

**InnOvaciOnes de NegOciOs 19(38): 93-110**

© 2022 UANL, Impreso en México (ISSN: 2007-1191)

Fecha de recepción: 19 de septiembre del 2022 Fecha de aceptación: 7 de diciembre del 2022

<https://revistainnovaciones.uanl.mx/>

## **Factores que influyen en la intención emprendedora en estudiantes de Instituciones de Educación Superior de México. (Factors that influence the entrepreneurial intention in students of Higher Education Institutions in Mexico).**

**Carlos Landeros García**♥

**José Antonio Molina Hernández**▲

**María Mayela Terán Cázares**♦

**Abstract** The objective of this study is to analyze the entrepreneurial intention in undergraduate students from different Higher Education Institutions in Mexico. Based on the Theory of Planned Behavior, adding the elements of entrepreneurship spaces and the perceived risk. In this quantitative study, a sample of 3,061 students was analyzed using a Structural Equation Model. With an R<sup>2</sup> coefficient of 0.630 and significant values in the variables entrepreneurship spaces, attitude towards entrepreneurship and behavioral control, it is possible to conclude that entrepreneurship spaces promote entrepreneurial intention in Mexican students, which is why they should be recognized. as an important link in the entrepreneurial process.

**Clasificación JEL:** I21, I25, M00, M10, M13

**Resumen** El presente estudio tiene como objetivo analizar la intención emprendedora en estudiantes de licenciatura de distintas Instituciones de Educación Superior en México. Con fundamento en la Teoría de la Conducta Planeada, adicionando los elementos de espacios de emprendimiento y el riesgo percibido. En dicho estudio cuantitativo, se analizó una muestra de 3,061 estudiantes empleando un Modelo de Ecuaciones Estructurales. Con un coeficiente R<sup>2</sup> de 0.630 y valores significativos en las variables espacios de emprendimiento, actitud hacia el emprendimiento y el control conductual, se permite concluir que los espacios de emprendimiento fomentan la intención emprendedora en los estudiantes mexicanos, motivo por el cual deberán de ser reconocidos como un eslabón de importancia en el proceso emprendedor.

---

♥ Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 8111841175. [carlos.landeros.garcia@gmail.com](mailto:carlos.landeros.garcia@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0001-9830-3437>

▲ Universidad Anáhuac Xalapa, Circuito Arco Sur s/n Lomas Verdes, CP. 91098 Xalapa Veracruz, México, (52+) 2288191515. [jose\\_molina@anahuac.mx](mailto:jose_molina@anahuac.mx) <https://orcid.org/0000-0002-1842-8262>

♦ Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 8183294000. [mayela.teran@gmail.com](mailto:mayela.teran@gmail.com) <http://orcid.org/0000-0001-5089-3909>

**Palabras Clave:** Intención emprendedora, espacios de emprendimiento, Instituciones de Educación Superior.

## Introducción

Las dificultades económicas presentadas por la pandemia del COVID-19 a nivel mundial son difíciles de subestimar, cierres de empresas, pérdida de empleos, fallecimientos de personas, por mencionar algunas, han ocasionado que los países centren sus esfuerzos en la búsqueda de una pronta recuperación económica y social. Dado esto, el tema emprendedor ha sido visto como un factor de múltiples beneficios en este proceso de restauración económica.

Ahora bien, la importancia del emprendimiento no solo se basa por la generación de empleos y bienestar social, sino también por la inherente relación existente entre la política económica de los gobiernos, las empresas y los emprendedores, pues el análisis de los mismos depende uno del otro (Mendoza Gallego et al., 2020) y su estudio en los últimos años ha sido exhaustivo (Fernandes et al., 2022; Huang et al., 2022; Lara Bocanegra et al., 2022; Mendoza Gallego et al., 2020).

A decir verdad, dentro del estudio emprendedor, la intención, es un factor clave para el entendimiento de la creación de empresas, pues son el primer paso de este proceso (Bravo et al., 2021). Para ello, la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991) es una de las teorías más utilizadas para la medición de la intención de los individuos. Sin embargo, en la literatura actual, las figuras de los espacios de emprendimiento han tomado relevancia dada su influencia en los individuos.

## Marco teórico

La intención es un concepto utilizado para dar explicación a una acción del ser humano, la cual se define como la voluntad de las personas hacia la realización de ciertos actos (Lawler, 2016). Dado esto, diversas teorías se han enfocado en el análisis de las causas de estas acciones, como la teoría del comportamiento planeado (TCP) de Ajzen (1991), la teoría del evento empresarial de Shapero (1982) e inclusive la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977). Centradas en identificar los factores que influyen en la intención, cada una ha aportado aspectos de interés para mejorar la comprensión del evento. Ahora bien, la teoría con mayor aceptación en cuestiones de emprendimiento es la TCP (Boubker et al., 2022; Timmy H. et

al., 2022; Martínez Gregorio et al., 2021; Hendrik N. & de Jong, 2020). Dicha teoría incluye tres factores que influyen en cualquier acto de intención previo a una acción. Su gran aceptación ha sido gracias a su fácil adaptación de temas diversos, entre los cuales destaca el aspecto económico social.

