murieron 1.4 millones. Ello representa un crecimiento del 4.52 %. En ese período, por cada 10 mil establecimientos, la tasa mensual de los que nacieron y cerraron fue de 61 % y 71 %, respectivamente. De las principales acciones que implementaron en la pandemia, el uso de redes sociales fue el que más creció. En el territorio mexicano existen 5 millones 541,076 negocios, de los cuales el 98.7 % son Mipymes y las empresas grandes que generan más fuentes de empleo representan el 1.3 % (INEGI, 2024).

La sociedad requiere emprendedores para incentivar las actividades económicas (Robles-Robles y Hurtado-Bringas, 2022), por lo que pueden ser clasificados en grupos o categorías, con respecto a ciertas características comunes que los individuos presentan en sus emprendimientos (entrepreneurship) (Rodríguez-López y Borges-Gómez, 2018). La actividad de emprender posee múltiples definiciones, dependiendo del contexto en que se le emplee; en el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, quien es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro. Académicamente, emprender es un conjunto de características que actúan en una persona de una manera determinada y muestran ciertas competencias para visualizar, definir y lograr objetivos. Las personas emprendedoras se caracterizan por su capacidad para crear e innovar (Sandoval,

Caraveo y Téllez, 2023). Otros le confieren la capacidad para dar un uso adecuado a los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, mediante un valor agregado en el proceso o actividad en la que interviene (Alcaraz, 2012). En la tabla 1 se muestran algunos de emprendimiento.

Tabla 1.
*Conceptos de Emprendimiento*

| Autor (año) | Definición |
|---|---|
| Richard Cantillon (s. XVIII) | Capacidad que tienen los individuos para desarrollar nuevas formas de hacer y pensar para materializar un objetivo, asumiendo los respectivos riesgos |
| Jean Baptiste Say (s. XIX) | Capacidad para reunir y administrar medios de producción y convertirlo en un proyecto productivo sostenible, |
| Schumpeter (1935) | Alta capacidad para crear, renovar y afianzar ideas y soluciones ante situaciones de mercados de características diversas |
| Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024) | Proceso, en donde intervienen diversidad de elementos tales como la innovación, motivación, aspiraciones, competitividad, entre otras, que es llevado a cabo por un individuo o un grupo |
| Arzadun, P. y Picado-Arroyo, R (2023). | En las economías se aprecia en la oportunidad como iniciativa para crear una empresa, mientras que por necesidad es una alternativa ante la falta de empleo. |
| Cárdenas, Álvarez, Zurita y Romo. (2020). | Factor trascendental dentro del desarrollo económico como ya ha sucedido en las grandes economías y potencias mundiales. |
| Ávila, E. (2021). | Mecanismos clave donde el nuevo conocimiento económico que comprende desde la fuente de los recursos hasta la comercialización de productos y/o servicios. |

Fuente: elaboración propia con información de Tunali y Sener (2019); Rodríguez y Borges (2018) y de los autores de la tabla 1.

Las características y competencias de los individuos quienes deciden emprender se pueden adquirir mediante procesos de formación y/o si estos factores son propios de cada persona (Denicolai, Hagen y Pisoni, 2015). El perfil emprendedor cuenta con una serie de rasgos que permiten elementos como la motivación o la capacidad de percepción de oportunidades del entorno, al desarrollar una idea (Rodríguez-López y Borges-Gómez, 2018). La motivación para crear un negocio es una característica esencial de todo emprendedor, la cual, según diversos estudios, se basa en los aspectos de deseo de independencia, obtener mayores recursos económicos, satisfacción

personal, necesidad de logro, entre otros (Suárez y Pedrosa, 2016). Al momento de tomar la decisión sobre iniciar un nuevo negocio (Arroyo, Sánchez y Quiñonez, 2020) los factores relacionados con el logro personal muestran, en algunos casos, mayor influencia que los factores asociados con la generación de recursos económicos (Omerzel y Kušce, 2013).

Los emprendedores poseen características como compromiso total, determinación y perseverancia, capacidad para alcanzar las metas, orientación a las metas y oportunidad, iniciativa y responsabilidad, persistencia en la solución de problemas (Rodríguez-García, 2023), realismo, autoconfianzas, energía, búsqueda de retroalimentación, control interno, toma de riesgos, baja necesidad de estatus y poder, integridad y confiabilidad; por último, tolerancia al cambio (Alcaraz, 2011). En la tabla 2 se muestran los factores que propician el emprendimiento.

Tabla 2.
*Factores y características del emprendimiento*

| Factores | Características |
|---|---|
| Motivacionales | • Necesidad de logro<br>• Necesidad de reconocimiento<br>• Necesidad de desarrollo personal<br>• Percepción del beneficio económico<br>• Baja necesidad de poder y estatus<br>• Necesidad de independencia<br>• Necesidad de afiliación o ayuda a los demás<br>• Necesidad de escape, refugio o subsistencia |
| Personales | • Iniciativa personal<br>• Capacidad de decisión<br>• Aceptación de riesgos moderados<br>• Orientación hacia la oportunidad<br>• Estabilidad emocional/autocontrol<br>• Orientación hacia metas específicas<br>• Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos)<br>• Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre<br>• Es receptivo en sus relaciones sociales<br>• Posee sentido de urgencia/tiempo valioso<br>• Honestidad/integridad y confianza<br>• Perseverancia/constancia<br>• Responsabilidad personal<br>• Es individualista<br>• Es optimista |
| Físicos | • Energía |

| | |
|---|---|
| | • Trabaja con ahínco |
| Intelectuales | • Versatilidad/flexibilidad<br>• Creatividad/imaginación/innovación<br>• Búsqueda de la verdad e información<br>• Planificación y seguimiento sistemático de resultados<br>• Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)<br>• Visión comprensiva de los problemas<br>• Capacidad para solucionar problemas<br>• Planificación con límites de tiempo |
| Generales | • Liderazgo<br>• Orientación al cliente<br>• Capacidad para conseguir recursos<br>• Gerente/administrador de recursos<br>• Patrón de factores de producción<br>• Exige eficiencia y calidad<br>• Dirección y gestión de la empresa<br>• Red de contacto<br>• Comunicación |

Fuente: elaboración propia con datos de Alcaraz (2012).

Los tipos de emprendedores se pueden clasificar en (Cantón-Castillo, García-Lira y Luit-González, 2014): emprendedores que desarrollan un producto o servicio innovador y que tienen la propiedad intelectual del activo; emprendedores que inician una idea de negocios por necesidad; emprendedores por oportunidad y emprendedores de alto impacto que producen innovaciones atractivas en el mercado y obtienen un crecimiento acelerado en sus primeros años. Las personas toman sus decisiones con base en los niveles de motivación que pueden ser de tres tipos: las personas con altos niveles de motivación al logro, vinculadas a actividades empresariales y perteneciendo a un grupo selecto y ostentando una posición diferencial o de poder (Obschonka, Silvereisen y Schmitt-Rodermund 2011).

Una relación entre el desarrollo logrado por estos países y la educación impartida y, si a un individuo se forma desde temprana edad para que desarrolle una alta motivación al logro, probablemente se convierta en un empresario exitoso (Zhang, Duysters y Cloodt, 2014). Si la misión de las instituciones de educación superior es la de formar profesionales integrales con altas

capacidades que les permitan afrontar el mundo laboral, a través del mejoramiento de sus competencias y habilidades entorno al emprendimiento debe ser un elemento expreso en los diseños curriculares, además, implicaría un cambio de paradigma en cuanto a fomentar la cultura emprendedora dentro de la institución (Campuzano-Vásquez, Espinoza-Freire y Cedillo-Chalaco, 2017).

Existe diversidad de enfoques acerca de las competencias y habilidades con las que debe contar un emprendedor, algunas de las más importantes son: la autoconfianza, la orientación al logro, poseer baja propensión al riesgo, las expectativas de control, la tolerancia a la frustración y la orientación, cada una de estas características son necesarias a nivel personal para poder impulsar proyectos productivos (León-González, Vargas-Martínez y Delgado-Cruz, 2023). Entre las competencias vinculadas con los compromisos, se hallan la fijación de objetivos, búsqueda de información y la elaboración de planes con seguimiento y control, en este aspecto cabe destacar que el emprendedor debe tener motivación y disciplina para gestionar su emprendimiento con base en objetivos, metas, planificación y mecanismos de seguimiento y control bien establecidos. Las competencias del liderazgo están asociadas a la creación de redes, la capacidad de persuasión, el trabajo en equipo, solución de problemas, negociación, iniciativa, independencia de criterio y la autoconfianza.

Estos tipos de emprendedores suponen características únicas que pueden ser desarrolladas con el fin de que los proyectos productivos que estos impulsen se conviertan en un motor para el crecimiento económico y social en su comunidad. Los retos de la sociedad globalizada imponen nuevas formas de pensar y actuar acordes con el contexto en el que se desarrollan, avanzando así hacia el crecimiento sostenible que la sociedad actual demanda. El sector educativo, como

protagonista del desarrollo integral de futuros profesionales, tiene la responsabilidad de formular y articular políticas, estrategias, acciones que fomenten espacios para el crecimiento productivo y social (Niebles-Núñez, Hernández-Palma y Cardona-Arbeláez, 2016). La importancia de la educación superior denota que las instituciones, de acuerdo con los planes de estudio y en conjunto con las políticas educativas, donde una de sus líneas de acción es el fomento al emprendimiento, a partir de las habilidades y capacidades adquiridas (Mendoza, 2025).

