



## Intención emprendedora en las estudiantes de licenciatura de la universidad autónoma de Coahuila (Entrepreneurial intention in undergraduate students of the autonomous university of Coahuila)

Laura Leticia Gaona Tamez<sup>1</sup>, Rosa Hilda Hernández Sandoval<sup>2</sup> y Gabriel Aguilera Mancilla<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México), [lauragaonatamez@uadec.edu.mx](mailto:lauragaonatamez@uadec.edu.mx), <https://orcid.org/0000-0002-8411-830X>

<sup>2</sup> Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México), [rosahernandezsandov@uadec.edu.mx](mailto:rosahernandezsandov@uadec.edu.mx), <https://orcid.org/0000-0002-6646-8947>

<sup>3</sup> Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México), [g.aguilera.mancilla@uaadec.edu.mx](mailto:g.aguilera.mancilla@uaadec.edu.mx), <https://orcid.org/0000-0002-0128-9155>

---

*Información revisada por pares*

*Fecha de recepción: Marzo 2023*

*Fecha de aceptación: Mayo 2023*

*Fecha de publicación: Julio 2023*

*DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.4-398>*

---

### Resumen

La literatura menciona que las razones principales por las que los jóvenes en México emprenden un negocio son: necesidad, vocación, apoyo gubernamental, información obtenida instituciones educativas y eventos de emprendedurismo. Por lo que el objetivo de esta investigación es conocer la intención emprendedora de las estudiantes de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. La metodología que se utilizó fue de tipo cuantitativo y de corte transversal a través de la aplicación de encuestas a una muestra de las estudiantes carreras antes señaladas de los primeros y últimos semestres. Los resultados para evaluar las variables de la intención emprendedora muestran lo siguiente: creación de empresa propia en un 75.93%, ahorro para emprender con un 76.54 %, tiempo para emprender el 77.16%, apoyos de financiamiento para emprender el 77.78%, oportunidad de negocio el 77.78% y desarrollo de actitudes de emprendimiento un 78.40 %. Una propuesta es que las Instituciones de Educación Superior, rediseñen sus programas educativos tendientes a desarrollar un perfil con intención emprendedora en las estudiantes.

**Palabras clave:** Intención emprendedora, mujeres emprendedoras, estudiantes universitarias.

**Códigos JEL:** I20, L26, M13

### Abstract

The literature mentions that the main reasons why young people in Mexico start a business are: need, vocation, government support, information obtained from educational institutions and entrepreneurship events. So, the objective of this research is to know the entrepreneurial intention of the students of the degree in Business Administration and International Business of the Faculty of Accounting and Administration of the Autonomous University of Coahuila. The methodology used was quantitative and cross-sectional through the application of surveys to a sample of students previously mentioned careers of the first and last semesters. The results to evaluate the variables of entrepreneurial intention show the following: creation of own company in 75.93%, saving to undertake with 76.54%, time to undertake 77.16%, financing supports to undertake 77.78%, business opportunity 77.78% and development of entrepreneurial attitudes 78.40%. One proposal is that Higher Education Institutions redesign their educational programs aimed at developing a profile with entrepreneurial intention in students.

**Key words:** Entrepreneurial intention, women entrepreneurs, university students.

**JEL Codes:** I20, L26, M13

## Introducción

En México uno de los principales retos al que se enfrentan la mayoría de los jóvenes recién egresados de las universidades es al desempleo y la falta de oportunidades, por lo que hoy en día esta situación representa un reto para las Instituciones de Educación Superior, lo que implica rediseñar sus programas educativos en los que se les brinde a los estudiantes habilidades, actitudes y conocimientos para desarrollar las capacidades emprendedoras para ser competente en este mundo globalizado y contribuir de esta forma con la creación de microempresas por estudiantes universitarios, generando la cultura del autoempleo y crecimiento económico para su entorno.

En tal sentido, hay que promover que los estudiantes universitarios adquieran habilidades y conocimientos elementales para una adecuada toma de decisiones e implementar acciones profesionales con responsabilidad, compromiso y enfoque social. Lo que representa analizar la percepción de los alumnos en cada asignatura en adquirir los conocimientos y habilidades en emprendimiento. Con la finalidad de convertir un proyecto en una empresa tangible lo que representa transformar los procesos e intenciones emprendedoras de los estudiantes (Sánchez-Cañizares S.M. & Rodríguez-Gutiérrez, 2015).