De acuerdo con las Naciones Unidas (2022), las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 90% de las empresas, son responsables de entre el 60% y 70% del empleo y participan con el 50% del PIB a nivel mundial. Del mismo modo, datos similares son encontrados en el contexto mexicano, pues de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021) éstas representan el 99.8% de los establecimientos del país, generan el 62% del empleo en el país y participan con el 52% del producto interno bruto.

Dado lo anterior, es posible dimensionar la importancia de las empresas para el desarrollo de las naciones, sin embargo, la creación de éstas es gracias a un proceso emprendedor en el cual buscan satisfacer ciertas necesidades de mercado. De acuerdo con Dao (2021) el emprendimiento es un proceso creativo e innovador que crea o adiciona valor a los productos, generando creación de empleos, mayor productividad y bienestar social. Ante esto, a nivel mundial, el emprendimiento es considerado como uno de los principales revulsivos en las economías de los países para sobrellevar la crisis económica causada por la pandemia del COVID-19.

### *Espacios de emprendimiento*

Particularmente, en el proceso de todo emprendedor existe un factor, en algunos casos indivisible, que apoya al desarrollo, crecimiento, innovación y creatividad del individuo en su camino al éxito, este factor puede ser encontrado en la literatura como incubadoras de negocios, coworks o espacios compartidos, universidades desde el punto de vista de sus programas y cursos de emprendimiento, y los makerspaces (Oliver Espinoza, 2021). Estos espacios pueden ser consideradas como herramientas que fomentan el emprendimiento, generan nuevas habilidades e incrementan el conocimiento de los individuos (Ahmed et al., 2020; Fernández et al., 2015).

En la misma línea y de acuerdo con la Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores (2017) los define como lugares que brindan a los individuos el soporte para transformar ideas innovadoras en emprendimientos exitosos. Por otro lado, Kantaros et al. (2022) lo define como un “espacio de trabajo colaborativo donde se realizan acciones tales como hacer, aprender, explorar y compartir mediante el empleo de herramientas de alta tecnología o sin tecnología dirigidas a aficionados, estudiantes, niños, adultos y empresarios” (Kantaros et al., 2022, pág. 2714). Dado lo anterior, su

**Landeros García, C., José Antonio Molina Hernández, J. A. & Terán  
Cázares, M. M.**

estudio empírico ha aumentado de manera significativa (Karadimitriou et al., 2022; Oliver Espinoza, 2021; Millette et al., 2020; Wang et al., 2020). Sin embargo, la limitante de éstos surge en su enfoque, pues los estudios han sido conducidos con respecto a los beneficios ofrecidos hacia los emprendedores y no como afectación directa en cualquier intento de emprendimiento. Por tal motivo, para esta investigación se establecen las siguientes hipótesis:

- **H<sub>1</sub>:** Los espacios de emprendimiento influyen de manera positiva en la actitud hacia el emprendimiento.
- **H<sub>2</sub>:** Los espacios de emprendimiento influyen de manera positiva en las normas subjetivas.
- **H<sub>3</sub>:** Los espacios de emprendimiento influyen de manera positiva en el control conductual percibido.

### *Riesgos percibidos*

Uno de los factores presentes en la mayoría de las acciones de las personas es el riesgo o miedo a que suceda algún evento inesperado. Esta percepción del riesgo inherente de las situaciones funge como una barrera para llevar a cabo las cosas, especialmente en el proceso emprendedor (Graham & Bonner, 2022). El riesgo es una percepción de las personas acerca de la estabilidad de las cosas (Liñan & Chen, 2009). De acuerdo Dao et al., (2021) por naturaleza, todo emprendimiento lleva consigo un riesgo asociado y es el factor clave que diferencia entre un emprendedor y un empleado.

Por otra parte, Yurtkoru et al., (2014) menciona que la percepción del riesgo influye en las intenciones de llevar a cabo las acciones, por lo que aquellos individuos que tengan una actitud positiva hacia el riesgo mayor será la intención hacia la acción, por lo que es posible establecer la siguiente hipótesis:

- **H<sub>4</sub>:** Los riesgos percibidos impactan de forma negativa en la actitud hacia el emprendimiento.
- **H<sub>5</sub>:** Los riesgos percibidos impactan de forma negativa en el control conductual percibido.

### *Teoría del comportamiento planeado*

Con respecto a predecir el comportamiento de las personas es una actividad compleja, ya que puede abarcar temas cognitivos y sociales. Diversos estudios

han incluido características personales, como el locus de control como medio para predecir los actos de las personas, sin embargo, los resultados no han sido los esperados. Ante esto, la TCP desarrollada por Ajzen (1991), propone una serie de tres factores, la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido, como predictores de toda acción.

La primera variable a considerar dentro esta teoría es la actitud hacia la acción, siendo en esta investigación el emprendimiento, la cual se define como el grado de afección, negativa o positivamente, que una persona tiene hacia el emprendimiento (Ajzen, 1991). En este mismo sentido, Dao (2021) lo establece como “los sentimientos de los individuos sobre el entusiasmo, el plan o la voluntad” de participar en una acción (Dao et al., 2021, pág. 4). Dado esto, se propone la siguiente hipótesis:

- **H<sub>6</sub>:** La actitud hacia el emprendimiento impacta positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes.

