



Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica

Página principal: www.riit.com.mx

Variables mediadoras en la intención emprendedora y el emprendimiento universitario

Mediating variables in entrepreneurial intention and university entrepreneurship

Lechuga-Nevárez, M.D.R.

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Durango (<https://orcid.org/0000-0003-3221-0742>).
mlechuga@itdurango.edu.mx

Innovación tecnológica: Búsqueda de oportunidades, correr riesgo e innovación como mediadoras en la intención emprendedora.

Área de aplicación industrial: Emprendimiento universitario.

Recibido: 10 agosto 2025

Aceptado: 04 febrero 2026

Abstract

This study analyzes the influence of three mediating variables: opportunity search, risk-taking, and innovation on the relationship between entrepreneurial intention and university entrepreneurship in graduate students at a higher education institution in Durango, Mexico. Based on the Theory of Planned Behavior, this study sought to explain how certain intermediate factors can facilitate or limit the transition from entrepreneurial intention to concrete action, considering the academic, economic, and social context of the region. The study adopted a quantitative approach, using a descriptive, explanatory, non-experimental, cross-sectional design. The population comprised 155 students. Data were collected using a survey, and a structured questionnaire was administered to 111 graduate students. The Sobel test was used for data analysis, using the PROCESS macro for SPSS (Model 4) to estimate and identify the direct and indirect effects among the variables in the multiple mediation model. The results indicate that entrepreneurial intention has a direct and significant effect on university entrepreneurship. Additionally, significant indirect effects were identified through the mediating variables of opportunity seeking and risk-taking, confirming that these competencies are fundamental in the entrepreneurial process. On the other hand, innovation, although it presents a high average in the perception of students, does not exhibit a statistically significant mediating effect, in this context, suggesting that innovation is conceived more as a valued attitude than as an applied action. This study contributes to the field of university entrepreneurship by integrating and empirically validating a model with mediating variables, enriching the understanding of the process that turns intention into action. Furthermore, the findings can guide public policies and

university programs that seek to promote entrepreneurship based on practical, context-specific competencies.

Keywords: Entrepreneurial Intention, University Entrepreneurship, Search for Opportunities, Taking Risks, Innovation.

Resumen

El presente estudio analiza la influencia de tres variables mediadoras: búsqueda de oportunidades, correr riesgos e innovación en la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario en estudiantes de posgrado de una institución de educación superior en Durango, México. Con base en la Teoría del Comportamiento Planificado, se buscó explicar cómo ciertos factores intermedios pueden facilitar o limitar la transición de la intención emprendedora hacia la acción concreta, considerando el contexto académico, económico y social de la región. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño descriptivo, explicativo, no experimental y transversal. La población estuvo conformada por 155 estudiantes, para la recopilación de la información se usó la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario estructurado a 111 estudiantes de posgrado. Se usó el test de Sobel para el análisis de los datos, utilizando la macro de PROCESS para SPSS con el modelo 4, permitiendo estimar e identificar los efectos directos e indirectos entre las variables incluidas en el modelo de mediación múltiple. Los resultados indican que la intención emprendedora tiene un efecto directo y significativo sobre el emprendimiento universitario. Adicionalmente se identificaron efectos indirectos significativos a través de las variables mediadoras búsqueda de oportunidades y correr riesgos, confirmando que estas competencias son elementales en el proceso emprendedor. Por otra parte, la innovación, aunque presenta una media elevada en la percepción de los estudiantes, no expone un efecto mediador estadísticamente significativo, en este contexto explica que, la innovación es concebida más como una actitud valorada que como una acción aplicada. Este estudio aporta valor al campo del emprendimiento universitario al integrar y validar empíricamente un modelo con variables mediadoras, lo que enriquece la comprensión del proceso que convierte la intención en acción. También, los hallazgos pueden orientar tanto políticas públicas como programas universitarios que busquen potenciar el emprendimiento con base en competencias reales y contextuales.

Palabras claves: Intención Emprendedora, Emprendimiento Universitario, Búsqueda de Oportunidades, Correr Riesgo, Innovación.

1. Introducción

En el contexto actual de innovación económica, social y tecnológica, el fomento del emprendimiento universitario se ha consolidado como una estrategia clave para impulsar el desarrollo local y regional (Triana et al., 2025). El progreso económico global de una sociedad depende en gran medida de la acción emprendedora de sus individuos (Rahayu, 2023). El emprendimiento es reconocido como motor

clave del crecimiento económico, creación de empleo e innovación a escala global, especialmente en sectores verdes y de energías renovables (Dote-Pardo et al., 2025). El índice compuesto global (Global Entrepreneurship Monitor Index, GEMI) construido para 107 economías (2011–2023) muestra que sistemas nacionales de emprendimiento más eficientes se asocian de forma robusta y positiva con el crecimiento del Producto Interno Bruto

(PIB), con efectos particularmente fuertes en economías de altos ingresos. El GEMI revela variaciones claras por región: Europa y América Latina presentan los mayores beneficios de la actividad emprendedora sobre el crecimiento, mientras que África Subsahariana y Oriente Medio y Norte de África (MENA) se ven limitadas por infraestructura y gobernanza débiles (Iddouch & Jaoual, 2025).

En Asia meridional, el desarrollo emprendedor depende de crecimiento económico, calidad institucional, desarrollo financiero, innovación tecnológica, inversión extranjera directa, capital social y apertura comercial; todos estos factores muestran efectos significativos en los niveles de emprendimiento entre 2010–2023 (Chowdhury, 2025). En África subsahariana, revisiones sistemáticas sobre emprendimiento juvenil documentan barreras persistentes: falta de educación y habilidades emprendedoras, escaso acceso al crédito, ausencia de centros de apoyo empresarial y marcos legales hostiles (Ofosu-Appiah et al., 2025). En India, datos 2019–2023 muestran un crecimiento acelerado del número de *startups*, con tasas anuales que superan el 30%, impulsadas por la digitalización, programas públicos y capital de riesgo; modelos de pronóstico proyectan centenares de miles de *startups* reconocidas para 2026, consolidando su papel en la transformación económica nacional (Patil, 2025). En educación superior, Malasia aumentó la proporción de estudiantes involucrados en actividades emprendedoras de 3% (2016) a 10.2% (2019), y los graduados emprendedores de 2.5% a 4.68%, superando las metas de política pública y evidenciando la priorización del emprendimiento en la agenda nacional hasta 2025 (Omar et al., 2025).

