

## **Los antecedentes familiares y los rasgos de emprendimiento de los estudiantes universitarios**

Myrna Delfina López Noriega<sup>1</sup>

Alonso Contreras Avila<sup>2</sup>

Limberth Arael Peraza Pérez<sup>3</sup>

### **RESUMEN**

De acuerdo con múltiples estudios la educación es una variable de gran influencia en el comportamiento emprendedor entre estudiantes universitarios, por lo que las instituciones de educación superior (IES), desde hace varias décadas, se han preocupado por fomentar en todos sus egresados una mentalidad empresarial vinculando en su misión el tema del emprendimiento. En ese contexto esta investigación tiene como objetivo determinar los rasgos de emprendimiento que existen en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Carmen a partir de sus antecedentes familiares. Para ello se consideró una muestra de 299 estudiantes, inscritos en el periodo enero a junio 2022, con un nivel de confianza del 95% y un error de 5.5%. Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, no experimental y corte transversal. La recolección de datos se generó a través de una encuesta, autoadministrada en línea, con una confiabilidad del Alfa de Cronbach de 0.98, el cual incluyó 56 ítems que valoró por medio de una escala de Likert del 1 al 5 (nada a totalmente de acuerdo) las dimensiones del emprendimiento: conocimiento sobre sus procesos, entorno empresarial, reconocimiento de la figura emprendedora, preferencia, habilidades de emprendimiento e infraestructura con que cuentan. En cuanto a los resultados, el 45.8% de los estudiantes señaló tener familia emprendedora; así mismo, este grupo fue el que obtuvo valores más altos en todas las dimensiones del emprendimiento. Los resultados permiten concluir que la presencia de familiares emprendedores realmente influye de manera positiva en la decisión de crear una empresa.

**Palabras clave:** emprendedor, estudiantes, emprendimiento, IES, innovación.

### **ABSTRACT**

Education is a variable of great influence on entrepreneurial behavior among university students, why higher education institutions (HEIs), for several decades, have been concerned with fostering a business mentality in all their graduates, linking in its mission the theme of entrepreneurship. In this context, this research aims to determine the entrepreneurial traits of the students of the Autonomous University of Carmen based on their family background. For this, a sample of 299 students was

---

<sup>1</sup> Doctora, Universidad Autónoma del Carmen, myrna.lopezn@gmail.com

<sup>2</sup> Doctor, Universidad Autónoma del Carmen, acontreras@pampano.unacar.mx

<sup>3</sup> Doctor, Universidad Autónoma del Carmen, lperaza@pampano.unacar.mx

considered, enrolled in the period January to June 2022, with a confidence level of 95% and an error of 5.5%. This research was developed under a quantitative approach with a descriptive, non-experimental, and cross-sectional scope. Data collection was carried out through a self-administered online survey, with a reliability of Cronbach's Alpha of 0.98, which included 56 items that were assessed by means of a Likert scale from 1 to 5 (nothing to totally agree). the dimensions of entrepreneurship: knowledge about its processes, business environment, recognition of the entrepreneurial figure, preference, entrepreneurial skills and infrastructure they have. Regarding the results, 45.8% of the students indicated that they had an entrepreneurial family; likewise, this group was the one that obtained the highest values in all dimensions of entrepreneurship. The results allow us to conclude that the presence of family entrepreneurs has a positive influence on the decision to create a company.

Keywords: Entrepreneur, students, entrepreneurship, IES, innovation.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico de un país se encuentra en dependencia directa con la competitividad de sus empresas y la capacidad de estas para generar empleo y riqueza (Medeiros et al., 2019), entendiendo por competitividad como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y así poder mantener o aumentar la cuota de sus productos en el mercado de manera sostenible (Ferraz et al., 1995). Dado que esas capacidades están relacionadas con diversos factores como la capacidad de emprendimiento, entre otras, no es de sorprender el interés sobre lo que Brunet y Alarcón (2004) denominan como "espíritu empresarial" (*entrepreneurship*), especialmente en el contexto de la pandemia por COVID-19 que aún prevalece en el segundo semestre de 2022.

Bajo ese orden de ideas, el emprendimiento en México ha representado la oportunidad y ha puesto de manifiesto la figura del emprendedor como una pieza fundamental en la que, para muchas empresas, significó la diferencia para permanecer o desaparecer en un mercado convulsionado por la crisis económica inducida por la pandemia, pues acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), un 93.2% de las empresas del país sufrieron algún tipo de afectación (INEGI, 2020).