La segunda variable para considerar son las normas subjetivas, definidas como un factor social de hacer o no la acción en cuestión. Son las percepciones de los individuos con respecto a la influencia de la sociedad respecto al emprendimiento. En este sentido, las personas emprendedoras y sus resultados influyen de manera directa sobre la construcción de las normas del individuo participante (Krueger et al., 2000). Por lo expuesto, se establece la siguiente hipótesis:

- **H<sub>7</sub>:** Las normas subjetivas influyen de manera positiva en la intención emprendedora.

Por último, tercera variable; el constructo del control conductual percibido hace referencia la habilidad de la persona para llevar a cabo la acción. Es una percepción que proviene de las creencias respecto a la capacidad de hacer algo y a la confianza en sí mismo por parte del individuo que va emprender (Hendrik N. & de Jong, 2020). Por lo que una acción a emprender con un nivel de dificultad alto influirá de manera negativa en la intención, que contrariamente, una percepción de una acción con menor dificultad tendrá resultados positivos. La hipótesis establecida es la siguiente:

- **H<sub>8</sub>:** El control conductual percibido impacta de manera positiva a la intención emprendedora.

En definitiva, este estudio fue diseñado para investigar los factores que influyen en la intención emprendedora utilizando la teoría del comportamiento planeado (TCP), los espacios de emprendimiento y los riesgos percibidos. El enfoque principal se centra en los espacios de emprendimiento como factor influyente en la actitud hacia el emprendimiento, normas subjetivas y el control conductual, que a su vez influyen en la intención.

## Metodología

La metodología utilizada para medir la intención emprendedora en estudiantes universitarios consiste en un instrumento fundamentado en la Teoría de la Conducta Planeada. El instrumento fue adaptado de Dao (2021) y se compone de un total de 6 constructos y 36 ítems, valorados a través de 5 preguntas para la intención emprendedora (IE), 5 para la actitud hacia el emprendimiento (AE), 5 para normas subjetivas (NS), 6 para el control conductual percibido (CC), 3 para los riesgos percibidos (RP) y 12 para los espacios de emprendimiento (EE). Los ítems fueron medidos en una escala de Likert de 5 puntos donde 1 se estableció como “Completamente en desacuerdo” y 5 como “Completamente de acuerdo”. Para los datos demográficos, 12 preguntas de opción múltiple y dicotómicas fueron utilizadas.

Por lo tanto, la población de estudio se centró en aquellos estudiantes pertenecientes a alguna Institución de Educación Superior (IES) ubicada en el territorio mexicano pertenecientes a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) y cuyos programas educativos se encontrarán relacionados al área de administración y negocios. Para el cálculo del tamaño de muestra, se considera una población infinita, toda vez que se desconoce la totalidad de los alumnos de las 449 instituciones afiliadas a la ANFECA. Ante esto, aplicando la fórmula del tamaño de muestra con población infinita nos da un total de 384 encuestas.

Además, el instrumento de medición fue desarrollado en la plataforma digital Forms y enviado vía correo electrónico a coordinadores pertenecientes a las instituciones educativas para que posteriormente fuera canalizado a los estudiantes del plantel que cumplieran las características antes mencionadas. El levantamiento de la información tuvo lugar de noviembre de 2022 a mayo de 2023. Por lo anterior, se considera un estudio de tipo cuantitativo, toda vez que los datos recolectados serán analizados mediante softwares estadísticos.

Con el objetivo de interpretar la información recolectada, fueron utilizados distintos métodos estadísticos, entre los cuales se encuentra el análisis factorial para la determinación de las dimensiones, lo adecuado del

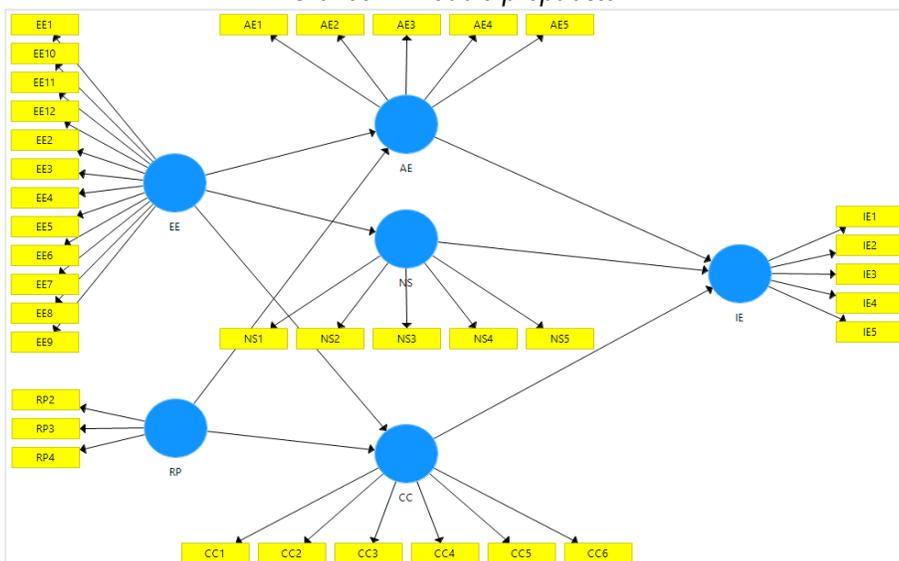
modelo mediante la consistencia interna, seguido por la validez convergente y por último la validez discriminante, además de un modelo de ecuaciones estructurales (MES) para la prueba de las hipótesis planteadas en el estudio con un nivel de significancia del 5%. Se utilizó el software estadístico SPSS v26.0 y Smart PLS v3.0

