



Iniciativas para promover la intención emprendedora de los estudiantes universitarios

Yeraldin Marin¹, Jose Montes²

Recepción: 25/10/2025 / Aceptación: 2/11/2025

DOI: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Resumen

Este artículo propone varias recomendaciones para fomentar la intención emprendedora entre estudiantes universitarios en América Latina. Las recomendaciones se basan en análisis secundarios de dos estudios en los cuales se encuestaron a 1.213 estudiantes de pregrado, matriculados en programas relacionados con negocios en cinco universidades de Colombia, Ecuador, México y Perú. El primer estudio examinó la influencia de la educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora, mientras que el segundo analizó cómo los *role models* (personas refe-

rentes) y el apoyo emprendedor afectan de manera diferenciada la intención emprendedora de mujeres y hombres. A partir de estos hallazgos, se presentan varias recomendaciones de gestión y de política para universidades y otros actores relevantes.

Palabras clave: América Latina, gestión, universidad, intención emprendedora.

Introducción

El emprendimiento es ampliamente reconocido como un catalizador del desarrollo económico y las universidades han mostrado un

1 Ingeniera industrial con experiencia en investigación en educación en ingeniería. Con estudios de MBA en la Universidad del Rosario, Colombia, Máster en Liderazgo Internacional en EADA Business School, España, y Maestría en Energías Renovables y Sostenibilidad Energética de la Universidad de Barcelona, España.

2 Ingeniero industrial y PhD en ciencia, tecnología y sociedad. Profesor e investigador del Departamento de Ingeniería Industrial, Université du Québec à Trois-Rivières, Canadá.

“...las universidades podrían considerar comunicar de manera clara, abierta, transparente y sistemática información sobre los mecanismos de apoyo disponibles —instrumentos financieros, redes de mentoría y servicios de asesoría—, así como orientar a los estudiantes sobre cómo acceder a ellos. Saber que existen mentores confiables y posibles fuentes de financiamiento puede incrementar la motivación para emprender”.

creciente interés en fortalecer las capacidades emprendedoras de los estudiantes, mediante programas educativos y actividades formativas especializadas (Jardim et al., 2021). Sin embargo, la evidencia sobre la efectividad de la educación en emprendimiento para incrementar la intención emprendedora sigue siendo contradictoria. Algunos estudios reportan una relación positiva entre educación e intención emprendedora (Saeed et al., 2015), mientras que otros no encuentran efectos significativos (Oosterbeek et al., 2010).

Este artículo propone algunas recomendaciones prácticas para incentivar la intención emprendedora entre estudiantes universitarios. Se emplean datos secundarios de dos estudios. El primero examinó la influencia de la educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora (Montes, 2023). El

segundo exploró cómo los *role models* y el apoyo emprendedor afectan de manera distinta la intención emprendedora de mujeres y hombres (Montes, 2025). Ambos estudios aplicaron modelos de ecuaciones estructurales a datos provenientes de encuestas realizadas a 1.213 estudiantes de pregrado —mujeres y hombres— matriculados en programas de administración, economía y contabilidad en cinco universidades de Colombia, Ecuador, México y Perú. Los estudios se sustentaron en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), la cual establece que la intención emprendedora está influida por las actitudes hacia el emprendimiento, las normas sociales percibidas y el control conductual percibido.

Mejorar la visibilidad y accesibilidad de los mecanismos de apoyo emprendedor

El conocimiento sobre créditos flexibles, asistencia técnica para la creación de empresas y servicios de asesoría se asocia positivamente con la intención emprendedora entre estudiantes universitarios (Montes, 2023; Sang & Lin, 2019). Por lo tanto, las universidades podrían considerar comunicar de manera clara, abierta, transparente y sistemática información sobre los mecanismos de apoyo disponibles —instrumentos financieros, redes de



mentoría y servicios de asesoría—, así como orientar a los estudiantes sobre cómo acceder a ellos. Saber que existen mentores confiables y posibles fuentes de financiamiento puede incrementar la motivación para emprender.