En México, el emprendimiento se inserta en un contexto de alto autoempleo y fuerte peso de la informalidad, donde el trabajo por cuenta propia funciona como

mecanismo de subsistencia para hogares con bajos ingresos más que como emprendimiento innovador orientado al crecimiento (Novela et al., 2025). Estudios basados en el Global Entrepreneurship Monitor para los países de la Alianza del Pacífico incluido México, muestran que la decisión de emprender está fuertemente asociada a la percepción de capacidad empresarial, y negativamente a la aversión al riesgo, lo que sugiere un ecosistema donde las percepciones individuales y el contexto institucional influyen en la dinámica emprendedora (Barceló et al., 2025). En contextos universitarios de México, la intención emprendedora de estudiantes aumenta con las actitudes positivas hacia el emprendimiento como las habilidades y capacidades percibidas, mientras que el miedo al fracaso la reduce; además, el colectivismo se relaciona con la preferencia por emprender en sociedad más que en solitario (Triana et al., 2025), de lo anterior la enseñanza del emprendimiento ha sido fundamental para fomentar actitudes emprendedoras y desarrollar proyectos exitosos (Choperena et al., 2025), además de la importancia de sensibilizar a la comunidad universitaria sobre el valor del emprendimiento y fomentar una cultura emprendedora transversal en todas las áreas académicas (Choperena et al., 2025).

En ciudades como Victoria de Durango, Durango, México donde coexisten retos estructurales y oportunidades emergentes, las Instituciones de Educación Superior (IES) juegan un papel fundamental para promover una cultura emprendedora entre los jóvenes, particularmente a nivel de posgrado. Las IES son reconocidas por organismos internacionales como actores clave para fomentar el espíritu emprendedor y actualizarse a las nuevas demandas laborales y organizacionales ligadas al emprendimiento (Peralta et al., 2020).

La educación en emprendimiento desarrolla competencias emprendedoras como la toma de decisiones, creatividad, innovación,

asunción de riesgos que mejoran la empleabilidad y la creación de empresas, especialmente en contextos de cambios rápidos en el mercado laboral (Rakhimova et al., 2025).

Así, un mayor nivel de educación emprendedora se asocia con mayor autoeficacia en la toma de decisiones y con una intención emprendedora más fuerte (Mei et al., 2020), la enseñanza de emprendimiento como cursos, apoyo a planes de negocio, práctica emprendedora, entre otros, mejora la competencia emprendedora, que a su vez medía la relación con la intención de emprender (Lv et al., 2021). La educación en emprendimiento no solo crea empresarios; forma graduados con una actitud proactiva y capacidad de adaptación a entornos laborales dinámicos (Saputra et al., 2023).

Las IES contribuyen al emprendimiento ofreciendo formación, mentoría, redes, apoyo financiero, y espacios de incubación, lo que favorece la transición de la intención a la acción emprendedora (Rakhimova et al., 2025). Datos del tercer trimestre de 2024 indican que en Durango la población económicamente activa alcanzó 874,000 personas, con una tasa de desempleo del 3.3% y un salario promedio de \$7,520 MXN mensuales (Secretaría de Economía, 2025). Este escenario revela tanto la necesidad de opciones productivas como las condiciones propicias para la creación de nuevas iniciativas empresariales.

La intención emprendedora, entendida como la motivación o el deseo consciente de iniciar un negocio propio, se ha reconocido como un predictor clave del comportamiento emprendedor. Sin embargo, diversas investigaciones sugieren que esta intención por sí sola no garantiza el paso a la acción. Factores como la capacidad para identificar y aprovechar oportunidades, la disposición para innovar y la voluntad de asumir riesgos juegan un papel decisivo en la transición desde la

intención hacia el emprendimiento real (Ajzen, 1991; Shane & Venkataraman, 2000). En esta misma línea, y tiene sentido analizar búsqueda de oportunidades, disposición a correr riesgos e innovación como mediadoras entre intención emprendedora y emprendimiento universitario porque, son características centrales del comportamiento emprendedor. La literatura sobre orientación emprendedora destaca sistemáticamente innovatividad, asunción de riesgos y proactividad/búsqueda de oportunidades como dimensiones clave que distinguen a quienes realmente emprenden de quienes solo expresan intención (Tu et al., 2021). Por otra parte, estas características conectan la intención con la acción emprendedora, es decir, la intención por sí sola no garantiza que el estudiante pase a la acción, de esta forma la capacidad de reconocer oportunidades y la decisión de correr riesgo actúan como mecanismos a través de los cuales la intención se convierte en comportamiento emprendedor efectivo (Gikunda & Miriti, 2025) y la innovación se ha identificado como un predictor fuerte de intención y conducta emprendedora en universitarios (Wathanakom et al., 2020). Así, estos son componentes elementales del perfil emprendedor y mecanismos loables y poco explorados que conectan la intención con el emprendimiento efectivo en contextos universitarios de posgrado.

En Durango, el uso de tecnologías digitales en los negocios ha subido significativamente: el 35.8% de las unidades económicas utilizan internet y el 7.2% realizan ventas en línea, frente al 2.5% en 2018 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2025). Esta tendencia sugiere un espacio fértil para emprendimientos digitales e innovadores, especialmente entre los estudiantes formados en posgrado.

Según el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (2019–2023), nacieron 1.7 millones de nuevas micro, pequeñas y

medianas empresas (MiPYMEs) en ese periodo, lo que demuestra vitalidad empresarial (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2025). Sin embargo, también murieron 1.4 millones, lo que indica que muchas iniciativas no consolidan su crecimiento. Analizar la relación de las variables mediadoras puede explicar la brecha entre la intención y la supervivencia empresarial.

Los estudios revelan que los estudiantes universitarios presentan más intención emprendedora en situaciones con apoyo institucional y cultural, donde factores como la innovación y la tolerancia al riesgo tienen un impacto positivo, acentuando la importancia de focalizar el análisis en estudiantes de posgrado, quienes cuentan con conocimientos avanzados, experiencias profesionales y aptitudes críticas para la innovación (Lara et al., 2024).

En Durango, el Plan Estatal de Desarrollo 2023–2028 hace una priorización en elementos como la atracción de inversión, la innovación y el emprendimiento como pilares de competitividad (Comité de Planeación para el Desarrollo [COPLADE], 2023). Realizar una investigación rigurosa aporta información valiosa para hacer ajuste en programas de incubación y formación en emprendimiento al contexto real de la región.

Por lo anterior, resulta pertinente el análisis de cómo las variables actúan como mediadoras entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario, en estudiantes de posgrado, ya que ellos tienen una formación académica avanzada y un potencial estratégico para detonar nuevos negocios. Entender esta dinámica emprendedora permitirá no solo enriquecer la teoría sobre el emprendimiento, sino también orientar políticas educativas y programas de incubación que respondan a las necesidades y características del entorno duranguense.

En este contexto, surge el interés por estudiar este tema cuyo objetivo es analizar la influencia de la búsqueda de oportunidades, la disposición a correr riesgos y la innovación como variables mediadoras en la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario en estudiantes de posgrado de una institución de educación superior y las hipótesis siguientes:

Hipótesis general (H1):

La búsqueda de oportunidades, correr riesgo y la innovación median significativamente la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario en estudiantes de posgrado.

Hipótesis específicas:

H1: La intención emprendedora tiene un efecto positivo directo sobre el emprendimiento universitario.