Cabe destacar el modelo de Timmons que se fundamenta básicamente en los siguiente tres elementos: el mercado, representado por las oportunidades; las personas, representadas por el equipo emprendedor; y los recursos, que consisten en los elementos de planificación y gestión eficiente de estos; bajo el enfoque del modelo, se menciona que las capacidades para emprender pueden ser adquiridas mediante procesos formativos, independientemente de las características del individuo, su formación previa o la etapa de vida actual. Otro modelo que orienta al emprendedor en la consecución del proyecto productivo es el de Shapero, mediante las siguientes etapas (Zhang et al., 2014):

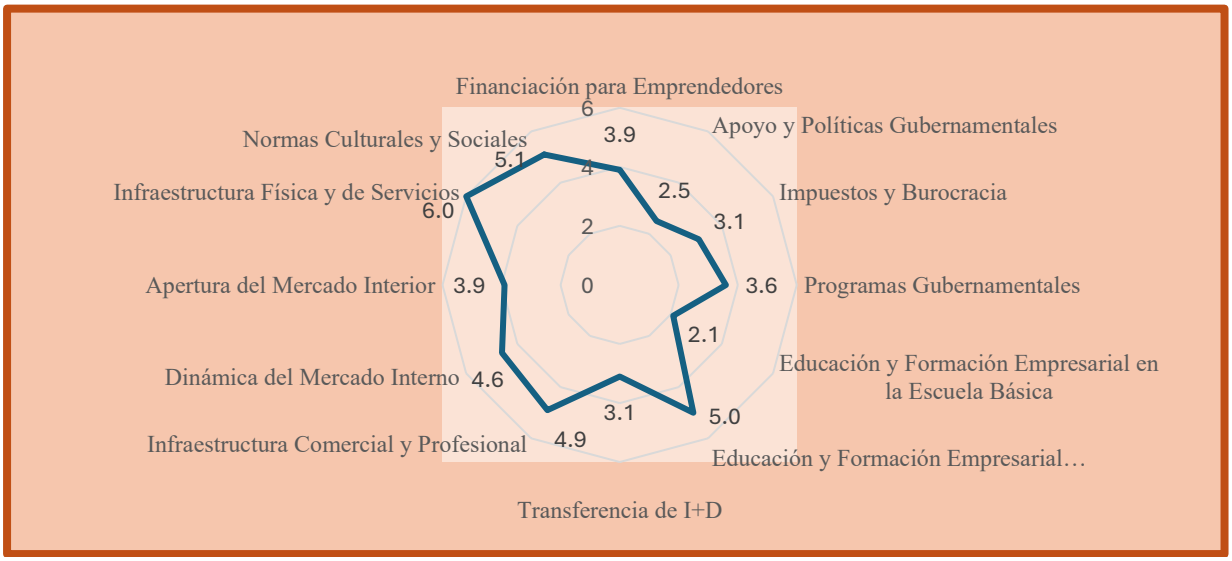
1. Motivacional (gusto), los estímulos que el emprendedor recibe de su entorno y que lo impulsan para enfrentar el proceso emprendedor; este entorno se compone de los sistemas educativos, la sociedad y la cultura.
2. Situacional (oportunidad), donde el emprendedor, a partir de un análisis de su entorno, identifica una necesidad para ser cubierta.
3. Psicológica (decisión), se evalúa la prefactibilidad de la idea de negocios y se decide si continua o no con el proceso

4. Analítica (plan de negocios), desarrolla los elementos necesarios para iniciar la empresa, a través de un análisis en los aspectos como el mercado, finanzas, marketing, marco legal, entre otros.
5. Económica (recursos), genera el esfuerzo por obtener los recursos económicos para desarrollar el proyecto conforme a la planificación establecida.

Para el Valle de Toluca, se retoma el Plan Estatal de Desarrollo del Estado de México (2023-2028) en relación con el emprendimiento estudiantil, se destaca el fomento en las universidades, en la generación de empleo digno y bien remunerado apoyando el crecimiento económico estatal; se relaciona con el tercer objetivo prioritario, del Programa Nacional de Educación Superior (Pronaes), al fomentar la formación de excelencia de las y los estudiantes mediante la innovación, la mejora continua integral de la educación superior, y el impulso de las ciencias, las humanidades y el desarrollo tecnológico, entre otros aspectos como lo indica la Subsecretaría de Educación Superior (SES, 2018). Se examinaron dos universidades públicas que están en el Valle de Toluca conformado por los municipios de: Toluca, Almoloya de Juárez, Zinacantepec, Villa Victoria, San Mateo Atenco, Metepec, entre otros municipios que comparten cercanía geográfica con Toluca, Estado de México.

La finalidad de las universidades públicas es ofertar servicios en educación superior para el desarrollo de conocimientos técnicos (Minga-López, Carrillo-Cueva y Flores-Ruíz, 2024). A partir de la investigación y de las habilidades desarrolladas que participen en la generación de empleos mediante emprendimientos que generen solución de problemas, donde los estudiantes observen las necesidades de las zonas donde habitan y procuren generar satisfactores que aporten un bienestar común (Pacheco-Ruiz, Rojas-Martínez, Niebles-Núñez y Hernández-Palma, 2022).

En Global Entrepreneurship Institute se encarga de difundir la creación de la riqueza fomentando el espíritu empresarial y compartiendo conocimientos con quieres educan y apoyan a los empresarios, se visualizan indicadores en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que muestran las posiciones de los países que participan en el emprendimiento y la información proporcionada, puede servir para realizar un diagnóstico externo, y generar estrategias internas que puedan aplicarse y tener un efecto en el largo plazo. En GEM, en el ámbito de educación empresarial México está por debajo de promedio, lo cual denota la necesidad por impulsar la cultura emprendedora (gráfica 1).




*Gráfica 1*. Marco de las Condiciones del Emprendedor. Fuente: GEM (2024).

Observando la gráfica 1, se destaca que la educación y formación empresarial en la escuela tiene una calificación baja con 2.1, lo que denota la necesidad de impulsar y fomentar la cultura emprendedora. Donde se observa mejor la calificación es la educación emprendedora (5.0)

posterior a la escuela, puesto que se deduce que el nuevo empresario debe capacitarse para seguir desarrollando su propuesta de negocio.

## Metodología

Los cambios socioeconómicos derivados por el Covid-19 han mostrado lo vulnerable de la economía, generando crisis de empleos, principalmente. Una estrategia para aminorar los efectos es destacar las habilidades y competencias de los alumnos, quienes se están formando en el área donde encuentran sus habilidades "definidas", al impulsar su creatividad mediante el emprendimiento, sin embargo, ante la falta de preparación y conocimientos pueden incidir negativamente en el desarrollo de las empresas pequeñas y medianas, pues estas al ser creadas intuitivamente, sin una base técnica se vuelven más vulnerables a las situaciones adversas (Hidalgo, 2014).

En algunos estudiantes surge el interés para la solución de problemas mediante un producto o servicio a partir de su creatividad, aunado a las competencias que van adquiriendo de su plan de estudios, para crear y/o generar empleos, con un sentimiento positivo de aportar mejoras a su comunidad. En este contexto es necesario plantear las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo se puede conocer la intención emprendedora?, ¿Cuál es la intención emprendedora estudiantil en educación superior en el Valle de Toluca, México?, ¿Cuáles son los componentes que permiten desarrollar una mentalidad emprendedora en los estudiantes universitarios? y ¿El fomento al desarrollo empresarial por parte de las universidades a sus estudiantes realmente potencia la generación de emprendimientos?

El nivel educativo es una de las variables que influyen en la intención de emprender, suponiendo que a mayor nivel educativo mayor tasa de actividad emprendedora (TAP) que supone

que la intención de llevar a cabo una conducta depende de la influencia de tres componentes: actitud personal para el emprendimiento, normas subjetivas y control del comportamiento percibido, que de acuerdo con Saucedo-Estrada (2018) este último componente es de mayor peso como un predictor directo de la conducta, dada la motivación proporcionada en el espacio universitario.

*Objetivo general.*

Analizar las intenciones emprendedoras en los estudiantes de educación superior en el Valle de Toluca, México, adoptando la Teoría de Acción Planificada (TAP).

*Objetivos específicos.*

1. Determinar si la actitud personal influye en la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.
2. Comprobar si las normas subjetivas influyen en la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.
3. Determinar si el control de comportamiento percibido influye en la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.

*Hipótesis.*

Hipótesis general: existen componentes (la actitud personal para el emprendimiento, las normas subjetivas y el control de comportamiento) que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México. Aquí la relación jerárquica/lógica, la hipótesis general es de carácter global: afirma que "hay componentes que influyen", es decir, la hipótesis general se comprueba a través de la validación conjunta de las hipótesis específicas.

