

Educación para el emprendimiento y desarrollo de habilidades emprendedoras en jóvenes: Un análisis del Plantel Lic. Adolfo López Mateos

María del Socorro Sandoval Montenegro

mssandovalm@uaemex.mx

Beatriz Moreno Guzmán

bmorenog@uaemex.mx

Laura Leticia Reyes Rosales

llreyesr@uaemex.mx

Universidad Autónoma del Estado de México

Recepción: 28 de noviembre de 2025

Aceptación: 19 de diciembre de 2025

Publicación: 15 de enero de 2026

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar el impacto de los programas de cultura emprendedora en el desarrollo de habilidades de emprendimiento desde la perspectiva de los estudiantes de sexto semestre del Plantel Lic. Adolfo López Mateos. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, transeccional y descriptivo. La muestra estuvo conformada por 64 estudiantes mediante muestreo por conveniencia, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado validado por expertos. Los resultados muestran un alto interés por el emprendimiento, pero un conocimiento teórico moderado, lo que revela una brecha formativa. Menos de la mitad ha participado en programas emprendedores; sin embargo, quienes sí participaron presentan mayor seguridad y percepción de habilidades como comunicación, creatividad y liderazgo. Los estudiantes expresan preferencia por actividades prácticas y basadas en experiencias reales. Se concluye que, aunque existe una actitud favorable hacia el emprendimiento, es necesario fortalecer y ampliar los programas de cultura emprendedora para lograr un desarrollo más completo y significativo de las habilidades emprendedoras.

Palabras clave: Emprendimiento, habilidades emprendedoras, cultura emprendedora

Education for entrepreneurship and development of entrepreneurial skills in young people: An analysis of the Lic. Adolfo López Mateos campus

Abstract

The objective of this study was to analyze the impact of entrepreneurial culture programs on the development of entrepreneurial skills from the perspective of sixth-semester students at the Lic. Adolfo López Mateos campus. A quantitative approach with a non-experimental, cross-sectional, and descriptive design was used. The sample consisted of 64 students selected through convenience sampling, who completed a structured questionnaire validated by experts. The results show a high level of interest in entrepreneurship, but only moderate theoretical knowledge, revealing a training gap. Less than half of the students had participated in entrepreneurial programs; however, those who had participated demonstrated greater confidence and a stronger perception of skills such as communication, creativity, and leadership. The students expressed a preference for practical activities based on real-world experiences. The study concludes that, although there is a favorable attitude toward entrepreneurship, it is necessary to strengthen and expand entrepreneurial culture programs to achieve a more complete and meaningful development of entrepreneurial skills.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial skills, entrepreneurial culture

Introducción

Actualmente, el emprendimiento se ha consolidado como una herramienta fundamental para el desarrollo personal, académico y profesional. Por esta razón, cada vez más instituciones educativas impulsan programas orientados a fomentar en los estudiantes de bachillerato una cultura emprendedora, promoviendo

habilidades y conocimientos que les permitan identificar oportunidades de negocio, desarrollar la creatividad e impulsar la innovación para transformar ideas en proyectos reales.

El presente artículo analiza el impacto que tienen los programas educativos en cultura emprendedora en el desarrollo de habilidades emprendedoras de los estudiantes.

El análisis se basa en las experiencias observadas, donde se identificaron diversas problemáticas que limitan el alcance de estos programas. Entre ellas se destacan la falta de continuidad de los proyectos cuando los estudiantes egresan y la ausencia de mecanismos institucionales que den seguimiento a las ideas, las cuales quedan solo en el aula.

El emprendimiento en jóvenes de bachillerato constituye una herramienta fundamental para potenciar su desarrollo académico, personal y profesional, fomenta la creatividad, la innovación y la capacidad de generar soluciones a problemáticas reales, habilidades esenciales en un entorno cada vez más dinámico y demandante.

Abordar este tema es importante porque permite la formación de competencias transversales como el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación y la toma de decisiones; habilidades que no solo resultan valiosas para la creación de empresas, sino también para que los estudiantes se integren de manera crítica, activa y propositiva en la sociedad y en el ámbito laboral.

De acuerdo con un informe de la Secretaría de Educación Pública (2015), muchos estudiantes que egresan de la educación media superior no desarrollan suficientemente las competencias emprendedoras, lo que provoca que la mayoría termine en empleos asalariados y, en muchos casos, de baja calidad.

El informe también señala que solo el 1.5% de los jóvenes mexicanos ocupados, entre 19 y 20 años, son empleadores. En general, en México únicamente el 6.2% de los jóvenes emprende o genera empleo, una cifra muy baja en comparación con países como Estados Unidos, Alemania y Japón, donde el porcentaje llega aproximadamente al 12%. Estos datos muestran la importancia de fortalecer la educación emprendedora desde el nivel medio superior, especialmente en instituciones que atienden a una gran cantidad de alumnos.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), la población de 15 a 29 años registra la mayor tasa de desempleo en el país y, cuando trabaja, percibe los salarios más precarios y tiene menor acceso a servicios de salud y seguridad social. Según datos recientes del INEGI (2024) relativos a la posición en el trabajo de la población joven, el 81.3 % trabaja de forma subordinada y asalariada, 10.3 % lo hace por su cuenta, y solamente el 1.6 % fue empleadora o empleador.

El estudio sobre el perfil del emprendedor mexicano ofrece una radiografía clara de quiénes emprenden en el país, realizada en el año 2021, muestra que la edad promedio para emprender es de 34.2 años, con mayor concentración entre los 26 y 45 años con un 68.8%. Sin embargo, un 16.7% comienza entre los 18 y 25 años, lo que refleja un creciente interés juvenil por emprender.

Respecto al nivel educativo, los datos muestran que el 52% de los emprendedores cuentan con estudios de licenciatura, el 29% posgrado y el 10% con especialidad, evidenciando que la formación académica favorece el éxito emprendedor. Aun así, el 9% tiene bachillerato o niveles básicos, lo que indica que también influyen cualidades como creatividad, innovación y perseverancia. Por ello, en el nivel medio superior es importante promover programas de emprendimiento que fortalezcan las habilidades como liderazgo, creatividad y trabajo en equipo, preparando a los jóvenes para emprender en el futuro (Asociación de Emprendedores en México, 2023).