Como resultado de su trabajo de investigación (Almanza, 2017) señalan que “En México las instituciones universitarias tienen un gran reto en el aspecto de emprendedurismo, ya que son quienes preparan a un sinnúmero de estudiantes, en los que debe sembrar la inquietud de crear empresas que sean rentables y con responsabilidad social”. De tal forma que la educación, experiencia y destrezas motiven al emprendedor a mostrar conductas de emprendimiento. Por esta razón se concibe el emprendimiento como un proceso dinámico (Baron, 2008). Por tanto, los emprendedores son esenciales en la creación de una empresa ya que son ellos los que se aventuran a descubrir, evaluar y explorar nuevas oportunidades de negocio (Morales, 2010)

Debido a la difícil situación económica que se presenta hoy en día la mejor manera de salir de la crisis es la iniciativa empresarial. Por lo que resulta necesario crear nuevos caminos dentro del mercado laboral, tomando la iniciativa de innovar creativamente ideas que hagan posibles puestos de trabajo, ya que es una necesidad inaplazable. Por lo que es ineludible conocer las variables que explican la intención emprendedora de las estudiantes universitarias, con el objetivo de identificar aquellas que mayor influencia ejercen para desarrollarlas como emprendedoras.

Por lo antes expuesto, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo conocer la Intención emprendedora de las estudiantes de la licenciatura en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila.

## Marco Teórico

En la presente investigación se consultaron conceptos tales como: emprendimiento, emprendedor, la enseñanza de emprendimiento en la universidad, intención emprendedora y cultura emprendedora de diversos autores lo cual proporcionará una visión más amplia del tema.

### *Emprendimiento*

El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2003.), conceptualiza el emprendimiento como una habilidad en la creación y desarrollo de una actividad económica que conjunte habilidades gerenciales, riesgo, creatividad e innovación, en una organización. El emprendimiento está relacionado con el enriquecimiento, las compañías, el cambio, el empleo, el valor y el crecimiento, pero probablemente, lo que más lo representa o se asocia con este concepto es la innovación (Toca, 2010).

Algunos autores mencionan una visión más integral referente al concepto del emprendimiento, Pereira (2007) propone emplear el estudio del proceso emprendedor desde una nueva perspectiva que se centre en las relaciones y desarrollo personal. Este pensamiento propone que el espíritu emprendedor no se conciba únicamente desde las características del individuo emprendedor, ni de su capacidad de innovación o de la oportunidad. El espíritu emprendedor se concibe en la intersección los tres elementos mencionados anteriormente como se representa en la figura 1.

**Figura 1.** Entorno de oportunidad de emprendimiento



Fuente: (Pereira, 2007)

En la figura se muestra que el espíritu emprendedor se presenta donde se intersecan los tres elementos que son el concepto de oportunidad, las características del individuo y la capacidad de innovar.

### ***Emprendedor***

El emprendedor es el que se arriesga en la creación de una empresa, realiza y organiza sus tareas, busca financiamiento para obtener recursos y toma los riesgos generados, así como también las ganancias obtenidas (López y Montilla, 2012). De acuerdo con la enciclopedia económica la definición técnica de emprendedor es: "Es un individuo que es capaz de identificar o descubrir una oportunidad de negocios, por lo que planea y prepara los recursos necesarios para iniciar un negocio" (Sánchez Cañizares S.M., 2015).

La palabra emprendedor es francófona, derivada de entrepreneur, cuya significación es precursor y hoy en día se utiliza, primordialmente, para designar a aquella persona que da origen a una empresa, proyecto o idea, con un talante innovador, flexible, dinámico, de asunción de riesgos y abocado al progreso a fin de convertir su visión en realidad (Alvites - Huamaní, 2020) (Gutiérrez-Mora, 2021).