## **Resultados**

Un total de 3,061 encuestas fueron recolectadas, de las cuales, el 67.1% refirieron ser mujeres, 32.2% hombres y el 0.8% prefirió no decirlo. Así mismo, el mayor número de encuestados se encuentran en una edad entre 19 y 20 años y en un menor grado mayores de 25 años. Por otro lado, más de la mitad mencionan tener algún familiar emprendedor y que además conocen la definición de emprendimiento, tienen la idea general de emprender, suelen conocer el proceso, las finalidades de este y que en más del 60% de los casos sus padres trabajan.

Particularmente, el estado con mayor representatividad es Guanajuato con 1,032 encuestas representando el 33% de la totalidad, mientras que Puebla y Morelos son los estados con menor presencia al registrar solo un participante. El IES con mayor presencia es la Universidad Tecnológica de León con 1,067 y los institutos con poca participación fueron el García de Cisneros, Superior Autónomo de Occidente y el Tecnológico Superior de Rio verde con 1 estudiante respectivamente. Por último, el 18.3% de los sujetos de estudio se encuentran cursando el 2° semestre de su carrera y aquellos en cursando el 9° semestre representan solo el 2.1% de la población de estudio.

De acuerdo con Alvarado et al. (2016) un MES ayuda a entender relaciones causales entre variables observables y no observables, además de permitir analizar la relación entre las variables latentes y ver la relación o impacto entre ellas. De esta manera, el MES que se pretende validar es presentado en el gráfico 1.

Gráfico 1. *Modelo propuesto*

Fuente: Elaboración propia.

Con la finalidad de confirmar los constructos previamente elegidos, se llevó a cabo un análisis factorial de componentes principales de las variables predictoras. La factibilidad de llevar a cabo un análisis factorial fue determinado mediante el coeficiente KMO de 0.949, y la prueba de esfericidad de Bartlett, cuyo coeficiente se refleja en 0.000, ambas medidas indican la correcta utilización del análisis factorial como método estadístico (ver tabla 1).

Tabla 1. *Prueba KMO y esfericidad de Bartlett*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.949
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	58593.809
	gl	496
	Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Con la validación previa de la factibilidad del uso del análisis factorial como medio estadístico, fue posible disminuir a 27 preguntas y una agrupación de 5 factores principales. El primero de ellos explica el 35.98% de la varianza, el segundo un 9.03%, el tercero 7.47%, el cuarto 6.30% y el último 4.33%, logrando explicar un 63.14% de la variabilidad total del modelo. Tomando en consideración las cargas factoriales, los ítems con cargas menores a 0.600

fueron eliminados. El factor 1 (EE) es el que presenta mayor número de ítems con 11 y cuyas cargas oscilan entre 0.663 y 0.783, mientras que el factor 5 (RP) se compone de 3 ítems y sus cargas rondan entre 0.652 y 0.891. A través de este análisis es posible corroborar el modelo teórico propuesto (ver tabla 2).

Tabla 2. *Matriz de componentes*

Ítem	Factor				
	EE 1	AE 2	NS 3	CC 4	RP 5
1	0.783	0.813	0.789	0.728	0.891
2	0.783	0.811	0.77	0.702	0.882
3	0.778	0.768	0.758	0.686	0.652
4	0.774	0.743	0.743	0.678	
5	0.769	0.636	0.649	0.664	
6	0.749				
7	0.723				
8	0.715				
9	0.711				
10	0.704				
11	0.663				

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Para la evaluación del modelo estructural se llevaron a cabo 3 pasos, el primero de ellos fue evaluar la consistencia interna, seguido por la validez convergente y por último la validez discriminante. La evaluación interna se realizó mediante el Alfa de Cronbach y la fiabilidad compuesta. La tabla 3 presenta los coeficientes Alfa de Cronbach, que se encuentran entre 0.824 y 0.940, valores que indican que los constructos del modelo están midiendo lo que pretenden medir (Cronbach, 1951). Los coeficientes de la fiabilidad compuesta se encuentran por arriba de 0.884 y menores a 0.963, siendo valores aceptados (Alvarado Lagunas et al., 2016). En este sentido, es posible afirmar que existe una fiabilidad de los constructos. Por otro lado, la validez convergente se evaluó mediante la varianza media extraída (AVE); los valores mostrados oscilan entre 0.627 para el constructor de espacios de emprendimiento hasta 0.748 para la intención emprendedora, superiores a lo establecido en la teoría de 0.50 para ser aceptados (Peñaherrera Zambrano et al., 2020).