H2: La búsqueda de oportunidades media positivamente la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

H3: El correr riesgo media significativamente la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

H4: La innovación actúa como mediador positivo en la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

2. Marco Teórico

Conceptualizando emprendimiento

El emprendimiento es un factor clave para el surgimiento de las empresas, ya que el ser emprendedor está ligado a ser innovador, cuestión que se suscribe como un hecho cultural donde el ser humano logra su desarrollo como individuo, a la vez que su entorno empresarial termina proporcionándole beneficios para su crecimiento personal y profesional (Falla, 2020). Las sociedades en sus diferentes territorios acuden a la decisión de optar por el desarrollo empresarial como estrategia para el crecimiento económico (Lara et al.,

2024). De esta manera, queda enmarcado en el contexto del desarrollo la creación de empresas como una de las estrategias posibles que contribuyen al crecimiento del capital y que da lugar a la interacción del capital humano y de una ciudadanía políticamente activa (Falla, 2020).

A partir de lo anterior, se puede decir que el emprendimiento es un proceso impulsado y materializado por los emprendedores, cuyas características, habilidades y competencias pueden variar de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelve el individuo, a su formación o el interés y motivación por el cual decide emprender una idea de negocios (Pacheco-Ruiz et al., 2022).

Tipos de emprendimientos

En la actividad emprendedora, las personas pueden iniciar esta acción impulsados tanto por la necesidad como por la identificación de una oportunidad (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2023). Emprender por necesidad suelen originarse como una alternativa para generar ingresos ante la falta de empleo o condiciones económicas adversas, utilizando principalmente las habilidades, conocimientos y experiencias previas del emprendedor, muchas veces vinculadas a oficios o actividades que ya dominan (Cáceres et al., 2024). Caso contrario, los emprendimientos por oportunidad surgen cuando el emprendedor detecta una demanda insatisfecha en el mercado o una posibilidad de generar valor (Enriquez, 2025). En este caso, no solo se aplican conocimientos y competencias adquiridas, sino que también se desarrollan estrategias orientadas a la innovación y a la creación de propuestas diferenciadas, lo cual puede implicar asumir mayores niveles de riesgo con el objetivo de satisfacer de forma creativa las necesidades de consumidores, usuarios o clientes.

Factores institucionales que promueven el emprendimiento en los estudiantes de posgrado

El ecosistema emprendedor no solo depende de factores individuales o actitudinales, sino también del entorno institucional, el cual influye significativamente en la formación de la intención emprendedora y en su consolidación (Gómez, 2024). Las instituciones de educación superior desempeñan un papel central en el fomento del emprendimiento entre estudiantes de posgrado, al brindar recursos, formación y entornos propicios para el desarrollo de ideas innovadoras (García, 2025).

Algunos de los factores institucionales principales que promueven el emprendimiento se destacan:

El **apoyo académico** brindado por las IES tiene un papel clave en el fomento del emprendimiento al integrar en la estructura académica, contenidos sobre innovación, gestión de negocios y proyectos y desarrollo de competencias emprendedoras en sus planes de estudio. Además, fortalecer y fomentar la mentalidad emprendedora mediante talleres, concursos y redes de mentoría, lo que favorece una actitud positiva hacia el autoempleo (Hierro, 2021).

Las **incubadoras de empresas**, quienes son agentes del ecosistema emprendedor, brindan acompañamiento técnico, legal y financiero a los emprendedores en las etapas iniciales de sus proyectos. Las incubadoras académicas, vinculadas a universidades, tienen un rol estratégico en la reducción del riesgo y en el fortalecimiento del control conductual percibido, al ofrecer infraestructura, asesoría y vinculación con redes de apoyo (Medina, 2024), y.

La cultura emprendedora, definida como el conjunto de valores, normas y creencias que favorecen la innovación, la autonomía y la iniciativa empresarial. Una cultura emprendedora sólida dentro de una institución o comunidad puede incrementar las normas subjetivas favorables hacia el emprendimiento, validando socialmente

esta opción profesional (Álvarez & Ordoñez, 2025).

Conceptualizando Intención Emprendedora

La intención emprendedora se define como la convicción consciente de una persona por iniciar un proyecto empresarial en el futuro (Krueger & Brazeal, 1994). Representa el primer paso en el proceso de creación de una empresa, ya que antecede a la acción y es uno de los mejores predictores del comportamiento emprendedor real. En el caso de los estudiantes de posgrado, la intención emprendedora puede verse fortalecida por el nivel de especialización alcanzado, la capacidad para identificar problemas complejos y la disposición a aplicar conocimientos científicos o técnicos a la solución de necesidades del entorno (González et al., 2024).

Características de la Intención Emprendedora

Entre las características más destacadas de la intención emprendedora se encuentran, es que es intencional y planificada, es decir no responde al azar, sino a una decisión basada en análisis, motivación y percepción de oportunidades (Martínez et al., 2024); está influida por factores personales y contextuales, incluye motivaciones individuales, nivel de autoeficacia, educación, así como el entorno social, económico y académico (Pinillo, 2024); es dinámica ya que puede fortalecerse o debilitarse en función de las experiencias, el acceso a recursos y el acompañamiento institucional (Palma et al., 2025) y precede al comportamiento, su presencia es necesaria para que ocurra la acción emprendedora (Álvarez et al., 2025).

La intención emprendedora, presenta ventajas como la transformación del conocimiento en innovación, es decir los estudiantes pueden aplicar su formación avanzada para resolver problemas reales del entorno local; el desarrollo de habilidades blandas y técnicas, fortalece competencias

como liderazgo, pensamiento crítico, gestión de proyectos y creatividad y la autonomía y desarrollo profesional, ya que el emprendimiento permite una alternativa viable al empleo tradicional, fomentando la independencia laboral (Rucoba del Castillo, et al., 2025).

Por otra parte, la intención emprendedora, también presenta desventajas y limitaciones durante su ejecución, por ejemplo existe un riesgo económico y personal ya que emprender implica asumir incertidumbre financiera, especialmente en contextos con acceso limitado a capital semilla; falta de experiencia en gestión empresarial, es decir muchos estudiantes carecen de conocimientos prácticos para dirigir una empresa y el entorno institucional poco articulado, en donde a pesar de esfuerzos locales, en Durango aún existen desafíos relacionados con la coordinación entre universidades, sector público y mercado (Fernández, 2024).

Emprendimiento en México y en el estado de Durango

El entorno socioeconómico y cultural de México presenta tanto retos como oportunidades para el desarrollo del emprendimiento, especialmente en regiones como Durango. A nivel nacional, se reconocen barreras estructurales como la burocracia, el acceso limitado a financiamiento, la informalidad del mercado y la escasa capacitación en gestión empresarial (INEGI, 2025). Estos factores afectan principalmente a los emprendimientos por necesidad, que suelen carecer de recursos para escalar o consolidarse.