El emprendedor se diferencia por ser un magnifico administrador de los recursos y por tener la habilidad de lograr su propósito. La acción de emprender es buscar constantemente lo novedoso y alejarse de lo rutinario, hacer las cosas diferentes para mejorar su entorno y agregar valor a todas las actividades que se realizan. (Castro-Sánchez, 2022)

### ***Intención emprendedora***

Los conocimientos y las habilidades de las estudiantes universitarias contribuyen con su intención emprendedora, considerando aspectos como la actitud ante el emprendimiento, el control de la conducta, el factor social, las ventajas y los obstáculos para emprender. Analizar la intención emprendedora permitirá evaluar si los programas educativos son relevantes, así como el apoyo en la definición de políticas públicas encaminadas a ser una universidad emprendedora. En esta variable se valoraron aspectos tales como: el inicio de un negocio propio, reunir los recursos necesarios para emprender, lapso de tiempo para realizar un emprendimiento, apoyo financiero, oportunidad de negocio y generar una actitud emprendedora. (Gutiérrez, 2021)

Los atributos o características de los individuos con intención de emprender, se destacan dos tipos, el primero: el emprendimiento motivado por la necesidad, el cual se genera por la falta de recursos económicos al no tener empleo o estar inconforme con su actual empleo o por problemas familiares, la segunda característica es el emprendimiento de oportunidad que nace por la identificación de una necesidad que no está satisfecha en el mercado y la factibilidad de satisfacerlas. (Mendieta-Andrade, 2023)

### ***La enseñanza en emprendimiento en la universidad***

La formación emprendedora entre los jóvenes universitarios debe convertirse en un aspecto fundamental de su programa de estudios. La universidad juega un papel fundamental en esta tarea para enfrentar los grandes cambios económicos, políticos y sociales actuales, ya que en este mundo cada vez más globalizado se genera un menor número de fuentes de empleo en donde los jóvenes universitarios puedan obtener experiencia laboral para estar en condiciones de reunir los requerimientos mínimos indispensables para ocupar un puesto, por esto se ven en la necesidad de emprender a través de la creación de micros, pequeñas y medianas empresas (Hémbuz, 2020).

La capacidad de innovación y creación ha sido particularmente explorada por las nuevas generaciones, motivo suficiente para que, desde las universidades, se potencialice el desarrollo de competencias de emprendimiento, lo que generará que las actuales generaciones de profesionistas posean la preparación y la capacidad de hacer frente a estas situaciones y proporcionar diversas soluciones a las problemáticas existentes (Casimiro, 2019). Estas nuevas competencias y habilidades de emprendimiento tendrían un efecto positivo en diversos ámbitos del estudiante y aportaran también, nuevas habilidades y talentos en su desarrollo personal y profesional, alentándolos a descubrir, crear y explotar oportunidades y preparándolos mejor para enfrentar ambientes complicados y desconocidos (Bretones, 2018)

En la actualidad se tiene mucho interés entre las universidades por formar profesionistas con un perfil emprendedor para atender lo concerniente a la creación y desarrollo de nuevas empresas, esto será una alternativa para solucionar el desempleo ya que se estarían autoempleado y a su vez generando fuentes de empleo. Por lo tanto, al fomentar la cultura emprendedora cobrará importancia en la política empresarial de todas las organizaciones relacionadas con el progreso social y económico de los países.

### ***Cultura emprendedora***

Las universidades deben desempeñar un papel de vital importancia para la formulación de programas de estudio y estrategias que permitan a los estudiantes adquirir nuevas habilidades en el emprendimiento. Al respecto, afirman Casimiro (2019) que, para poder conseguir esta meta, se debe instruir a los alumnos desde y para una cultura emprendedora con una perspectiva empresarial, desarrollando lo científico y lo educativo, a partir de programas académicos planteados en la Universidad, para que los alumnos desarrollen una actitud emprendedora que les permita innovar y mejorar la sociedad de la que son parte.

La cultura emprendedora, según el Foro Económico Mundial (WEF) revela para el 2020 el Top 10 de las competencias y habilidades de emprendimiento que serán necesarias para enfrentar la

situación actual son: solución a problemas complicados, razonamiento crítico, ser creativo, administración y coordinación del capital humano, inteligencia emocional, toma de decisiones, orientación de servicio, negociación, así como la flexibilidad cognitiva (Weicht, 2018)

### ***Mujeres universitarias emprendedoras***

La cantidad de mujeres emprendedoras se a incrementado y se descubrió que el elemento predominante en las mujeres emprendedoras es el nivel de estudios universitarios. (Özsungur, 2019). En los últimos tiempos las emprendedoras han demostrado que el éxito está amparado con los apoyos que les otorgan instituciones financieras, de gobierno y de enseñanza (Elizundia Cisneros, 2015). Ciertas compañías han descubierto los beneficios del emprendimiento realizado por las mujeres motivo por el que han creado programas de fomento y desarrollo educativo para la mujer (Elizundia Cisneros, 2015), otras empresas están buscando acrecentar estratégicamente la participación del género femenino por el impacto que han generado en el ámbito laboral (Helfat, 2006).