La Asociación de Emprendedores en México (ASEM, 2022) señaló que, si bien el número de emprendimientos creció con la pandemia, muchos de estos se quedaron solo en las etapas iniciales o fracasaron. En México, de acuerdo con datos del Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) aunque surgió un 24% de nuevos negocios, el 33% de establecimientos ya existentes, fracasaron y desaparecieron por lo que, aún con el incremento de emprendimientos, hubo más empresas que murieron que las que surgieron (INEGI, 2021).

Aunque, la economía mexicana se encuentra en proceso de recuperación esta, en palabras de Zazueta y Velarde (2022) tiene distintos matices, para el primer trimestre de 2022 México aún está lejos de alcanzar el crecimiento observado entre 2012 y 2020, por lo que esta continúa sin recuperarse por completo como resultado de un conjunto de afectaciones en los diferentes sectores.

Así, en tiempos de crisis, como la actual, el emprendimiento es y ha sido la vía para ayudar a mejorar la calidad de los productos y servicios, al ver oportunidades en el mercado que otros no prevén (Ratten, 2021). En ese sentido, el emprendimiento que, desde antes de la crisis por pandemia era considerado uno de los mecanismos de crecimiento económico y social (Audretsch y Keilbach, 2004) ha sido catapultado como tema de interés al ser uno de los principales motores que empujan el crecimiento económico en el sistema de mercado (Murphy et al., 2006), como resultado de su influencia en los procesos de innovación, competitividad y dinámica empresarial y que, al mismo tiempo genera bienestar al crear puestos de trabajo (Global Entrepreneurship Research Association, 2017) que se perdieron como parte de la crisis sanitaria.

Por otro lado, desde finales del siglo anterior, en México se ha priorizado el emprendimiento mediante sus políticas públicas buscando contribuir en la creación de un mayor número de empleos, que permitan desarrollar los sectores estratégicos y generar más competencia y dinamismo en la economía nacional.

En consecuencia, los emprendedores y el emprendimiento han sido objeto de múltiples investigaciones y trabajos académicos, aunque aún representan un problema desafiante dada la cantidad de factores e impactos que involucran. En ese sentido, es prioritario entender el fenómeno del emprendimiento a partir de los rasgos de quienes son sus actores principales: los emprendedores, pues cuando se habla de fomentar el espíritu emprendedor no involucra solo el aspecto de cantidad, sino de calidad pues como señala Trías de Bes (2007), fomentar el espíritu emprendedor en quienes no estén preparados para ello es un ejercicio de irresponsabilidad.

En cuanto a los rasgos que caracterizan a los estudiantes universitarios en el marco del emprendimiento, poco se ha escrito, a pesar de que, de acuerdo con múltiples estudios, la educación es una variable de gran influencia en su comportamiento emprendedor por lo que las instituciones de educación superior (IES), desde hace varias décadas, se han preocupado por fomentar en todos sus egresados una mentalidad empresarial vinculando en su misión el tema del emprendimiento. Por otro lado, un gran número de estudios argumentan que la presencia de familiares emprendedores realmente influye de manera positiva en la decisión de crear una empresa, de ahí que al analizar los negocios familiares se puede determinar de manera más directa la acción de emprendimiento (Cromie et al., 1992). En ese contexto, esta investigación tiene como objetivo determinar los rasgos de emprendimiento que existen en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) a partir de sus antecedentes familiares.

## Marco teórico

En 1934, Schumpeter señala que el emprendedor es el portador del cambio por lo que tiene la habilidad para identificar nuevas oportunidades en el mercado (como se citó en Lall y Sahai, 2011); además, al hablar de emprendimiento se asume un proceso disruptivo (Schumpeter, 1942), como lo es la pandemia por COVID-19 que aún se vive. Así, el emprendedor es un innovador que desarrolla nuevos productos, procesos y organizaciones, por lo que el emprendimiento es caracterizado por la generación de ideas nuevas y la creación de valor por parte de las empresas y la sociedad (Shane y Venkataraman, 2000). En ese mismo sentido, Drucker (1994) menciona que el emprendedor siempre busca el cambio, responde ante este y la herramienta mediante la cual explota los cambios es la innovación con la que logra una oportunidad para un negocio o servicio diferente.

A pesar de que la concepción de emprendimiento en la literatura difiere de acuerdo con los modelos teóricos que existen, el marco conceptual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) considera algunos elementos comunes y señala que el emprendimiento “es el resultado de las capacidades individuales que permiten identificar y aprovechar las oportunidades, viéndose afectado por factores ambientales y contextuales que influyen al momento de emprender acciones (GEM, 2021, p.14).