Desarrollar habilidades duras y blandas que fortalezcan la capacidad emprendedora

Las capacidades percibidas relacionadas con el reconocimiento de oportunidades de negocio, la creatividad, la solución de problemas y el desarrollo de productos se asocian con una mayor intención emprendedora (Montes, 2023; Bouarir et al., 2023). Asimismo, la confianza en habilidades de liderazgo, comunicación y creación de redes se vincula con una mayor propensión a iniciar nuevos emprendimientos (Montes, 2023). Los programas de emprendimiento deberían tener en cuenta, tanto (a) habilidades duras —reconocimiento de oportunidades, creatividad, innovación y desarrollo de productos— como (b) habilidades blandas —comunicación, liderazgo y networking—. Esto puede lograrse mediante módulos formativos específicos en estos temas y un seguimiento sistemático del progreso estudiantil.

Exponer a los estudiantes a *role models* con diferentes experiencias y responsabilidades

El contacto personal con empresarias y empresarios —familiares, amigos o supervisores— se asocia con una mayor intención emprendedora en estudiantes universitarios (Montes, 2025). Evidencia preliminar sugiere matices de género: las estudiantes mujeres parecen estar más influenciadas positivamente por personas empresarias en general, mientras que los estudiantes hombres podrían verse más influenciados por supervisores o jefes que son propietarios de negocios (Montes, 2025). Por ello, podría ser positivo que las universidades contemplen

“ Los programas de emprendimiento deberían tener en cuenta, tanto (a) habilidades duras —reconocimiento de oportunidades, creatividad, innovación y desarrollo de productos— como (b) habilidades blandas —comunicación, liderazgo y networking—. Esto puede lograrse mediante módulos formativos específicos en estos temas y un seguimiento sistemático del progreso estudiantil”.

exponer sistemáticamente a los estudiantes a *role models* emprendedores diversos mediante charlas, mentorías y eventos de networking que reflejen distintos perfiles, géneros, sectores y etapas de desarrollo empresarial.

Fortalecer el control conductual percibido mediante práctica iterativa

En estudiantes mujeres, las capacidades percibidas para crear, gestionar y operar con éxito un nuevo negocio muestran una asociación positiva —aunque moderada— con la intención emprendedora (Montes, 2025). Esto sugiere que iniciativas que ofrezcan experiencias prácticas repetidas —como prototipado, simulaciones de negocios y validación con clientes— junto con retroalimentación continua, pueden fortalecer el control conductual percibido. Las universidades y organizaciones aliadas deberían integrar este aprendizaje experiencial tanto en actividades curriculares como extracurriculares.

Integrar el apoyo social en el diseño de programas

El apoyo de la familia, amigos y colegas juega un papel importante en la intención emprendedora de los estudiantes hombres. De manera sorpresiva, no parece haberse encontrado el mismo efecto, de manera significativa, en las mujeres (Montes, 2025). En consecuencia, los programas de emprendimiento deberían considerar actividades que involucren o reconozcan el círculo social del estudiante, tales como jornadas de presentación de proyectos, eventos abiertos para familias, comunidades de apoyo entre pares o actividades que refuerzan la aceptación social del emprendimiento. Incluso con infraestructura, financiamiento, contenidos y asesoría adecuados, ignorar el entorno social cercano del estudiante puede reducir la efectividad de los programas.

“los programas de emprendimiento deberían considerar actividades que involucren o reconozcan el círculo social del estudiante, tales como jornadas de presentación de proyectos, eventos abiertos para familias, comunidades de apoyo entre pares o actividades que refuercen la aceptación social del emprendimiento”.

Conclusión

No parece existir una estrategia única o universal para fomentar la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. Sin embargo, elementos clave como el acceso a mecanismos de apoyo, el desarrollo de habilidades duras y blandas, la exposición a *role models*, el fortalecimiento del control conductual percibido y la consideración del entorno social del estudiante deben abordarse de manera integral. Dado que las universidades en América Latina suelen operar con recursos limitados, una implementación informada, contextualizada y sensible a cada institución puede aumentar las posibilidades de éxito y evitar efectos contraproducentes. Adaptar las intervenciones al contexto de cada universidad es esencial, pues algunas iniciativas pueden tener mayor impacto, factibilidad o pertinencia según las condiciones institucionales y culturales.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bouarir, H., Diani, A., Boubker, O., & Rhazouz, J. (2023). Key determinants of women's entrepreneurial intention and behavior: The role of business opportunity recognition and need for achievement. *Administrative Sciences*, 13(2), 1–19. <https://doi.org/10.3390/admsci13020033>
- Jardim, J., Bártolo, A., & Pinho, A. (2021). Towards a global entrepreneurial culture: A systematic review of the effectiveness of entrepreneurship education programs. *Education Sciences*, 11(8), 1–18. <https://doi.org/10.3390/educsci11080398>
- Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business & Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2282793>
- Jose Montes, Luisa Ávila, Dámaso Hernández, Lourdes Apodaca, Clarisa Solange Zamora-Boza & Franklin Cordova-Buiza (2025) The influence of role models and entrepreneurial support on the business start-up intentions of women and men, *Cogent Business & Management*, 12(1), 2466069. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2466069>
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani De Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127–1145. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>
- Sang, D., & Lin, J. (2019). How does entrepreneurial education influence the entrepreneurial intention of college students: The moderating and mediating effects of entrepreneurial alertness. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJet)*, 14(8), 139. Article 08. <https://doi.org/10.3991/ijet.v14i08.10408>
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijssels-tein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>

Iniciativas para promover la intención emprendedora de los estudiantes universitarios en América Latina

Recomendaciones prácticas basadas en estudios empíricos

Resumen

El presente artículo aborda diversas recomendaciones orientadas a fortalecer la intención emprendedora entre estudiantes universitarios en América Latina. Estas propuestas se fundamentan en el análisis de datos secundarios obtenidos de dos estudios en los que participaron 1.213 estudiantes de pregrado de programas relacionados con negocios, inscritos en cinco universidades de Colombia, Ecuador, México y Perú. El primer estudio exploró el impacto de la educación en emprendimiento sobre la intención de emprender, mientras que el segundo se centró en el efecto de los role models y el apoyo emprendedor, diferenciando los resultados entre mujeres y hombres. A partir de estos hallazgos, se desarrollan recomendaciones dirigidas a universidades y actores relevantes, tanto a nivel de gestión como de política.

Introducción

El emprendimiento se ha consolidado como un motor esencial para el desarrollo económico en las sociedades contemporáneas. Las universidades, como agentes educativos clave, han intensificado sus esfuerzos para potenciar las competencias emprendedoras de sus estudiantes, implementando programas y actividades formativas especializadas (Jardim et al., 2021). No obstante, la efectividad de la educación en emprendimiento para aumentar la intención de emprender sigue siendo objeto de debate en la literatura académica. Mientras algunos estudios señalan una relación positiva entre educación y intención emprendedora (Saeed et al., 2015), otros no hallan efectos significativos (Oosterbeek et al., 2010).

En este contexto, el artículo presenta recomendaciones prácticas basadas en dos estudios empíricos: el primero analiza la influencia de la educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora (Montes, 2023); el segundo estudia el impacto de los role models y el apoyo emprendedor, diferenciando por género (Montes, 2025). Ambos estudios emplean modelos de ecuaciones estructurales y se fundamentan en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), que establece que la intención emprendedora depende de las actitudes hacia el emprendimiento, las normas sociales percibidas y el control conductual percibido.

Recomendaciones para fomentar la intención emprendedora

Mejorar la visibilidad y accesibilidad de los mecanismos de apoyo emprendedor

El conocimiento sobre instrumentos como créditos flexibles, asistencia técnica para la creación de empresas y servicios de asesoría está positivamente relacionado con la intención emprendedora (Montes, 2023; Sang & Lin, 2019). Por tanto, se recomienda que las universidades comuniquen de manera clara y sistemática la información acerca de los mecanismos de apoyo disponibles, incluyendo instrumentos financieros, redes de mentoría y servicios de consultoría. Además, es fundamental orientar a los estudiantes sobre cómo acceder a estos recursos, ya que la existencia de mentores y fuentes de financiación confiables puede incrementar la motivación para emprender.

Desarrollar habilidades duras y blandas que fortalezcan la capacidad emprendedora

Las habilidades percibidas para identificar oportunidades de negocio, la creatividad, la capacidad de resolver problemas y el desarrollo de productos se asocian directamente con una mayor intención de emprender (Montes, 2023; Bouarir et al., 2023). Asimismo, la confianza en las habilidades de liderazgo, la comunicación y la creación de redes favorece la predisposición a iniciar nuevos proyectos empresariales. Los programas formativos en emprendimiento deben abordar tanto habilidades duras —como la innovación y el desarrollo de productos— como habilidades blandas —como el liderazgo y el networking—. Para ello, se recomienda el uso de módulos específicos y el seguimiento sistemático del progreso estudiantil en estas competencias.

Exponer a los estudiantes a role models con diferentes experiencias y responsabilidades

El contacto directo con empresarios y empresarias, ya sean familiares, amigos o supervisores, influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes (Montes, 2025). Se identifican matices de género: las

mujeres estudiantes parecen responder mejor a la influencia de empresarias y empresarios en general, mientras que los hombres pueden estar más motivados por supervisores empresariales. Por este motivo, es recomendable que las universidades ofrezcan oportunidades sistemáticas de interacción con role models diversos, a través de charlas, mentorías y eventos de networking que incluyan distintos perfiles, géneros, sectores y etapas de desarrollo empresarial.

Fortalecer el control conductual percibido mediante práctica iterativa

En el caso de las estudiantes mujeres, las capacidades percibidas para crear, gestionar y operar un nuevo negocio se relacionan positivamente —aunque moderadamente— con la intención emprendedora (Montes, 2025). Por ello, se recomienda implementar iniciativas que ofrezcan experiencias prácticas repetidas, como prototipado, simulaciones empresariales y validación con clientes, acompañadas de retroalimentación continua. Este aprendizaje experiencial debe estar integrado tanto en las actividades curriculares como extracurriculares de las universidades y organizaciones aliadas.



Integrar el apoyo social en el diseño de programas

El apoyo del entorno social, especialmente de la familia, amigos y colegas, es relevante para la intención emprendedora en estudiantes hombres, mientras que en las mujeres no se observa el mismo efecto significativo (Montes, 2025). Por tanto, los programas de emprendimiento deberían incluir actividades que involucren el círculo social del estudiante, tales como presentaciones de proyectos, eventos familiares, comunidades de apoyo entre pares y acciones que refuercen la aceptación social del emprendimiento. Ignorar el entorno social puede limitar la efectividad de los programas, incluso si se dispone de buena infraestructura y recursos financieros.

Conclusión

No existe una estrategia única o universal para estimular la intención emprendedora entre estudiantes universitarios. Sin embargo, factores clave como el acceso a mecanismos de apoyo, el desarrollo de habilidades duras y blandas, la exposición a role models, el fortalecimiento del control conductual percibido y la integración del entorno social deben abordarse de manera conjunta y contextualizada. Dada la limitación de recursos en muchas universidades latinoamericanas, la implementación de intervenciones adaptadas a las características institucionales y culturales es esencial para maximizar el impacto y evitar resultados adversos.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bouarir, H., Diani, A., Boubker, O., & Rhazouz, J. (2023). Key determinants of women's entrepreneurial intention and behavior: The role of business opportunity recognition and need for achievement. *Administrative Sciences*, 13(2), 1–19.
- Jardim, J., Bártolo, A., & Pinho, A. (2021). Towards a global entrepreneurial culture: A systematic review of the effectiveness of entrepreneurship education programs. *Education Sciences*, 11(8), 1–18.
- Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business & Management*, 10(3).
- Jose Montes, Luisa Ávila, Dámaso Hernández, Lourdes Apodaca, Clarisa Solange Zamora-Boza & Franklin Cordova-Buiza (2025) The influence of role models and entrepreneurial support on the business start-up intentions of women and men, *Cogent Business & Management*, 12(1), 2466069.
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani De Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127–1145.
- Sang, D., & Lin, J. (2019). How does entrepreneurial education influence the entrepreneurial intention of college students: The moderating and mediating effects of entrepreneurial alertness. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJet)*, 14(8), 139. Article 08.
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454.