

Evaluación de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios: institución pública mexicana

Diana Hernández Bautista

Román Jiménez Vera

Ana Laura Luna Jiménez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Doi: 10.19044/esipreprint.10.2025.p298

Approved: 13 October 2025

Posted: 15 October 2025

Copyright 2025 Author(s)

Under Creative Commons CC-BY 4.0

OPEN ACCESS

Cite As:

Hernández Bautista, D., Jiménez Vera, R. & Luna Jiménez, A.L. (2025). *Evaluación de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios: institución pública mexicana*. ESI Preprints. <https://doi.org/10.19044/esipreprint.10.2025.p298>

Resumen

La creación de empresas en México es crucial para el desarrollo económico y la generación de empleos. Sin embargo, la falta de cultura emprendedora entre los jóvenes universitarios representa un obstáculo para este proceso. Esta investigación tuvo como objetivo evaluar las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento entre estudiantes de una institución de educación superior pública. Se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra representativa de seis programas educativos, considerando variables como creatividad, autoconfianza, apoyo familiar, tolerancia al fracaso y motivación emprendedora. Los resultados revelan que solo el 10 % de los estudiantes presentan un alto nivel en la evaluación de cultura emprendedora, mientras que un 49 % se ubica en un nivel medio y un 40 % en nivel bajo. Se encontró que predomina la intención de emprender ocasionalmente, con baja participación en proyectos, lo que evidencia una separación entre las actitudes favorables y la acción emprendedora. Las principales limitantes son la falta de recursos económicos, el temor al fracaso y una creatividad que se manifiesta esporádicamente. Se concluye que existe un potencial emprendedor en los estudiantes, pero es necesario fortalecerlo mediante programas universitarios integrales que promuevan no solo habilidades técnicas, sino también el empoderamiento personal, el acompañamiento institucional y el entorno familiar favorable. Esto permitirá transformar las

intenciones en proyectos viables, con impacto social y económico para la región.

Palabras clave: Emprendimiento, oportunidades de empleo, actitudes, percepciones y cultura emprendedora

Evaluation of Entrepreneurial Culture in University Students: Mexican Public Institution

Diana Hernández Bautista

Román Jiménez Vera

Ana Laura Luna Jiménez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Abstract

Business creation in Mexico is crucial for economic development and job creation. However, the lack of entrepreneurial culture among university students represents an obstacle to this process. This research aimed to evaluate attitudes and perceptions toward entrepreneurship among students at a public higher education institution. A structured questionnaire was administered to a representative sample of six educational programs, considering variables such as creativity, self-confidence, family support, tolerance for failure, and entrepreneurial motivation. The results reveal that only 10% of students have a high entrepreneurial culture, while 49% are at a medium level and 40% at a low level. The predominant intention to start a business is occasional, with low participation in projects, which demonstrates a gap between favorable attitudes and entrepreneurial action. The main constraints are a lack of financial resources, fear of failure, and sporadically manifested creativity. It is concluded that there is entrepreneurial potential in students, but it needs to be strengthened through comprehensive university programs that promote not only technical skills but also personal empowerment, institutional support, and a supportive family environment. This will allow entrepreneurial intentions to be transformed into viable projects with a social and economic impact for the region.

Keywords: Entrepreneurship, employment opportunities, attitudes, perceptions, and entrepreneurial culture

Introduction

El emprendimiento representa un área de oportunidad para los jóvenes universitarios. El acto de emprender impulsa el crecimiento

económico al facilitar la innovación, mejorar la competitividad y generar oportunidades de empleo. A través del emprendimiento, los jóvenes universitarios pueden dar vida a ideas que fomenten la acción, alimenten el dinamismo del mercado y fortalezcan la comunidad, promoviendo valores como la fortaleza, la creatividad y la autonomía. Asimismo, fortalecer a los emprendedores contribuye a diversificar la economía, unas de las pocas formas de adaptarse a un entorno en constante cambio.

El emprendimiento es un fenómeno que se ha extendido por todo el mundo. Para académicos, emprendedores, administradores de políticas públicas y la población en general, el emprendimiento representa un factor esencial para promover el desarrollo económico y el bienestar social de los países. Con base en la teoría de McClelland (1961) y las publicaciones de Pulgarín y Cardona (2011) sostienen que los emprendedores tienen una alta necesidad de logro, lo que los impulsa a asumir riesgos y buscar el éxito.

Emprender es la habilidad para proyectar ideas innovadoras y hacerlas realidad a través de sus acciones. La cultura emprendedora se relaciona con la innovación, lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad. Sin embargo, la cultura emprendedora no sólo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. En esta competencia se apoyan las personas dentro de su vida cotidiana, en casa y en la sociedad, luchando por ser mejores que los demás; creando nuevas ideas y formas de vida para mejorar cada día (Kantis *et al.*, 2011).