*Hipótesis específicas:*

1. HE 1: la actitud personal sí guarda relación con la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.
2. HE 2: las normas subjetivas sí poseen relación en la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.
3. HE 3: el control del comportamiento percibido sí tiene relación con la intención emprendedora de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México.

Las hipótesis específicas desglosan cuáles son esos factores (actitud personal, normas subjetivas y control percibido), es decir, la relación de dependencia estadística, planteando una relación predictiva o explicativa entre una variable independiente y la variable dependiente (intención emprendedora). Además, si la actitud personal propicia la intención emprendedora, se aprecia en la evaluación, si existe una asociación significativa (positiva o negativa) entre esas variables. En la relación complementaria, las hipótesis no son excluyentes entre sí, sino complementarias: cada una explica una parte del fenómeno; en conjunto, muestran el grado de explicación del modelo de la Teoría de la Acción Planificada (TAP). Se realizó el marco conceptual y de referencia para la aplicación de la metodología. Se revisaron artículos indexados, sobre la problemática planteada, destacando el fundamento teórico del emprendimiento, de ahí se realizó un instrumento de investigación para su aplicación en los estudiantes de educación superior, con la metodología TAP aplicando una muestra por conveniencia para conocer si se fomenta el emprendimiento en los estudiantes de educación superior, ante la problemática económica que es el desempleo. Se realizó el estudio en dos universidades públicas del Valle de Toluca, donde se

conoció la intención de emprender por parte de los estudiantes. Se aplicó una metodología documental, descriptiva, cuantitativa y no paramétrica con un muestreo por conveniencia, conformada por 248 estudiantes universitarios aplicando un instrumento de investigación a los estudiantes de educación superior de una universidad pública, se utilizó Microsoft Forms, para facilitar la recolección de datos. La estructura del presente trabajo es: referentes teóricos, donde se muestran las generalidades de las características de emprendimiento; método, indica la definición del sujeto de estudio; resultados y discusión, se muestran los datos de los resultados de la investigación; al final, las conclusiones (tabla 3).

Tabla 3.
*Factores de la intención emprendedora*

| | Variable | Definición |
|---|---|---|
| Intención emprendedora | IE1 | He pensado seriamente en iniciar una empresa. |
| | IE2 | Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa en el futuro. |
| | IE3 | Busco ser mi propio jefe, manejar mi tiempo y alcanzar la independencia |
| Actitud personal | AP1 | Siempre hago lo posible por identificar y superar un reto personal. |
| | AP2 | Siempre busco la posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado. |
| | AP3 | Trabajo para lograr mi autorrealización y satisfacción personal. |
| | AP4 | Tengo dificultad para conseguir empleo. |
| | AP5 | En su plan de vida no se visualiza como empleado. |
| | AP6 | Aspiro a la alta posición social que ocupan quienes son empresarios. |
| Normas subjetivas | CU1 | He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio obligatorio de mis estudios. |
| | CU2 | He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de mis estudios. |
| | CU3 | Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento por mi cuenta. |
| | CU4 | No he asistido a un curso de emprendimiento hasta ahora. |
| | CU5 | El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios. |
| | CU6 | En mi universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras. |
| | CU7 | Las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan mi intención de crear una empresa. |
| | CU8 | La universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario. |
| | CF1 | Mis padres me motivan a ser emprendedor. |
| | CF2 | Mis familiares cercanos me motivan a ser emprendedor. |
| | CF3 | Alguno de los miembros de mi familia tiene un negocio o empresa propia. |
| | CSC1 | La posición social determina ser emprendedor. |
| | CSC2 | A tus amigos les interesa emprender. |
| | CSC3 | Alguno de tus amigos es emprendedor. |
| | CSC4 | Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado de una ajena. |

| | | |
|---|---|---|
| Control del comportamiento percibido | CSC5 | En esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas. |
| | CSC6 | Tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto. |
| | CSC7 | Algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza. |
| | CSC8 | Baja confianza en mis capacidades emprendedoras. |
| | CSC9 | No tengo claro qué empresa quisiera crear. |
| | OCE1 | Escaso capital para iniciar la empresa. |
| | OCE2 | Muchos impuestos y trámites para crear una empresa. |
| | OCE3 | Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa. |
| | OCE4 | Mi carrera universitaria no es para crear empresa. |
| | OCE5 | Falta de socios para iniciar una empresa. |
| | OCE6 | No sé producir ni fabricar nada en particular. |

Fuente: elaboración propia.

En la figura 1, se muestra que la integración de las normas subjetivas, actitud personal y el control del comportamiento percibido, propicia la intención emprendedora.

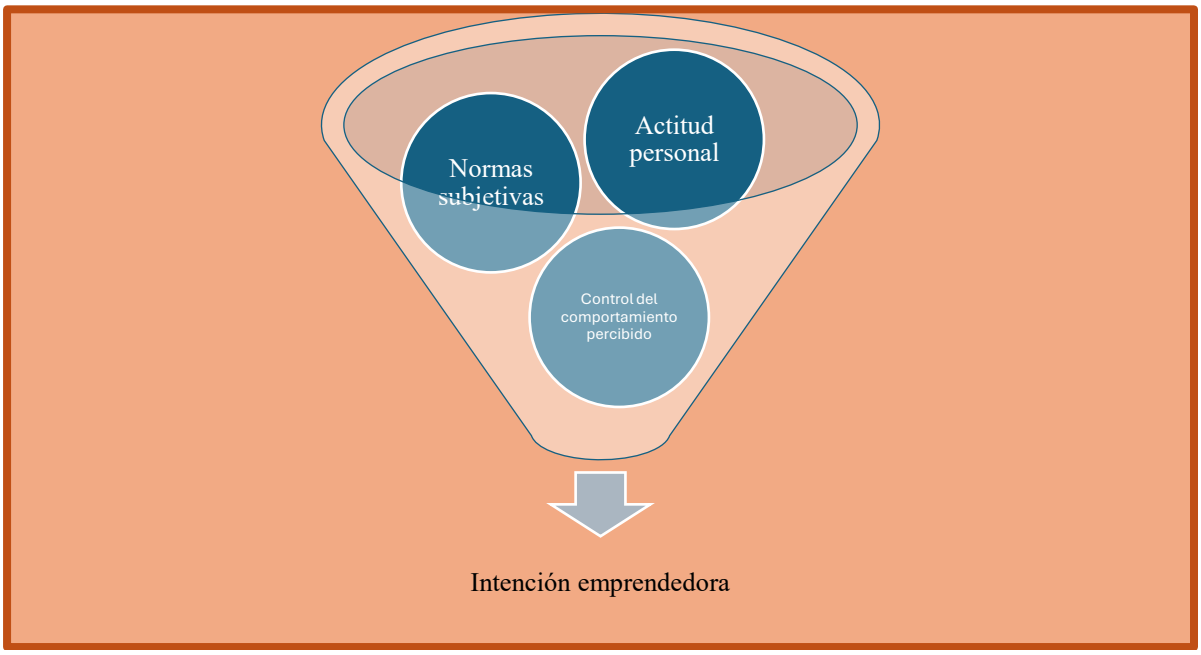


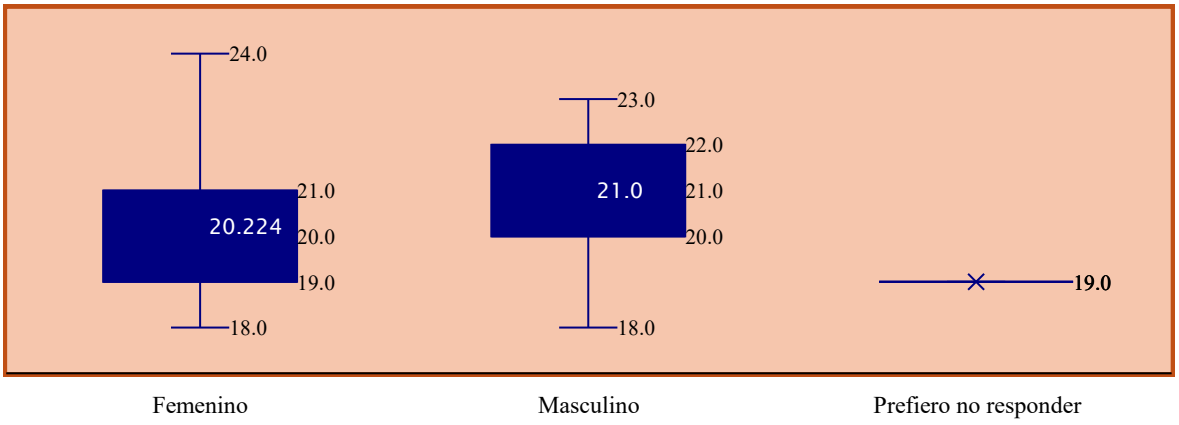

*Figura 1*. Modelo de Intención Emprendedora. Fuente: elaboración propia.

## Resultados

El análisis de resultados se presenta en dos partes: en la primera, se detallan las características descriptivas e inferenciales de las variables sociodemográficas y las escalas del modelo de

investigación, obtenidas a través de la encuesta. En la segunda parte, se explican los resultados del modelo de intención emprendedora, utilizando una escala Likert de 5 puntos.