Sin embargo, también existen oportunidades significativas, derivadas del crecimiento de programas públicos y privados orientados al fomento emprendedor, como los apoyos de programas del gobierno y la apertura de espacios de colaboración como los centros de innovación y *coworking*. Durango ha

evolucionado en la implementación de políticas que fomentan el emprendimiento universitario, apoyándose en incubadoras, centros de desarrollo empresarial y ferias de emprendimiento organizadas por IES.

Durango también presenta características favorables como una población joven, una oferta educativa en expansión y sectores con potencial de crecimiento como tecnologías de la información, agroindustria y turismo que pueden ser capitalizados por emprendedores que identifiquen oportunidades de innovación. No obstante, persisten desafíos como la baja cultura del riesgo, el limitado acceso a capital semilla y la necesidad de consolidar redes de apoyo interinstitucionales.

Variables Mediadoras: concepto y aplicación

Una variable mediadora es aquella que explica cómo o por qué se produce la relación entre una variable independiente, por ejemplo, las actitudes o normas subjetivas y una variable dependiente como la acción emprendedora. En otras palabras, la variable mediadora actúa como un mecanismo intermedio que traduce la intención en comportamiento (Baron & Kenny, 1986).

En el caso de la intención emprendedora, las variables mediadoras ayudan a comprender cómo se transforma el deseo de emprender en acción concreta. Esto es especialmente útil cuando se busca explicar por qué algunos estudiantes que tienen intenciones emprendedoras claras logran consolidar proyectos reales, mientras que otros no.

Estas variables no solo fortalecen la intención de emprender, sino que actúan como catalizadores que incrementan la probabilidad de que dicha intención se concrete con éxito, especialmente si son estimuladas desde las universidades mediante políticas de apoyo, incubadoras y redes de emprendimiento.

Teoría del comportamiento planificado

La intención emprendedora y el emprendimiento universitario puede explicarse mediante la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) (Ajzen, 1991), la cual plantea que la intención de realizar un comportamiento en este caso, emprende está determinada por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, es decir, la valoración personal de emprender, las normas subjetivas, relacionada con la presión social percibida y el control conductual percibido, explicada por la percepción de la capacidad para emprender con éxito. No obstante, entre estos factores y la conducta emprendedora existen variables mediadoras clave que influyen directamente en la configuración de la intención emprendedora y su posterior ejecución.

Búsqueda de oportunidades: definida como la capacidad del emprendedor para identificar necesidades no satisfechas en el mercado y formular propuestas de valor, esta variable en el emprendimiento por oportunidad es especialmente importante, donde el éxito de estos depende de la habilidad y capacidad para detectar nichos y anticiparse a las tendencias (Gimeno & Lara, 2021). En Durango, esta habilidad y/o competencia puede aprovecharse en sectores estratégicos como tecnologías de la información, agroindustria o turismo.

Correr riesgos: se refiere a la disposición que presenta el emprendedor para enfrentarse a situaciones inciertas, asumir responsabilidades y aceptar posibles fracasos. Es una característica elemental del comportamiento emprendedor innovador (McClelland, 1961).

Innovación: entendida como la habilidad para introducir cambios significativos en productos, servicios o procesos. Esta dimensión media la relación entre intención y comportamiento, particularmente en emprendedores por oportunidad que buscan

diferenciarse en mercados competitivos (Schumpeter, 1934).

Desde la lógica de la TCP y de los modelos de evento emprendedor, la intención no se traduce automáticamente en comportamiento, sino a través de procesos cognitivos y conductuales intermedios que permiten pasar de un deseo general a acciones concretas de exploración y explotación de oportunidades (Tahan, 2025). Entre estos procesos destacan precisamente, capacidad de reconocer y buscar oportunidades, el asumir riesgos y la capacidad innovadora, considerados rasgos y competencias centrales de la orientación emprendedora individual (Nemiño et al., 2025). La búsqueda de oportunidades media el efecto de la educación o del contexto universitario sobre las intenciones innovadoras/emprendedoras y, en algunos casos, sobre comportamientos empresariales posteriores (Tahan, 2025); el correr o asumir riesgos se relaciona positivamente con la actitud emprendedora y la intención, y actúa como mediador o moderador en el paso de la intención al comportamiento emprendedor efectivo (Belgaroui & Shili, 2025) y la innovación forma parte del núcleo de características emprendedoras que explican la intención, y se vincula directamente con comportamientos de creación de valor en el contexto universitario (Rudnák et al., 2025).

Estas variables no solo fortalecen la intención emprendedora, sino que también explican cómo esta se traduce en acción. Por ello, su integración con la TCP permite construir un modelo teórico más completo para analizar el proceso emprendedor en contextos diversos.

Estas variables permiten entender por qué algunos emprendedores, más allá de tener una intención favorable, logran transformar ideas en negocios sostenibles. Por ejemplo, quienes emprenden por oportunidad tienden a explorar nichos de mercado emergentes, a innovar en productos o servicios y a asumir riesgos calculados, elementos esenciales

para generar ventajas competitivas. Así, la integración de la TCP con estas variables mediadoras ofrece un marco robusto para explicar las diferencias en la forma en que se manifiestan los comportamientos emprendedores, dependiendo del tipo de motivación subyacente.

3. Metodología

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, un alcance descriptivo, explicativo ya que pretende identificar el efecto mediador de variables como la búsqueda de oportunidades, la disposición a correr riesgos y la innovación en la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario, no experimental dado que busca analizar la relación entre variables mediante el uso de técnicas estadísticas, sin manipulación de condiciones (Hernández, 2018). Con un diseño transversal, la recolección de los datos se hizo en un solo periodo de tiempo.

Diseño de la investigación

Se usará la prueba de test de Sobel la cual permite estimar relaciones directas e indirectas entre variables, así como evaluar modelos de mediación. La prueba de Sobel es una herramienta dentro del análisis de mediación, que busca identificar si una variable intermedia (mediador). Las variables del estudio son:

Variable independiente a la intención emprendedora, definida como el grado en que el estudiante manifiesta el deseo y la disposición para iniciar un proyecto empresarial en el futuro (Pacheco-Ruiz et al., 2022).

Variabes mediadoras:

- Búsqueda de oportunidades: tendencia a identificar y evaluar nuevas posibilidades de negocio en el entorno universitario y profesional (Shahzad et al., 2021).
- Disposición a correr riesgos: inclinación a asumir riesgos

calculados asociados a la creación de nuevas empresas o proyectos innovadores (Cumbicos & Castro, 2023).

- o Innovación: capacidad para generar y aplicar ideas novedosas en el desarrollo de productos, servicios o procesos emprendedores (Shahzad et al., 2021).

Variable dependiente, el Emprendimiento universitario definido como la participación del estudiante en actividades emprendedoras dentro del ámbito universitario, es decir, creación de empresas, proyectos de innovación, incubadoras, concursos de emprendimiento, entre otros, explica la relación entre una variable independiente y una variable dependiente (Pacheco-Ruíz et al., 2022). Este diseño resulta idóneo para probar el modelo teórico propuesto y validar las hipótesis planteadas.