Para Alemany y Álvarez (2011) el espíritu emprendedor comprende dos tipos de capacidades: genéricas y específicas. Las capacidades genéricas son aplicables a la sociedad en su conjunto o a un colectivo como el estudiantil que se aborda en esta investigación. Por su parte las específicas se orientan al crecimiento profesional como empresario y se fundamentan en las habilidades generales. Si bien el espíritu empresarial puede resultar ventajoso no es prioridad para los estudiantes universitarios (Mora Pacheco *et al.*, 2019).

En relación con lo anterior, el emprendimiento es una pieza clave para la construcción de una economía más inclusiva y dinámica, puesto que ofrece oportunidad de empleo e innovación con el correspondiente beneficio social. Si no se fomenta la cultura emprendedora en los jóvenes universitarios se pierde la oportunidad de generar innovación y fortalecer la autonomía profesional.

A pesar de los posibles beneficios para implementar una idea de negocio se observa falta de acción en los estudiantes universitarios para aprovechar las oportunidades que ofrece el emprendimiento. Según datos del Instituto Mexicano de la Juventud (INJUDET, 2014) Tabasco es el

estado con mayor número de jóvenes que han intentado emprender un negocio, con un 19.5 % de jóvenes que han buscado crear su propia empresa. Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) no cuenta con estadísticas sobre la actividad emprendedora en jóvenes, lo que muestra una brecha en la comprensión del fenómeno.

En este contexto, las universidades públicas como la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) tienen un papel clave en la promoción de una cultura emprendedora que incentive a los estudiantes a transformar ideas en proyectos viables y sostenibles.

La División Académica Multidisciplinaria de los Ríos (DAMR) es un campus de la UJAT, se localiza en el municipio de Tenosique, Tabasco. Este municipio se encuentra en punto clave en su desarrollo pues existen diversos proyectos turísticos asociados al Tren Maya, sin embargo debido a la falta de interés por emprender puede ocasionar que las empresas externas, aprovechen la oportunidad de instalarse en el municipio provocando la gentrificación de los negocios.

De igual manera en esta división académica se observa que existe un bajo número de emprendedores por lo que se plantea la siguiente interrogante ¿Cuáles son los factores que influyen en la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios de la DAMR-UJAT del municipio de Tenosique, Tabasco?

Métodos

La presente investigación es descriptiva con un enfoque cuantitativo de alcance exploratorio. debido a que se busca explorar en profundidad las percepciones, experiencias y motivaciones de los estudiantes universitarios en relación con la cultura emprendedora. Se realizó una revisión documental para generar reflexiones críticas aportadas en argumentos bibliográficos. La búsqueda se realizó en bases de datos científicas utilizando palabras claves que incluyen los siguientes conceptos: jóvenes, intención emprendedora, emprendimiento cultural en México, Tabasco, así como beneficios del emprendimiento.

La población objetivo fueron estudiantes en la DAMR, UJAT en el ciclo febrero-junio 2025 con un enfoque en edades de entre 18 y 25 años. Se seleccionó una muestra mínima por estratos de 87 participantes de los seis programas educativos de pregrado que se imparten en la institución: Licenciatura en Administración, Licenciatura en Derecho, Ingeniería en Acuicultura, Licenciatura en Informática Administrativa, Licenciatura en Enfermería e Ingeniería en Alimentos.

Para la recolección de datos, se adaptó el instrumento por autores García, *et al.* (2017) y por Osorio, Settles y Shen (2017), que incluye preguntas cerradas sobre la cultura emprendedora, sus actitudes hacia

emprender un negocio. El cuestionario fue validado a través de un grupo piloto de diez estudiantes, lo que permitió realizar ajustes en la redacción y mejorar la claridad de las preguntas. Se garantizó el consentimiento informado, asegurando la confidencialidad de las respuestas.

El instrumento constó de 40 preguntas clasificadas en dos dimensiones: Cultura emprendedora y los Jóvenes emprendedores con una escala Likert de frecuencia con cinco opciones de respuesta:

El análisis de datos fue descriptivo utilizando Excel. En la siguiente Tabla se muestra la escala Likert que se transformó en baremos para determinar el nivel asociado a la cultura de emprendimiento.

Tabla 1. Escala de cultura de emprendimiento.

<i>Nivel</i>	<i>Intervalo</i>
Bajo	83 - 113
Medio	114 - 141
Alto	142 - 168

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Esta investigación tuvo como propósito general evaluar la cultura emprendedora entre los jóvenes universitarios que cursan sus estudios en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) en la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos, ubicada en el municipio de Tenosique, Tabasco. El objetivo fue comprender cómo los estudiantes universitarios de esta institución educativa perciben el emprendimiento y qué actitudes manifiestan al respecto, puesto que dichos factores inciden directamente en la intención de emprender.