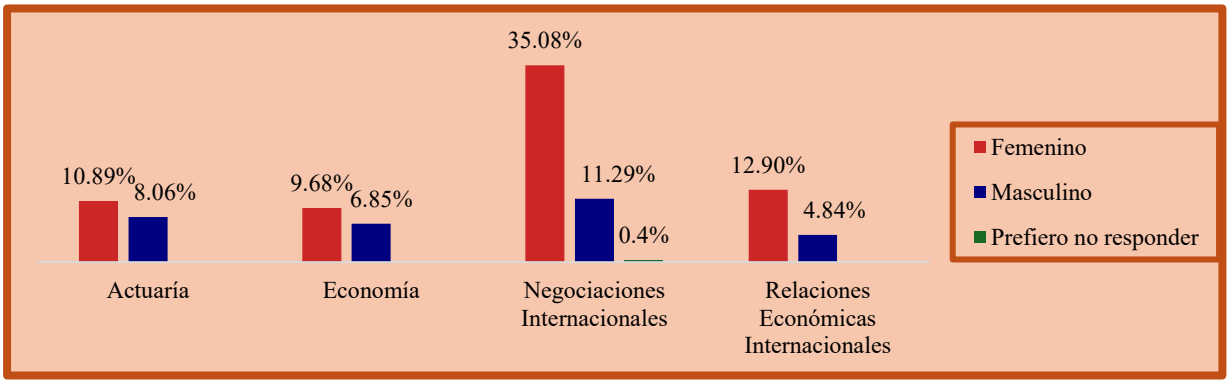
En cuanto a las variables sociodemográficas, participaron en el estudio 248 estudiantes universitarios. El análisis de la edad de los participantes muestra que la mediana de los géneros más representativos, masculino y femenino, es similar, oscilando entre los 20 y 21 años. La mayoría de los estudiantes comienza su etapa universitaria a los 18 años, mientras que las edades máximas se sitúan en 24 años para los hombres y 23 años para las mujeres. Cabe destacar que hubo un caso en el que el encuestado prefirió no identificarse con ninguno de los dos géneros (ver gráfica 2).




Gráfica 2. Diagrama de Cajas de las Edades de los Participantes. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27) (Ringle, Wende y Becker, 2024).

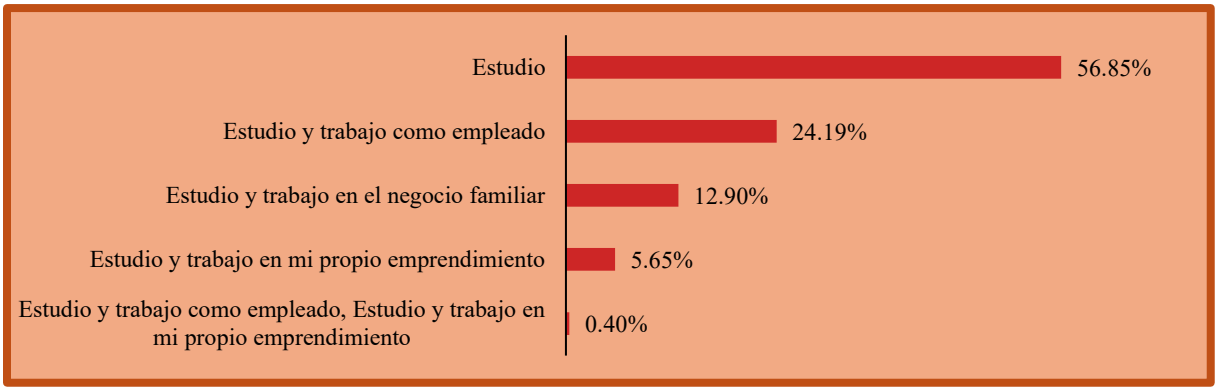
Respecto a la distribución por género, el 68.55 % de los participantes se identificaron como mujeres, mientras que el 31.05 % se identificaron como hombres. Además, el 0.40 % de los encuestados no se identificó con ninguno de estos dos géneros. Este dato revela una ligera predominancia de mujeres dentro de la muestra por conveniencia estudiada. En relación con las áreas de estudio, el 18.95 % de los estudiantes pertenece al área de Actuaría, el 16.53 % al área de

Economía, el 46.77 % al área de Negocios Internacionales y el 17.74 % al área de Relaciones Económicas Internacionales. Esta distribución indica una fuerte presencia de estudiantes del área de Negocios Internacionales, que constituye casi la mitad de la muestra total (gráfica 3).



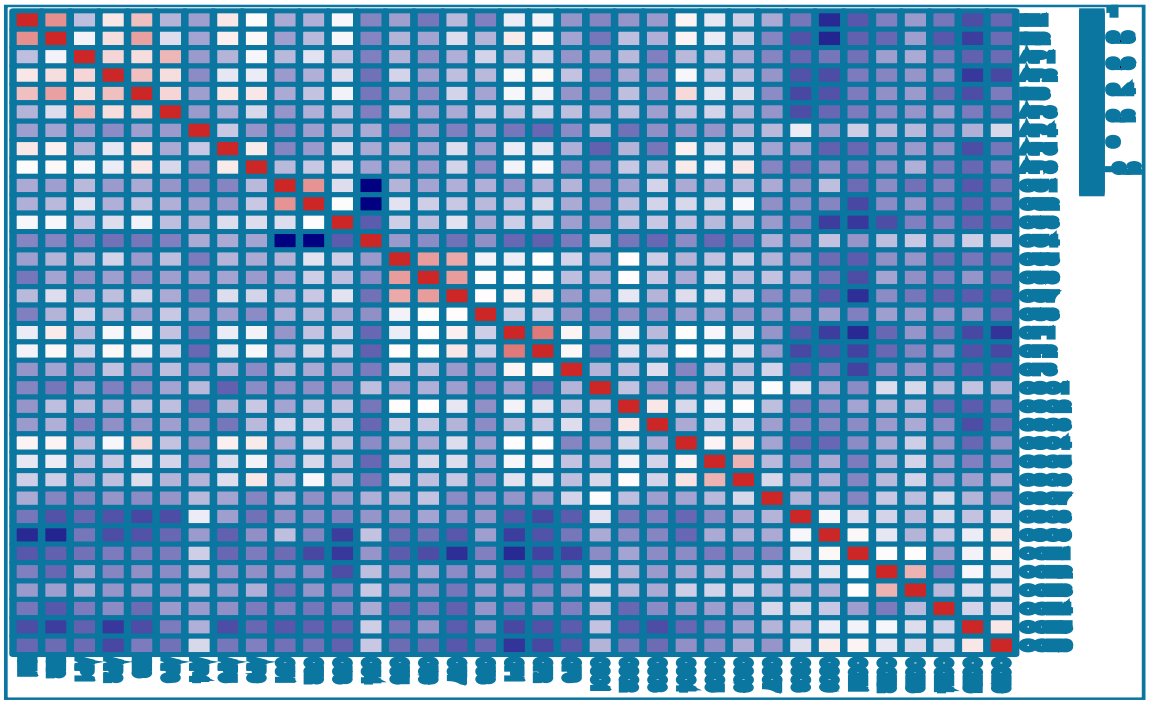

Gráfica 3. Muestra Participativa de Estudiantes por Facultad y Sexo. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27) (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En cuanto a la dedicación de los estudiantes, los datos reflejan que el 56.85 % se dedica exclusivamente al estudio, mientras que el 24.19 % estudia y trabaja como empleados. Además, el 12.19 % de los estudiantes combina sus estudios con el trabajo en un negocio familiar y el 5.65 % trabaja en su propio emprendimiento mientras estudia. Finalmente, un pequeño porcentaje (0.40%) de los encuestados estudia, trabaja como empleado y también cuenta con su propio emprendimiento (ver gráfica 4).



Gráfica 4. Dedicación de los estudiantes. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Las correlaciones entre las distintas variables destacan relaciones interesantes. Por ejemplo, existe una correlación moderada (0.66) entre "He pensado seriamente en iniciar una empresa" (IE1) y "Hacer todo lo posible por iniciar y dirigir una empresa" (IE2), lo que sugiere que las personas que han considerado emprender también están dispuestas a tomar medidas para hacerlo. Además, se observa una correlación positiva entre "Trabajo para lograr mi autorrealización" (AP3) y "Busco ser mi propio jefe" (IE3), lo que sugiere que las personas que valoran la autorrealización tienden a tener un deseo más fuerte de ser emprendedoras, estas y más correlaciones se las puede apreciar en la siguiente gráfica 5.



*Gráfica 5*. Matrix de Correlaciones. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

El conjunto de datos que se presenta refleja un análisis de variables relacionadas con la intención emprendedora, actitud personal, normas subjetivas y control del comportamiento percibido. Cada variable está medida en una escala del 1 a 5, y se describen varias características estadísticas como la media, mediana, valores mínimos y máximos observados, desviación estándar, curtosis excesiva y asimetría (tabla 4).