El Gobierno de México, a través de la Subsecretaría de Educación Media Superior, creó el Modelo de Emprendedores para la Educación Media Superior, cuyo objetivo es fomentar la cultura empresarial desde el bachillerato (SEP, 2015). Este modelo educativo se complementa con el trabajo Instituto Mexiquense del Emprendedor (IME), que administra un Sistema Estatal de Incubadoras. Esta red ofrece asesoría, capacitación, acceso a financiamiento y evaluación especializada de proyectos, con el fin de apoyar la consolidación de ideas de negocio innovadoras (Instituto Mexiquense del Emprendedor, 2024).

De manera similar, el Programa Emprendedor en Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex), vigente desde 1998, ha demostrado ser un instrumento clave para que los estudiantes desarrollen una visión real del entorno laboral. Su propósito es promover la cultura emprendedora mediante la generación e implementación de ideas de negocio que aporten beneficios a la comunidad estudiantil.

A través de la Dirección de Desarrollo Empresarial y con apoyo de una Red de responsables del programa emprendedor de cada organismo académico, se planifican y ejecutan acciones de capacitación, vinculación e impulso al emprendimiento. En su edición más reciente, el programa benefició a 20,103 y registró 1,098 proyectos en el XXIII Concurso del Universitario Emprendedor, distribuidos en categorías como innovación, verde, social y en operación, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Universidad Autónoma del Estado de México, 2025).

En 2024, el plantel participó en el XXII Concurso Universitario Emprendedor, con 400 alumnos, obteniendo un tercer lugar en la categoría social y verde, y un primer lugar en innovación. Además, se realizaron a cabo diversas actividades de fortalecimiento del espíritu emprendedor, entre ellas las conferencias “Aprendiendo a emprender”, “Innovación tecnológica sustentable a la mexicana”, “Pitch: cómo emprender durante la carrera” y “Mujeres emprendedoras”. También se organizaron

actividades de Café Emprendedor y el Cine Emprendedor, reforzando así la cultura emprendedora integral en los estudiantes del nivel medio superior (Mejía, 2024). Es importante destacar que, en mayo del 2025, la institución no tuvo ningún lugar en el concurso.

En este marco, la UAEM (2025) ofrece el Bachillerato General en modalidad mixta, con 11 planteles que atienden a 24,682 estudiantes. El plantel “Lic. Adolfo López Mateos” que representa el 15.6% de esta matrícula, es el foco de la presente investigación. De sus 3,873 estudiantes, 1,193 alumnos del sexto semestre cursan la asignatura Desarrollo Emprendedor, considerada fundamental para la formulación y presentación de proyectos.

A pesar de los esfuerzos institucionales, persiste un reto importante: muchos estudiantes no tienen acceso a experiencias reales de emprendimiento. Esto provoca que los proyectos escolares se queden en un nivel teórico o de simulación, con poca relación con las necesidades del entorno. Como consecuencia, la formación emprendedora pierde impacto y se limita la posibilidad de consolidar proyectos sostenibles.

Por ello, la presente investigación se justifica en la necesidad de cerrar la brecha entre la formación teórica y la práctica emprendedora, así como en la baja participación juvenil en iniciativas de emprendimiento. Superar estos desafíos permitirá fortalecer el desarrollo de competencias reales en los jóvenes y aumentar su capacidad para crear proyectos significativos e innovadores.

A partir de esta problemática, surge el objetivo de este artículo: analizar el impacto de los programas educativos sobre cultura emprendedora en el desarrollo de habilidades de emprendimiento en los estudiantes.

Desarrollo

Enfoques teóricos que sustentan el emprendimiento

En el estudio del emprendimiento se destacan tres teorías fundamentales que permiten comprender su origen y desarrollo.

La Teoría del Desarrollo Económico, también denominada Teoría del Empresario Innovador o Teoría de la Destrucción Creativa, fue propuesta por Joseph Schumpeter en 1911 (citado en Valencia y Patlán, 2011). Esta teoría plantea que el empresario innovador es el motor del desarrollo económico, ya que la economía avanza cuando se introducen nuevas ideas, productos o procesos que rompen el equilibrio existente. Schumpeter denomina este proceso como “destrucción creativa”, pues las innovaciones sustituyen a lo antiguo y generan crecimiento económico. Para él, el empresario no es solo un administrador, sino un agente de cambio que impulsa transformaciones en el mercado. También distingue entre empresario y capitalista: el primero innova y el segundo aporta el capital y asume el riesgo financiero (Valencia y Patlán, 2011).

De igual forma, la Teoría del Empresario Innovador es una propuesta de Joseph A. Schumpeter, en 1934 (citado Valencia y Patlán, 2011), cuyo principal enfoque reside en concebir al emprendedor como un agente de cambio que impulsa el desarrollo económico mediante la innovación. El autor afirma que el emprendedor introduce nuevos productos, procesos o formas de organización que transforman el mercado y generan progreso.

Las innovaciones generan transformaciones que impulsan nuevos mercados y oportunidades. De igual manera, la cultura emprendedora fomenta que las personas identifiquen problemas, generen soluciones, propongan ideas originales y se atrevan a crear nuevos proyectos. Además, asume la idea de que emprender no es

solo administrar un negocio, sino introducir cambios significativos que agreguen valor y aporten al desarrollo económico y social.

La Teoría de la Motivación, también conocida como la Pirámide de Maslow, fue propuesta por Abraham Maslow en 1943 (citado en Torres, 2025). Esta teoría plantea que las personas poseen cinco tipos de necesidades que van desde las más básicas hasta la autorrealización, y que la motivación humana avanza de lo simple a lo complejo a medida que dichas necesidades se van satisfaciendo.

En relación con la cultura emprendedora, esta teoría ayuda a comprender que muchas personas deciden emprender para cubrir necesidades básicas como obtener ingresos y seguridad, mientras que otras lo hacen para alcanzar niveles más altos de reconocimiento o autorrealización. De este modo, el emprendimiento se convierte en una vía para crecer, desarrollar el potencial personal, crear e innovar.

La Teoría de las Tres Necesidades, propuesta por David McClelland en 1961 (citado en Torres, 2025), plantea que todas las personas están motivadas por tres impulsos fundamentales: la afiliación, relacionada con el deseo de pertenecer y mantener buenas relaciones; el logro, que impulsa a alcanzar metas y superar desafíos; y el poder, que se orienta a influir y dirigir a otros. Esta teoría se vincula directamente con la cultura emprendedora, ya que la necesidad de logro motiva a las personas a emprender buscando retos y resultados superiores, mientras que la necesidad de poder favorece el liderazgo necesario para dirigir un negocio. Por su parte, la afiliación facilita el trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo, elementos esenciales para el éxito de un emprendimiento (Torres, 2025). En conjunto, estas motivaciones contribuyen a formar el perfil y comportamiento del emprendedor.