Perfil Sociodemográfico. Para abordar este fenómeno de manera integral, se realizó un análisis del perfil sociodemográfico de los estudiantes que abarca, edad, género, estado civil, carrera, semestre y experiencia emprendedora (Tabla 2). Los datos analizados revelan que un 63 % de los estudiantes encuestados tienen entre 18 y 20 años, mientras que el 20 % se encuentra en el rango de 21 a 24 años. El grupo con menor estudiantes corresponde a más de 28 con solo un 17 %. Además, se identificó que un 67 % de los encuestados manifestó estado civil soltero. Otro dato relevante es que únicamente el 29 % de los estudiantes manifiestan participar en alguna actividad emprendedora, lo que indica una baja incidencia del emprendimiento dentro de la población estudiantil.

Tabla 2. Perfil sociodemográfico de universitarios de la DAMR, UJAT.

<i>Variable</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Edad	18 - 20	63
	21 - 24	20
	25 - 27	0
	Más de 28	17
Género	Femenino	43

	Masculino	29
	No binario	0
	Otros	28
Estado civil	Casado o Casada	2
	Soltera o Soltero	67
	Unión libre	5
	Divorciada o Divorciado	0
	Otros	26
Carrera	Administración	28
	Derecho	7
	Acuicultura	1
	Informática	23
	Enfermería	37
	Alimentos	4
Semestre	Primero	5
	Segundo	43
	Tercero	5
	Cuarto	9
	Quinto	5
	Sexto	1
	séptimo	19
	Octavo	2
	Noveno	10
	Decimo	1
Actividad de emprendimiento	Si	21
	No	79

Fuente: Elaboración propia.

Cultura Emprendedora. Esta sección del cuestionario tuvo como objetivo identificar las percepciones y actitudes de los jóvenes universitarios hacia la cultura emprendedora. Para ello, se analizaron 13 variables clave, las cuales resultaron fundamentales para evaluar de manera detallada las opiniones y disposiciones que los estudiantes manifiestan respecto al emprendimiento.

En la dimensión cultura emprendedora se consideraron variables tales como actividad laboral, espíritu emprendedor, crear tu propia empresa, inspiración universitaria, creatividad emprendedora y búsqueda de alternativas. En la Tabla 3 se muestran los resultados de la variable actividad laboral donde se evalúa el número de estudiantes que tiene experiencia laboral, lo que suele ser un detonante del espíritu emprendedor. Los resultados muestran que un 69 % de los estudiantes encuestados han desarrollado alguna actividad laboral.

En la variable crea tu propio negocio se analizó el nivel de confianza de los estudiantes para emprender un negocio propio, incluso enfrentando riesgos. El 51 % considera que, aunque conlleve mucho riesgo estarían

dispuesto a intentarlo. Por otro lado, el 6 % percibe que representa un riesgo excesivo. En cuanto a la creatividad emprendedora el 41 % mencionó que ocurre ocasionalmente y el 24 % con frecuencia. En esta variable se evalúa la capacidad del alumnado para generar ideas novedosas e innovar en la creación de empresas.

Tabla 3. Cultura emprendedora

Variable	Escala	Porcentaje (%)
Actividad laboral	Si	69
	No	31
Fuente de influencia del espíritu emprendedor	Innato	24
	Profesor de la universidad	20
	Compañeros de clase / trabajo	6
	Amigos	29
	Otras personas	21
Percepción sobre la creación de una empresa propia	No conlleva ningún riesgo	10
	El riesgo que conlleva es moderado	33
	Conlleva mucho riesgo, pero puede plantearse	51
	Conlleva demasiado riesgo	6
La universidad inspira para desarrollar ideas de negocios	Muy frecuente	10
	Frecuente	36
	Ocasionalmente	33
	Raramente	12
	Nunca	9
Creación de ideas novedosas	Muy frecuente	13
	Frecuente	24
	Ocasionalmente	41
	Raramente	21
	Nunca	1
Búsqueda de alternativas	Muy frecuente	16
	Frecuente	39
	Ocasionalmente	41
	Raramente	4
	Nunca	0

Fuente: Elaboración propia.

Para concluir el análisis de la dimensión de cultura emprendedora en la Tabla 4 se incluyen las siete variables restantes de cultura emprendedora. Una de estas variables es la habilidad para generar nuevas ideas de negocios,

que busca evaluar en qué medida los estudiantes consideran tener la capacidad para desarrollar emprendimientos. Los resultados muestran que el 40 % cree que ocasionalmente posee esta habilidad, el 31 % la percibe con frecuencia, el 16 % raramente, el 10 % considera que muy frecuente posee esta habilidad mientras que 3 % no lo tiene.