Para la presente investigación, se definen:

- X (variable independiente): Intención Emprendedora.
- M (M1, M2, M3): (variable mediadora): Búsqueda de Oportunidades, Correr riesgo e Innovación.
- Y (variable dependiente): Emprendimiento Universitario.

La mediación se da si:

X afecta a Y es decir si Intención Emprendedora afecta significativamente a Emprendimiento Universitario.

X afecta a M (M1, M2, M3) es decir si Intención Emprendedora afecta significativamente a Búsqueda de Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación.

M (M1, M2, M3) afecta Y controlada por X.

De lo anterior se plantea el siguiente modelo conceptual mostrado en la figura 1.

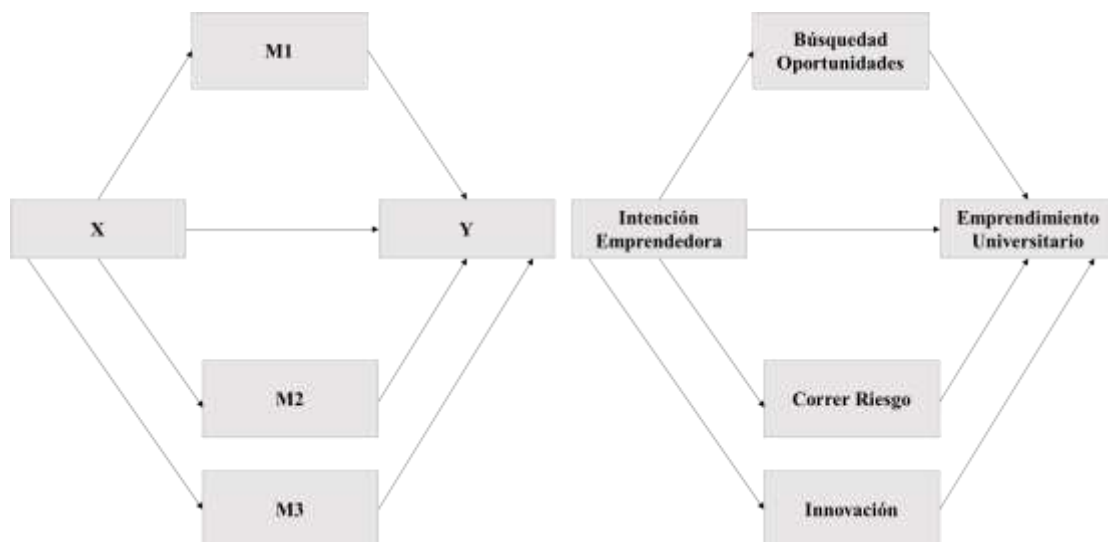


Figura 1. Modelo conceptual.

Fuente: elaboración propia a partir de la revisión de literatura (2025).

Población

La población estuvo conformada por 155 estudiantes, información proporcionada por la organización de educación superior con fecha de enero del 2025.

Muestra

La muestra se calculó con la fórmula de poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del

5%, obteniéndose una muestra poblacional de 111 estudiantes.

Recopilación de los datos

Para recopilar los datos se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. El cuestionario se aplicó en línea haciendo uso de formulario de *Google*. El trabajo de campo se realizó durante el periodo de noviembre 2024-febrero del 2025. Los datos se depuraron, eliminando respuestas incompletas o inconsistentes.

Cuestionario

El instrumento se diseñó a partir de la revisión de la literatura, la operacionalización de las variables y el marco conceptual proporcionado por la TCP (Ajzen, 1991), la cual establece que la intención de realizar una conducta, como emprender, está determinada por tres factores principales: la actitud hacia el comportamiento, que refleja la valoración positiva o negativa que una persona tiene respecto al emprendimiento; las normas subjetivas, que aluden a la percepción de aprobación social sobre dicha conducta; y el control conductual percibido, es decir, la percepción de la persona sobre su capacidad para ejecutar ese comportamiento. Estos tres componentes interactúan para formar la intención emprendedora, considerada el principal antecedente del comportamiento real de emprendimiento.

No obstante, investigaciones recientes han señalado que esta relación entre la intención y el comportamiento no es lineal ni automática, sino que puede estar influida por variables mediadoras que fortalecen o debilitan dicha conexión (Inoubli & Gharbi, 2024), en estas se pueden mencionar tales como la búsqueda de oportunidades, la capacidad de innovación y la disposición a asumir riesgos, los cuales pueden desempeñar un papel clave en la transición entre la intención de emprender y la ejecución efectiva de un proyecto emprendedor (Zhuang & Sun, 2025). Estas

variables mediadoras permiten explicar con mayor precisión por qué algunas personas con alta intención emprendedora logran desarrollar iniciativas empresariales exitosas, mientras que otras no concretan sus objetivos (Sahid* et al., 2024).

En este sentido, el análisis de estas variables mediadoras dentro del marco de la TCP proporciona una visión más integral del proceso emprendedor, al considerar no solo los factores intencionales, sino también las condiciones personales y contextuales que influyen en la manifestación del comportamiento emprendedor.

El instrumento tiene dos apartados, el primero de ellos con siete preguntas relacionados con las características sociodemográficas y el segundo con 34 preguntas distribuidas en siete factores bajo un escalamiento tipo *Likert*, para analizar Búsqueda de oportunidades, Correr riesgo e Innovación, como variables mediadoras en la Intención Emprendedora como factor del Emprendimiento Universitario en estudiantes de posgrado.

El instrumento se validó haciendo uso de la técnica de juicio de expertos, la cual evalúa la validez de contenido de instrumentos de medición. Esta técnica se usa para asegurar que los *ítems* de un instrumento reflejan adecuadamente el constructo que se desea medir. Se aplicó a 6 expertos en el tema de estudio, en metodología de investigación, y/o en el desarrollo de instrumentos (Hernández, 2018). La retroalimentación hecha permitió el fortalecimiento del instrumento.

Consentimiento informado

Antes de iniciar la aplicación del cuestionario, se realizó una solicitud formal de participación a los estudiantes, en la cual se les explicó de manera clara y transparente el propósito de la investigación. Se les informó que su colaboración es voluntaria, que la encuesta es completamente anónima y que no se recopilará ningún dato personal

que permita su identificación. Asimismo, se garantizó que toda la información proporcionada será tratada con estricta confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos y científicos.

Los participantes fueron informados de que pueden retirarse en cualquier momento sin repercusión alguna, y que su participación no conlleva riesgos ni beneficios directos. Al aceptar participar, se entiende que han otorgado su consentimiento informado de manera libre y consciente.

Piloteo del instrumento

Se piloteo el instrumento, con el 10% de la muestra, es decir se aplicó a 11 estudiantes. Posteriormente se realizó el análisis de fiabilidad haciendo uso del coeficiente de Alpha de Cronbach, obteniéndose un valor de .943, lo que indica una alta fiabilidad.