Por otro lado, dado que el emprendimiento es un hecho cultural al estar vinculado al hombre y a su historia, y que la educación es “el único medio para lograr la transformación y el cambio de la sociedad” que permita lograr el progreso en la humanidad (Santamaría et al., 2013), en el que la familia al igual que el resto de las instituciones, entre ellas las educativas, juegan un papel dominante en la construcción del individuo (Orrego, 2009) y que el emprendimiento conlleva beneficios para la sociedad y al mismo tiempo contribuye solucionar problemas sociales, como el desempleo y el subempleo (Gutiérrez, 2011), las IES mexicanas han incorporado en sus planes de estudios programas y cursos que fomente el emprendimiento (Sepúlveda et al. 2017).

De acuerdo con Robbins y Decenzo (2009), bajo el enfoque de la teoría del aprendizaje, la familia y los educadores son los principales actores que dirigen el proceso educativo; al respecto, Santamaría *et al.* (2013) señalan que las personas aprenden a partir de modelos y por medio de la experiencia directa; en ese sentido, Delval (1989) menciona que el individuo es moldeado a partir de su influencia social difícil de eliminar. Por lo tanto, si bien los rasgos del emprendimiento solo resultado del autoconocimiento, la autovaloración y la autodeterminación de los emprendedores (Santamaría et al., 2013), también intervienen, entes de orden superior, como la familia, cuya interacción genera el emprendimiento como parte de la realización del sujeto (Orrego, 2009).

Bajo ese orden de ideas, la familia también es la responsable de formar miembros que contribuyan a generar bienestar a la humanidad a través de la práctica de actividades responsables en el estudio de los problemas socioeconómicos. Por lo que la intervención de la familia es primordial en el

planteamiento de posibles soluciones que den respuesta a los problemas derivados de las crisis económicas, tal es el caso de los generados a partir de la pandemia por COVID-19.

En ese sentido, Rangel et al. (2016) señalan que el emprendimiento ha sido considerado como una vía que permite no solo generar empleo y desarrollo socioeconómico, sino también ha sido un medio para alcanzar bienestar social entre quienes a pesar de contar con estudios universitarios han sido excluidos del mercado laboral formal. De ahí que, antes de las acciones formales instrumentadas por las IES, existe un peso sustancial del papel que juega la familia en la generación de rasgos emprendedores del estudiante universitario que es necesario analizar.

### **Teorías sobre la creación de empresas**

Para explicar el espíritu emprendedor, Veciana (1999) clasificó las principales teorías del estudio de la función empresarial y la creación de empresas en cuatro bloques: enfoque económico, enfoque psicológico, enfoque sociocultural o institucional y enfoque gerencial; los últimos dos enfoques fueron clasificados en tres niveles de análisis: micro (nivel individual), macro (nivel global de la economía) y meso (nivel empresas). Bajo el enfoque sociológico a nivel micro (individual), se encuentran las teorías: de la marginación, de redes y del rol.

De acuerdo con la teoría de redes, el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos facilita al emprendedor la creación de una empresa. Para Birley (1985), existen redes formales e informales y son estas últimas en las que más se apoya el emprendedor, entre ellas se encuentra la familia; mientras que para Curran et al. (1993) la familia al ser un apoyo para el emprendedor forma parte de las redes concernientes. Esta teoría explica cómo es que el entorno en el que abundan modelos emprendedores estimula la aparición de más empresarios como resultado de una actitud favorable hacia la figura de estos siguiendo los pasos de quienes se admira (Veciana, 1999).

Dentro de los factores socioculturales del entorno que motivan la actividad emprendedora, se encuentran: la religión, la familia, el entorno empresarial y la cultura, entre otros (Veciana, 1999). Asimismo, Kantis et al. (2004) mencionan que en la motivación para emprender inciden la familia, el sistema educativo, los medios de comunicación, las empresas en las que se trabaja previamente.

De igual manera, Espí et al. (2007) aluden a factores psicológicos, contextuales y sociodemográficos como explicación de la acción de emprendimiento; mientras que Sánchez-Escobedo et al. (2011) agrupan bajo tres enfoques el espíritu emprendedor: el económico, en el que la iniciativa empresarial se sustenta en razones económicas; el psicológico, que afirma que el emprendimiento es resultado de las características individuales, y; el sociológico, también conocido como institucional, cuando el entorno sociocultural es el que determina el espíritu emprendedor. Bajo ese orden de ideas, el emprendimiento explica el papel que juega la familia, entre otros grupos sociales, como resultado de la realización del sujeto en la vida con los otros (Orrego, 2009).