Existen estudios que señalan una relación negativa, menciona que mujeres con menor grado de educación tienen mayor tendencia a iniciar un negocio, mientras que en otros existe una relación positiva ya que indica que es más factible que mujeres con educación tiendan a ser emprendedoras. (Serio, 2021). Estudios de las mujeres emprendedoras en México observan que las características propias que las distinguen son: edad adulta, casadas, grado de estudios elevado, esta última característica concuerda con lo presentado por Arellano (2018), que señala que entre mayor grado de estudios, se acrecienta de manera importante la posibilidad de emprender. (Paredes, 2019)

### **Método**

Para alcanzar el objetivo planteado de esta investigación se usó el método cuantitativo de corte transversal. Este enfoque recopila datos con base en la comprobación numérica y estudios estadísticos con la intención de determinar las pautas en el comportamiento en el fenómeno objeto del presente estudio. En relación con Hernández- Sampieri, R., Fernández- Collado, C., y Baptista- Lucio, P., (2010) se utilizó el método estadístico-analógico para enunciar cuantitativamente las relaciones que presentan las variables que integran el objeto de estudio y conseguir conclusiones partiendo de los resultados evolución obtenidos.

Esta investigación servirá para conocer la intención de emprender de las estudiantes de los primeros y últimos de semestres de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila.

### ***Participantes***

La presente investigación es del tipo cuantitativa y de corte transversal, la población objeto del estudio está representada por las alumnas que estudian las Licenciatura en Administración de Empresas y la Licenciatura en Negocios Internacionales en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad de Autónoma de Coahuila, para calcular la muestra se empleo la formula general para muestras finitas, el total del universo de este estudio corresponde a alumnas inscritas en las carreras en el semestre 2021-1, en Administración de empresas 191 con una muestra de 76 de los cuales 45 corresponden a primero y segundo, 31 al octavo y noveno semestre, en Negocios Internacionales 223 con una muestra de 85 de los cuales 46 corresponden a primero y segundo y 39 a octavo y noveno semestre. Como se presenta en la tabla 1 del tamaño de muestra.

**Tabla 1. Tamaño de Muestra.**

Descripción	Población	Muestra
Total de alumnas inscritas en la Licenciatura de Administración de Empresas (LAE)	191	76
Total de alumnas cursando 1° y 2° semestre LAE	45	36
Total de alumnas cursando 8° y 9° semestre LAE	31	25
Total de alumnas inscritas en la Licenciatura de Negocios Internacionales (LNI)	223	85
Total de alumnas cursando 1° y 2° semestre LNI	46	36
Total de alumnas cursando 8° y 9° semestre LNI	39	30

En la tabla se presenta la población del total y la muestra de las alumnas inscritas en las licenciaturas de Administración de Empresas y de Negocios Internacionales, así como la las que cursan el primer y segundo semestre y el 8° y 9° semestres de cada licenciatura.

### ***Técnica e Instrumento***

De acuerdo al objetivo de investigación que es conocer la Intención emprendedora de las estudiantes de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila Para la evaluación de la Intención Emprendedora se emplearon las variables que se mencionan a continuación: creación de empresa propia, ahorro para emprender, tiempo para emprender, apoyos de financiamiento para emprender, oportunidad de negocio y desarrollo de actitudes de emprendimiento.

Para conocer la intención de emprender de las estudiantes de licenciatura se efectuó una investigación de campo en la que se empleó un cuestionario como lo muestra el extracto del cuestionario en la figura 2. En el instrumento se utilizó una escala de Likert ( 1997) con 7 opciones de respuesta con como se muestra a continuación: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3.

Parcialmente en desacuerdo, 4. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5. Parcialmente de acuerdo, 6. De acuerdo, 7. Totalmente de acuerdo.