Tabla 3. *Estadísticos de fiabilidad*

Constructo	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	Elementos	Varianza Media Extraída (AVE)
------------	------------------	----------------------	-----------	-------------------------------

Landeros García, C., José Antonio Molina Hernández, J. A. & Terán Cázares, M. M.

IE	0.915	0.937	5	0.748
AE	0.872	0.912	4	0.722
NS	0.852	0.895	5	0.630
CC	0.865	0.908	4	0.712
RP	0.787	0.879	3	0.712
EE	0.94	0.949	11	0.627

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

En cuanto a la validez discriminante del modelo, el análisis fue hecho a través de los coeficientes de Fornell-Larcker y HTMT (ver tabla 4). De acuerdo con la literatura, los coeficientes Fornell-Larcker deben de ser mayores que las correlaciones con los demás constructos, bajo este criterio es posible visualizar que los valores se encuentran entre 0.794 y 0.865 y que en todos los casos son superiores a las correlaciones entre constructos. En cuanto al ratio HTMT, establece un valor inferior a 0.85 para establecer una validez discriminante, tomando en consideración lo anterior, los valores resultantes se encuentran entre 0.070 y 0.792, por lo que el modelo cumple con la validez mencionada (Peñaherrera Zambrano et al., 2020; Henseler et al., 2014).

Tabla 4. Resultados validez discriminante

Constructo	AE	CC	EE	IE	NS	RP
<i>Fornell-Larcker</i>						
AE	<b>0.850</b>					
CC	0.590	<b>0.844</b>				
EE	0.493	0.577	<b>0.792</b>			
IE	0.719	0.696	0.549	<b>0.865</b>		
NS	0.294	0.395	0.479	0.300	<b>0.794</b>	
RP	-0.047	0.060	0.051	0.059	0.117	<b>0.844</b>
<i>HTMT</i>						
AE						
CC	0.673					
EE	0.544	0.637				
IE	0.792	0.779	0.590			
NS	0.339	0.459	0.533	0.341		
RP	0.070	0.104	0.096	0.079	0.148	

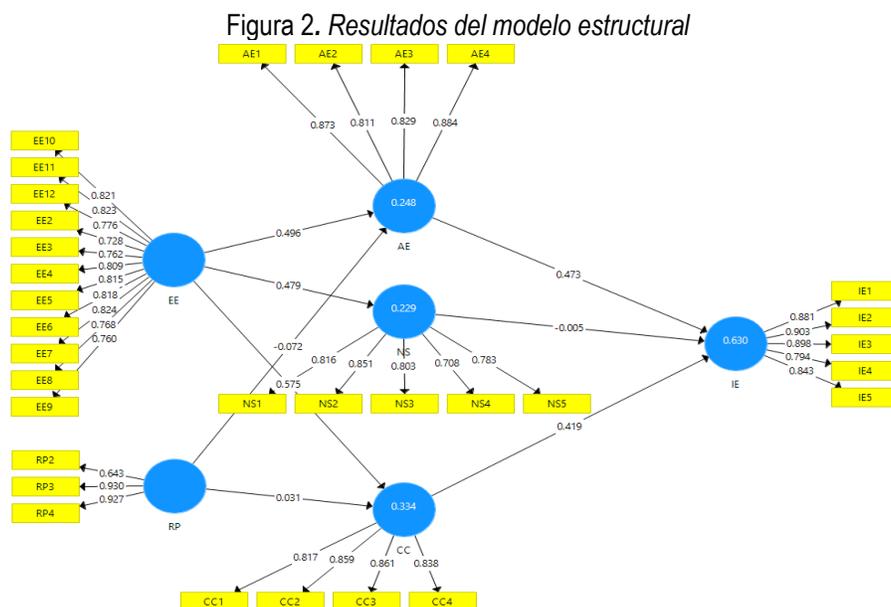
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Acorde a los ajustes necesarios del modelo estructural, los resultados de los indicadores finales son presentados en la figura 2. Los mismos nos llevan a determinar que existen relaciones entre las variables latentes. Se observa que el constructo de espacios de emprendimiento (EE) influye de manera positiva sobre la actitud hacia el emprendimiento (AE) en un 49.6%,