Finalmente, la Teoría de la Conducta Planificada propuesta por Icek Ajzen en 1985 (citado en forms.app Team, 2024), es un modelo que predice cómo se comportan las personas; se basa en tres factores: actitudes, normas subjetivas y control

percibido del comportamiento. Hoy en día se utiliza en diversos campos para comprender y predecir comportamientos como los relacionados con la salud, el consumo y el medio ambiente.

Las actitudes se refieren a la valoración positiva o negativa que una persona tiene sobre realizar una acción; cuando la actitud es favorable, aumenta la intención de llevarla a cabo. Las normas subjetivas corresponden a la influencia social percibida, es decir, la presión o apoyo de personas cercanas que pueden motivar o desmotivar un comportamiento.

Finalmente, el control percibido del comportamiento se relaciona con la creencia de la persona sobre su capacidad y los recursos que posee para realizar una acción; mientras mayor sea este control percibido, mayor será la intención de actuar. En conjunto, estos tres factores explican cómo se forman las intenciones y por qué una persona decide realizar o no un comportamiento específico (forms.app Team, 2024).

Esta teoría es utilizada en emprendimiento, explica las actitudes e intenciones de iniciar un negocio y contribuye a fortalecer la cultura emprendedora.

Aproximación conceptual al emprendimiento

Emprender implica tener motivación, visión, constancia y determinación para transformar un proyecto en un negocio exitoso. Por lo tanto, el emprendimiento puede entenderse como la acción realizada por una persona que desarrolla un nuevo negocio desde su diseño hasta su crecimiento, con el propósito de generar ingresos y ofrecer a los clientes un producto o servicio de calidad (Coutiño, 2023).

Si bien el concepto de emprendimiento proviene de la acción de emprender, también puede definirse como el proceso mediante el cual una persona o un grupo inicia un proyecto. Este proceso no solo consiste en crear un producto o servicio, sino también en gestionar recursos, tomar decisiones estratégicas y enfrentar los

desafíos que surgen durante la construcción de una empresa. En este sentido, el emprendimiento representa la capacidad de identificar oportunidades y transformarlas en proyectos viables que generen valor económico o social (ASEM, 2025).

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española (2024), emprender significa “acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, especialmente si encierra la dificultad o peligro”. Esta definición permite entender el emprendimiento puede entenderse como el descubrimiento y aprovechamiento de oportunidades que posibilitan poner en marcha una idea.

El vínculo entre emprendimiento e innovación es estrecho, ya que no es posible generar una transformación sin implementar una idea de manera práctica. Así, los emprendedores actúan como innovadores al introducen nuevos bienes, servicios o tecnologías en el mercado, modificando procesos, recursos e incluso modelos de organización. En consecuencia, el emprendimiento puede considerarse como la capacidad de diseñar una idea e implementarla mediante la identificación de oportunidades, impulsando el cambio y el progreso (Universidad Nacional Autónoma de México, s.f.).

Habilidades emprendedoras

Cavero y Ruiz (2017) afirman que la educación para la innovación y el emprendimiento fortalecen en los estudiantes competencias que favorecen su desarrollo académico y profesional. Más que formar empresarios, busca mejorar su empleabilidad y dotarlos de habilidades para enfrentar los retos actuales. En este sentido, la formación emprendedora impulsa capacidades esenciales como la acción, la creatividad y la toma de decisiones. Entre las habilidades emprendedoras más relevantes destacan:

- Creatividad: consiste en generar ideas originales mediante la combinación novedosa de información ya conocida y la búsqueda deliberada de alternativas diferentes para resolver problemas.
- Innovación: es el proceso mediante el cual se aprovechan oportunidades y se utiliza la creatividad para convertir ideas en productos, servicios o procesos nuevos o mejorados que generen valor.
- Asunción de riesgos: implica identificar peligros potenciales, analizarlos y tomar decisiones informadas aun cuando exista incertidumbre.
- Iniciativa: se refiere a actuar por cuenta propia, crear oportunidades y mejorar resultados sin necesidad de instrucciones externas.
- Autoconfianza: consiste en reconocer y confiar en las propias capacidades para transformar ideas en acciones.
- Planificación: habilidad para organizar actividades, tiempos y recursos con el fin de alcanzar objetivos.
- Trabajo en equipo: capacidad para colaborar y comunicarse de manera efectiva para lograr metas comunes.

Complementariamente, el perfil del estudiante emprendedor se enriquece con otras competencias como liderazgo, empatía, pensamiento crítico, negociación, tolerancia al riesgo, proactividad, resiliencia ante el fracaso y capacidad para resolver problemas, las cuales fortalecen el desarrollo integral del emprendedor (Villacrés et al., 2019, p. 38)

Desde una perspectiva cognitiva, De Bono (2000) plantea que la creatividad no es un talento misterioso, sino un proceso que puede aprenderse mediante el pensamiento lateral. Este permite reorganizar la información, romper patrones mentales rígidos y ver los problemas desde nuevas perspectivas. En este mismo sentido, la innovación surge cuando una persona es capaz de superar el pensamiento lógico tradicional y generar ideas que aporten valor en ámbitos técnicos, sociales, educativos o personales.

Estas habilidades se relacionan directamente con metodologías activas como el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), ya que esta estrategia inicia con un problema real y promueve que el estudiante analice, proponga alternativas y genere soluciones creativas, tal como ocurre en los procesos emprendedores (Zambrano, 2021).

Finalmente, desde un enfoque práctico, el emprendedor requiere cualidades como flexibilidad ante los cambios, escucha activa, liderazgo positivo, organización, disposición para aprender de otros, creatividad aplicada y pasión por sus ideas, factores que facilitan el desarrollo y sostenimiento de proyectos (Coutiño, 2023).

Cultura emprendedora

La cultura emprendedora (Stefenson y Gumper, 1985, citados en Bóveda et. al., 2015) es entendida como la presencia de nuevas oportunidades, los medios para reunir esas oportunidades y la creación de estructuras adecuadas para aprovecharlas. La estrategia y la planificación son las bases de la cultura emprendedora, para disminuir las incertezas en las oportunidades de negocios, lo que está en conformidad con las actitudes del emprendedor que siempre busca calcular los riesgos de manera premeditada. Para promover esta cultura emprendedora se debe crear un ambiente propicio, crear y vincular agentes facilitadores locales, universidades, colegios, profesores, club de emprendedores, gremios que implementen nuevos métodos y actividades de formación emprendedora.