En cuanto a las investigaciones en torno al emprendimiento, la Babson College (Estados Unidos) y la London Business School (Reino Unido) crearon en 1999 el proyecto GEM a través del cual se han realizado numerosos estudios que muestran el nivel de emprendimiento alrededor de todo el mundo y también describe el perfil del emprendedor, así como las variables que intervienen en este, sus fases y tipos. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en México, es la institución académica responsable de realizar los reportes GEM con el objetivo de investigar empíricamente sobre el emprendimiento, cuyos hallazgos han permitido detectar que entre las principales motivaciones para emprender se encuentra la continuación de una tradición familiar (GEM, 2021).

De Jorge (2013) señala que existen numerosos estudios que confirman la influencia positiva de familiares emprendedores en la decisión de crear una empresa (Kolvereid y Moen, 1997; Brush e Hisrich, 1991) y concluye que las características personales (sociodemográficas) de los universitarios, así como la existencia de algún familiar empresario son variables de respuesta de la intención emprendedora. Entre la evidencia empírica más reciente sobre el papel de la familia como influencia en las acciones emprendedoras de los jóvenes universitarios, destacan las investigaciones de Baughn et al. (2006) y la de Espí et al. (2007). Mientras que, Santamaría et al. (2013) determinaron en su investigación que la familia es el principal elemento motivador que impulsa el sostenimiento de las empresas que incluyeron en su trabajo.

Sobre las investigaciones realizadas en torno a los rasgos y características personales, Sepúlveda et al. (2017, p. 117) señalan que las diferentes dimensiones del emprendimiento pueden ser explicadas a través del “efecto moderador de la experiencia familiar en emprendimiento”, entre otras variables. En tanto, Morán-Montalvo y Sánchez-Riofrío (2018) quienes han realizado investigaciones en universidades públicas y privadas para determinar el perfil emprendedor del estudiante universitario ecuatoriano, consideraron las aportaciones de Veciana (1999) y Espí et al. (2007) para clasificar los enfoques teóricos de la creación de empresas en: económico, psicológico, sociocultural y gerencial. Dentro del enfoque psicológico los autores consideran que el perfil del emprendedor universitario está determinado en gran medida por sus familiares.

Finalmente, Campuzano-Vásquez y Cedillo- Chalaco (2021) realizaron una investigación bajo las condiciones propias de la pandemia por COVID-19, en la que concluyen que la tradición familiar es una de las motivaciones determinantes en la tasa de emprendimiento temprano, aunque señalan que no se pudo determinar con certeza este resultado entre los estudiantes universitarios, dadas las condiciones reinantes por la pandemia.

De acuerdo con la revisión realizada, si bien existe evidencia del papel que la familia juega en la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios, en el caso de México existen pocas investigaciones, por lo cual, este trabajo se enmarca bajo el enfoque sociológico que afirma que el

entorno sociocultural, que incluye la familia, determina el que el individuo se incline por el emprendimiento.

## **METODOLOGÍA**

Esta investigación se desarrolló, principalmente, bajo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo; en ese sentido, con este trabajo se busca determinar los rasgos de emprendimiento en los estudiantes de la UNACAR a partir de su contexto familiar; es decir, si aquellos con familia emprendedora presentan mayores capacidades de emprendimiento que aquellos que pertenecen a una familia no emprendedora. En cuanto al diseño, fue de tipo no experimental de corte transversal; es decir, no existió manipulación deliberada de las variables y su medición se realizó en un momento específico, sin evaluar su evolución (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018); es este caso, la recolección de datos se realizó mediante un instrumento aplicado a modo de encuesta, de manera autoadministrada en línea, mediante la herramienta de Google Forms, durante los meses de enero y febrero 2022.

El análisis de los datos se realizó a través del paquete estadístico IBM SPSS Statistic versión 25, desde un enfoque hipotético – deductivo que, de acuerdo con Sánchez (2019) tiene la finalidad de comprender fenómenos y explicar el origen o las causas que la generan, se parte de premisas generales para llegar a una conclusión particular, es decir, la hipótesis por falsar para contrastar su veracidad.

### **Instrumento**

Para la recolección de los datos se hizo uso del cuestionario proporcionado por el Cuerpo Académico Desarrollo Local y Competitividad Empresarial de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, el proyecto Emprendedores ANFECA, adaptado a las condiciones propias de la vía de aplicación, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la población. Finalmente, este quedó estructurado en dos secciones: la primera, contenía 16 preguntas referentes a variables sociodemográficas que permitieron caracterizar la muestra estudiada; la segunda sección estuvo integrada por 56 ítems agrupados en seis dimensiones sobre los aspectos relacionados con el emprendimiento en los estudiantes universitarios (Tabla 1). Dichos ítems se midieron a partir de una escala de Likert con valores del 1 al 5 (1=nada de acuerdo, 5=totalmente de acuerdo).