Dentro del análisis de la cultura emprendedora, se incluyó la variable que evalúa el grado en que la universidad inspira a los jóvenes universitarios a desarrollar ideas de negocio. Los resultados obtenidos muestran que: el 36 % considera que esta inspiración ocurre frecuentemente, el 33 % que sucede ocasionalmente, un 12 % opina que ocurre raramente y el 10 % la percibe como muy frecuente.

En cuanto a la percepción de facilidad para alcanzar resultados se evalúa si los estudiantes consideran que pueden encontrar alternativas para lograr los objetivos que se plantean dentro de su emprendimiento. En este caso el 41 % respondió que ocasionalmente logra encontrar dichas alternativas, siendo esta la opción con mayor porcentaje, el 22 % considera que frecuentemente encuentran alternativas, el 20 % considera que raramente y muy frecuente, mientras que el 3% no consideran encontrar alternativas ó interés por emprender.

También se evaluó el nivel de motivación o disposición de los estudiantes hacia el emprendimiento. Un 48 % manifestó estar interesando en emprender, el 44 % expresó un interés parcial (tal vez) y solo el 8 % indico no tener interés.

Tabla 4. Variables de la cultura emprendedora

<i>Variable</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Habilidades para generar nuevas ideas de negocio	Muy frecuente	10
	Frecuente	31
	Ocasionalmente	40
	Raramente	16
	Nunca	3
Creatividad personal	Muy frecuente	26
	Frecuente	30
	Ocasionalmente	26
	Raramente	16
	Nunca	2
Habilidades empresariales	Muy frecuente	11
	Frecuente	30
	Ocasionalmente	43
	Raramente	14
	Nunca	2
Percepción de facilidad para alcanzar resultados	Muy frecuente	14
	Frecuente	22
	Ocasionalmente	41
	Raramente	20
	Nunca	3

Oportunidades de negociación	Muy frecuente	23
	Frecuente	47
	Ocasionalmente	18
	Raramente	9
	Nunca	3
Identificación de oportunidades de negocio	Muy frecuente	45
	Frecuente	38
	Ocasionalmente	11
	Raramente	3
	Nunca	3
Interés empresarial	Si	48
	No	8
	Tal vez	44

Fuente: Elaboración propia.

Factores con influencia en la intención emprendedora. Esta dimensión tuvo como objetivo identificar los factores que influyen en la decisión de emprender de los jóvenes universitarios. Las variables que se incluyeron fueron la autoestima, autoconfianza, apoyo financiero y la seguridad personal que los estudiantes perciben en sí mismos.

Los resultados en autoestima muestran que el 34 % muy frecuente, 30 % frecuente, un 17 % ocasional, el 7 % rara vez y el 3 % afirma no tenerla nunca. Estos datos sugieren que una mayoría significativa presenta una autoestima positiva de forma constante. También se analizó el nivel de confianza que los estudiantes tienen al momento de emprender. El 44 % señala tener autoconfianza muy frecuente, el 33 % frecuente, el 15 % ocasionalmente, el 7 % rara vez y sólo el 1 % nunca. Esto refleja que más de tres cuartas partes de los estudiantes confían regularmente en sus capacidades de emprender.

Recursos económicos propios para emprender un negocio. Esta variable explora si los estudiantes disponen de recursos económicos personales para iniciar un emprendimiento. Los resultados indican que el 67 % no cuenta con dichos recursos, mientras que el 33 % tiene posibilidad de financiar su propio negocio. Esta limitación económica representa un desafío importante, a pesar de los altos niveles de autoconfianza observados.

Tabla 5. Autoestima percibida

<i>Variable</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Autoestima	Muy frecuente	34
	Frecuente	39
	Ocasionalmente	17
	Raramente	7
	Nunca	3
Admite con facilidad cuando comete un error.	Frecuente	45
	Ocasionalmente	29
	Raramente	4

	Nunca	1
Relaciones comerciales	Muy frecuente	14
	Frecuente	24
	Ocasionalmente	40
	Raramente	17
	Nunca	5
Decisiones a nuevos retos	Muy frecuente	8
	Frecuente	20
	Ocasionalmente	56
	Raramente	11
	Nunca	5
Autoconfianza	Muy frecuente	44
	Frecuente	33
	Ocasionalmente	15
	Raramente	7
	Nunca	1
Seguridad personal	Muy frecuente	30
	Frecuente	40
	Ocasionalmente	22
	Raramente	7
	Nunca	1
Recursos económicos propios para emprender un negocio	si	33
	No	67

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 6 se muestran los resultados de las variables que tienen que ver con el apoyo familiar como uno de los factores que influyen en los jóvenes universitarios. En esta variable se analizó el grado en que los estudiantes universitarios perciben el respaldo de sus familias al momento de tomar decisiones relacionadas con el emprendimiento. Los resultados obtenidos muestran que el 30 % de los estudiantes reciben apoyo de sus familias con mucha frecuencia, el 39 % con frecuencia, 22 % ocasionalmente, el 8 % rara vez y solo el 1 % indica no contar con ese respaldo.

En cuanto a la influencia familiar en la decisión de emprender se evaluó en qué medida los familiares fomentan el espíritu emprendedor en los estudiantes. Según los datos recabados, el 28 % manifestó que sus familias los alientan a emprender con mucha frecuencia, 37 % con frecuencia, el 23 % ocasionalmente, 10 % raramente y el 2 % nunca. Estos resultados indican que la familia desempeña un papel activo en el impulso emprendedor de los jóvenes, actuando como un agente motivador en muchos casos.

Tabla 6. Apoyo familiar

<i>Variable</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Dependencia de recursos económicos familiares para emprender	Muy frecuente	17

	Frecuente	30
	Ocasionalmente	37
	Raramente	9
	Nunca	7
Préstamos bancarios para emprender	Muy frecuente	8
	Frecuente	9
	Ocasionalmente	24
	Raramente	38
	Nunca	21
Prestamos universitarios para la creación de un negocio	Muy frecuente	5
	Frecuente	7
	Ocasionalmente	33
	Raramente	36
	Nunca	19
Prestamos provenientes de otros organismos	Muy frecuente	7
	Frecuente	9
	Ocasionalmente	29
	Raramente	36
	Nunca	19
Apoyo familiar	Muy frecuente	30
	Frecuente	39
	Ocasionalmente	22
	Raramente	8
	Nunca	1
Influencia familiar al emprendimiento	Muy frecuente	28
	Frecuente	37
	Ocasionalmente	23
	Raramente	10
	Nunca	2
Apoyos materiales hacia la creación de un nuevo negocio	Muy frecuente	33
	Frecuente	22
	Ocasionalmente	31
	Raramente	13
	Nunca	1

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 7 se analizaron las variables que tienen relación con la tolerancia al fracaso, debido a que este es un factor clave al momento de emprender, ya que por naturaleza emprender implica asumir riesgos. En lo que respecta a la capacidad para resolver problemas empresariales, se analizó en qué medida los jóvenes se perciben capaces de encontrar soluciones ante problemas dentro del contexto empresarial.

Los resultados indican que el 25 % de los estudiantes manifiestan tener esta capacidad con mucha frecuencia, el 43 % con frecuencia, el 26 % de forma ocasional y el 6 % rara vez. Estos datos reflejan una actitud

predominantemente proactiva entre los estudiantes frente a los desafíos empresariales.

Con relación a la tolerancia al rechazo esta variable evalúa la disposición de los jóvenes a persistir en sus iniciativas emprendedoras a pesar de enfrentar momentos negativos. En este caso, el 18 % señaló poseer una alta tolerancia al rechazo, el 39 % frecuente, el 30 % ocasional y el 18 % rara vez. Aunque una proporción significativa muestra perseverancia, también se puede visualizar la necesidad de fortalecer esta competencia para fomentar una mayor resiliencia emprendedora.

Tabla 7. Tolerancia al fracaso

<i>Variable</i>	<i>Escala</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Consejos familiares	Muy frecuente	30
	Frecuente	36
	Ocasionalmente	20
	Raramente	10
	Nunca	4
Solución hacia un problema empresarial	Muy frecuente	25
	Frecuente	43
	Ocasionalmente	26
	Raramente	6
	Nunca	0
Aceptación de errores	Muy frecuente	30
	Frecuente	45
	Ocasionalmente	23
	Raramente	2
	Nunca	0
Toma de decisiones	Muy frecuente	22
	Frecuente	37
	Ocasionalmente	33
	Raramente	8
	Nunca	0
Resolver situaciones empresariales	Muy frecuente	18
	Frecuente	39
	Ocasionalmente	30
	Raramente	13
	Nunca	0
Tolerancia hacia el rechazo	Muy frecuente	18
	Frecuente	39
	Ocasionalmente	30
	Raramente	13
	Nunca	0
Responsabilidad empresarial	Muy frecuente	33
	Frecuente	36
	Ocasionalmente	26
	Raramente	3
	Nunca	2

Fuente: Elaboración propia.

Nivel asociado a la cultura de emprendimiento. Por último, en la Figura 1 se ilustra en baremos el nivel de cultura emprendedora presente entre los estudiantes División Académica Multidisciplinaria de los Ríos (DAMAR). Como se observa, un 10% de los estudiantes se ubica en el rango alto de cultura emprendedora, mientras el 49% se encuentra en nivel medio. Por otro lado, un 40% de los estudiantes presenta un nivel bajo, lo que refleja una oportunidad significativa para fortalecer e impulsar iniciativas que fomenten el espíritu emprendedor en esta comunidad académica.

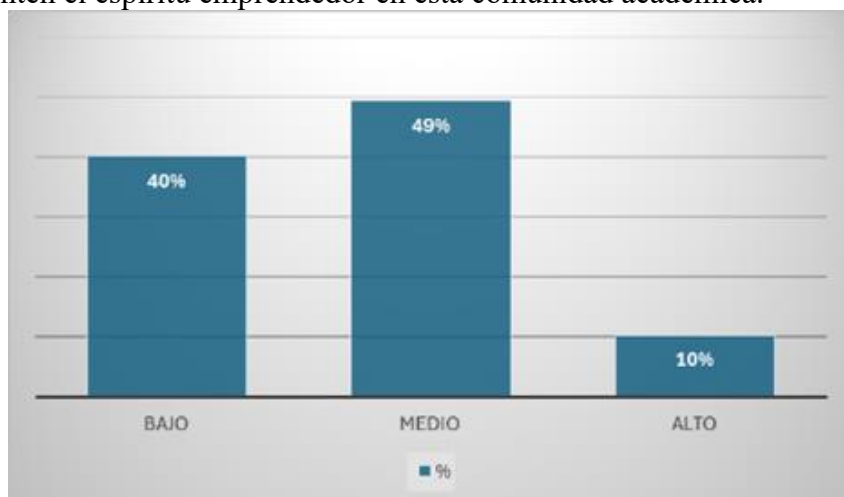


Figura 1. Evaluación de cultura emprendedora en estudiantes universitarios

Discusión

En cuanto a la cultura emprendedora Borrayo *et al.* (2019) destacan en su investigación que uno de los desafíos de las universidades públicas es lograr que sus egresados tengan las competencias para convertirse en empresarios. Una ventaja para los que poseen estudios profesionales de pregrado o posgrado es que entre más alto sea el nivel educativo se incrementan las oportunidades para emprender con éxito (Coronado-García, 2020).

Los resultados obtenidos muestran que un porcentaje alto (40 %) de los estudiantes encuestados de la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos (DAMR), no participa actualmente en una actividad emprendedora. Esta disconformidad plantea interrogantes sobre los factores que limitan el desarrollo emprendedor entre los estudiantes universitarios de esta institución, a pesar del entorno social que impulsa la necesidad de emprender.

Los hallazgos de este estudio muestran una carencia notable de creatividad al emprender; esta variable mostró su mayor frecuencia en la

categoría “ocasionalmente”, con un 41 %. Bravo (2023), concluye la creatividad es una de las competencias más destacadas para emprender.

Los resultados muestran que un 69 % de los jóvenes entrevistados han realizado alguna actividad laboral lo que resulta favorable puesto que la experiencia laboral previa explica de forma importante la propensión a crear empresas. La información anterior concuerda con los hallazgos de Bravo *et al.* (2021) quien sostiene que la experiencia laboral influye en la intención de emprender en su estudio realizado con estudiantes en Ecuador.

Los estudios empíricos sobre emprendimiento en estudiantes muestran que la actitud personal a menudo tiene un impacto significativo en la intención por emprender (Maheshwari, Kha, & Arokiasamy, 2023). La autoestima y la autoconfianza y seguridad muestran resultados positivos en el presente estudio, sin embargo, los resultados también indican que los estudiantes carecen de los recursos necesarios para emprender. Al respecto una debilidad identificada por las universidades públicas es la falta de modelos de financiamiento para las ideas de negocio (Neri, 2024).

En cuanto a la creatividad emprendedora el 41 % mencionó que ocurre ocasionalmente y el 24 % con frecuencia. En esta variable se evalúa la capacidad del alumnado para generar ideas novedosas e innovar en la creación de empresas. De igual forma es necesario en sus programas curriculares la formación en habilidades para generar nuevas ideas de negocios y empresariales puesto que los estudiantes entrevistados hacen uso ocasionalmente de ellas. Como argumenta Damián (2020) las universidades públicas requieren mayor inversión e involucramiento de los actores de la comunidad educativa para impulsar el emprendimiento.

Marín, Rubio y Sánchez (2015) señalan que, si las universidades cuentan con estudiantes con una actitud positiva hacia el emprendimiento, es probable que logren iniciar y consolidar sus propios negocios con éxito. Con respecto a los resultados de esta investigación, el 36 % de los estudiantes mencionaron que en el campus universitario -la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos- con frecuencia se realizan eventos o actividades que los motivan a realizar emprendimientos; sin embargo, estos esfuerzos son insuficientes para incentivar el emprendimiento en la institución. Lo anterior coincide con lo reportado por Tirado-García *et al.* (2025) quienes señalan que en jóvenes universitarios de Sonora, México, los programas educativos no se vinculan con su iniciativa por emprender.

En cuanto a las características personales de los estudiantes entrevistados, es bajo el porcentaje de los que perciben el emprendimiento como un riesgo excesivo, lo que refleja un buen nivel de confianza de los estudiantes entrevistados. Al respecto, Sung & Duarte (2015) consideran la asunción de riesgos como uno de los principales atributos del emprendedor. En este sentido Jaimes Millán *et al.* (2017) identificaron diversos factores

que influyen en la decisión de emprender entre los estudiantes universitarios, tales como el semestre que cursan, estado civil, edad, conocimiento sobre programas de emprendimiento, propensión al riesgo, autoestima e innovación.

El apoyo familiar se considera un factor clave con influencia en la decisión de iniciar un emprendimiento, puesto que muchas personas buscan la validación de su círculo más cercano (Mora Pacheco *et al.*, 2019). Los resultados muestran que los estudiantes reciben, en primera instancia, apoyo de sus familias. Arévalo, Padilla & Wong (2016) determinaron en su estudio que la familia constituye un pilar fundamental para fomentar una actitud emprendedora

En cuanto a las variables que se asocian con la tolerancia al fracaso y capacidad para resolver problemas los resultados indican que los estudiantes demuestran un cierto nivel de competencias en términos de los resultados analizados de estas variables. Según Pulgarín & Cardona (2011) los emprendedores con alta tolerancia al fracaso lo ven como retroalimentación, en lugar de asociarlo a una derrota.

Los estudiantes en sus respuestas señalaron tener iniciativa al detectar oportunidades y desafiar esquemas tradicionales, lo cual refleja una mentalidad abierta al cambio y a la creación de valor. Los alumnos obtuvieron porcentajes favorables en dimensiones como la oportunidad empresarial y la responsabilidad social, lo que evidencia una disposición positiva hacia el emprendimiento. Para Hernán & Del Rayo (2023) se observa una conexión importante entre la actitud y la cultura emprendedora, destacando la relevancia de la oportunidad y la innovación como elementos clave en el desarrollo del espíritu emprendedor.

Conclusiones

La evaluación realizada entre los estudiantes de la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, una universidad pública del sureste de México, revela una cultura emprendedora naciente, con actitudes positivas, pero aún limitada por factores como la falta de recursos económicos, el miedo al fracaso y una creatividad que se manifiesta sólo de forma ocasional. Aunque los estudiantes se encuentran motivados y tienen interés por emprender la evaluación de la cultura emprendedora aún presenta un nivel bajo.

La creatividad es fundamental para incentivar el emprendimiento, su insuficiencia sugiere la necesidad de incorporar en los programas académicos una formación específica que fomente estas habilidades. Otro factor que limita el emprendimiento es la falta de recursos y modelos de financiamiento adecuados. Esta situación requiere que los directivos de la institución profundicen en los factores que limitan el desarrollo de iniciativas

empresariales, especialmente en un contexto social que debería alentar el emprendimiento.

Lo anterior subraya la necesidad de un enfoque integral y comprometido por parte de la comunidad universitario. A pesar que, la actitud personal y la autoconfianza de los estudiantes son factores positivos, el apoyo institucional sigue siendo deficiente; se recomienda reforzar la vinculación entre programas de emprendimiento y la iniciativa de los estudiantes. Además, destaca la necesidad que las universidades fomenten activamente el interés por el emprendimiento, promuevan la cultura emprendedora en la comunidad universitaria con el fin de desarrollar competencias empresariales en los estudiantes.

Finalmente, el estudio destaca que los estudiantes tienen una mentalidad abierta hacia el cambio y la creación de valor, mostrando disposición hacia la responsabilidad social y la identificación de oportunidades. Sin embargo, es crucial que las universidades, junto con el apoyo familiar, desarrollen estrategias más efectivas para elevar la cultura emprendedora. La integración de la creatividad, el financiamiento accesible y una mayor participación de la comunidad educativa son elementos esenciales para cultivar un entorno que no solo incentive el emprendimiento, sino que también lo convierta en una realidad fructífera para los jóvenes.

Agradecimientos

Los autores agradecen a la comunidad universitaria de la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco por el interés y participación en este estudio, donde se analiza el espíritu emprendedor de jóvenes estudiantes de una universidad pública en el sureste mexicano.

Conflicto de intereses: Los autores no declararon ningún conflicto de intereses.

Disponibilidad de los datos: Todos los datos están incluidos en el contenido del artículo.

Declaración de financiación: Los autores no obtuvieron financiación para esta investigación.

References:

1. Arévalo Avecillas, D. X., Padilla Lozano, C. P., & Wong Laborde, N. I. (2016). Intención de emprendimiento en los estudiantes: un estudio en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Alternativas*, 17(1), 5-15. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9452998.pdf>

2. Bianchi, P., Kantis, H., Bacic, M. J., Suaznabar, C., Studart, R., Vasconcelos, L. A. T., Moori Koenig, V., Federico, J., Martínez, J., Parrilli, M. D., Llisterri, J. J., Angelelli, P., & Baruj, G. (2011). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. <https://doi.org/10.18235/0012549>
3. Borrayo, C. Zepeda, A. V. & Malengarejo, B.D. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026735>
4. Bravo Bravo, I. F., Bravo Bravo M. X, Preciado, J. D, & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, (33), 139-155. Epub 15 de de 2021. Recuperado en 10 de julio de 2025, de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752021000200139&lng=es&tlng=es.
5. Bravo Espinoza, M. B. M. (2023). Cultura de emprendimiento e innovación en estudiantes universitarios, perspectiva en América Latina. *YACHAQ*, 6(1), 99–119. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v6i1.7>
6. Coronado-García, M. A., Leyva-Carrera, A. B., Encinas-Meléndrez, L. del C., Rosetti-López, S. R., & Rojas-Rodríguez, I. S. (2020). Habilidades que determinan el éxito del emprendedurismo del sector industrial de la ciudad de Hermosillo, Sonora. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30(55), e20854. Epub 06 de diciembre de 2021. <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.854>
7. Damián Simón, J. (2020). El emprendimiento en el contexto de la universidad no emprendedora: la voz de los estudiantes. *Innovación educativa (México, DF)*, 20(84), 9-32. Epub 03 de marzo de 2025. Recuperado en 11 de julio de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732020000300009&lng=es&tlng=es.
8. De la Juventud, I. M. (s.f.). (INJUDET, 2014) presenta datos sobre jóvenes Emprendedores. <https://www.gob.mx/imjuve/prensa/imjuve-presenta-datos-sobre-jovenes-emprendedores-34573>
9. Diez Farhat, Said. (2020) Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641011/29062641011.pdf>
10. García, R. F. J., Gil, S., E., Ruiz, R., I. & Gutiérrez, T., D. (2017). Entrepreneurial processes in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056.

- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654313.2016.1262827>
11. Hernandez — Chavarría, J. & Del Rayo Lechuga-Nevárez, M. (2023). Actitud y cultura emprendedora en los emprendedores universitarios del municipio Victoria de Durango. <https://www.redalyc.org/journal/5615/561574647005/>
 12. Maheshwari, G., Kha, K.L. & Arokiasamy, A.R.A. (2023). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Manag Rev Q*, 73, 1903-1970. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
 13. Marín, L., Rubio, A. & Sánchez-Mora, M. I. (2015). El impacto del entorno del estudiante en sus intenciones de crear una empresa cuando finalice sus estudios. *Revista de Relaciones Laborales*, 32, 504-526. <http://hdl.handle.net/10810/44605>
 14. McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New York: A Free Press Paperback. https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=R12wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&ots=NJOc0fwEK6&sig=exw87e58h4yEwctesgr7CvI4A34&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
 15. Jaimes Millán, F., Jaramillo Jaramillo, M., & Pérez Chávez, M. A. (2017). Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec. *Revista Venezolana De Gerencia*, 22(78), 210-231. <https://doi.org/10.37960/revista.v22i78.22875>
 16. Mora Pacheco, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atiencie, N. G., & Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, 15(30), 5-23. <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.01>
 17. Neri Guzmán, J. C. (2024). Universidades públicas en México: análisis del emprendimiento. *Problemas del desarrollo*, 55(216), 141-167. Epub 21 de junio de 2024. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2024.216.70026>
 18. Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24-43. https://www.researchgate.net/publication/319007893_Does_family_support_matter_The_influence_of_support_factors_on_entrepreneurial_attitudes_and_intentions_of_college_students
 19. Pulgarín Molina, S. A. & Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los

- estudiantes de administración de la Universidad Nacional = Characterization of the enterpreneurial behavior of business administration students at Universidad del Rosario. *Revista Ean*, (71), 22–39. <https://doi.org/10.21158/01208160.n71.2011.549>
20. Rodríguez, H. A. (2025, 14 marzo). Innovación y emprendimiento en las universidades mexicanas. FORMTIC. <https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/pSAAtT0JZ4PxbRjPsQjAR9/lists/1BV4mZlobyJXRj6wjAf7de/>
21. Tirado García, J. I., Lugo Gil, C. Y. & Torres Figueroa, M. G. (2025). Análisis de la relación del perfil emprendedor y el impacto de la universidad para estudiantes del área económico-administrativa. *Vértice universitario*, 27(96), e240. Epub 25 de febrero de 2025. <https://doi.org/10.36792/rvu.v27i96.240>
22. Vista de Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec. (s. f.). <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/22875/22796>