**Figura 2.** Extracto del cuestionario.

<b>Perfil actitud para emprender</b>							
Siempre pienso en mi superación y progreso	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con las habilidades creativas para encontrar soluciones a los problemas de una manera innovadora	1	2	3	4	5	6	7
Me caracterizo por mi iniciativa y anticipación a las tareas por venir	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con las destrezas necesarias para administrar eficientemente una organización	1	2	3	4	5	6	7
Soy práctico al proporcionar soluciones a diversas problemáticas que se me presentan	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con la capacidad de tomar decisiones en diversas situaciones profesionales considerando sus factores inmersos	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: (Real Perez y Espinoza Valencia, 2021)

En la figura se muestra una sección o extracto del cuestionario que se aplicó a la muestra de las alumnas de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales.

### **Procedimiento**

La información se obtuvo utilizando un instrumento nombrado “El perfil emprendedor de las estudiantes universitarias en México”, el cual fue aplicado de manera electrónica a través de un software llamado Google Forms®, obteniendo un total de 127 respuestas, de las cuales 66 pertenecieron a las alumnas de Licenciatura en Negocios Internacionales y 61 correspondieron a las alumnas de Licenciatura en Administración de Empresas, logrando una muestra representativa.

### **Resultados**

Los resultados demuestran que, en las estudiantes en la Facultad de Contaduría y Administración de Monclova, existe un área de oportunidad que permita desarrollar la actitud en la creación de empresas propias, ya que fue la variable con menor percepción en la encuesta con un 75.93%, y la más percibida fue Desarrollo de actitudes de emprendimiento con 78.40%.

A continuación, en la Tabla 2, se exponen los porcentajes de cada una de las variables de la Intención Emprendedora.

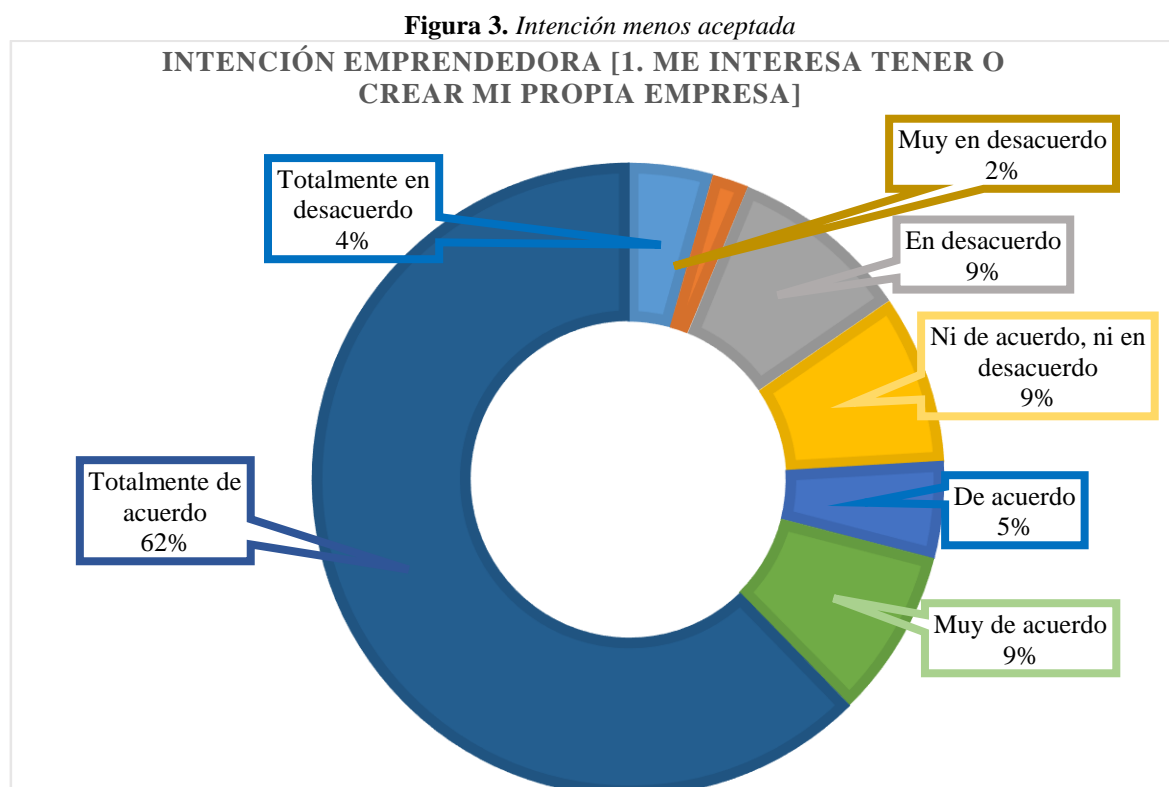
**Tabla 2.** Porcentajes de Intención Emprendedora