Tabla 4.
*Descripción de Indicadores de Intención Emprendedora*

| Intención Emprendedora | Media | Mediana | Mínimo de la escala | Mín. observado | Máx. observado | Desviación estándar | Curtosis excesiva | Asimetría |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IE1 | 3.85 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.87 | -0.71 | -0.26 |
| IE2 | 4.06 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.88 | -0.45 | -0.61 |
| IE3 | 4.19 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.83 | -0.34 | -0.71 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En cuanto a la intención emprendedora, los indicadores como "He pensado seriamente en iniciar una empresa" (IE1) presentan una media de 3.85, con una asimetría ligeramente negativa (-0.26), lo que sugiere una distribución algo sesgada hacia los valores altos de la escala. Similarmente, "Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa en el futuro" (IE2) tiene una media mayor de 4.06, lo que indica una mayor predisposición hacia el emprendimiento en el futuro. La desviación estándar en ambas variables es cercana a 0.87, reflejando una dispersión moderada en las respuestas (tabla 5).

Tabla 5.
*Descripción de Indicadores de Actitud Personal*

| Actitud Personal | Media | Mediana | Mínimo de la escala | Mín. observado | Máx. observado | Desviación estándar | Curtosis excesiva | Asimetría |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| AP1 | 4.27 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.73 | 0.36 | -0.78 |
| AP2 | 4.16 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.84 | -0.39 | -0.67 |
| AP3 | 4.39 | 5.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.77 | 1.06 | -1.21 |
| AP4 | 2.86 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.75 | 0.39 | 0.70 |
| AP5 | 3.38 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.98 | -0.91 | 0.33 |
| AP6 | 4.18 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.83 | -0.58 | -0.61 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Por otro lado, en la tabla 5, se aprecia que los indicadores relacionados con la actitud personal muestran que, por ejemplo, "Siempre hago lo posible por identificar y superar un reto personal" (AP1) tiene una media de 4.27, lo que refleja una fuerte inclinación hacia el esfuerzo personal. Este patrón se repite con la variable "Trabajo para lograr mi autorrealización y satisfacción personal" (AP3), que tiene una media de 4.39 y una asimetría más pronunciada (-1.21), lo que sugiere que la mayoría de los encuestados se inclina hacia la autorrealización como un objetivo importante. Sin embargo, "Tengo dificultad para conseguir empleo" (AP4) tiene una media mucho más baja de 2.86, indicando que, en promedio, los participantes no sienten grandes dificultades en este aspecto.

Tabla 6.
*Descripción de Indicadores de Normas Subjetivas*

| Normas Subjetivas | Media | Mediana | Mínimo de la escala | Mín. observado | Máx. observado | Desviación estándar | Curtosis excesiva | Asimetría |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CU1 | 3.19 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 1.02 | -1.14 | 0.25 |
| CU2 | 3.11 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 1.00 | -1.01 | 0.38 |
| CU3 | 2.77 | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.94 | -0.16 | 0.97 |
| CU4 | 3.03 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 1.06 | -1.02 | 0.56 |
| CU5 | 3.59 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.91 | -0.80 | -0.07 |
| CU6 | 3.64 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.94 | -0.79 | -0.28 |
| CU7 | 3.55 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.91 | -0.79 | -0.06 |
| CU8 | 3.67 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.90 | -0.70 | -0.20 |
| CF1 | 3.98 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.92 | -0.66 | -0.52 |
| CF2 | 3.73 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.94 | -0.84 | -0.24 |
| CF3 | 3.85 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 1.07 | -0.87 | -0.60 |
| CSC1 | 3.04 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.97 | -0.85 | 0.49 |
| CSC2 | 3.80 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.82 | -0.48 | -0.23 |
| CSC3 | 3.66 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.98 | -0.88 | -0.33 |
| CSC4 | 4.02 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.91 | -1.12 | -0.33 |
| CSC5 | 3.87 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.83 | -0.84 | -0.13 |
| CSC6 | 3.74 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.92 | -0.88 | -0.15 |
| CSC7 | 3.13 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 1.01 | -0.92 | 0.46 |
| CSC8 | 2.92 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.91 | -0.65 | 0.59 |
| CSC9 | 3.30 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.92 | -0.86 | 0.14 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En el análisis de las normas subjetivas, se observa que el indicador "He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio obligatorio de mis estudios" (CU1) tiene una media de 3.19, lo que indica que una parte significativa de los encuestados ha recibido algún tipo de formación en emprendimiento. Sin embargo, "Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento por mi cuenta" (CU3) presenta una media menor de 2.77, lo que sugiere que menos personas toman la iniciativa de estudiar emprendimiento de manera independiente (tabla 7).

Tabla 7.
*Descripción de Indicadores de Percepciones Sobre el Control del Comportamiento Percibido*

| Control del Comportamiento Percibido | Media | Mediana | Mínimo de la escala | Mín. observado | Máx. observado | Desviación estándar | Curtosis excesiva | Asimetría |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| OCE1 | 3.75 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.88 | -0.68 | -0.22 |
| OCE2 | 3.83 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.85 | -0.73 | -0.18 |
| OCE3 | 3.68 | 4.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.88 | -0.75 | -0.10 |
| OCE4 | 2.35 | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.70 | 4.02 | 2.11 |
| OCE5 | 3.22 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.84 | -0.65 | 0.17 |
| OCE6 | 2.95 | 3.00 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | 0.87 | -0.58 | 0.53 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En cuanto a las percepciones sobre el control del comportamiento percibido (tabla 7), el indicador "Escaso capital para iniciar la empresa" (OCE1) tiene una media de 3.75, lo que sugiere que los encuestados perciben la falta de capital como una barrera significativa para emprender. Asimismo, "Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa" (OCE3) muestra una media de 3.68, lo que refuerza la percepción de que el entorno institucional no facilita el emprendimiento. Estos datos muestran que una gran parte de los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento, aunque hay correlaciones negativas, como en la parte de capital y el apoyo institucional del país. También nos indica que la actitud personal y la intención emprendedora están muy relacionadas, por la motivación que tenga en este caso el estudiante.

En un primer modelo (figura 2), se observan los siguientes coeficientes en el análisis, considerando cuatro variables latentes: Actitud Personal, Normas Subjetivas y Control del Comportamiento Percibido, las cuales generan la variable Intención Emprendedora. Como se puede observar en la figura 2, las variables latentes están relacionadas con las variables observables (extraídas de la encuesta). Las flechas en el diagrama representan las relaciones entre estas

variables, donde los valores de confiabilidad inferiores a 0.7 son considerados poco confiables. Las relaciones con valores pequeños deben eliminarse del modelo. Dado este caso, se observa que algunas variables no cumplen con este criterio y serán depuradas a lo largo del proceso de ajuste del modelo.

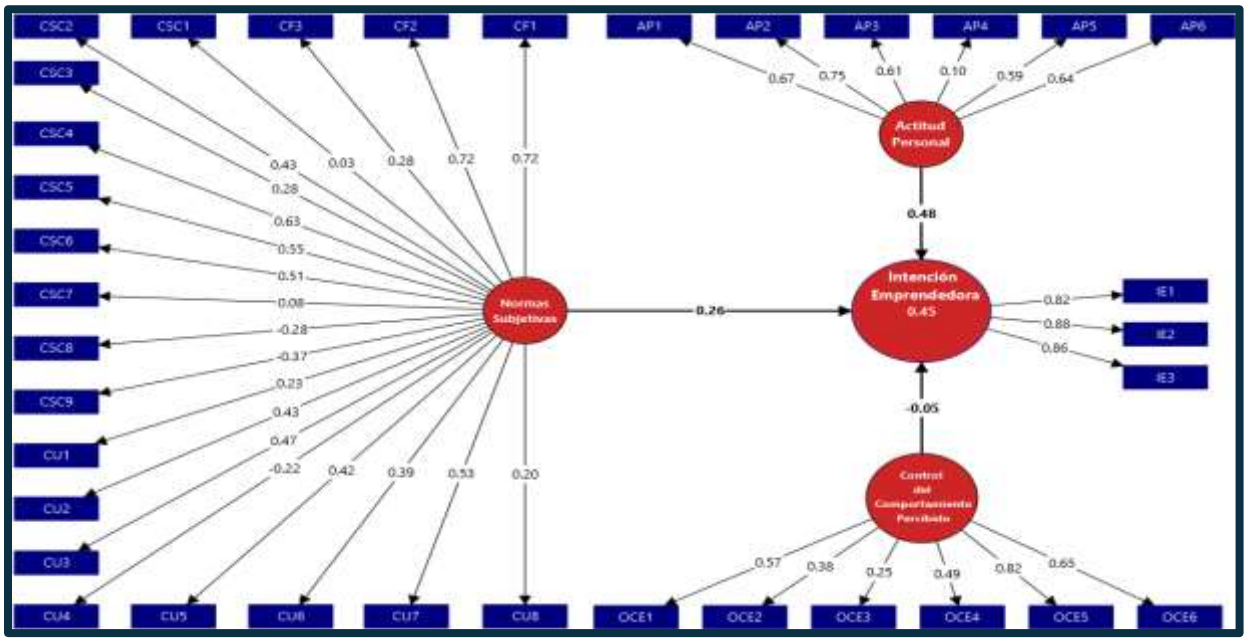



Figura 2. Modelo de Intención Emprendedora. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

El modelo final presentado en la figura 3 analiza las relaciones entre tres variables independientes como lo son: Actitud Personal (AP), Control del Comportamiento Percibido (denominada OCE por Obstáculos para Crear Empresas), y Normas Subjetivas (denominada NS, pero siendo parte de esta variable: el Contexto Universitario [CU], el Contexto Familiar [CF] y el Contexto Social y Cultural [CSC]) y la variable dependiente que es la Intención Emprendedora (denominada IE). En cuanto a los coeficientes path, se observa que la Actitud Personal tiene una influencia positiva y significativa sobre la Intención Emprendedora, con un coeficiente de 0.38. Lo

que indica que a medida que la actitud personal hacia el emprendimiento mejora, la intención de emprender también aumenta. Las Normas Subjetivas tienen un coeficiente de 0.35, lo que sugiere que las percepciones sociales sobre el emprendimiento también incrementan la intención de emprender (algo relevante que también se observa es que el CU no parece tener ningún efecto dentro de las NS). Sin embargo, el Control del Comportamiento Percibido muestra un coeficiente negativo de -0.05, lo que sugiere que una mayor percepción de control sobre el comportamiento no influye de manera significativa o incluso puede reducir ligeramente la intención emprendedora (figura 3).