Análisis de los datos

Para el tratamiento estadístico de los datos, una vez organizados y codificados, se utilizó el software SPSS versión 25.0, para el análisis de mediación se usó PROCESS para SPSS (Hayes, 2022). Se utilizó un modelo de mediación múltiple para evaluar el efecto de la búsqueda de oportunidades, la disposición a correr riesgos y la innovación como variables mediadoras en la relación entre la intención emprendedora, Variable Independiente (VI) y el emprendimiento universitario Variable Dependiente (VD). El modelo se estimó mediante la macro PROCESS para SPSS (modelo 4). Se interpretaron los efectos directos, indirectos y totales, considerando la significancia estadística de los intervalos de confianza al 95%.

Inicialmente, se llevó a cabo un análisis exploratorio de los datos cuyo objetivo fue obtener indicadores descriptivos y verificar supuestos fundamentales del análisis multivariado, como normalidad, linealidad y homocedasticidad; también, se revisó la existencia de valores atípicos y datos faltantes, ya que su presencia puede afectar

y/o distorsionar la estimación y la interpretación de los resultados de las relaciones entre las variables.

En esta misma línea, se hicieron cálculos de los coeficientes de asimetría y curtosis para valorar posibles desviaciones significativas de la distribución normal, esto permitió identificar distribuciones irregulares, que en un momento podrían comprometer la validez de los resultados, durante el análisis descriptivo inicial. Para conocer la distribución de los datos, se aplicó la prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov (Hernández, 2018). Los resultados obtenidos indicaron que los datos no siguen una distribución normal, lo cual fue considerado en la elección de técnicas estadísticas posteriores.

4. Resultados

En este apartado se muestran los resultados del presente estudio, iniciando con las variables sociodemográficas, luego la estadística descriptiva y posteriormente el análisis de mediación y la comprobación de las hipótesis a partir de la prueba de test de Sobel.

Dentro de las variables sociodemográficas los resultados muestran que la edad promedio es de 28 años de los estudiantes analizados. Lo cual explica que los participantes son adultos jóvenes, una etapa vital en la que comúnmente se toman decisiones significativas sobre su carrera profesional, lo cual puede influir positivamente en su intención emprendedora, ya que suelen tener mayor energía, apertura a la innovación y disposición para asumir riesgos. En relación con el género predominan los hombres con un 62% frente a las mujeres con un 38%. Esta distribución puede reflejar la composición de los programas de posgrado, tradicionalmente dominados por hombres. Desde la perspectiva de emprendimiento, algunos estudios sugieren que el género influye en la percepción del riesgo y en la autoconfianza emprendedora, siendo estos

factores importantes al analizar diferencias en intención emprendedora.

Con respecto al estado civil, una mayoría significativa son solteros (as) con un 76%, lo que podría estar relacionado con una mayor disposición al riesgo y movilidad, elementos que pueden facilitar el inicio de proyectos emprendedores. Un 17% de las personas estudiadas son casadas y un 7% en otra situación esto podrían mostrar una mayor orientación a la estabilidad laboral que al emprendimiento.

Por otra parte, la formación profesional en nivel Licenciatura, la muestra expone que más del 80% está compuesta principalmente por egresados de ingenierías, donde se muestra una mayor presencia de Ingeniería Mecatrónica con un 17.2%, luego Ingeniería Industrial con un 16.1%, seguida de Ingeniería Química con un 13.8%, y en este orden Ingeniería Bioquímica con un 11.5%, estas áreas están fuertemente relacionadas con la innovación tecnológica, la resolución de problemas y el desarrollo de productos, factores clave para el emprendimiento en sectores productivos e industriales. En esta misma línea, la baja representación de áreas económico-administrativas puede explicar posibles brechas en conocimientos financieros y de gestión, que podrían actuar como barreras percibidas para emprender.

Por otra parte, la formación profesional estudiando un posgrado, la mayoría cursa posgrados en áreas de ingeniería, el 35.6% estudian la Maestría en Ingeniería Administrativa, el 27.6% la Maestría en Ingeniería y el 26.4% la Maestría en

Sistemas Ambientales, esto refleja una fuerte orientación técnica y de gestión, favorable para proyectos emprendedores que combinan competencias técnicas y administrativas, especialmente en el contexto de innovación aplicada. La presencia de doctorados y maestrías especializadas como Alimentos Funcionales sugiere oportunidades de emprendimiento basado en conocimiento científico, clave en los ecosistemas de innovación universitaria.

El nivel socioeconómico muestra que el 86.2% tienen un nivel medio mientras que el 13.8% bajo. Esto explica que el nivel socioeconómico medio generalmente permite mayor acceso a recursos, redes y apoyos que pueden facilitar la puesta en marcha de un emprendimiento. Sin embargo, quienes provienen de sectores menos favorecidos podrían mostrar mayor emprendimiento por necesidad, más que por oportunidad.

Finalmente la experiencia laboral, muestra que el 75.9% ha trabajado o trabaja actualmente en alguna empresa o institución, este dato es clave, ya que la experiencia laboral contribuye a la identificación de oportunidades de negocio, el desarrollo de habilidades prácticas y la formación de redes profesionales, fundamentales para el emprendimiento; el 24.1% no tienen experiencia laboral, estas personas podrían tener menor percepción de viabilidad emprendedora, aunque podrían contar con más tiempo o disposición para desarrollar ideas innovadoras desde la academia. Estos datos se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Características sociodemográficas del sujeto de estudio.

Indicador	Característica	Valor
Edad	Promedio	28
Género	Hombre	69(62%)
	Mujer	42(38%)
Estado Civil	Soltero (a)	84(76%)
	Casado (a)	19(17%)
	Otro	8(7%)
Licenciatura	Arquitectura,	3(2.3%)

	Ingeniería Bioquímica	13(11.5%)
	Ingeniería Civil	8(6.9%)
	Ingeniería Eléctrica	3(2.3%)
	Ingeniería Electrónica	4(3.4%)
	Ingeniería en Gestión Empresarial	8(6.9%)
	Ingeniería Industrial	18(16.1%)
	Ingeniería Mecánica	6(5.7%)
	Ingeniería Mecatrónica	19(17.2%)
	Ingeniería Química	15(13.8%)
	Licenciatura en Administración	1(1.1%)
	Otro	14(12.6%)
Posgrado	Doctorado en Ciencias en Ingeniería Bioquímica	4(3.4%)
	Maestría en Ciencias en Ingeniería Bioquímica	4(3.4%)
	Maestría en Ciencia y Tecnología en Alimentos Funcionales	4(3.4%)
	Maestría en Ingeniería	31(27.6%)
	Maestría en Sistemas Ambientales	29(26.4%)
	Maestría en Ingeniería Administrativa	39(35.6%)
Nivel Socioeconómico	Bajo	15(13.8%)
	Medio	96(86.2%)
¿Trabaja o ha trabajado en alguna empresa y/o institución?	Si	84(75.9%)
	No	27(24.1%)

Fuente: elaboración propia (2025).

Análisis descriptivo de las variables estudiadas

A continuación, se presentan los resultados de la estadística descriptiva de las variables de la presente investigación.