**Factores que influyen en la intención emprendedora en estudiantes de IES**

DOI: <https://doi.org/10.29105/revin19.38-402>

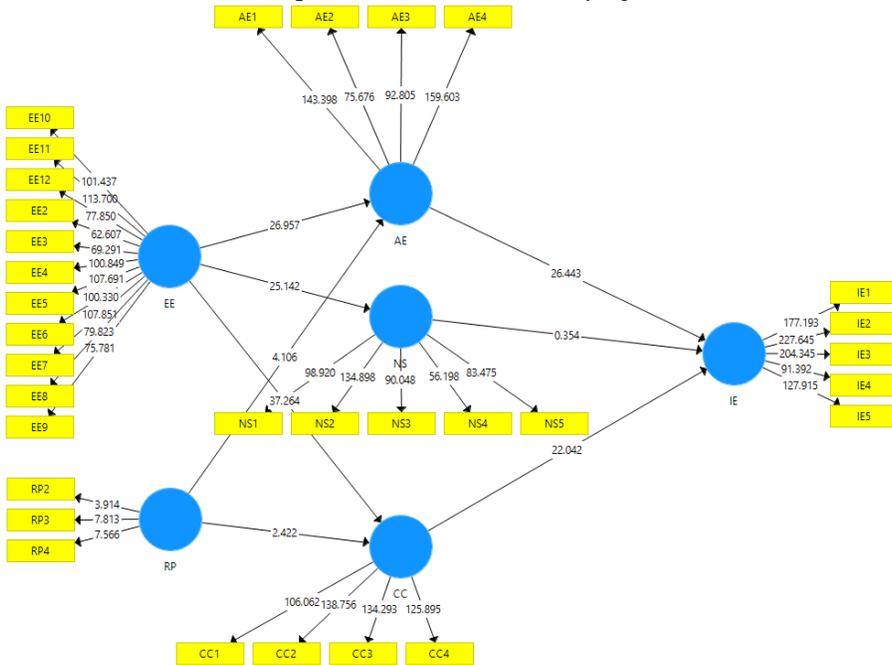
en las normas subjetivas (NS) en un 47.9% y en el control conductual (CC) en un 57.5%. Por su parte, la variable de riesgo percibido (RP), no influye de manera importante en ninguna otra variable latente. Así mismo, es posible identificar que la variable actitud hacia el emprendimiento influye en la intención emprendedora en un 47.4%, las normas subjetivas influyen de manera negativa en -0.4% y el control conductual en un 41.8% hacia la variable dependiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

La figura 3 muestra los resultados estadísticos t obtenidos a través del método bootstrapping (Bonales Valencia et al., 2018). Los resultados muestran valores t superiores a 1.96, siendo de esta manera poder identificar la significancia de variables en el modelo. La variable espacios de emprendimiento (EE) presenta valores de 26.53 hacia AE, 25.51 hacia NS y de 38.33 en CC. El riesgo percibido (RP) muestra valores de 4.33 hacia AE y de 2.42 en CC. A su vez, los resultados hacia la variable IE son de 26.18 de AE, 0.330 de NS y 22.39 de CC.

Figura 3. Resultados bootstrapping



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

La tabla 6 muestra la significancia de las variables presentadas en el modelo gráfico mostrado. Los coeficientes de ruta muestran valores significativos en las variables de AE y CC hacia la intención emprendedora, así como de la variable EE hacia las variables de AE, CC y NS, así como de los RP hacia la AE y CC.

Tabla 1. Coeficientes de ruta

	Muestra	Media	Desviación estándar	Estadístico T	Valores p	
H <sub>1</sub>	EE -> AE	0.496	0.496	0.019	26.539	0.000 *
H <sub>2</sub>	EE -> NS	0.479	0.479	0.019	25.517	0.000 *
H <sub>3</sub>	EE -> CC	0.575	0.575	0.015	38.333	0.000 *
H <sub>4</sub>	RP -> AE	-0.072	-0.071	0.017	4.332	0.000 *
H <sub>5</sub>	RP -> CC	0.031	0.031	0.013	2.428	0.016 *
H <sub>6</sub>	AE -> IE	0.474	0.473	0.018	26.182	0.000 *
H <sub>7</sub>	NS -> IE	-0.004	-0.005	0.013	0.33	0.724
H <sub>8</sub>	CC -> IE	0.418	0.418	0.019	22.398	0.000 *

\* p valor < 0.05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Por último, de acuerdo con el modelo presentado y tomando en consideración los resultados de los coeficientes  $R^2$ , las variables de actitud hacia el emprendimiento y el control conductual explican de manera positiva y significativa la intención emprendedora ( $R^2$  obtenida de 0.630), más no así las normas subjetivas. En otras palabras, es posible mencionar que las variables mencionadas predicen la variabilidad de la intención emprendedora en un 63%. Otro aspecto relevante es la variable de espacios de emprendimiento, pues los valores presentan ser significativos y positivos hacia las variables AE, NS y CC. De esta manera, la variable AE presenta un coeficiente  $R^2$  de 0.248 explicado por las variables EE y RP, mismas que tienen efecto en el CC generando un coeficiente de 0.334, mientras que las NS presentan un valor de 0.229 impactado por los EE (ver tabla7).

Tabla 2. Coeficientes  $R^2$  del modelo

	$R^2$	$R^2$ ajustada
Actitud hacia el emprendimiento	0.248	0.247
Control conductual	0.334	0.333
Intención emprendedora	0.630	0.629
Normas subjetivas	0.229	0.229

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Por lo expuesto en párrafos anteriores, enseguida se muestran las conclusiones de la presente investigación.