En cuanto a la segunda sección del instrumento: la primera dimensión, incluyó ítems referentes al conocimiento en general que tienen los estudiantes sobre los procesos de emprendimiento, así como la conceptualización de este; la segunda dimensión, abordó aspectos sobre el conocimiento en cuanto al entorno empresarial y sobre los procesos para iniciar un negocio o proyecto empresarial; La tercera dimensión, que aludía al reconocimiento de la figura del emprendedor, incluyó ítems sobre la percepción del estudiante al respecto del reconocimiento sobre el ser emprendedor ante los demás; en cuanto a la cuarta dimensión, cuestionaba sobre el grado de preferencia del estudiante

por ser emprendedor e integraba ítems relacionados con la percepción de la autoeficacia y el control conductual del estudiante; la quinta dimensión aludía a las habilidades necesarias para ser emprendedor, por lo que incluía ítems sobre los riesgos percibidos y sus intenciones sobre ser emprendedor; finalmente, la sexta dimensión, consideraba ítems relacionados con la percepción que tienen los estudiantes sobre la aptitud de los espacios e infraestructura, así como el contenido de los planes y programas educativos relacionados con el emprendimiento con los que cuenta la UNACAR.

Por otra parte, para determinar su confiabilidad, se realizó el análisis de consistencia interna a través del coeficiente Alfa de Cronbach que, de acuerdo con Campo-Arias y Oviedo (2008) se refiere al grado donde los ítems de una escala se correlacionan entre ellos. Este método permite estimar la confiabilidad de pruebas, escalas o test, cuando se utilizan los conjuntos de ítems que se espera midan el mismo atributo (Ledesma et al., 2002). Por su parte, Frías-Navarro (2022) menciona que el valor de Alfa debe oscilar entre el cero y el uno; mientras más cercano a uno, mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

Tomando en cuenta los resultados presentados en la Tabla 1, los valores obtenidos para el coeficiente fueron superiores a 0.80 en cada una de las dimensiones; por lo tanto, se consideraron con una confiabilidad aceptable. Asimismo, de manera general, el instrumento obtuvo un coeficiente de 0.980 es decir, cumple con los criterios de confiabilidad.

**Tabla 1**

*Estructura y confiabilidad del instrumento*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	No. De ítems
Sobre emprendimiento	.843	4
Conocimiento sobre el entorno empresarial	.947	10
Mayor reconocimiento de la figura de los emprendedores	.909	10
Preferencia por ser emprendedor	.929	10
Habilidades necesarias para ser emprendedor	.871	10
Infraestructura de emprendimiento	.970	12
General	.980	56

*Nota.* Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos mediante SPSS.

### **Definición de la población y tamaño de la muestra**

Con respecto a la población, se consideraron estudiantes de educación superior con matrícula activa, inscritos en el periodo enero-junio 2022 que, acuerdo con datos de la Dirección de Control Escolar de la UNACAR (2022), sin embargo, dado que no se pudo acceder a los estudiantes las Facultades de Derecho y Ciencias Educativas por cuestiones propias de la pandemia, para esta investigación se tomó en cuenta una cantidad de 4913 estudiantes. Por lo tanto, el tamaño de la muestra fue de 299 estudiantes, calculado a partir de un nivel de confianza del 95% y margen de error de 5.5%. Por otra parte, la elección de la muestra se realizó mediante un proceso no probabilístico por cuotas, como se observa en la Tabla 2.



**Tabla 2***Tamaño de la población y muestra*

Facultad	N	n
Facultad Ciencias de la Salud	1556	90
Facultad Ciencias Naturales	149	13
Facultad de Ciencias de la Información	432	51
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas	1199	45
Facultad de Ingeniería	1050	54
Facultad de Química	527	46
Total	4913	299

*Nota.* Adaptado del artículo “Matrícula escolar del ciclo 2021-2022 (enero a julio 2022).”, de la Universidad Autónoma del Carmen, (2022).

## RESULTADOS

Para cumplir con el objetivo de esta investigación, se conformaron dos grupos de estudiantes a partir de las categorías: con familia emprendedora y sin familia emprendedora. Como se observa en la Tabla 3, estos se distribuyeron de la siguiente manera:

**Tabla 3***Distribución de los estudiantes por grupos*

Grupos	No. De estudiantes	%
Con familia emprendedora (madre, padre, hermanos)	137	45.8
Sin familia emprendedora	162	54.2
Total	299	100.0

*Nota.* Elaboración propia a partir de los resultados.