Todas las variables evaluadas presentan valores medios superiores a 4 en una escala de *Likert* del 1 a 5, lo cual indica que, en general, los estudiantes de posgrado perciben fuertemente tanto su intención emprendedora como sus capacidades asociadas al emprendimiento (Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación), y también un nivel elevado de Intención Emprendedora universitaria.

La Intención Emprendedora tiene una media de 4.3 ± 0.7 , se observa un nivel alto y homogéneo de intención emprendedora en los estudiantes de posgrado. Esto sugiere

una actitud favorable hacia iniciar actividades emprendedoras en el futuro.

La Búsqueda de Oportunidades, es la variable mediadora con la media más significativa de 4.3 ± 0.7 , lo que resalta su relevancia como componente clave en la activación del comportamiento emprendedor. Este resultado es coherente con la literatura, que considera la proactividad y la identificación de oportunidades como predictores esenciales del emprendimiento.

La variable mediadora Correr Riesgos, aunque ligeramente más baja con una media de 4.1 ± 0.8 , sigue siendo un indicador sólido. Su desviación estándar alta sugiere mayor dispersión en la percepción del riesgo, lo cual es esperable dado que el riesgo puede ser evaluado de forma

diferente según experiencia o contexto del estudiante.

La Innovación, con una media de 4.2 ± 0.8 , la innovación se percibe positivamente, aunque cabe resaltar que su capacidad predictiva puede no ser tan fuerte por sí sola (según el análisis previo de mediación). Es posible que se manifieste más como un atributo personal que como una acción concreta en el entorno universitario.

Y el Emprendimiento Universitario, con una media de 4.2 ± 0.7 muestra que los estudiantes de posgrado no solo tienen intención, sino también un nivel relativamente alto de implicación o percepción positiva hacia el emprendimiento dentro del ámbito universitario, lo cual podría reflejar programas de apoyo, redes, mentorías, o acceso a incubadoras dentro de la institución, estos resultados se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Estadísticos descriptivos de las variables del estudio.

Variables	Media y σ
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	4.3 ± 0.7
Correr riesgo	4.1 ± 0.8
Innovación	4.2 ± 0.8
IE	4.3 ± 0.7
EU	4.2 ± 0.7

Fuente: elaboración propia (2025).

Análisis de mediación de las variables Búsqueda de Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación en la intención emprendedora y el emprendimiento universitario

Los resultados que se presentan corresponden a un análisis de mediación usando el Modelo 4 de PROCESS para SPSS (Hayes, 2022).

Una variable mediadora explica cómo o por qué ocurre la relación entre una variable independiente en este caso Intención

Emprendedora y una dependiente, Emprendimiento Universitario.

De acuerdo con Preacher y Hayes (2004) la variable se considera mediadora si se cumple con los siguientes criterios: primero si la variable independiente predice significativamente a la variable dependiente; segundo si la variable independiente predice significativamente a la variable mediadora; tercero si la variable mediadora predice significativamente a la variable dependiente controlada por la variable independiente.

Para la presente investigación, se definen:

- X (variable independiente): Intención Emprendedora.
- M (M1, M2, M3): (variable mediadora): Búsqueda de Oportunidades, Correr riesgo e Innovación.
- Y (variable dependiente): Emprendimiento Universitario.

La mediación se da si:

X afecta a Y es decir si Intención Emprendedora afecta significativamente a Emprendimiento Universitario.

X afecta a M (M1, M2, M3) es decir si Intención Emprendedora afecta significativamente a Búsqueda de Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación.

M (M1, M2, M3) afecta Y controlada por X.

Modelo conceptual aplicado y comprobación de las hipótesis:

X (Variable independiente): Intención Emprendedora.

Y (Variable dependiente): Emprendimiento Universitario.

Mediadores (M1, M2, M3): Búsqueda de Oportunidades, Correr Riesgos e Innovación.

Modelo PROCESS 4: Mediación múltiple paralela (evalúa cómo Intención Emprendedora afecta a Emprendimiento Universitario directa e indirectamente a través de las tres

mediadoras), esto se muestra en la figura 2.

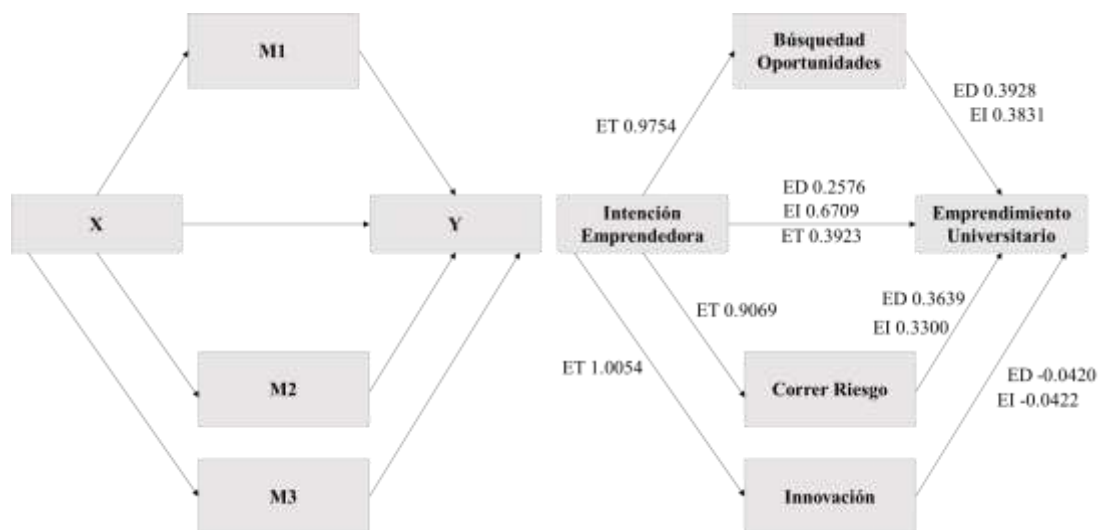


Figura 2. Modelo conceptual aplicado.
Fuente: elaboración propia (2025).

Relación de Intención Emprendedora con cada una de las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación

Los efectos directos, indirectos y totales, se interpretaron considerando la significancia estadística de los Intervalos de Confianza (IC) al 95%. Los resultados mostrados en la tabla 3, exponen que la Intención Emprendedora tiene un efecto total (ET) significativamente positivo sobre las tres

variables mediadoras. Específicamente, Intención Emprendedora predice fuertemente la Búsqueda de Oportunidades (coef. = 0.9754, $p < .001$, $R^2 = .80$), Correr Riesgo (coef. = 0.9069, $p < .001$, $R^2 = .62$) e Innovación (coef. = 1.0054, $p < .001$, $R^2 = .69$), lo que indica que los estudiantes con mayor intención emprendedora también tienden a manifestar mayores niveles en estas competencias. La Intención Emprendedora predice significativamente a las tres variables mediadoras.

Tabla 3. Regresiones que indican si la Intención Emprendedora predice significativamente cada mediador.