## Conclusiones

Este estudio llevado a cabo con una muestra de 3,061 estudiantes inscritos en algún programa educativo de negocios de 22 distintas Instituciones de Educación Superior establecidas en 18 estados de la república mexicana presenta resultados similares a estudios empíricos efectuados con anterioridad (Timmy H. et al., 2022; Yurtkoru et al., 2014). El análisis mediante un MES, confirma lo efectuado por Ajzen (1991) respecto a las variables de actitud hacia el emprendimiento y el control conductual como predictoras de la intención, sin embargo, la variable normas subjetivas a pesar de su significancia no influye de manera representativa en las variables que impactan en la intención (ver tabla 6).

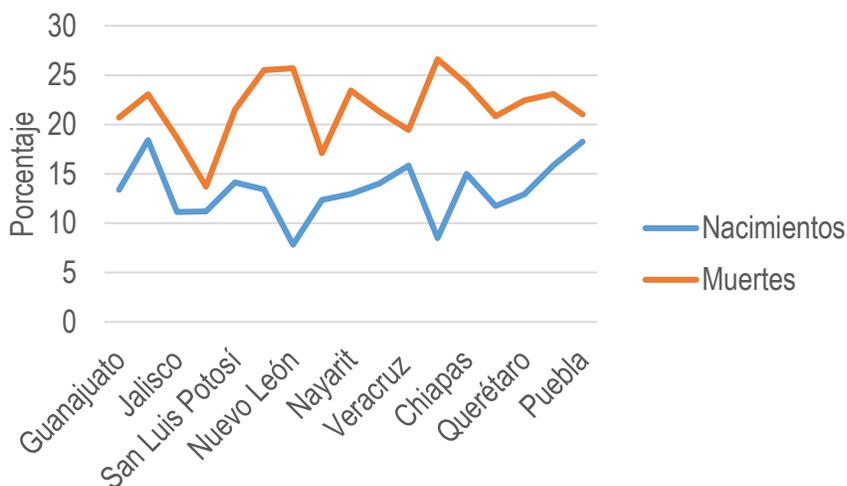
Dada la distribución de participantes en el presente estudio, 67% mujeres y 33% hombres, se encuentra fundamento la significancia de las variables actitud hacia el emprendimiento y control conductual en el empoderamiento de las mujeres en años recientes. Este empoderamiento

**Landeros García, C., José Antonio Molina Hernández, J. A. & Terán Cázares, M. M.**

impulsa, además de la igualdad de género, el establecimiento de programas y servicios de apoyo para beneficio de las mujeres (ONU, 2022), esto es posible confirmarlo mediante el programa Mujeres PyME, desarrollado por el gobierno federal, el cual busca el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas encabezadas por dicho género (SE, 2016). Este empoderamiento en las mujeres provoca que se sientan más seguras de sí mismas, y por ende confían en sus habilidades para llevar con éxito los emprendimientos en los que pudieran involucrarse.

Por otra parte, las normas subjetivas es un factor afectado por la presión social referente al acto emprendedor, por lo que su significancia de 0.724 encuentra posible sustento al porcentaje de muertes o cierres empresariales en las entidades participantes. De acuerdo con la encuesta sobre el impacto económico generado por COVID-19 llevada a cabo por el INEGI (2020), estas muertes o cierres definitivos de entidades de negocio, son mayores a los nuevos nacimientos, es decir mueren más empresas o negocios de las que se abren, generando así una percepción de incertidumbre emprendedora (ver gráfico 4).

Gráfico 4. Tasa de nacimientos y muertes empresariales



Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2020)

Así mismo, a pesar de las carencias que pudiera generar la aplicación de un MES, fue posible identificar una variable adicional que influye en los predictores de la intención emprendedora: los espacios de emprendimiento. Los espacios de emprendimiento funcionan como eslabón importante en el

**Factores que influyen en la intención emprendedora en estudiantes de IES**

DOI: <https://doi.org/10.29105/revin19.38-402>

desarrollo de emprendedores exitosos, gracias a los distintos apoyos que éstos generan (Merida & Rocha, 2020). Tal es la importancia, que las Instituciones de Educación Superior, tanto públicas como privadas, se han abocado en el desarrollo de Incubadoras de Negocio universitarias, espacios dedicados al fomento, desarrollo y consolidación de emprendedores, así como la creación y modificación de sus mallas curriculares en atención a este rubro. Además, el presente estudio brinda resultados de importancia a las IES, pues al tener una variable identificada que influye directamente en el desarrollo del emprendedor, es posible enfocar todos sus esfuerzos en el desarrollo, creación o remodelación de estos espacios que apoyan a los estudiantes en su camino de éxito al emprendimiento.

Por lo anterior expuesto, a partir de esta investigación se generan futuras líneas de investigación, entre ellos, el análisis de los espacios de emprendimientos como punto influyente en aquellos factores predictores de la intención emprendedora, generando así un mayor entendimiento de las variables tanto de sus bondades y disyuntivas en el contexto mexicano.