Con respecto a las características sociodemográficas de los participantes, a partir de los resultados, se puede mencionar que, el grupo de estudiantes con familia emprendedora estuvo conformado por 137 individuos de los cuales el 56.90% fueron mujeres y el 43.10% hombres, con un promedio de edad de 21.26 años y una desviación estándar de 1.964 años.

Asimismo, se registró que en cuanto a la situación actual de empleo el 56.90% de los estudiantes no trabaja; el 36.50% cuenta con empleo de medio tiempo y solo el 6.60% tiene empleo de tiempo completo. Con respecto a cuánto ascienden los gastos mensuales, se registró un promedio de 3,494.57 pesos siendo, en la mayoría de los casos, ambos padres el principal soporte familiar. Aunado a esto, se pudo identificar que en el 32.88% de los casos, las madres de familia no cuentan con empleo; a diferencia de los padres que el 72.30% de cuenta con empleo de tiempo completo.

Por otra parte, para el caso de los estudiantes sin familia emprendedora, el grupo estuvo conformado por 162 estudiantes de los cuales el 56.80% fueron mujeres y el 43.20% hombres, con un promedio de edad de 21.09 años y una desviación estándar de 1.856 años.

El principal soporte familiar resultó ser en el 43.20% de los casos ambos padres y en el 37.70% solo el padre; al respecto, en cuanto a la situación de empleo, en el 44.40% de los casos la madre no cuenta con empleo; al contrario de los padres que el 63.00% cuenta con empleo de tiempo completo. En el caso de los estudiantes, solo el 8.00% mencionó que tiene empleo de tiempo completo, el 30.90% tiene empleo de medio tiempo y el 61.10% no tiene empleo.

## DISCUSIÓN

Tomando en cuenta lo mencionado por De Jorge (2013), sobre como la existencia de algún familiar empresario puede ser un factor que influya en la intención emprendedora de los estudiantes, de acuerdo con los resultados observados en la Tabla 4, en la mayor parte de las dimensiones se obtuvo una puntuación mayor en el grupo de los estudiantes con familia emprendedora.

Por otra parte, se puede observar que el promedio más alto se registró en a la dimensión de infraestructura de emprendimiento correspondiente al grupo de estudiantes sin familia emprendedora ( $\bar{x}$ =3.85, S= 0.78), a diferencia de los estudiantes con familia emprendedora ( $\bar{x}$ =3.66, S= 1.02); esto podría significar que tienen expectativas más altas sobre los componentes de infraestructura destinados a los procesos de emprendimiento, que puede ser resultado de no estar familiarizados con ello.

En el grupo de estudiantes con familia emprendedora, el mayor puntaje se obtuvo en la dimensión sobre emprendimiento ( $\bar{x}$ =3.72, S= 1.12), lo que significaría un mayor conocimiento sobre los conceptos y procesos de emprendimiento que podría deberse, precisamente, a la influencia familiar.

Con respecto a la dimensión sobre las habilidades necesarias para ser emprendedor, donde el puntaje obtenido fue el más bajo, en el caso de los estudiantes con familia emprendedora ( $\bar{x}$ =3.29, S= 0.92), fue mayor que los estudiantes sin familia emprendedora ( $\bar{x}$ =3.15, S= 0.71); esto podría significar que, de manera general, los estudiantes no están completamente seguros con las competencias y capacidades para desarrollar actividades de emprendimiento.

**Tabla 4**

*Medidas descriptivas del perfil de emprendimiento de los estudiantes por grupo*

Dimensiones	Grupos			
	Con familia emprendedora (n=137)		Sin familia emprendedora (n=162)	
	Media	Desv. Estándar	Media	Desv. Estándar
Sobre emprendimiento	3.72	1.12	3.42	0.91
Conocimiento sobre el entorno empresarial	3.66	1.05	3.50	0.80
Mayor reconocimiento de la figura de los emprendedores	3.53	0.95	3.49	0.74
Preferencia por ser emprendedor	3.44	0.94	3.34	0.77
Habilidades necesarias para ser emprendedor	3.29	0.92	3.15	0.71

*Nota.* Elaboración propia a partir de los resultados.

## **CONCLUSIONES**

La pandemia por COVID-19 ha provocado una gran presión sobre las capacidades económicas y sanitarias de todos los países. Los impactos que ha tenido sobre los negocios y los emprendedores en México y a nivel mundial, aún son inciertos. Pese a ello, esta crisis ha representado una oportunidad en la creación o identificación de nuevos mercados, de nuevas formas de distribuir los productos o servicios, desarrollando la creatividad e innovación y dando lugar al emprendimiento.

El emprendimiento en México, desde antes de la pandemia, se ha convertido en una alternativa ante la falta de empleo. Derivado de esto, los gobiernos han implementado políticas para incentivarlo e instrumentos para su formalización. Asimismo, su importancia ha ido en aumento a tal grado que, las universidades lo han introducido en sus programas educativos, tal es el caso de la UNACAR que en la totalidad de sus programas de licenciatura se incluye como parte del tronco común de asignaturas durante los primeros ciclos.

La revisión teórica y de antecedentes permitió concluir que existen múltiples estudios que señalan que los estudiantes que provienen de una familia emprendedora tienen mayores aptitudes relacionadas con las capacidades de emprendimiento, a diferencia de aquellos que provienen de una familia no emprendedora, como resultado de los modelos y la experiencia directa de las influencias del medio, entre las que se encuentra la familia.

Bajo el contexto anterior, se analizaron las dimensiones sobre el perfil de emprendimiento en una muestra de estudiantes de la UNACAR para determinar sus rasgos de emprendimiento a partir de sus antecedentes familiares.

Así, se concluye que los estudiantes que provienen de familias con experiencia emprendedora tienen una mejor comprensión sobre los conceptos de emprendimiento, así como un mayor grado de conocimiento sobre temas relacionados con dicho entorno; así mismo se perciben con mayores habilidades para llevar a cabo proyectos de emprendimiento y existe una mayor preferencia por ser emprendedor.

Además, se puede afirmar que aquellos estudiantes que provienen de una familia emprendedora tienen una ventaja en cuanto a las competencias relacionadas con el emprendimiento sobre aquellos que provienen de una familia no emprendedora, lo cual no significa que estos no tengan las capacidades para poder desarrollar algún proyecto de negocios o dedicarse a ello.

En ese sentido, los hallazgos de esta investigación representan un área de oportunidad para la UNACAR y todas las IES al momento de adecuar los programas educativos y los procesos de enseñanza-aprendizaje relacionados con el emprendimiento para lograr una mejor experiencia en la formación del estudiante.

Por lo tanto, se puede afirmar que los jóvenes con rasgos emprendedores más pronunciados se presentan en familias emprendedoras, aunque es conveniente poder analizar esta relación en un trabajo futuro de investigación. Los resultados de este trabajo contribuyen a la generación de conocimiento, así como cultivar la línea de investigación en el marco de los estudios sobre emprendimiento en estudiantes universitarios.

Finalmente, se propone considerar a estudiantes egresados para medir sus capacidades de emprendimiento en trabajos futuros de investigación, así como identificar si llevan a cabo alguna actividad de emprendimiento relacionada o no con su profesión o indagar sobre su situación laboral.

## REFERENCIAS

- Asociación de Emprendedores en México. (2022). *Radiografía del emprendimiento en México 2021: ¿cómo le fue al ecosistema emprendedor?* <https://emprendedor.com/radiografia-emprendimiento-mexico-como-le-fue-ecosistema-emprendedor-2021/>
- Audretsch, D. y Keilbach, M. (2004). Does entrepreneurship capital matter? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(5), 419-429. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00055.x>
- Baughn, C., Chua, B., y Neupert, K. (2006). The normative context for women's participation in entrepreneurship: a multicountry study. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(5), 687-708. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00142.x>
- Birley, S. (1985). The role of Networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 107-117. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(85\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0883-9026(85)90010-2)
- Brunet, I., y Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers. Revista de Sociología*, 73, 81-103.
- Brush, C. G., e Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on womenowned businesses. *Journal of managerial Psychology*, 6(2), 9-16. <https://doi.org/10.1108/02683949110144846>
- Campo-Arias, A., y Oviedo, H. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna. *Revista de Salud Pública*, 10(5), 831-839. <https://doi.org/10.1590/S0124-00642008000500015>
- Campuzano-Vásquez, J. y Cedillo-Chalaco, L. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala en presencia del COVID-19. *INNOVA Research Journal*, 6(3.2), 47-62. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2.2021.1939>
- Cromie, S., Callaghan, I. y Jansen, M. (1992). The entrepreneurial tendencies of managers: a research note. *British Journal of Management*, 3(1), 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1992.tb00031.x>

- Curran, J., Jarvis, R., Blackburn, R. y Black, S. (1993). Networks and small firms: constructs, methodological strategies and some findings. *International Small Business Journal*, 11 (2), 13-25. <https://doi.org/10.1177/026624269301100202>
- De Jorge, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Caracciolos: Revista Digital de Investigación en Docencia*, 1(1), 4-12. <http://hdl.handle.net/10017/19549>
- Delval, J. (1989). La representación infantil del mundo social. En I. Enesco, E. Turiel y J. Linaza (Eds.) *El mundo social en la mente infantil*. Madrid: Alianza.
- Drucker, P. (1994). *La innovación y el empresario innovador: La práctica y los principios*. Edsa.
- Espí, M., Arana, G., Heras, I., y Díaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoade la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 1(14), 83-110.
- Ferraz, J., Kupfer, D. y Haguenaer, L. (1995). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*, Campus.
- Frías-Navarro, D. (2022). *Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida*. Universidad de Valencia.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2021). *Global Report 2020/2021*. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-globalreport>
- Global Entrepreneurship Research Association. (2017). *Global Report 2016/17*. Global Entrepreneurship Monitor. <http://www.gemconsortium.org/report/49812>
- Gutiérrez, G. (2011). *El comportamiento emprendedor en El Salvador*. Universidad de Cádiz. Departamento de Organización de Empresas.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021). *Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2021*. <https://www.inegi.org.mx/programas/edn/2021/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020, 02 de diciembre). *El INEGI presenta resultados de la segunda edición del ECOVID-IE y del estudio sobre la demografía de los negocios 2020*. [Comunicado de prensa] 617/20. [https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE\\_DEMOGNEG.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf)

- Kantis, H., Angelelli, P. y Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor. América latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kolvereid, L., y Moen, Ø. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?. *Journal of European industrial training*, 21(4), 154-160. <https://doi.org/10.1108/03090599710171404>
- Lall, M. y Sahai, S. (2011). *Entrepreneurship*. Excel Books.
- Ledesma, R., Molina, G. y Valero, P. (2002). Análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach: un programa basado en gráficos dinámicos. *Psico-USF*, 7(2), 143-152.
- Medeiros, V., Godoi, L. y Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista CEPAL*, (129), 7-26.
- Morán-Montalvo, C y Sánchez-RíoFrío, A. (2018). El perfil emprendedor universitario: el caso de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo en Ecuador. *Revista Ciencia Administrativa*, (1), 92-102.
- Murphy, P. J., Liao, J., y Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of management history*, 12(1), 12-35. <https://doi.org/10.1108/13552520610638256>
- Orrego, C. I. (2009). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235. <http://hdl.handle.net/20.500.11912/7407>
- Rangel, L., Alvarado, M. y Sierra, O. (2016). El perfil emprendedor como catalizador de la innovación en los jóvenes del Departamento de la Guajira. *Omnia*, 22(3), 71-86.
- Ratten, V. (2021). COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. *Strategic change: Briefings in Entrepreneurial Finance*, 30(2), 91-93. <https://doi.org/10.1002/jsc.2392>
- Robbins, S. y Decenzo, D. (2009). *Fundamentos de Administración. Conceptos Esenciales y Aplicaciones*. Pearson Prentice Hall.
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez-Escobedo, M., Díaz-Casero, J., Hernández-Mogollón, R. y Postigo-Jiménez, M. (2011). Perceptions and attitudes towards entrepreneurship. An analysis of gender among university students. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7(4), 443-463. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0200-5>
- Santamaría, A., Arias, E., Torres, E., y Parra, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial - el caso de tres pymes de los sectores comercial y de servicios

de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*, (1).  
<https://doi.org/10.24188/rpg.v0i1.86>

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Orbis.

Sepúlveda, M., Denegri, C., Orellana, C., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P. y Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: una comparación entre estudiantes universitarios del sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34(1), 107-124.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>

Trías de Bes, F. (2007). *El Libro Negro del Emprendedor; no digas que nunca te lo advirtieron*. Empresa Activa.

Universidad Autónoma del Carmen. (2022). *Matrícula escolar del ciclo 2021-2022 (enero 2022 a julio 2022)*. Universidad Autónoma del Carmen.  
[https://www.unacar.mx/control\\_escolar/Documentos/estadisticaEscolar/2022-2022/MATRICULA-ESCOLAR-ENERO-JULIO-2022.pdf](https://www.unacar.mx/control_escolar/Documentos/estadisticaEscolar/2022-2022/MATRICULA-ESCOLAR-ENERO-JULIO-2022.pdf)

Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.

Zazueta, M. y Velarde, M. (2022). Investigación sobre turismo de reuniones en el período 2000-2019: una revisión de literatura. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 779-796.  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.053>