Ítem	Variable	Porcentaje de las Estudiantes
1	Creación de empresa propia	75.93
2	Ahorro para emprender	76.54
3	Tiempo para emprender	77.16
4	Apoyos de financiamiento para emprender	77.78
5	Oportunidad de negocio	77.78
6	Desarrollo de actitudes de emprendimiento	78.40



En la tabla se presenta los porcentajes percibidos por las alumnas en cada una de las variables de la intención emprendedora, donde se observa que la intención más aceptada es el desarrollo de la actitud emprendedora y el menos aceptado fue la creación de empresa propia.

La variable con menor porcentaje de aceptación fue la de me interesa crear mi propia empresa, como se muestra en la figura 3 de la intención menos aceptada por las estudiantes de licenciatura.

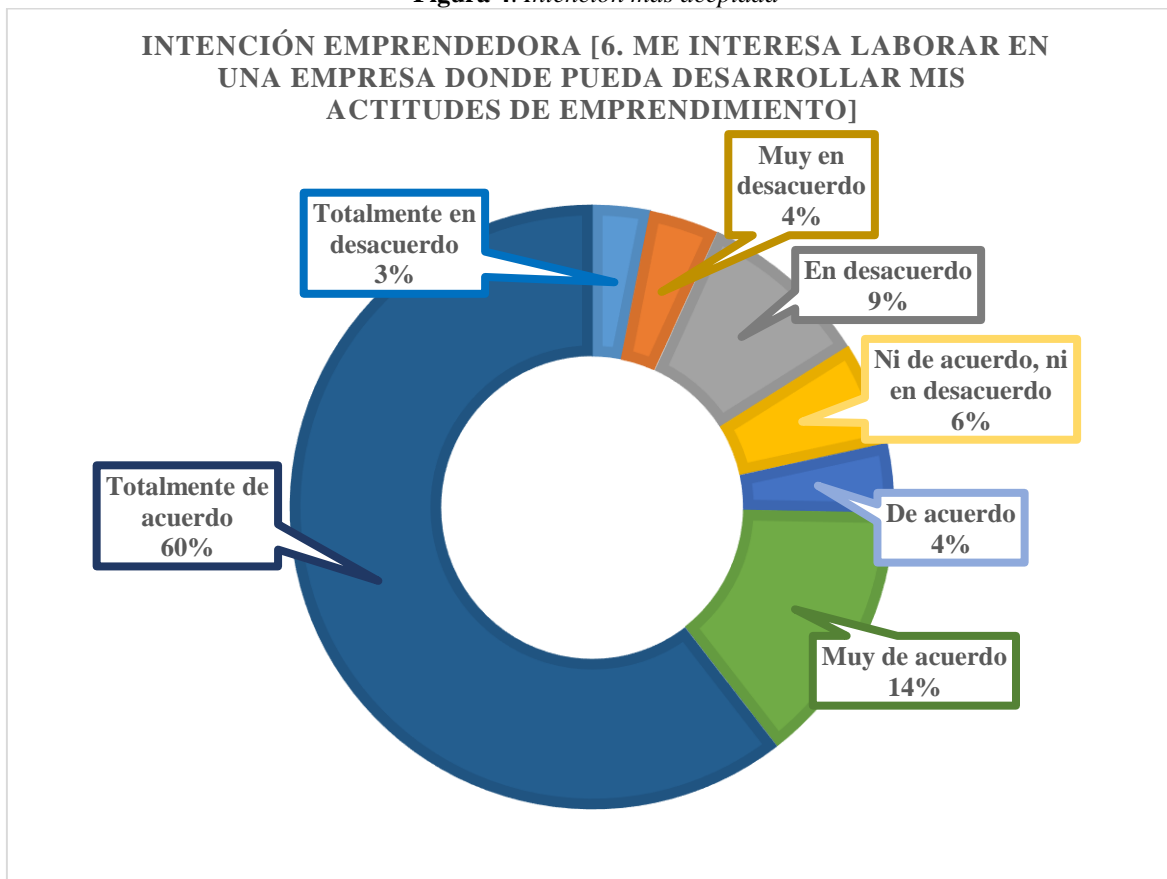


Porcentajes de alumnos percibido de la variable 1 Me interesa tener o crear mi propia empresa, con base a los resultados de las encuestas 2022.