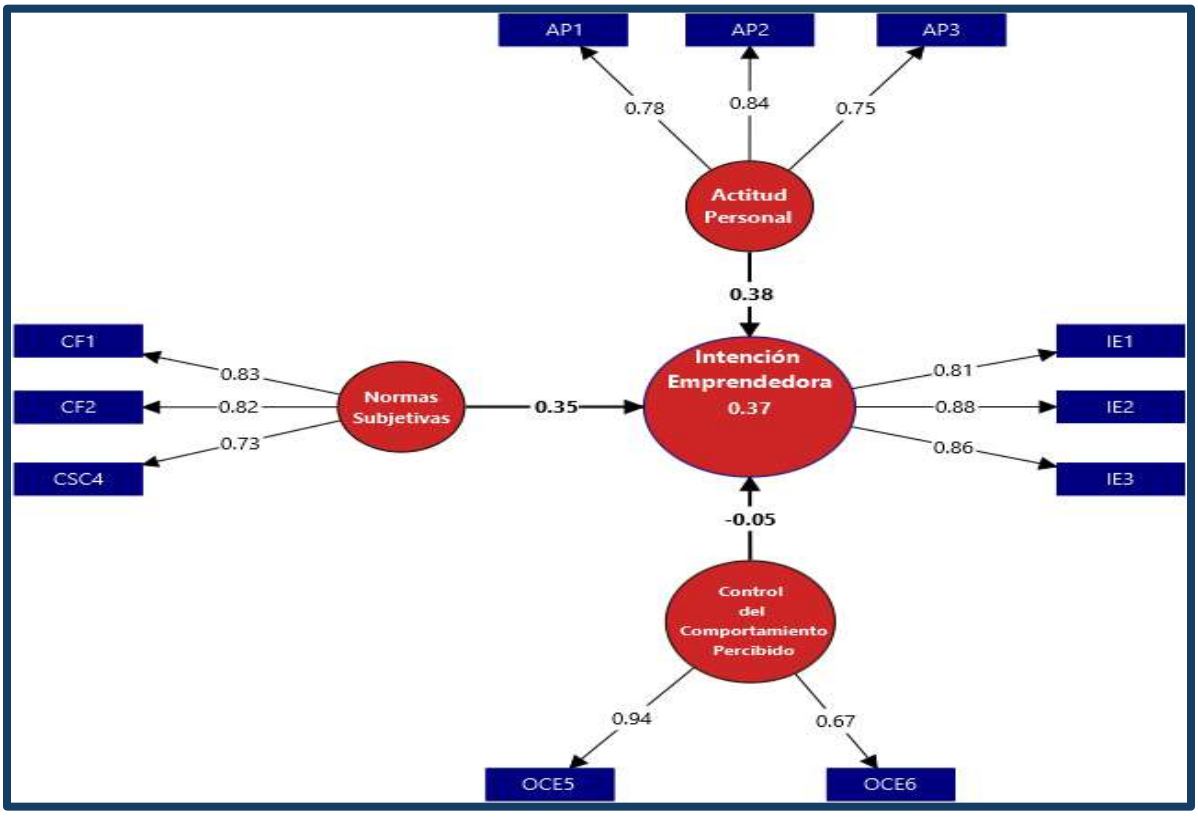



Figura 3. Modelo de Intención Emprendedora. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En cuanto a las cargas externas, los indicadores de cada constructo tienen cargas adecuadas, todas por encima de 0.70. Esto indica una buena relación entre los ítems y sus variables latentes. El R cuadrado de la Intención Emprendedora es del 37 %, lo que indica que el 37 % de la variabilidad en la intención emprendedora está explicada por los tres constructos del modelo (Actitud Personal, Control del Comportamiento Percibido y Normas Subjetivas).

Tabla 8.
*Fiabilidad y Validez del Constructo*

| | Alfa de Cronbach | Fiabilidad compuesta (rho_a) | Fiabilidad compuesta (rho_c) | Varianza extraída media (AVE) |
|---|---|---|---|---|
| Actitud Personal | 0,72 | 0,76 | 0,84 | 0,63 |
| Control del Comportamiento Percibido | 0,55 | 0,78 | 0,79 | 0,66 |
| Intención Emprendedora | 0,81 | 0,84 | 0,89 | 0,72 |
| Normas Sujetivas | 0,71 | 0,71 | 0,84 | 0,63 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Los índices de fiabilidad y validez de los constructos mostrados en la tabla revelan que, en general, los constructos cumplen con los criterios de fiabilidad y validez establecidos. Todos presentan valores de Alfa de Cronbach superiores a 0.70, excepto el constructo de Control del Comportamiento Percibido, que tiene un valor de 0.55. No obstante, este posible inconveniente es compensado por los valores de fiabilidad compuesta (rho_a y rho_c), que en todos los casos superan el umbral de 0.70, lo que indica que se han tomado en cuenta las ponderaciones de los ítems, asegurando así la consistencia del modelo.

En cuanto a la validez convergente, todos los constructos muestran una varianza extraída media (AVE) superior a 0.50, lo que sugiere que la mayor parte de la varianza de los ítems está explicada por el constructo en lugar de ser atribuible al error de medición. Esto respalda que los

ítems asociados con cada constructo miden de manera efectiva el mismo concepto y no están influenciados significativamente por factores externos o errores (ver figura 4).

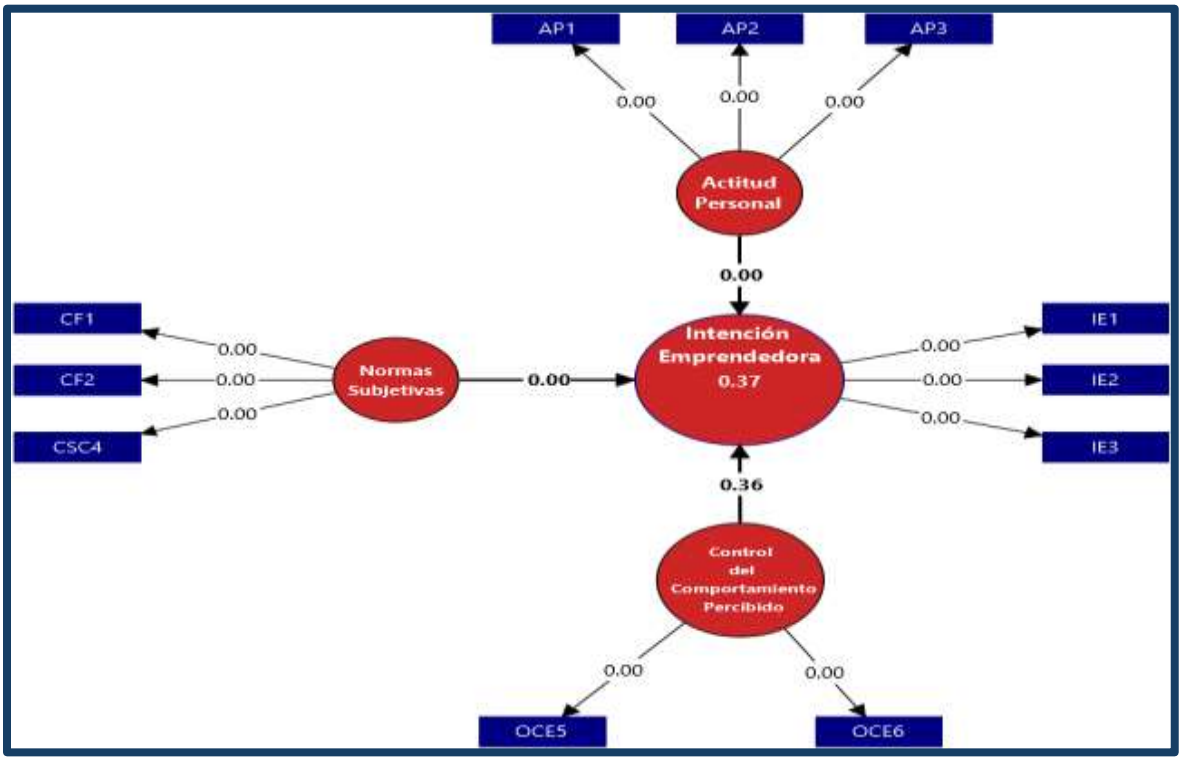



Figura 4. Indicadores de Significancia del Modelo. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Para validar los resultados obtenidos en nuestro modelo, realizamos un análisis de los coeficientes de ruta (path coefficients) utilizando un proceso de bootstrapping con 10,000 submuestras.