La cultura emprendedora se caracteriza por promover valores, actitudes y prácticas que motivan a las personas a tomar la iniciativa, asumir riesgos de manera consciente y explorar oportunidades dentro de la organización. La cultura emprendedora convierte a los empleados en impulsores del cambio, ya que no solo cumplen instrucciones, sino que también generan ideas innovadoras, lideran iniciativas y participan activamente en el crecimiento de la empresa (Granieri, 2024).

La Secretaría de Educación Pública (2015) menciona que formar estudiantes emprendedores ayuda a que desarrollen habilidades de liderazgo, pensamiento crítico, trabajo colaborativo y solución de problemas, competencias esenciales para su vida futura.

En instituciones como la UAEMex o el Instituto Mexiquense del Emprendedor, los programas educativos incluyen concursos, talleres, conferencias y asesorías que permiten a los jóvenes vivir experiencias reales de emprendimiento y desarrollar una visión más amplia del entorno laboral (Mejía, 2024; Universidad Autónoma del Estado de México, 2025).

Fortalecer esta cultura en el bachillerato contribuye a que los jóvenes se vean a sí mismos como capaces de crear, proponer y transformar su comunidad a través de proyectos innovadores.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo porque busca medir, mediante datos numéricos el impacto de los programas de cultura emprendedora en las habilidades de los estudiantes. El diseño fue no experimental transeccional y descriptivo. No experimental, porque las variables no se manipulan, transeccional porque los datos se recolectaron en único momento y descriptivo porque se buscó caracterizar percepciones, conocimientos y habilidades emprendedoras.

Se utilizó un cuestionario estructurado compuesto por 10 ítems, en Google Forms, que se contestaron en escala Likert, y preguntas cerradas, durante 20 minutos. El instrumento fue sometido a Criterio de expertos para evaluar la validez del contenido; de igual forma, se realizó una prueba piloto con un grupo pequeño de estudiantes para verificar la claridad y comprensión. La participación fue voluntaria y con garantía de confidencialidad.

Los datos se procesaron con estadística descriptiva, obteniendo frecuencias, porcentajes y gráficas que permitieron identificar niveles de conocimiento, actitudes e interés sobre el emprendimiento.

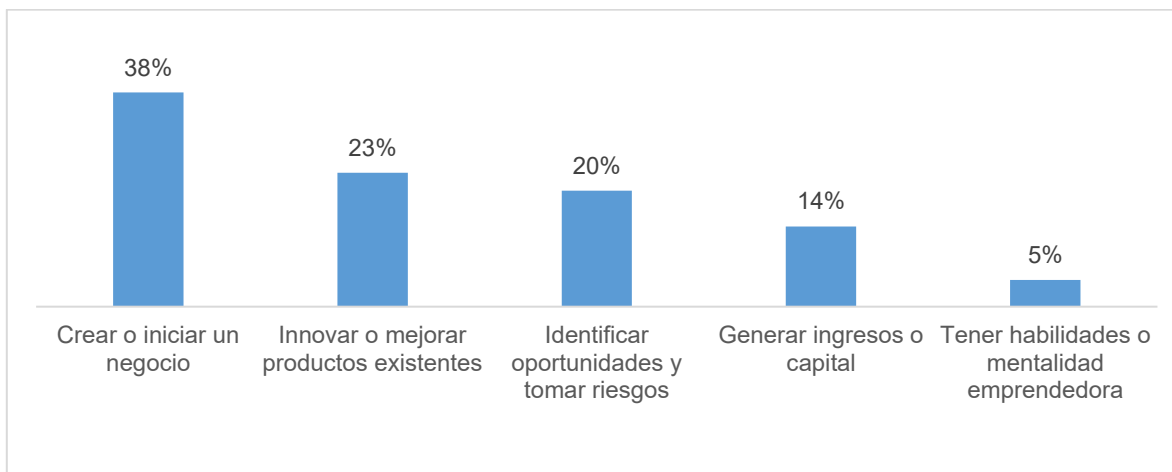
La muestra estuvo formada por 64 estudiantes seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que cursaban asignaturas relacionadas con emprendimiento y mostraron interés por participar.

Análisis de los resultados

El análisis se realizó con base en las respuestas de 64 estudiantes del sexto semestre, tanto del turno matutino como vespertino; de los cuales el 67% fueron mujeres y el 33% hombres. Los resultados permiten identificar las percepciones, conocimientos, habilidades y experiencias relacionadas con el emprendimiento, así como el impacto de los programas de educación emprendedora en el plantel.

Figura 1

Percepción inicial del emprendimiento



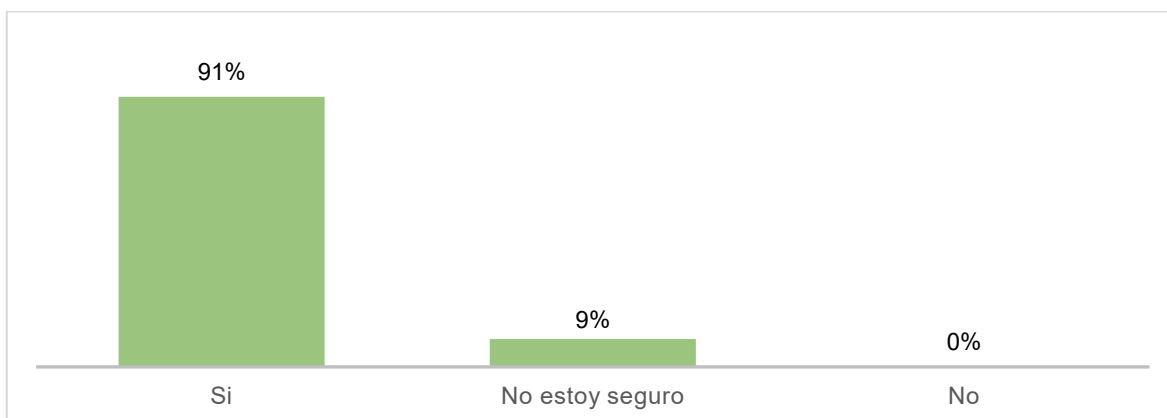
Fuente: trabajo de campo de la investigación

La mayoría de los estudiantes (38%), asocia el emprendimiento con crear o iniciar un negocio. Otras percepciones relevantes incluyen innovar o mejorar productos (23%); asumir riesgos y detectar oportunidades (20%) y generar ingresos: 14%. Solo un 5% lo relaciona con el desarrollo de habilidades.