La percepción de las estudiantes sobre la creación de su propia empresa no constituye una prioridad, considerando que no han visualizado la posición que les otorga obtener competencias para dirigir, generar empleos y trabajar de manera independiente, por lo que aquí se presenta un área de oportunidad en la enseñanza universitaria de generar un perfil emprendedor en las mujeres estudiantes para que se fomente en ellas la intención de crear su propia empresa. Para la profesionista el crear una empresa representa un incremento en satisfacción personal y laboral que contribuya a lograr una mejor calidad de vida y esto apoya al desarrollo económico del país y por ende generan fuentes de empleos formales.

La intención más aceptada de las variables de intención emprendedora de las estudiantes encuestadas se presenta en la figura 4.

**Figura 4.** *Intención más aceptada*



Porcentajes de alumnos percibido de la variable 6 Estoy dispuesto a desarrollar mis actitudes de emprendimiento, con base a los resultados de las encuestas 2022.

El estudio de una carrera universitaria constituye un proceso de formación y de maduración de las estudiantes, en este proceso las actividades contenidas dentro de los programas de la materia de emprendedor van encaminadas a generar la intención de crear su propia empresa, el objetivo es sembrar la inquietud en las estudiantes de iniciar su empresa y a la vez generen fuentes de empleo. Sin embargo, la percepción de las estudiantes sobre este ítem muestra que les interesa más laborar en una empresa donde pueda desarrollar sus actitudes de emprendimiento adquiridas.

### **Discusión de resultados**

Tomando en consideración el resultado generado en la presente investigación se deben adoptar las medidas necesarias que ayuden a formar un perfil con intención emprendedora en las alumnas de la

licenciatura en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. Una propuesta es que las Instituciones de Educación Superior, rediseñen sus programas educativos para brindar a las estudiantes los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desarrollar un perfil con intención emprendedora, ya que como muestran los resultados la variable con menor aceptación fue la de crear su propia empresa, es decir no tienen interés en tener su negocio, sino todo lo contrario pues la variable con la mayor aceptación es que les interesa laborar en una empresa donde puedan desarrollar sus actitudes de emprendimiento, por lo que resulta necesario fomentar el espíritu emprendedor a través de las siguientes acciones en los programas de educativos:

- a) Fomentar su espíritu emprendedor. Despertar en las estudiantes el pensamiento crítico y la capacidad de reconocer las oportunidades para emprender.
- b) Desarrollar la creatividad. Utilizar métodos de enseñanza para promover la creatividad a través de fomentar en las estudiantes su ingenio, creatividad e innovación.
- c) Instituir espacios de emprendimiento. Las universidades proporcionen espacios físicos para que la elaboración de los proyectos a través de incubadoras de negocios.
- d) Programas de asesoramiento. Los docentes son muy importantes en este proceso, ya que son quienes asesoran a las estudiantes en la realización de sus planes de negocio para sacar el máximo provecho al emprendimiento.
- e) Eventos de emprendimiento. La institución realice eventos para que las estudiantes presenten sus proyectos de emprendimiento ante la comunidad o posibles inversionistas.

Existen investigaciones que sugieren involucrar actividades académicas que fortalezcan el potencial detectado y se conviertan en punto de apoyo para apalancar emprendimientos como es el caso de López y Montilla (2012) que refuerzan estos resultados discutidos.

## **Conclusión**

Esta investigación se limitó a las mujeres estudiantes de la Universidad Autónoma de Coahuila de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte que cursan el primero y segundo semestre, así como los últimos dos semestres de las carreras de Licenciado en Administración de Empresas y Licenciado en Negocios Internacionales. Para lo que se midieron las variables señaladas anteriormente para conocer la intención emprendedora de las alumnas universitarias, se encontró que existe un área de oportunidad que permita desarrollar la actitud en la creación de empresas propias, ya que fue la variable menos aceptada en la encuesta con un 75.93%. Con estos resultados se observa que existe debilidad en la creación de su propia empresa prefieren esperar una oportunidad de trabajo

para desarrollar sus actitudes de emprendimiento. Por los resultados obtenidos se puede concluir que las alumnas de la facultad no tienen intención emprendedora, lo que contrapone con los resultados obtenidos en la revisión de la literatura donde los diversos autores señalan en sus estudios que entre mayor nivel de educación se tiene mayor intención de emprender.