Tabla 9.
*Coeficientes Path e Intervalos de Confianza*

| | Muestra original (O) | Media de la muestra (M) | Desviación estándar (STDEV) | Estadísticos t (\|O/STDEV\|) | Valores p | Intervalo de Confianza | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 2.5% | 97.5 % |
| Actitud Personal -> Intención Emprendedora | 0,38 | 0,38 | 0,06 | 6,14 | 0,00 | 0,26 | 0,50 |
| Control del _Comportamiento Percibido -> Intención Emprendedora | -0,05 | -0,06 | 0,06 | 0,91 | 0,36 | -0,17 | 0,05 |
| Normas Subjetivas -> Intención Emprendedora | 0,35 | 0,35 | 0,06 | 5,33 | 0,00 | 0,22 | 0,48 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

En la tabla 9 se puede apreciar que la Actitud Personal y las Normas Subjetivas tienen un impacto positivo y significativo en la Intención Emprendedora (valores $p < 0.05$), que sugiere que a medida que los individuos tienen actitudes más favorables hacia el emprendimiento o existe normas subjetivas positivas (dado las variables factores familiares positivos hacia el emprendimiento y un contexto social y cultural que admire a los emprendedores), es más probable que desarrollen una intención emprendedora. El Control del Comportamiento Percibido no es significativo ($p > 0.05$), lo que indica que la percepción de control sobre la acción de emprender no influye directamente en la intención emprendedora en los estudiantes.

Tabla 10.
*Cargas Externas*

| | Muestra original (O) | Media de la muestra (M) | Desviación estándar (STDEV) | Estadísticos t (\|O/STDEV\|) | Valores p |
|---|---|---|---|---|---|
| AP1 <- Actitud Personal | 0,78 | 0,78 | 0,04 | 17,65 | 0,00 |
| AP2 <- Actitud Personal | 0,84 | 0,85 | 0,03 | 31,41 | 0,00 |
| AP3 <- Actitud Personal | 0,75 | 0,75 | 0,06 | 13,04 | 0,00 |
| CF1 <- Normas Subjetivas | 0,83 | 0,83 | 0,04 | 22,72 | 0,00 |
| CF2 <- Normas Subjetivas | 0,82 | 0,82 | 0,04 | 21,11 | 0,00 |
| CSC4 <- Normas Subjetivas | 0,73 | 0,73 | 0,05 | 16,06 | 0,00 |
| IE1 <- Intención Emprendedora | 0,81 | 0,81 | 0,03 | 26,14 | 0,00 |
| IE2 <- Intención Emprendedora | 0,88 | 0,88 | 0,02 | 44,55 | 0,00 |
| IE3 <- Intención Emprendedora | 0,86 | 0,86 | 0,02 | 47,51 | 0,00 |
| OCE5 <- Control del Comportamiento Percibido | 0,94 | 0,92 | 0,10 | 9,02 | 0,00 |
| OCE6 <- Control del Comportamiento Percibido | 0,67 | 0,62 | 0,22 | 3,01 | 0,00 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Dentro de las cargas externas (tabla 10), se visualiza que son superiores a 0.70, lo que indica una buena correlación entre los ítems y las variables latentes. Esto sugiere que los ítems seleccionados son adecuados para medir las construcciones de Actitud Personal y Normas Subjetivas.

Tabla 11.
*Efectos Totales*

| | Muestra original (O) | Media de la muestra (M) | Desviación estándar (STDEV) | Estadísticos t (\|O/STDEV\|) | Valores p |
|---|---|---|---|---|---|
| Actitud Personal -> Intención Emprendedora | 0,38 | 0,38 | 0,06 | 6,14 | 0,00 |
| Control del Comportamiento Percibido -> Intención Emprendedora | -0,05 | -0,06 | 0,06 | 0,91 | 0,36 |
| Normas Subjetivas -> Intención Emprendedora | 0,35 | 0,35 | 0,06 | 5,33 | 0,00 |

Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

Los efectos totales muestran resultados consistentes con los coeficientes de ruta. La Actitud Personal y las Normas Subjetivas siguen siendo los factores determinantes más fuertes de la

Intención Emprendedora. Estos análisis finales si bien ya no toman en cuenta a Control del Comportamiento Percibido, dado que no es significativo y si se volviera a correr el modelo no cambiara en nada los coeficientes principales dado que no tiene un peso significativo en la intención emprendedora de los estudiantes, como se puede observar en la siguiente figura 5.

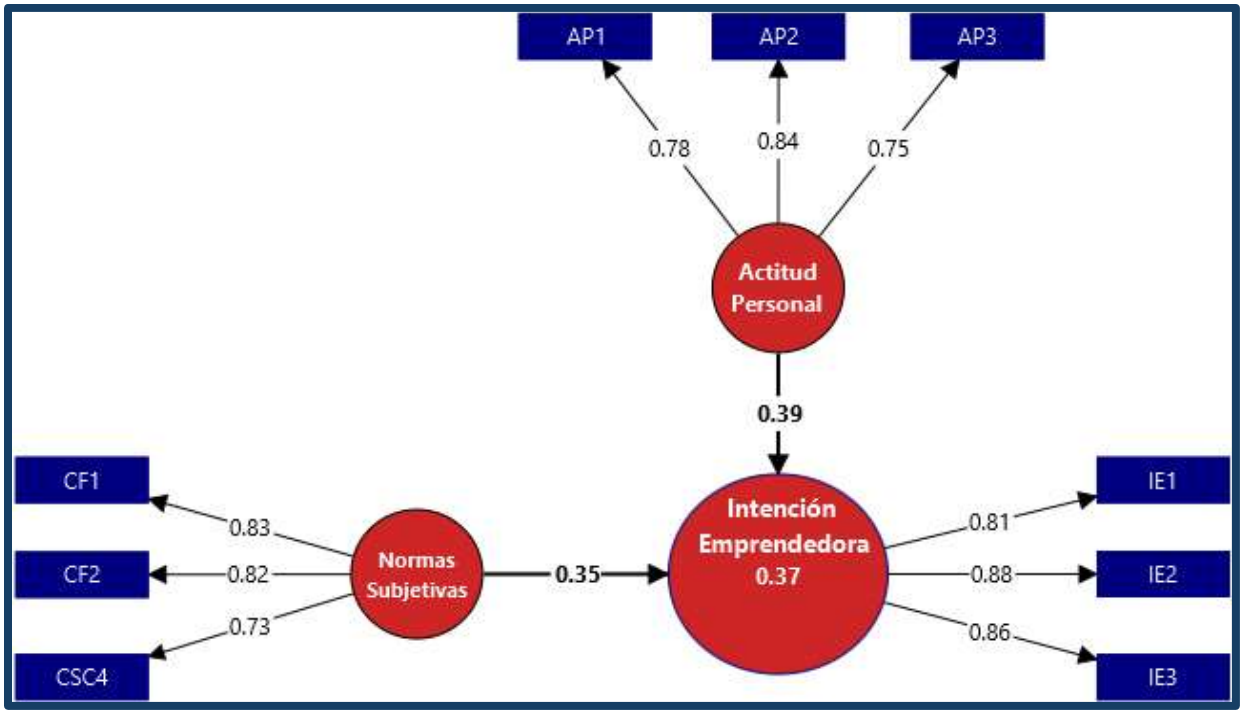



Figura 5. Modelo de Intención Emprendedora Corregido. Fuente: elaboración propia con apoyo de SPSS (IBM Corp, versión, 27). (Ringle, Wende y Becker, 2024).

## Discusión

En este estudio se analizó las intenciones emprendedoras de los estudiantes de educación superior en el Valle de Toluca, a partir de la Teoría de la Acción Planificada (TAP) en el que aplicó una metodología cuantitativa, descriptiva y no paramétrica, mediante una encuesta estructurada a una muestra por conveniencia de 248 estudiantes universitarios. Los resultados señalan que la actitud

personal (coef. 0.38) y las normas subjetivas (coef. 0.35) influyen de manera positiva y significativa en la intención emprendedora de los estudiantes, mientras que el control del comportamiento percibido (coef. -0.05) no presenta un efecto significativo; esto implica que factores como la autorrealización, el deseo de independencia y el apoyo social o familiar son determinantes en la decisión de emprender, en contraste con la percepción de obstáculos externos. Además, el modelo explica un 37 % de la variabilidad de la intención emprendedora, lo que indica un nivel de consistencia aceptable y acorde a los estándares de fiabilidad y validez. Estos hallazgos confirman parcialmente la hipótesis general planteada, ya que solo dos de los tres factores de la TAP resultaron significativos.

Los resultados coinciden con lo señalado por Zhang, Duysters y Cloodt (2014), quienes identifican que la educación y las actitudes personales fortalecen la intención de emprender. De igual forma, Omerzel y Kušce (2013) y Rodríguez y Borges (2018) destacan la influencia de factores internos como la motivación y la percepción de logros personales. Sin embargo, el hallazgo de que el control percibido no influye significativamente difiere de lo señalado por Saucedo (2018), quien lo describe como un predictor directo de la conducta. Esta discrepancia podría deberse a diferencias metodológicas, al contexto cultural y económico de la muestra, o a que los estudiantes perciben barreras estructurales (capital limitado, burocracia, falta de apoyo institucional) que neutralizan la confianza en sus capacidades individuales.

En el plano teórico, los hallazgos reafirman la vigencia de la TAP como modelo explicativo de la intención emprendedora, aunque sugieren que en contextos de limitaciones estructurales algunos de sus componentes (como el control percibido) pueden perder peso. En el ámbito práctico, los resultados resaltan la necesidad de fortalecer los programas de formación emprendedora en las

universidades, promoviendo tanto la motivación personal como el apoyo social y familiar al emprendimiento. Además, los hallazgos pueden servir de base para políticas educativas y públicas que busquen reducir las barreras institucionales y financieras que los jóvenes perciben como limitantes.

## Limitaciones

El estudio presenta limitaciones relacionadas con el muestreo por conveniencia, lo que restringe la generalización de los resultados. Asimismo, no se contó con el total de la matrícula de estudiantes ni con suficiente tiempo para ampliar la aplicación del instrumento. Futuras investigaciones podrían: utilizar un muestreo probabilístico y una muestra más representativa, realizar estudios comparativos entre universidades públicas y privadas o entre regiones de México, incorporar métodos mixtos (cuantitativos y cualitativos) para profundizar en las percepciones de los estudiantes sobre las barreras al emprendimiento y explorar longitudinalmente si la intención emprendedora se traduce en creación efectiva de empresas.

## Conclusiones

Actualmente, la política educativa incentiva el emprendimiento y los planes educativos contienen asignaturas sobre la creación de empresas a partir de problemáticas detectadas en la comunidad donde reside el estudiante, derivadas de contextos adversos que le generan ideas de negocio. De acuerdo con GEM, se detecta que presenta una oportunidad para desarrollar procesos de fortalecimiento del emprendimiento estudiantil a partir de las instituciones de educación superior, de manera que esta proporción porcentual se incremente.

Se aplicó el instrumento de investigación y se visualizó que la universidad motiva a los estudiantes en emprender, así mismo, les ayuda a desarrollar las ideas para negocio, las materias que cursan en su trayectoria académica si los fomentan a emprender, los alumnos están de acuerdo en identificar y superar un reto personal, es decir, puede emprender puesto que representa un hecho a generar una empresa propia en el futuro, al desear alcanzar la independencia, aunque su debilidad es que no propicia el autoaprendizaje.

El objetivo fue analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes en educación superior en el Valle de Toluca, México, adoptando la Teoría de Acción Planificada (TAP); mediante una muestra por conveniencia por la limitante de tiempo, por lo que se sugiere que se defina la muestra para obtener resultados más precisos y con el análisis que permita dar la discusión de acuerdo con la literatura mostrada.

La discusión de los hallazgos permite concluir que la actitud personal y las normas subjetivas son factores decisivos en la intención emprendedora de los estudiantes del Valle de Toluca, en tanto que la percepción de control no desempeña un papel significativo. Estos resultados cumplen con el objetivo del estudio y evidencian la importancia de fomentar una cultura emprendedora desde la universidad y el entorno social cercano. Además, aportan evidencia útil para diseñar programas educativos y políticas que potencien el emprendimiento juvenil como alternativa frente a la falta de oportunidades laborales y como motor de desarrollo social y económico. El estudio se debió ampliar la muestra, aunque no se contó con la matrícula total de los estudiantes matriculados, así como el tiempo para su aplicación. Los principales hallazgos que fueron contrastados con investigaciones previas, se destacan sus implicaciones teóricas y prácticas, se señalan las limitaciones del estudio y por último se sugieren líneas futuras de investigación.

## Referencias bibliográficas


Alcaraz, R. R. (2012). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill.

Arzadun, P. y Picado-Arroyo, R (2023). Perspectiva estudiantil sobre emprendimiento en economía social solidaria: una exploración en el Tecnológico de Costa Rica. *Cooperativismo & Desarrollo, 31(126),* 1-21. doi: https://doi.org/10.16925/2382-4220.2023.02.06

Arroyo, G. V., Sánchez, P. M. y Quiñonez, J. C. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, *26(3),* 163-174.

Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, *14*(23), 32-48. doi: https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126

Campuzano-Vásquez, J., Espinoza-Freire, E. y Cedillo-Chalaco, L. (2017). La actividad emprendedora en la provincia de El Oro, una revisión desde la universidad. *Universidad y Sociedad, 9(3),* 73-81

Cantón-Castillo, L. C., García-Lira, A. y Luit-González, M. C. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, *8(2),* 29-40. doi: https://doi.org/10.18845/te.v8i2.1987

Cárdenas, A. T., Álvarez, C. E., Zurita, I. N. y Romo, M. M. (2020). Estrategias para fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial. Caso: Universidad Católica de Cuenca. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, *5(10),* 833-861.

Denicolai, S., Hagen, B. y Pisoni, A. (2015). Be international or be innovative? Be both? The role of the entrepreneurial profile. *Journal of International Entrepreneurship, 13(4)*, 390-417. doi: https://doi.org/10.1007/s10843-015-0143-y

Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2024). *GEM 23/24. Global Report 25 years and growing*. Recuperado de https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI, 2024). *MIPYMES.* Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_MIPYMES24.pdf

León-González, J. E., Vargas-Martínez, E. E. y Delgado-Cruz, A. (2023). Capacidad de innovación y resiliencia empresarial en restaurantes. Percepciones de los trabajadores ante la pandemia de Covid-19. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, *33(61).* doi: https://doi.org/10.24836/es.v33i61.1296

Mendoza, L. A. (2025). Educación para el emprendimiento y la innovación social. *Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, *17(36),* 44-49. doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.15757750

Minga-López D. R., Carrillo-Cueva C. y Flores- Ruiz D. (2024). Factores que influyen hacia el emprendimiento social en jóvenes universitarios. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, *147*, e96307. doi: https://doi.org/10.5209/reve.96307

Niebles-Núñez, W. A., Hernández-Palma, H. G. y Cardona-Arbeláez, D. (2016). Gestión tecnológica del conocimiento: herramienta moderna para la gerencia de instituciones educativas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación, 7(1)*, 25-36. doi: https://doi.org/10.19053/20278306.v7.n1.2016.5633

Obschonka, M., Silvereisen, R. K. y Schmitt-Rodermund, E. (2011). Successful entrepreneurship as developmental outcome: A path model from a lifespan perspective of human development. *European Psychologist, 16(3)*, 174 doi: https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000075

Omerzel, D. y Kušce, I. (2013). The influence of personal and environmental factors on entrepreneurs' performance. *Kybernetes, 42(6),* 906-927. doi: https://doi.org/10.1108/K-08-2012-0024

Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W. y Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria, 15(1)*, 135-144.

Ringle, C. M., Wende, S. y Becker, J. M. (2024). "SmartPLS 4." Bönningstedt: SmartPLS. Recuperado de https://www.smartpls.com.

Robles-Robles, M. F. y Hurtado-Bringas, B. A. (2022). Mipymes sonorenses ante el C*ovid*-19. Una aproximación al impacto económico por género. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, *32(59).* doi: https://doi.org/10.24836/es.v32i59.1183

Rodríguez García, J. (2023). Desarrollo de la investigación sobre el emprendimiento social y el emprendedor social. Análisis bibliométrico. *Revista de El Colegio de San Luis*, *13(24),* 00015. doi: https://doi.org/10.21696/rcsl132420231454

Rodríguez-López, R. y Borges-Gómez, E. (2018). El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral postfordista, *Cuadernos de Relaciones Laborales, 36(2),* 265-284. doi: http://dx.doi.org/10.5209/CRLA.60697

Saucedo-Estrada, H. K. (2018). Medición de la Intención de Emprendedores Universitarios Empleando Ecuaciones Estructurales. *Investigación & Negocios, 11(18)*, 52-63.

Subsecretaría de Educación Superior (SES, 2018). *Subsecretaría de Educación Superior. SEP*. Recuperado de https://educacionsuperior.sep.gob.mx/

Sandoval, G. P., Caraveo, C. S. y Téllez, R. P. (2023). El emprendimiento: un análisis en estudiantes universitarios. *Revista de Investigación Académica sin Frontera* (39).

Tunali, C. B. y Sener, S. (2019). The determinants of entrepreneurship in Turkey. *Procedia Computer Science, 158*, 648-652. doi: https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.099

Zhang, Y., Duysters, G. y Cloodt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal, 10(3)*, 623-641 doi: https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z