Este resultado refleja una visión práctica y limitada del concepto, centrada en lo operativo más que en lo estratégico, lo que coincide parcialmente con Caverio y Ruiz (2017), quienes señalan que el emprendimiento incluye creatividad, toma de decisiones y pensamiento estratégico, aspectos poco mencionados por los participantes.

Figura 2

Emprendimiento como opción de vida



Fuente: trabajo de campo de la investigación

El 91% de los estudiantes considera que emprender es una opción viable para su futuro, mientras que un 9% expresa dudas. Ningún participante rechazó la posibilidad de emprender.

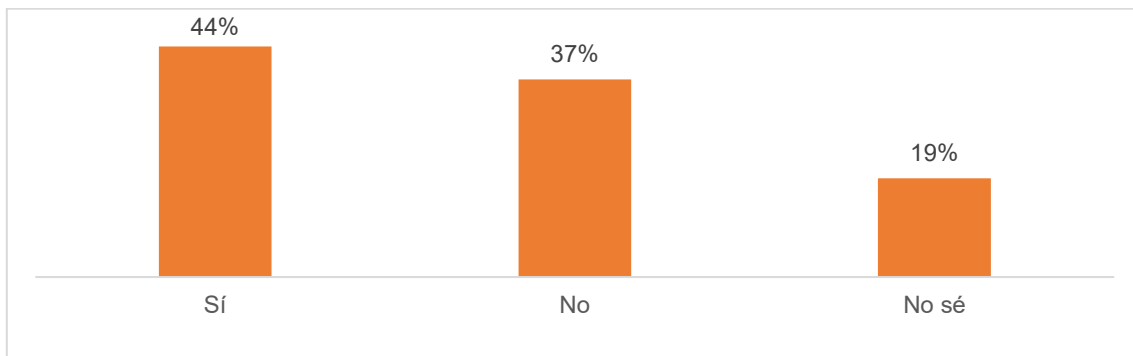
Esta actitud positiva es consistente con la Teoría de las Necesidades de McClelland, (citada en Torres, 2025), donde la motivación por el logro impulsa la intención de emprender. Los datos muestran que existe predisposición emocional y motivacional, incluso si el conocimiento es limitado.

Estos resultados pueden relacionarse con el hecho de que el empleo juvenil en México se caracteriza por sus altos niveles de informalidad, precariedad laboral, escasa estabilidad y competencia creciente por empleos formales (INEGI, 2025). Frente a este escenario, emprender puede ser visto como una estrategia de movilidad social o incluso como una alternativa ante la falta de oportunidades, lo que incrementa su actitud positiva.

De igual forma, a la luz de la Teoría de la Motivación de Maslow, estos hallazgos evidencian que el emprendimiento puede ser visto por los jóvenes como una vía para crecer, desarrollar el potencial personal, crear e innovar.

Figura 3

Participación en programas de cultura emprendedora

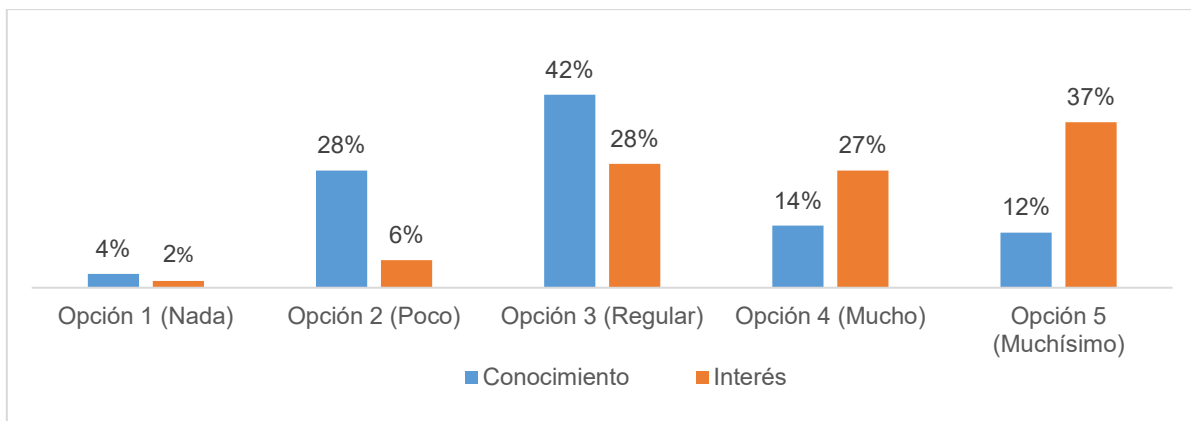


Fuente: trabajo de campo de la investigación

Del total de estudiantes, el 44% ha tenido algún acercamiento a programas de emprendimiento, el 37% no ha participado y el 19% no está seguro. Este porcentaje evidencia que los programas no han alcanzado a toda la población, lo cual limita su impacto. La SEP (2015) y el IME (2024) coinciden en que la falta de experiencias reales y acompañamiento reduce el desarrollo de competencias emprendedoras, lo cual es visible en el plantel.

Figura 4

Conocimiento vs. Interés por emprender



Fuente: trabajo de campo de la investigación

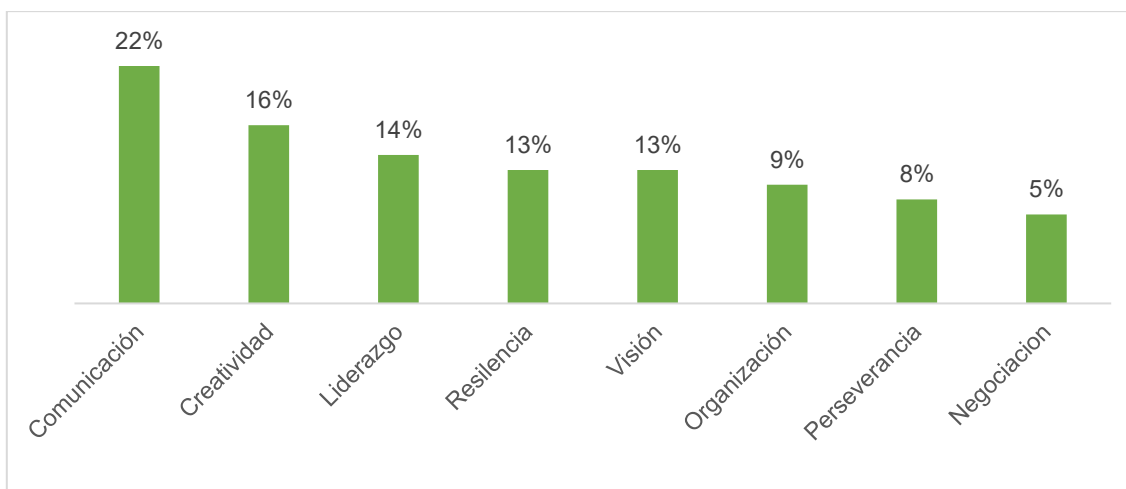
El nivel de conocimiento sobre emprendimiento es predominantemente “regular” (42%) y “poco”: 28%. Solo el 26% percibe tener “mucho” o “muchísimo” conocimiento. En contraste, el interés por emprender es muy alto: el 37% indicó “muchísimo” interés y 27% “mucho”.