La propuesta para solucionar esta situación que se está presentando en las estudiantes es que se rediseñen sus programas educativos para que promueva la innovación y el emprendimiento en sus estudiantes, de manera que sean capaces de desarrollar negocios creativos y afrontar los nuevos retos.

## Referencias

- Almanza, R. C. (2017). Retos del emprendedor en México. *Vol. 17*. (Núm 1. ), Pág. 55-64. <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/710/667>
- Alvites - Huamaní, C. G. (2020). Factores personales y psicológicos que influyen en la Intención Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Panamá. *Lex, XVIII((25))*, 411-436.
- Arellano, B. C. (2018). *Facultad de Ciencias Empresariales. Administración y Emprendimiento*.
- Baron, A. &. (2008). Entrepreneurship, a process perspective. 479.
- Bretones, F. &. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de estudiantes universitarios Chilenos y Españoles. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* , 11-30.
- Casimiro, H. C. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Vol. 11 Núm. 5*.
- Castro-Sánchez, M. &. -B. (2022). Emprendimiento y cambios actuales. *Vinculatégica Efan*, 59-68.
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y administración*, 468-485.
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 468-485.
- EUROPEAS, C. D. (2003.). *Libro Verde, el Espíritu Empresarial en Europa*. Bruselas, Bélgica.
- Gutiérrez, a. a. (2021). Marco teórico. En I. e. Real Pérez, *Análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social: principales hallazgos en estudiantes universitarios de administración y contaduría*.
- Gutiérrez-Mora, X. A.-M.-L.-B. (2021). El perfil psicológico del emprendedor y su proyección ante tiempos de crisis. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 76-90. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.429>
- Helfat, e. (2006). The pipeline to the top: Women and men in the top executive ranks of US corporations. *Academy of Management Perspectives*, 42-64.
- Hémbuz, G. S. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: Una aproximación teórica. *Boletín Redipe*, 166-180.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación* (4ta edición ed.). McGraw-Hill México.
- Likert, R. ( 1997). *The human organization: Its Management and value*. . New York: McGraw Hill.
- López, W. &. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR–ULA. *Visión Gerencia*, 79-102.
- López, W., & Montilla, M. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR–ULA. *Visión Gerencial*( núm. 1), 79-102.
- Mendieta-Andrade, P. E. (2023). Aspectos destacados del emprendimiento en los jóvenes estudiantes universitarios desde la revisión teórica. *Vinculatégica Efan*, 117-131.

- Morales, G. S. (2010). El emprendedor académico: su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. *Tec Empresarial.*, Vol. 4 (Num.2 ), 9-20.
- Özsungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. *Women's Studies International Forum*, 114-126.
- Özsungur, F. (2019). Una investigación sobre la motivación emprendedora de las mujeres: Muestra de la provincia de Adana. *Foro internacional de estudios de la mujer*, 114-126.
- Paredes, e. a. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 158-167.
- Pereira, F. (2007). “La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista” . *uadernos de Administración*, 11-37.
- Real Perez, I., & Espinoza Valencia, F. e. (2021). *Análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social: principales hallazgos en estudiantes universitarios de Administración y Contaduría*. Puebla: Editorial Incunabula.
- Sánchez Cañizares S.M., R.-G. P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, Vol. 4, Pág. 41-50.
- Sánchez-Cañizares S.M. & Rodríguez-Gutiérrez, P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, Vol. 4, Pág. 41-50.
- Serio, M. (2021). MUJERES EMPRENDEDORAS EN AMÉRICA LATINA: EL NIVEL EDUCATIVO Y LA PROBABILIDAD DE EMPRENDER. *Ecos de Economía*, 1-27.
- Toca, T. C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ambitos y posibilidades. (E. (SCIELO, Ed.) *Estudios Gerenciales*.
- Weicht, R. (2018). *Education systems can stifle creative thought. Here´s how to do things differently*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum.