

## Interpretación del emprendimiento como estrategia de administración financiera para el crecimiento profesional del alumno de educación superior

Interpretation of entrepreneurship as a strategy of financial management for the professional growth of higher education students

Interpretação do empreendedorismo como estratégia de administração financeira para o crescimento profissional do aluno de educação superior

Recibido: 31/08/2025 | Revisado: 18/09/2025 | Aceptado: 19/09/2025 | Publicado: 22/09/2025

**Cynthia Zaraith Orozco Atondo**

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3384-5337>  
Universidad de Sonora, México  
E-mail: [cynthia.orozco@unison.mx](mailto:cynthia.orozco@unison.mx)

**Altayra Geraldine Ozuna Beltrán**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0994-0723>  
Universidad de Sonora, México  
E-mail: [altayra.ozuna@unison.mx](mailto:altayra.ozuna@unison.mx)

**Ines Julieta Duarte Montaño**

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2266-371X>  
Universidad de Sonora, México  
E-mail: [julieta.duarte@unison.mx](mailto:julieta.duarte@unison.mx)

### Resumen

El propósito del desarrollo de la presente investigación es identificar habilidades y experiencias durante su desarrollo profesional, para aplicarlas en un contexto empresarial y que sean un motivador en el impulso del espíritu emprendedor. Se aplicó un cuestionario estructurado a estudiantes de una universidad pública en Hermosillo, Sonora, para conocer sus percepciones y actitudes hacia el emprendimiento y su relación con la educación financiera. Los resultados muestran que el 67% de los encuestados piensan en emprender, demostrando capacidad de resiliencia y compromiso en su desarrollo personal y profesional. La mayoría resalta su capacidad de adaptación, innovación y disposición para nuevos desafíos, pero algunos dudan en habilidades como negociación y persuasión. La investigación hace hincapié en fortalecer la educación financiera y empresarial en las instituciones de educación superior, creando un ambiente de colaboración que fomente el espíritu emprendedor. En resumen, promover el emprendimiento en estudiantes universitarios apoya el desarrollo económico y social, formando profesionistas capaces de innovar y generar negocios sustentables.

**Palabras clave:** Emprender; Educación financiera; Administración financeira; Enseñanza y aprendizaje; Educación superior.

### Abstract

The purpose of this research is to identify skills and experiences during professional development, to apply them in a business context and serve as a motivator for fostering entrepreneurship. A structured questionnaire was applied to students at a public university in Hermosillo, Sonora, to understand their perceptions and attitudes towards entrepreneurship and its relationship with financial education. Results show that 67% of respondents consider starting a business, demonstrating resilience and commitment to their personal and professional development. Most highlight their ability to adapt, innovate, and face new challenges, although some express doubts regarding skills like negotiation and persuasion. The research emphasizes the need to strengthen financial and business education in higher education institutions, creating a collaborative environment that fosters entrepreneurial spirit. In summary, promoting entrepreneurship among university students supports economic and social development by preparing professionals capable of innovating and generating sustainable businesses.

**Keywords:** Entrepreneurship; Financial education; Financial management; Teaching and learning; Higher education.

### Resumo

O objetivo desta pesquisa é identificar habilidades e experiências durante o desenvolvimento profissional, aplicá-las em um contexto empresarial e servir como motivador para fomentar o empreendedorismo. Foi aplicado um questionário estruturado a estudantes de uma universidade pública em Hermosillo, Sonora, para conhecer suas

percepções e atitudes em relação ao empreendedorismo e sua relação com a educação financeira. Os resultados mostram que 67% dos entrevistados pensam em empreender, demonstrando capacidade de resiliência e compromisso em seu desenvolvimento pessoal e profissional. A maioria destaca sua capacidade de adaptação, inovação e disposição para novos desafios, mas alguns têm dúvidas em habilidades como negociação e persuasão. A pesquisa enfatiza a necessidade de fortalecer a educação financeira e empresarial nas instituições de educação superior, criando um ambiente de colaboração que fomente o espírito empreendedor. Em resumo, promover o empreendedorismo entre estudantes universitários apoia o desenvolvimento econômico e social, formando profissionais capazes de inovar e gerar negócios sustentáveis.

**Palavras-chave:** Empreender; Educação financeira; Administração financeira; Ensino e aprendizagem; Educação superior.

## 1. Introducción

Méjico ha logrado grandes avances en la mejora de los resultados educativos a nivel superior, incrementando de 16 % en 2008 y el 23% en 2018. Los jóvenes (de 25 a 34 años) que asistieron a educación superior aumentó del 16% en 2008 a 23% en 2018. Quedando aún por debajo del promedio del 44% que establece la OCDE (OECD, 2019). El crecimiento, tanto geográfico como a educación a distancia se vincula con la diversificación y el compromiso de la razón de ser de las instituciones, comprometidas al quehacer educativo de enseñanza aprendizaje. Buscando, mejores resultados para el futuro profesionista para el momento de que se incorpore al mercado laboral (Mendoza et al., 2022).

En búsqueda de proporcionar mejores opciones en los procesos educativos en la preparación profesional para él estudiante, e incrementar el promedio que establece la OCDE (OCDE, 2024), los esfuerzos en la educación superior deben ser en buscar alternativas de mejoras para que durante la formación profesional en el aula, el educando identifique sus habilidades y las desarrolle para su propio proyecto o cuando se integre en la empresa. Y en la medida que la educación alcance este propósito, será más eficaz y eficiente. Obteniendo resultados pedagógicos, de bienestar social, cultural, en donde, el estudiante podrá interpretar claramente lo que deseé, construir su propio desarrollo empresarial, contribuyendo con ello, a la creación de empleos, nuevos productos, servicios, promoviendo innovación, sostenibilidad, responsabilidad social y beneficiando a la empresa como a la sociedad (Gómez Díaz et al., 2022).

El propósito del desarrollo de la presente investigación es identificar, habilidades y experiencias durante su desarrollo profesional, para aplicarlas en un contexto empresarial y que sean un motivador en el impulso del espíritu emprendedor. Resaltando su intención de iniciar actividades de emprendimiento y correlacionando con el contexto que lo rodea, para que influya en la toma de decisiones de sus objetivos profesionales (Martínez, 2022).

El Espíritu emprendedor, representa una estrategia financiera para fomentar la innovación, la autonomía económica y el desarrollo profesional en los estudiantes de educación superior, la cual dependen en gran medida de la comprensión y aplicación de principios fundamentales de la administración financiera y la educación financiera, por lo que el alumno lo entiende, como la creación y puesta en marcha de nuevos emprendimientos empresariales siendo lo más importante, motivar al estudiante y preparar al capital humano para que se convierta en un agente transformador, siendo propositivo y proactivo en un contexto organizacional competitivo para un mundo globalizado ((Benavides et al., 2023; Gutiérrez-Cortés et al., 2024)).

Al posicionar el emprendimiento en la educación superior, como una nueva estrategia de la administración financiera para superar el declive económico en muchas partes del mundo, este tema debe enfatizarse como un componente central de la investigación y la producción académica en el aula para que el estudiante participe, (Vista de Pluralidad En las Teorías del Emprendimiento, s. f.). En Méjico la formación en emprendimiento se imparte en las instituciones de educación superior desde hace décadas y quedando claro que para emprender, el docente debe de hacer que entienda lo siguiente:

- Qué es la creatividad.
- Que imagine.

- Centrarse en el proceso de análisis.
- Ordenar sus ideas.

Para posteriormente realizar con esto, una planeación de un modelo mental a través de una pantalla imaginaria, visualizando anticipadamente su futuro, proporcionando con esto la base para una acción efectiva que dará como resultado la habilidad para administrar sus ideas.

El ser creativo no es un fenómeno sencillo, más bien es complejo y cotidiano, el cuál es muy importante para el educador, quién en el aula quiera distinguir entre sus alumnos los que son más-menos creativos y redoblar esfuerzos en quiénes necesitan mayor tiempo para definir su creatividad. Para así, encaminarse mediante un proceso de técnicas para desarrollar e identificar habilidades creativas y culminando en ideas propias, (Importancia del Desarrollo de la Creatividad Para los Estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial Desde el Proceso de Enseñanza-aprendizaje, 2014). Por tanto, las personas creativas son aquellas cuyos pensamientos y acciones cambian un campo o establecen un campo, de esto depende la fluidez de ideas e innovación de los estudiantes para su emprendimiento.

Pero ahora, cuando el desempleo y la inseguridad laboral aumentan, existe una necesidad urgente de fortalecer la educación profesional en emprendimiento en educación superior, lo cual es un gran desafío, así como una responsabilidad moral y social. Según la INEGI (2021), se tiene que el primer trimestre del 2021, la tasa de desocupación aumentó 0.9 puntos porcentuales, al pasar de 3.4 a 4.3% a nivel nacional, en comparación con el primer trimestre del 2020. Tal como menciona, Del Rocío Gómez Díaz et al. (2022), el segmento más afectado es el de las personas con nivel medio superior y superior, con un 52.27%, seguidos por el 31.80% de las personas con secundaria completa, mientras que el menor porcentaje, 15.93%, corresponde a quienes cuentan con educación primaria o menos. En este contexto, el emprendimiento es un elemento de crecimiento económico que proporciona beneficios que incluyen la creación de empleo formal, la generación de ingresos y un fuerte apoyo a la sociedad. Por ello, es muy importante fortalecer la educación empresarial en las instituciones de educación superior. Según La importancia del emprendimiento comercial se ha vuelto cada vez más prominente, pero aún queda un largo camino por recorrer y grandes desafíos para resolver los problemas sociales. Entonces, la cultura empresarial, para los futuros profesionistas, identifica la forma de ser de un empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talentos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar (Asociación de Emprendedores de México, 2025).

Entonces, el planear-emprender, encierra desafíos que debe vencer el alumno, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, debe tener claro en su mente que no nada más es la técnica la que debe de desarrollar, sino también debe de existir el enamoramiento, la pasión por lo que quiere hacer, y cuando sea necesario, reorientar las actividades planeadas e ir implantando más ideas nuevas, convirtiendo estas en oportunidades de negocios (Silvera, 2024).

El estudiante por naturaleza se identifica con el quién soy, y este es un paso importante en la vida de él mismo, esclareciendo que es lo que desea realizar y las razones que tiene para hacerlo.

Una vez que se ha reconocido las habilidades personales, se pretende que el estudiante tenga una visión más clara de lo que quiere y hacia dónde va a dirigir su esfuerzo. El tener dicha claridad es una característica de las personas que son emprendedoras (Jackson et al., 2023). Además que no tienen ningún prejuicio de trabajar con personas que los lleven a culminar su sueño.

El estudiante universitario, debe de estar preparado a través de educación financiera sólida y motivado para enfrentar toda aquella situación que se derive del accionar de su razón de ser, y además transformar sus ideas y gestionar el trabajo en equipo. Y como hace mención en su análisis. Beatriz B. (2010), el gran reto de la gestión de equipos en el mundo actual es

encontrar qué motiva a cada individuo para lograr el objetivo, ya sea personal o del equipo.

Tenemos también, que el alumno debe partir de que todo proceso educativo, desde el interior de las Instituciones de Educación Superior, promover el impulsar más la educación financiera a través del programa de talento emprendedor, además, le corresponde al educando, como cogestor de su aprendizaje, motivarse para formar parte del proceso de desarrollo de emprendedores. Teniendo como intención, la educación verdadera: *praxis, reflexión y acción* del individuo sobre el mundo para transformarlo Paulo Freire (2009).

Es importante resaltar, que la educación superior ofrece al ambiente empresarial, profesionistas motivados a innovar y crear empresas socialmente responsables que satisfagan y cubran necesidades del hombre y su entorno.

Las investigaciones muestran que existen prácticas docentes en el aula estimulan una mayor participación de los estudiantes y así estimulan el pensamiento creativo e innovador en su trabajo, aumentando así su autonomía y facilitando la adquisición de habilidades laterales y profesionales. En este sentido, el aprendizaje basado en proyectos para emprendedores es una estrategia holística más que una estrategia adicional, y los estudiantes pueden planificar, implementar y evaluar proyectos que tienen aplicaciones prácticas fuera del aula, (Vista de Estrategias Para Trabajar la Creatividad En la Educación Superior: Pensamiento de Diseño, Aprendizaje Basado En Juegos y En Proyectos., s. f.).

El emprendimiento en la educación superior se ha posicionado como una vía para dar solución a problemas económicos y sociales mundiales y regionales. En México, universidades públicas y privadas están implementando distintos modelos educativos para desarrollar competencias emprendedoras en sus estudiantes, ligando la educación con el entorno productivo y social (García & Martínez, 2023). Las estrategias pedagógicas pasan por actualizar el currículo, profesionalizar al profesorado, establecer vínculos con la industria y el mercado para preparar profesionistas capaces de generar actividades emprendedoras que impulsen el desarrollo económico y social (Gutiérrez-Cortés et al., 2024; Hernández et al., 2023).

En este contexto, la capacitación en emprendimiento debe trascender la capacitación en técnicas y desarrollar habilidades blandas como la creatividad, la toma de decisiones, el trabajo en equipo, la motivación intrínseca que genera la pasión por crear e innovar. Este enfoque integral permite que los estudiantes desarrollen claridad en sus metas profesionales y una mentalidad emprendedora para adaptarse a un mundo laboral cambiante e incierto. Las instituciones de educación superior también deben generar entornos que fomenten la autonomía, el pensamiento crítico y la ejecución de proyectos prácticos con incidencia social (Del Roció Gómez Díaz et al., 2022; Benavides et al., 2023).

## 2. Metodología

El método utilizado en esta investigación combinó un enfoque cualitativo y cuantitativo, en relación a lo recomendado por Pereira A. S. et al. (2018) sobre la integración de ambos métodos para un análisis más completo, además del uso de estadísticas descriptivas y gráficos para facilitar la visualización de los resultados. Así mismo, en relación a lo recomendado por Shitsuka et al. (2014), se priorizó un análisis descriptivo que permitiera identificar patrones y tendencias en opiniones, lo cual fue aplicado mediante un cuestionario estructurado con 13 preguntas a estudiantes de universidad pública en Hermosillo, Sonora. Las respuestas obtenidas fueron de tipo simple y se analizaron de manera descriptiva para identificar patrones y tendencias en las opiniones de los participantes.

El objetivo del cuestionario era estudiar las acciones y decisiones que los estudiantes tomaban para iniciar un modelo de negocios y emprender en el mercado. Se buscaba entender cómo interpretaban su emprendimiento y cómo lo llevaban a la práctica en el contexto de su proceso de enseñanza-aprendizaje.

El análisis de los datos se realizó de forma transversal, comparando las respuestas de diferentes participantes para identificar similitudes y diferencias en sus experiencias y percepciones. Este enfoque permite, como señalan Pereira et al.

(2018) y Shitsuka et al. (2014), obtener una visión global y detallada de las estrategias aplicadas en proyectos de emprendimiento.

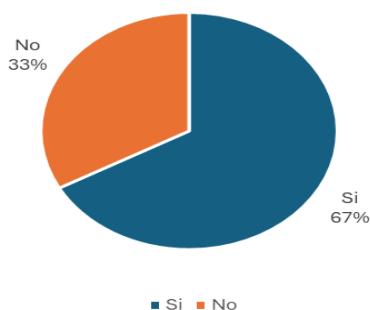
### 3. Resultados y Discusión

#### Resultados

A continuación, el Gráfico 1 presenta la posibilidad de crear una empresa propia:

**Grafico 1 - Posibilidad de crear una empresa propia.**

1. ¿Piensas en la posibilidad e crear tu propia empresa?



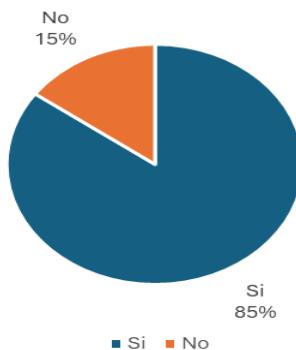
Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el 67% es una alta proporción que está considerando emprender y es una señal positiva de que existe un interés creciente en el emprendimiento. Sin embargo, es importante recordar que emprender conlleva riesgos y desafíos, por lo que es fundamental estar bien preparado y dispuesto a aprender y adaptarse en el camino hacia el éxito. 33% del total no está considerando crear su propia empresa, esto implica que hay que ofrecerles más información adicional sobre los beneficios de emprender y cambie su pensamiento y así se de la oportunidad de desarrollar su propuesta de negocio.

En relación al Gráfico 2 presenta la disposición que tienen los estudiantes a la inversión:

**Grafico 2 - Disposición a la inversión.**

2. ¿Si una persona allegada te propone participar en una idea de negocios, estarías dispuesto a invertir en ella?



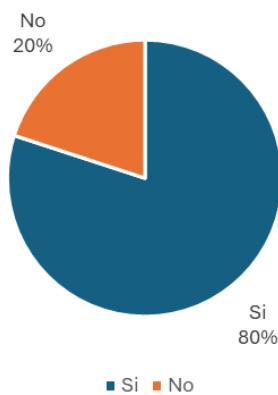
Fuente: Elaboración propia.

Es importante considerar que el porcentaje del 15% que no está dispuesto a invertir en la idea de negocios puede ser una oportunidad para mejorar la comunicación del emprendedor o simplemente explorar otras opciones de financiamiento. 85% sugiere que la confianza y la relación personal juegan un papel importante a la hora de considerar una inversión en una idea de negocios, pero también muestra que existen posibles barreras o dudas que pueden influir en tomar una decisión. Pero es fundamental explorar estas razones para mejorar las posibilidades de éxito en la implementación de la idea de negocios.

A continuación, el Gráfico 3 refleja la afectación al espíritu emprendedor por la situación económica actual:

**Grafico 3 - Afectación al espíritu emprendedor.**

3. Consideras que la situación económica actual afecta el espíritu emprendedor?



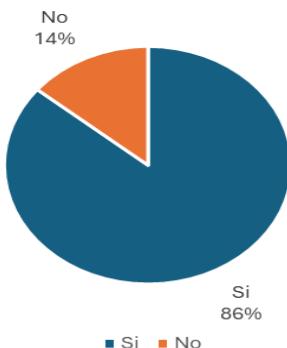
Fuente: Elaboración propia.

En base al 20% de aquellos que consideran que la situación económica actual afecta el espíritu emprendedor, es probable que la incertidumbre y los desafíos financieros que conlleva un entorno económico difícil pueden desmotivarse a iniciar nuevos negocios o proyectos. Por otro lado, 85% de la mayoría opina que el espíritu emprendedor no se ve afectado por la situación económica actual, lo que sugiere que hay una mentalidad resiliente y optimista en cuanto a las oportunidades de emprender a pesar de las dificultades económicas.

El Gráfico 4 aborda la percepción sobre la posibilidad de fracaso en ideas de negocio:

**Grafico 4 - Idea del fracaso.**

4. ¿Has pensado que tu idea de negocio puede no tener el éxito deseado?



Fuente: Elaboración propia.

El 86% han considerado la posibilidad de que su idea de negocio no tenga el éxito deseado, lo que indica una actitud realista y consciente de los desafíos que pueden surgir en el mundo empresarial. 14% está más optimista o confiada en el potencial de su idea, aunque también podría estar ignorando posibles obstáculos. En cualquier caso, es importante tener en cuenta los riesgos y estar preparado para enfrentarlos de forma proactiva para incrementar las probabilidades de éxito.

El Gráfico 5 detalla las estrategias personales planteadas por los estudiantes:

**Grafico 5 - Estrategias personales.**

5. ¿Te planteas estrategias personales y acciones que añaden valor tanto a tu persona como a tu desarrollo profesional?



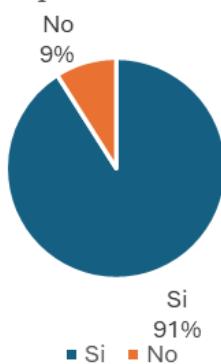
Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados el 93% se plantean estrategias personales y acciones que añaden valor tanto a su persona como a su desarrollo profesional, esto indica, que están comprometidas con su crecimiento y desarrollo personal y profesional. Lo anterior implica la búsqueda de oportunidades de aprendizaje, el establecimiento de metas claras, nuevos desafíos y la mejora continua de sus habilidades y competencias. En cambio, el 7% que no se plantea este tipo de estrategias podría estar menos comprometido con su crecimiento personal y profesional, lo que podría limitar sus oportunidades de desarrollo y crecimiento en el futuro.

A continuación el Gráfico 6 presenta el cumplimiento de objetivos mediante planificación:

**Grafico 6 - Cumplimiento de objetivos.**

6. ¿Tus objetivos los cumples, realizando una planeación adecuada para tu vida personal y profesional?



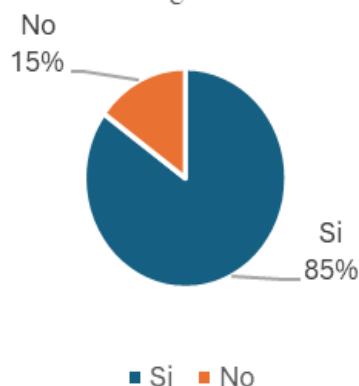
Fuente: Elaboración propia.

El 91% de estos alumnos dedican tiempo y esfuerzo en desarrollar un plan detallado y realista, suelen tener mayores probabilidades de éxito en la consecución de sus metas, sus objetivos al realizar una planeación adecuada para su vida personal y profesional. Esto les ayuda a visualizar lo que quieren lograr, por otra parte, les permite identificar los pasos necesarios para alcanzar lo deseado y establecer un calendario para cumplir esas acciones. Sin embargo, el 9% no logran alcanzar sus metas. Esto puede ser debido a una falta de compromiso, disciplina, motivación o incluso de conocimientos sobre cómo planificar de manera efectiva.

A continuación el Gráfico 7 describe la capacidad de negociación:

**Grafico 7 - Capacidad de negociación.**

7. ¿Consideras que tu capacidad de negociación es suficiente para convencer a un equipo una idea de negocios?



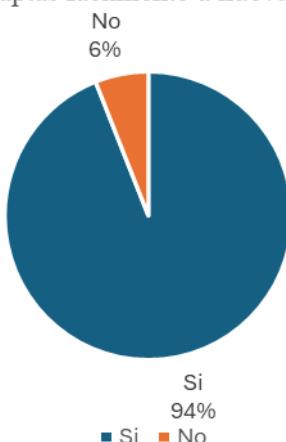
Fuente: Elaboración propia.

El 85% hacen hincapié en la capacidad que tienen de negociar pero resaltan la importancia de desarrollar habilidades de negociación y persuasión para tener éxito en el mundo de los negocios. 15% se sienten inseguros en estas áreas y consideran buscar oportunidades de mejora para potenciar su capacidad de convencimiento y lograr que sus ideas de negocio sean escuchadas y consideradas por otros.

El Gráfico 8 presenta la resiliencia y adaptación a nuevas situaciones:

**Grafico 8 – Resiliencia.**

8. ¿Te adaptas fácilmente a nuevas situaciones?



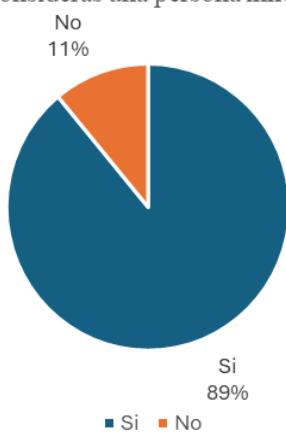
Fuente: Elaboración propia.

Del total de encuestados el 94% tienen facilidad para adaptarse a nuevas situaciones, lo que puede ser indicativo de una tendencia general hacia la flexibilidad y la resiliencia en los encuestados. Este hallazgo es importante tanto a nivel individual como organizacional, ya que la capacidad de adaptación es una habilidad clave en un mundo en constante cambio. 6% no se adapta fácilmente y se consideran antisociales.

Por otra parte, el Gráfico 9 explora la percepción personal sobre innovación:

**Grafico 9 - Percepción personal.**

9. ¿Te consideras una persona innovadora?



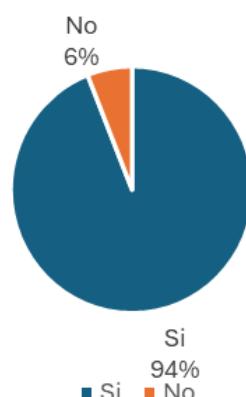
Fuente: Elaboración propia.

El 89% se consideran innovadores, lo que indica que se sienten capaces de generar nuevas ideas y soluciones creativas. Por otro lado, el 11% que no se considera innovador se sentiría más cómodo con métodos tradicionales o tener una visión más conservadora en cuanto a cambios o nuevas ideas.

A continuación el Gráfico 10 expone la apertura al cambio:

**Grafico 10** – Apertura al cambio.

10. ¿Te gustaría enfrentar nuevos desafíos?



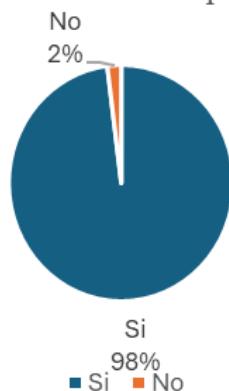
Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes encuestados 94% se sienten abiertos y motivados a asumir retos y situaciones nuevas, lo cual refleja una actitud positiva hacia el crecimiento personal y profesional. 6% indicó que no le interesa y se encuentra cómodo estudiando.

Ahora se presenta el Gráfico 11 el cual detalla el conocimiento personal de motivaciones y objetivos:

**Grafico 11** - Conocimiento personal.

11. ¿Identificas fácilmente lo que te motiva cuando te propones a realizar una actividad que te beneficia en el desarrollo profesional?



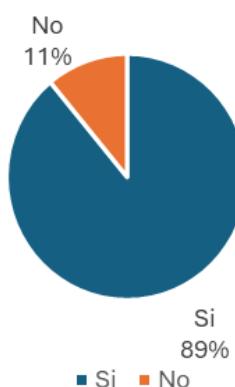
Fuente: Elaboración propia.

El 98% tiene una clara comprensión de sus motivaciones y objetivos profesionales, lo cual es un indicador positivo de autoconciencia y enfoque en el desarrollo personal y profesional. El 2% restante depende de otros escenarios.

A continuación el Gráfico 12 muestra el espíritu emprendedor:

**Grafico 12 - Espíritu emprendedor.**

12. ¿Te motiva emprender un negocio durante tu formación profesional?



Fuente: Elaboración propia.

El 89% respondió afirmativamente, esto indica un interés significativo en el emprendimiento entre los estudiantes o profesionales en formación. Mientras que solo el 11% dijo que no, prefiere esperar a egresar, trabajar y después emprender.

El Gráfico 13 presenta la percepción sobre motivación y trabajo en equipo:

**Grafico 13 - Conocimiento personal (motivación).**

13. ¿Identificas facilmente lo que te desmotiva cuando te propones a realizar una actividad que te beneficia en tu desarrollo profesional?



Fuente: Elaboración propia.

El 95% enfatiza que depende de las personas que les hacen la propuesta, es importante el cómo se los planteen. El 5% no les gusta trabajar en equipo en el aula, es molesto incluir a personas que solo hacen daño, no aportan, también hay alumnos

que rechazan tajantemente realizar actividades para su beneficio por simplemente no querer o son perezosos.

## Discusión

En base a los resultados que se obtuvieron en la investigación, se encontró, que el ser y querer hacer, por el estudiante resulta motivador para su emprender. Y como consecuencia de ello, lograrán autonomía para administrar su negocio y tomar decisiones al formar su propio modelo de emprendimiento.

Los pocos interesados en emprender, tanto hombres como mujeres a nivel superior, presentan una actitud favorable, pero esto se presenta un poco a la falta de confianza en las actividades que engloba el desarrollo de su emprender, esto implica que nada garantiza el probable éxito que puedan obtener en la actividad empresarial.

También, es cierto que el interés en emprender está en aumento, lo cual es positivo para la innovación y la economía. Es fundamental tener en cuenta que emprender conlleva riesgos y desafíos, pero que la preparación, el aprendizaje continuo y la adaptación son clave para afrontarlos de manera efectiva.

Aquellos que no consideran crear su propia empresa, es necesario ofrecer más información, así como también, la importancia de mejorar la comunicación y explorar diferentes opciones de financiamiento, son aspectos valiosos para fomentar y apoyar el espíritu emprendedor.

La actitud realista de aquellos que consideran posibles fracasos en su idea de negocio es saludable, ya que muestra conciencia de los desafíos inherentes al emprendimiento. Al mismo tiempo, es importante equilibrar esta perspectiva con el optimismo y la confianza en el potencial de la idea, siempre estando preparados para enfrentar los obstáculos que puedan surgir.

La dedicación a la mejora personal y profesional, la planificación detallada y realista, así como la disposición a asumir nuevos desafíos y aprender continuamente, son actitudes y acciones que pueden favorecer el crecimiento y el éxito tanto en el ámbito laboral como en el personal.

En congruencia con las teorías presentadas en el marco teórico de esta investigación, los hallazgos refuerzan la imperiosa necesidad de fortalecer la educación en emprendimiento como una estrategia para enfrentar problemas económicos y sociales, especialmente en el contexto nacional, donde el desempleo ha aumentado significativamente los últimos años. Según INEGI (2021), la tasa de desempleo a nivel nacional incrementó de 3.4% a 4.3% entre el primer trimestre de 2020 y 2021, afectando principalmente a personas con estudios medios y superiores, grupo en el cual se encuentran los estudiantes universitarios. De acuerdo con Del Rocío Gómez Díaz et al. (2022), quienes poseen educación media superior y superior representan más del 52% de los afectados por el desempleo, lo que subraya la necesidad esencial de fomentar competencias emprendedoras para proporcionar alternativas de generación de empleo e ingreso. En consecuencia, resulta esencial impulsar la comunicación eficaz, ofrecer información pertinente y explorar diversas alternativas de financiamiento para apoyar a quienes aún dudan en crear su propia empresa, fortaleciendo así el espíritu emprendedor y su contribución al desarrollo económico y social.

## 4. Conclusión

Es alentador observar que en las instituciones de educación superior un alto porcentaje de estudiantes muestra interés en emprender, lo cual sugiere un ambiente propicio para fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito educativo.

También es importante considerar que una parte de los encuestados no está considerando la posibilidad de emprender, lo que indica la necesidad de brindar más información y motivación sobre los beneficios y oportunidades que ofrece el emprendimiento.

Otro aspecto relevante es la necesidad de preparación y planificación por parte de los estudiantes que desean emprender, ya que emprender conlleva riesgos y desafíos que deben ser abordados de manera proactiva. Es positivo ver que la mayoría de los encuestados dedican tiempo y esfuerzo en desarrollar un plan detallado y realista, lo cual aumenta sus probabilidades de éxito.

La capacidad de adaptación, innovación y disposición para enfrentar nuevos desafíos son cualidades importantes que los estudiantes parecen poseer en su mayoría, lo cual es fundamental en un entorno empresarial en constante cambio. Sin embargo, también es necesario impulsar el desarrollo de habilidades de negociación y persuasión en aquellos que se sienten menos seguros en estas áreas.

Por último, es relevante mencionar la importancia de trabajar en equipo y la influencia que tienen las personas que rodean a los estudiantes en su actitud hacia el emprendimiento. Es fundamental fomentar un ambiente colaborativo y motivador en el ámbito educativo para impulsar el interés y la participación de los estudiantes en actividades relacionadas con el emprendimiento.

## Referencias

- Asociación de Emprendedores de México (ASEM). (2025, enero 27). ¿Por qué es importante el emprendimiento? ASEM. [https://asem.mx/blog\\_asem/por-que-es-importante-el-emprendimiento/](https://asem.mx/blog_asem/por-que-es-importante-el-emprendimiento/)
- Autor(es). (s. f.). Vista de pluralidad en las teorías del emprendimiento. Revista Científica Estelí. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Beatriz, B. (2010). Motivación inteligente. Madrid: Prentice Hall. p. 8.
- Benavides-Sánchez, E. A., Castro-Ruiz, C. A., & Quintero-Ángel, M. (2023). Competencias para el cierre de brechas en emprendimiento de base tecnológica en universidades con escasa trayectoria. Revista Científica, 47(2), 85-98. <https://doi.org/10.XXXX/rc.v47i2.XXXX>
- Del Rocío Gómez Díaz, M., Pérez, A., & Sánchez, R. (2022). Impacto del emprendimiento en el desarrollo económico y social en México. Revista Mexicana de Economía y Negocios, 15(3), 45-62.
- Del Rocío Gómez Díaz, M., González, A. M., & Díaz, A. E. G. (2022). Formación para el emprendimiento social: una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. Revista Educación. <https://doi.org/10.15517/revedu.v46i2.47914>
- García, L., & Martínez, F. (2023). La percepción del emprendimiento en estudiantes universitarios: un estudio cuantitativo. Revista Mexicana de Educación, 18(2), 90-105.
- Gómez Díaz, M. R., Mendoza González, A., & Gómez Díaz, A. E. (2022). Formación para el emprendimiento social: una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. Revista Educación, 46(2), 192-208. <https://doi.org/10.15517/revedu.v46i2.47914>
- Gutiérrez-Cortés, S., Hernández, M., & Martínez, C. (2024). La universidad emprendedora en México: Modelos, desafíos y oportunidades. Estudios Sobre Educación Superior, 19(1), 87-104.
- Importancia del desarrollo de la creatividad para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial desde el proceso de enseñanza-aprendizaje. (2014). <https://repositorio.minedu.gob.pe>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENO), primer trimestre de 2021 [Comunicado de prensa]. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/15ymas/doc/eno\\_n/nota\\_tecnica\\_trim1\\_2022.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/15ymas/doc/eno_n/nota_tecnica_trim1_2022.pdf)
- Jackson, P., Ortega, M., & Ruiz, S. (2023). Educación universitaria y mentalidad para el emprendimiento: caso de una universidad pública mexicana. Revista de Innovación Educativa, 24(1), 25-45.
- Martínez Yusmed, G. (2022). Habilidades profesionales, competencias y formación para el emprendimiento [Texto]. Universidad del Norte. [https://www.academia.edu/114267556/Habilidades\\_profesionales\\_competencias\\_y\\_formaci%C3%B3n\\_para\\_el\\_emprendimiento](https://www.academia.edu/114267556/Habilidades_profesionales_competencias_y_formaci%C3%B3n_para_el_emprendimiento)
- Mendoza, J., López, A., & Silva, P. (2022). La educación superior en México: expansión, diversificación y desafíos. Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM. [https://www.puees.unam.mx/publicaciones/Libros/Mendoza2022\\_LaEducacionSuperiorEnMexico.pdf](https://www.puees.unam.mx/publicaciones/Libros/Mendoza2022_LaEducacionSuperiorEnMexico.pdf)
- OECD. (2019). Education at a Glance 2019: OECD Indicators. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2024). Tendencias de la educación 2025. <https://www.oecd.org/es/about/news/press-releases/2024/09/educational-attainment-and-labour-market-outcomes-are-improving-but-more-is-needed-on-equality-of-opportunities.html>
- Paulo, F. (2009). Propuesta de Paulo Freire para una renovación ducativa. <https://repositorium.sduum.uminho.pt/bitstream/1822/12468/1/Propuestas%20de%20Paulo%20Freire%20para%20una%20Renovaci%C3%B3n%20Educativa.pdf>. Consultado el 27 de enero de 2019.

Pereira, A. S., Silva, M. R., & Gómez, T. L. (2018). Integración de métodos cualitativos y cuantitativos para el análisis de datos en investigaciones sociales. *Revista Latinoamericana de Metodología de Investigación*, 12(3), 45-59. <https://doi.org/10.1234/rlmi.v12i3.5678>

Shitsuka, R., Andrade, M. E., & Costa, F. J. (2014). Análisis descriptivo aplicado en estudios de opinión: Identificación de patrones y tendencias. *Cuadernos de Estadística Aplicada*, 9(2), 112-125. <https://doi.org/10.4321/cea.v9i2.1098>

Silvera, L. (2024). Emprender en la universidad: Desafíos y oportunidades para estudiantes emprendedores. *Revista Iberoamericana de Educación Emprendedora*, 15(1), 25-40. <https://www.lynnsilvera.com/2024/04/emprender-en-la-universidad-desafios-y.html>

Vista de Estrategias para trabajar la creatividad en la Educación Superior: pensamiento de diseño, aprendizaje basado en juegos y en proyectos. (s. f.). <https://revistas.um.es/red/article/view/234291/180001>

Vista de Pluralidad en las teorías del emprendimiento. (s. f.). <https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/RCientifica/article/view/7024/8527>