Esta brecha evidencia que existe alta motivación, pero insuficiente formación conceptual, lo que coincide con lo planteado por McClelland (citado en Torres y De Bono, 2000), quienes indican que la creatividad y las habilidades emprendedoras requieren práctica constante.

El interés por emprender puede estar directamente relacionado con el hecho de que el emprendimiento ha adquirido una fuerte presencia en el discurso social y mediático contemporáneo. Conceptos como “*startup*”, “independencia financiera” o “éxito por esfuerzo propio” circulan ampliamente, lo que puede incidir en la creación de aspiraciones en los jóvenes. No obstante, este imaginario suele superar las capacidades formativas concretas que poseen: el emprendimiento se percibe como deseable, pero no necesariamente se comprende en toda su complejidad (modelos de negocio, financiamiento, trámites, riesgos, gestión, etc.).

Figura 5

Habilidades identificadas como importantes



Fuente: trabajo de campo de la investigación

Los estudiantes reconocen habilidades clave como:

Comunicación: 22%

Creatividad: 16%

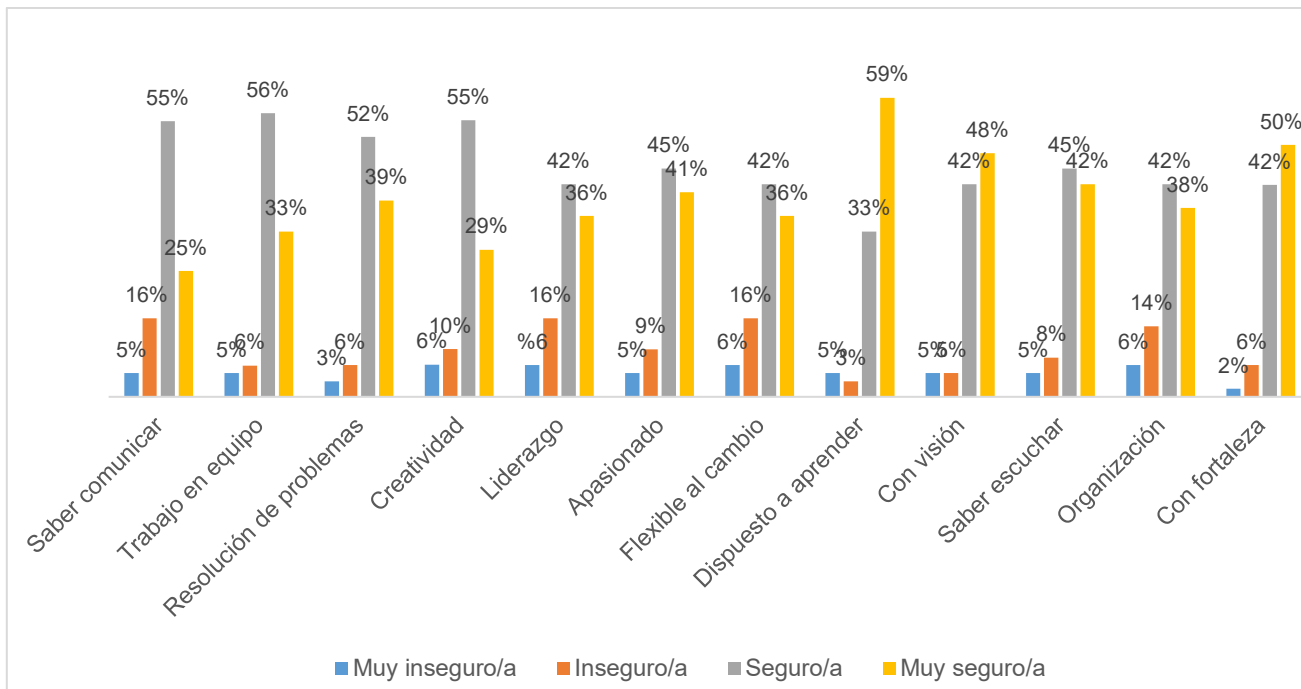
Liderazgo: 14%,

Resiliencia y visión 13%

Estas habilidades coinciden con las señaladas por Caverio y Ruiz (2017) y Villacrés et al. (2019) como esenciales para el perfil emprendedor. Sin embargo, habilidades como negociación, perseverancia u organización se mencionan menos, lo que revela áreas de oportunidad.

Figura 6

Percepción de seguridad en las habilidades



Fuente: trabajo de campo de la investigación

Los estudiantes se sienten seguros o muy seguros en:

Disposición a aprender: 59%

Fortaleza personal: 50%

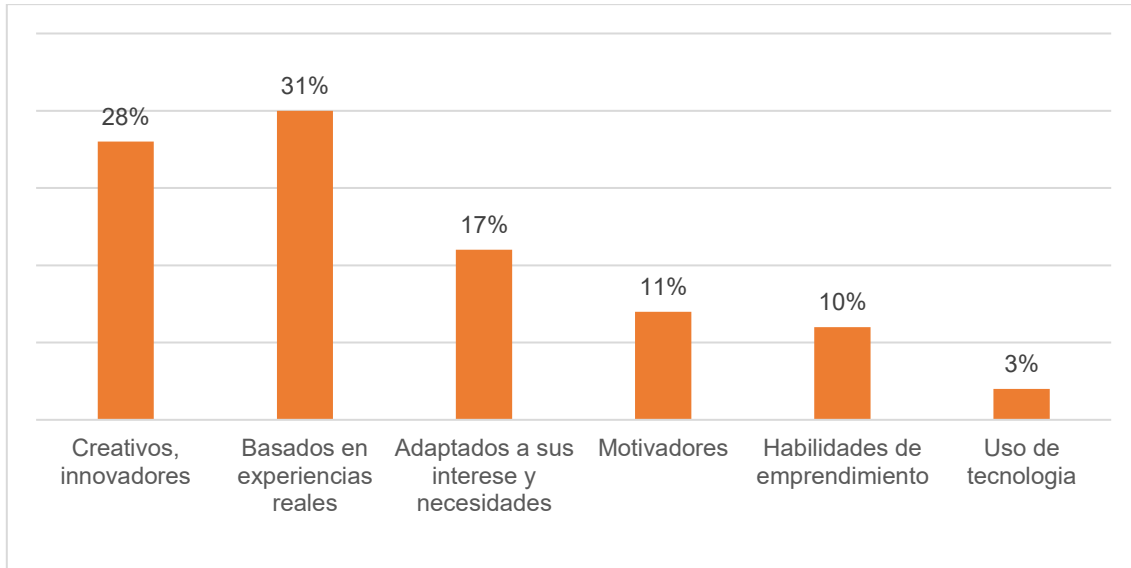
Visión: 48%

Saber escuchar: 42%

Este nivel de autoconfianza es posible para el emprendimiento, ya que, de acuerdo con la Teoría de la Conducta Planificada, la percepción de control aumenta la intención de emprender. Los niveles de inseguridad son mínimos, lo que indica una buena base emocional y actitudinal para el desarrollo emprendedor. Sin embargo, en algunas habilidades como Creatividad y Comunicación, muestran un menor nivel de confianza.

Figura 7

Preferencias sobre los programas emprendedores



Fuente: trabajo de campo de la investigación

Los estudiantes prefieren programas:

Basados en experiencias reales: 31%

Creativos e innovadores: 28%

Adaptados a sus intereses: 17%

Motivadores: 11%

Estos resultados coinciden con los de Zambrano (2021), quien destaca la eficacia de metodologías activas como el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP). Los estudiantes buscan aprendizajes prácticos, dinámicos y significativos.

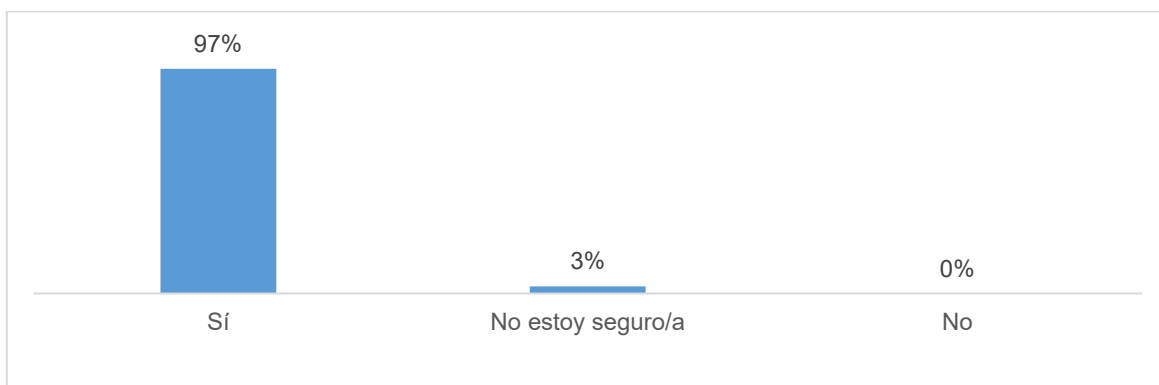
El hecho de que el componente más valorado de los programas sea la experiencia real refleja una expectativa de aprendizaje situado, directo y orientado a la práctica. Esto coincide con la literatura de educación emprendedora, que señala que el aprendizaje experiencial es el que produce mayor apropiación de habilidades, especialmente en población joven. Los estudios expresan que los jóvenes buscan: Conocer casos reales, Interactuar con emprendedores, Realizar proyectos concretos, y Comprender problemas auténticos del entorno.

El segundo aspecto más valorado (28%) es que los programas fomenten la creatividad e innovación, lo cual indica que los estudiantes perciben el emprendimiento no solo como un proceso técnico, sino como una actividad que exige capacidad para generar ideas nuevas y proponer soluciones originales; lo que sugiere que los jóvenes vinculan el emprendimiento con un proceso de transformación creativa, no solo con la gestión administrativa de un negocio. Además de que en la valoración de sus habilidades de Creatividad, solo el 6% se siente muy seguro.

El 17% prefiere programas adaptados a sus intereses, lo que revela que los estudiantes buscan relevancia personal y pertinencia contextual. Aspiran a una formación que se vincule con sus talentos, motivaciones y proyectos de vida, no modelos genéricos o estandarizados; resultado que pudiera interpretarse también como una demanda de flexibilidad curricular y rutas diferenciadas dentro de los programas educativos de cultura emprendedora.

Figura 8

Valoración del impacto de las actividades emprendedoras



Fuente: trabajo de campo de la investigación

El 97% considera que las actividades emprendedoras contribuyen a su desarrollo personal y profesional.

Esto evidencia que los estudiantes perciben el emprendimiento como una herramienta integral, útil para su vida futura. Coincide con Cavero y Ruiz (2017), quienes afirman que la educación emprendedora fortalece habilidades socioemocionales y cognitivas.

Relación entre variables: impacto de los programas

Al contrastar los resultados, se identifican patrones importantes:

Los estudiantes con algún acercamiento a programas emprendedores:

Muestran mayor conocimiento sobre el emprendimiento

Identifican más habilidades emprendedoras

Reportan mayor seguridad personal

Esto sugiere efectos positivos, aunque aún limitados debido a la baja cobertura del programa.

Sin embargo, el interés por emprender es independiente del conocimiento:

Los estudiantes tienen mucho interés, aunque sepan poco de emprendimiento.

Esto indica una oportunidad educativa importante.

- La autoconfianza y la disposición para aprender son altas, lo que ofrece condiciones favorables para que los programas tengan un mayor impacto si se fortalecen.

Conclusiones

Los resultados muestran que los estudiantes del Plantel Lic. Adolfo López Mateos tienen un alto interés por el emprendimiento, aunque su conocimiento teórico es limitado, lo que evidencia una brecha entre motivación y formación. Aun así, reconocen habilidades clave como comunicación, creatividad, liderazgo y resiliencia, y reportan alta autoconfianza, especialmente en su disposición a aprender, lo cual favorece la intención emprendedora.

Menos de la mitad de los estudiantes ha participado en programas de cultura emprendedora, lo que indica que estas actividades no han alcanzado a toda la población. Sin embargo, quienes sí participaron muestran mayor conocimiento y seguridad en sus habilidades, señalando un impacto positivo, aunque aún limitado por la baja cobertura.

Los datos sugieren que los jóvenes no están accediendo a programas formativos estructurados en emprendimiento, o bien que estos programas son insuficientes o poco prácticos. Esto se alinea con estudios previos en México y América Latina que señalan que la educación emprendedora suele ser teórica o superficial; está poco articulada con el entorno productivo real y no desarrolla competencias clave como creatividad, planificación, resiliencia, liderazgo o capacidades financieras.

Los estudiantes prefieren programas prácticos, creativos y basados en experiencias reales, lo que coincide con enfoques pedagógicos que favorecen el aprendizaje vivencial. Además, consideran que estas actividades contribuyen a su desarrollo personal y profesional.

Aunque existe una actitud muy favorable hacia el emprendimiento, es necesario fortalecer y ampliar los programas de cultura emprendedora, reforzar el componente conceptual y promover experiencias reales que permitan desarrollar de manera más completa las habilidades necesarias para emprender.

La disparidad entre el alto interés por emprender y el escaso conocimiento refleja que los jóvenes están motivados y visualizan el emprendimiento como una vía atractiva para su desarrollo personal y económico, pero carecen de la formación necesaria para transformar ese interés en proyectos viables. Esta brecha evidencia la necesidad de intervenciones educativas y de acompañamiento técnico que permitan convertir la motivación juvenil en emprendimientos sostenibles y profesionalizados.

La brecha detectada indica áreas de oportunidad y mejora para las instituciones educativas y programas de desarrollo económico juvenil, tales como: Diseñar talleres y cursos más prácticos; Fortalecer incubadoras universitarias; Ofrecer mentorías de empresarios reales; Enseñar competencias financieras y administrativas y Promover simulaciones y proyectos reales de emprendimiento.

Referencias

ASEM (2025, 28 de enero). *¿Por qué es importante el emprendimiento?* [Entrada de Blog]. ASEM – Emprendedores de México.

https://asem.mx/blog_asem/por-que-es-importante-el-emprendimiento/

Asociación de Emprendedores en México. (2023, 29 de marzo). *El perfil de las personas emprendedoras mexicanas: ¿cómo es y qué buscan?* [Entrada de Blog]. ASEM. Emprendedores de México. https://asem.mx/blog_asem/el-perfil-del-emprendedor-mexicano-como-es-y-que-busca/

Bóveda, J.E., Oviedo, A. y Yakusik, A.L. (2015). *Manual de emprendedurismo*. JICA.

https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5qke-att/info_11_01.pdf

Cavero, J. M., y Ruiz, D. (2017). Educación para la innovación y el emprendimiento: Una educación para el futuro. Recomendaciones para su impulso. En C.A. López (Coord.). *Real Academia de Ingeniería*.

https://www.raing.es/pdf/publicaciones/libros/educacion_para_la_innovacion.pdf

Coutiño, R. (2023). *Business Coach. El instructivo paso a paso para iniciar y administrar tu negocio en México*. Investor.

De Bono, E. (2000). *El pensamiento lateral: Manual de creatividad*. Paidós.
forms.app Team (2024, 13 de junio). *La teoría del comportamiento planificado: Definición, modelo y ejemplos*. Forms.app.
<https://forms.app/es/blog/la-teoria-del-comportamiento-planificado>

Diversidad Académica

Volumen: 5

Número: 2

Periodo: enero 2026–junio 2026

ISSN: 2954-4564

Granieri, M. (2024, 19 de agosto). *Cultura emprendedora: La nueva filosofía empresarial para la innovación y el crecimiento*. OBS Schol. <https://www.obsbusiness.school/>

INEGI (2024). ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA JUVENTUD. Comunicado de prensa núm. 481/24 9 de agosto de 2024. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_JUV24.pdf?utm_source=chatgpt.com

INEGI (2025). ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO (ENOE). BOLETÍN DE INDICADOR 636/25. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/enoe/enoe2025_11.pdf

Instituto Mexiquense del Emprendedor (2024). *Sistema Estatal de Incubadoras*. Gobierno del Estado de México. <http://ime.edomex.gob.mx/>

Mejía, A. (2024). *Tercer Informe Anual de Actividades: Plantel “Lic. Adolfo López Mateos”, de la Escuela Preparatoria*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Secretaría de Educación Pública (2015, 21 de abril). *Modelo de Emprendedores para la Educación Media Superior*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/modelo-de-emprendedores-para-la-educacion-media-superior>

Real Academia Española (2024). Diccionario de la Lengua Española. Empezar. <https://dle.rae.es/empezar?m=form>

Torres, A. (2025, 17 de septiembre). *La teoría de las motivaciones de David McClelland*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-motivaciones-david-mcclelland>

Universidad Autónoma del Estado de México. (2025). *Programa Empezador*. Secretaría de Vinculación, Extensión y Promoción de la Empleabilidad. <https://sevepe.uaemex.mx/empezo/empezo-programa-empezador.html>

Valencia de Lara, P., y Patlán, J. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Tec Empresarial*, 5 (3), 21–27.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3782848>

Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f.). *Diplomado Desarrollo de Habilidades Directivas. Tema 5: Emprendimiento. Módulo 4: Desarrollo Empresarial*. Facultad de Ingeniería, División de Educación Continua y a Distancia.

https://www.campusvirtual.mineria.unam.mx/Mineria/Diplomados/DHabilidad es/Documentos/M4T5_PDF.pdf

Villacrés, R.C., Morales, A.M., Veloz, H.B. y Salazar, S. (2019). Identificación del perfil emprendedor de los estudiantes de la Politécnica de Chimborazo para el diseño de políticas y proyectos institucionales enfocados en la innovación. En E. Herruzo-Gómez, B.R., Hernández-Sánchez, G.M. Cardella, y J.C. Sánchez-García (Eds). *Emprendimiento e innovación: Oportunidades para todos* (pp. 37–42). DYKINSON.

<https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

Zambrano, G. J. (2021). *Metodologías activas generadoras de un aprendizaje significativo en la educación superior*. Didáctica e innovación educativa.

<https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2021/11/Metodologi%CC%81as-activas-generadoras-aprendizaje-significativo-educacio%CC%81n-superior.pdf>