## Referencias

- Ahmed, T., Chandran, V., Klobas, J. E., & Liñán, F. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human processes*, 179-211.
- Alvarado Lagunas, E., Morales Ramírez, D., & Aguayo Téllez, E. (2016). Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. *Revista de la Educación Superior*, 45(180), 55-74. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.06.006>
- ANPROTEC. (2017 de Abril de 2017). *Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores*. Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores: <http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/perguntas-frecuentes/>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. General Learning Press.
- Bonales Valencia, J., Ortiz Paniagua, C. F., & Gaytán Cortés, J. (2018). Evaluación del Bootstrapping en los indicadores y variables de la Competitividad en las Empresas Exportadoras aplicando la Técnica PLS-SEM. *Cimexus*, 13(2).

- Boubker, O., Naoui, K., Ouajdouni, A., & Arroud, M. (2022). The effect of action-based entrepreneurship education on intention to become an entrepreneur. *MethodsX*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.mex.2022.101657>
- Bravo, B., Fernanda, I., Bravo Bravo, M. X., Danny Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 33. <https://doi.org/https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 294-334.
- Dao, T. K., Bui, A. T., Doan, T. T., Dao, N. T., Le, H. H., & Le, T. T. (2021). Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students: An extension of the theory of planned behavior. *Heliyon*, 7(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06381>
- Fernandes, C., Ferreira, J. J., Mota Veiga, P., Kraus, S., & Dábic, M. (2022). Digital entrepreneurship platforms: Mapping the field and looking towards a holistic approach. *Technology in Society*, 70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101979>
- Fernández, M., Blanco, F., & Cuadrado, J. (2015). Business incubation: innovative services in an entrepreneurship ecosystem. *The Service Industries Journal*, 35(14), 783-800. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1080243>
- Graham, B., & Bonner, K. (2022). One size fits all? Using machine learning to study heterogeneity and. *Journal of Business Research*, 152, 42-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.043>
- Hendrik N., T., & de Jong, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/doi:10.1007/s11747-014-0403-8>
- Huang, Y., Zhang, M., Wang, J. L., & Li, K. (2022). Psychological cognition and women's entrepreneurship: A country-based comparison using fsQCA. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100223>
- INEGI. (Diciembre de 2 de 2020). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. [https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/EC\\_OVID-IE\\_DEMOGNEG.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/EC_OVID-IE_DEMOGNEG.pdf)
- INEGI. (21 de Diciembre de 2021). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN\\_2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf)
- Kantaros, A., Diegel, O., Piromalis, D., Tsaramiris, G., Omar Khadidos, A., Omar Khadidos, A., . . . Janf, S. (2022). 3D printing: Making an innovative technology

- widely accessible through makerspaces and outsourced services. *Materialstoday: Proceedings*, 49(7), 2712-2723. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.09.074>
- Karadimitriou, N., Magnani, G., Timmerman, R., Marshall, S., & Hudson Smithe, A. (2022). Designing an incubator of public spaces platform: Applying cybernetic principles to the co-creation of spaces. *Land Use Policy*, 119. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106187>
- Krueger, N. F., D.Reilly, M., & L.Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lara Bocanegra, A., García Fernández, J., Gálvez Ruíz, P., Grimaldi Puyana, M., & Gómez Millan, M. (2022). Does background matter? Analysis of the influence of sex, socioeconomic status and the existence of an entrepreneurial family member as a precursor to entrepreneurship in university students of Sport Sciences. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100394>
- Lawler, D. (2016). Actuar intencionalmente: esbozo de una teoría de la intención. *Epistemología e Historia de la Ciencia*, 1(1), 53-86.
- Liñan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Martínez Gregorio, S., Badenes Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>
- Mendoza Gallego, J. A., Muñoz Álvarez, D., Sánchez Tovar, A. F., & Usme Salazar, A. R. (2020). Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad para jóvenes. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.4278342>
- Merida, A., & Rocha, V. (2020). It's about time: The timing of entrepreneurial experience and the career dynamics of university graduates. *Research Policy*, 1-12.
- Millette, S., Hull, C. E., & Williams, E. (2020). Business incubators as effective tools for driving circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121999>
- NU. (2022). *Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day#:~:text=Las%20mipymes%20representan%20el%2090,del%20PIB%20a%20nivel%20mundial.>

- Oliver Espinoza, R. (2021). Makerspaces: indicadores cuantitativos e implicaciones para la innovación, la educación y el emprendimiento. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 9(23). <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2021.23.77774>  
e23.77774
- Peñaherrera Zambrano, S. X., Saltos Cruz, J. G., Peñaherrera Pachar, A. B., & Lara Flores, E. A. (2020). La varianza media extraída y la validez discriminante de un constructo de merchandising. *CienciAmérica*, 9(1). <https://doi.org/10.33210/ca.v9i1.272>
- Shapiro, A. a. (1982). The social dimension of entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- Timmy H., T., Yu Min, W., Lin, H. H., Shin Jeng, L., Shun, Y., Wang, & Tung Han, T. (2022). Relationships between locus of control, theory of planned behavior, and cyber entrepreneurial intention: The moderating role of cyber entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 20(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100682>
- Wang, Z., He, Q., Xia, S., Sarpong, D., Xiong, A., & Maas, G. (2020). Capacities of business incubator and regional innovation performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 158. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120125>
- Yurtkoru, S., Acara, P., & Teraman, S. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 150, 834-840. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.092>