Mediador	Coefficiente (β)	t	p	R ²	Interpretación
Búsqueda Oportunidades	0.9754	18.42	<.001	.80	Muy fuerte influencia de Intención Emprendedora en la Búsqueda de Oportunidades.
Correr Riego	0.9069	11.86	<.001	.62	Alta influencia de Intención Emprendedora en la disposición a Correr Riesgo.
Innovación	1.0054	13.65	<.001	.69	Alta influencia de Intención Emprendedora en la orientación a la Innovación.

IC al 95%.

Fuente: elaboración propia (2025).

Relación de Intención Emprendedora y las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación con Emprendimiento Universitario (variable dependiente)

En el modelo que predice Emprendimiento Universitario, la Intención Emprendedora presenta un efecto directo (ED) significativo (coef. = 0.2576, $p < .001$), al igual que Búsqueda Oportunidades (coef. = 0.3928, $p < .001$) y Correr Riesgo (coef. = 0.3639, $p < .001$). En cambio, la variable

Innovación no resultó significativa como predictor de Emprendimiento Universitario (coef. = -0.0420, $p = .1799$), lo que sugiere que en esta muestra la orientación hacia la innovación no explica directamente el involucramiento emprendedor universitario, es decir, los estudiantes se

sienten capaces de innovar, pero su desempeño innovador está condicionado por el entorno formativo y las oportunidades reales para aplicar esas capacidades (Palma-Alvarado, 2025), los datos antes mencionados se observan en la tabla 4.

Tabla 4. Relación de Intención Emprendedora y las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación con Emprendimiento Universitario.

Predictores	Coef. (β)	t	p	Interpretación
Intención Emprendedora (directo)	0.2576	3.66	.0004	Efecto directo positivo de Intención Emprendedora sobre Emprendimiento Universitario, incluso controlando las variables mediadoras.
Búsqueda Oportunidades	0.3928	9.12	<.001	Mayor Búsqueda de Oportunidades predice mayor Emprendimiento Universitario.
Correr Riesgo	0.3639	12.89	<.001	Alta disposición para Correr Riesgo impulsa el Emprendimiento Universitario.
Innovación	-0.0420	-1.35	.1799	No significativa: Innovación no explica significativamente Emprendimiento Universitario en este modelo.

IC al 95%

Fuente: elaboración propia (2025).

Efectos directos e indirectos Efecto directo de Intención Emprendedora sobre Emprendimiento Universitario

Los resultados muestran que hay una relación directa ($p < .001$) entre la Intención Emprendedora sobre el Emprendimiento Universitario (coef. = 0.2576), aun considerando las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación. Este resultado coincide con estudios recientes que marcan a la intención como el antecedente próximo del comportamiento emprendedor en el entorno universitario, mientras que las actitudes, competencias y normas sociales actúan principalmente como determinantes de dicha intención (Triana et al., 2025).

Efectos indirectos (mediante las variables mediadoras: Búsqueda

Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación)

El efecto indirecto total de Intención Emprendedora sobre Emprendimiento Universitario fue significativo ((coef. = 0.6709, IC 95% (0.4619, 0.8307)). Al descomponerlo, se observó que tanto Búsqueda Oportunidades (coef. = 0.3831) como Correr Riesgo (coef. = 0.3300) mediaron significativamente la relación entre Intención Emprendedora y Emprendimiento Universitario. Por otro lado, la variable Innovación presentó un efecto indirecto (EI) no significativo ((coef. = -0.0422, IC 95% (-0.1187, 0.0247)), es decir, los estudiantes perciben a la innovación como una competencia existente para llevar a cabo sus diferentes actividades en su posgrado, sin embargo, esto no se refleja en la creación de emprendimientos (Triana et al., 2025) estos datos se muestran en la tabla 5.

Tabla 5. Efectos indirectos (mediante las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riego e Innovación.

Mediador	Efecto indirecto (EI)	IC 95% Boot	¿Significativo?
Total	0.6709	(0.4619, 0.8307)	Sí
Búsqueda Oportunidades	0.3831	(0.2340, 0.4844)	Sí
Correr Riego	0.3300	(0.2639, 0.4243)	Sí
Innovación	-0.0422	(-0.1187, 0.0247)	No (Intervalo incluye 0)

IC al 95%

Fuente: elaboración propia (2025).

Del análisis e interpretación de los resultados se confirman tres de las cuatro hipótesis planteadas. Las hipótesis que se cumplen fueron:

H1: La intención emprendedora tiene un efecto positivo directo sobre el emprendimiento universitario.

H2: La búsqueda de oportunidades media positivamente la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

H3: El correr riesgo medio significativamente la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

La hipótesis **H4:** La innovación no actúa como mediador positivo en la relación entre la intención y el emprendimiento universitario, no se cumplió, es decir, la innovación no actúa como mediador positivo en la relación entre la intención emprendedora y el emprendimiento universitario.

Explicándose de forma sintética, que son la fortaleza de la intención emprendedora, la exploración activa de oportunidades y la asunción responsable de riesgos lo que impulsa el emprendimiento, mientras que, la innovación, no es condición necesaria para que la intención emprendedora se materialice en emprendimiento, en el contexto universitario.

5. Discusión

Este trabajo de investigación a partir de los resultados hoy en día hace valiosas aportaciones al campo del emprendimiento

universitario, particularmente en el contexto de estudiantes de posgrado. Desde la perspectiva basada en la TCP (Ajzen, 1991), se confirma que la intención emprendedora es un fuerte predictor del emprendimiento universitario, sin embargo, como han señalado Shane y Venkataraman (2000), la intención no siempre se traduce automáticamente en acción, sino que hay una serie de elementos que intervienen para que esta acción se lleve a cabo.

En este estudio, se examinaron tres factores, búsqueda de oportunidades, correr riesgo e innovación como variables mediadoras, con el propósito de explicar su mediación como mecanismos intermedios que facilitan o dificultan la transición de la intención al comportamiento emprendedor real.

Dentro de los hallazgos más relevantes encontrados es que las variables Búsqueda Oportunidades y Correr Riesgo cumplen con una función mediadora significativa en la relación entre Intención Emprendedora y Emprendimiento Universitario, tanto en sus efectos directos como indirectos. La intención emprendedora predice fuertemente estas competencias, y a su vez ambas incrementan de manera significativa el nivel de emprendimiento universitario, lo que confirma su papel como mecanismos clave a través de los cuales una intención se traduce en comportamiento efectivo (Gera et al., 2024). De forma consistente, el efecto indirecto total de la intención sobre el emprendimiento universitario vía estos mediadores es significativo, destacando especialmente el peso de la búsqueda de oportunidades y de correr riesgos.

En este análisis, la variable Búsqueda Oportunidades (coef. = 0.3831, $p < .001$), no solo mostró una de las medias más altas (4.3 ± 0.7), sino también una influencia directa y positiva sobre la conducta emprendedora, estos resultados coinciden con lo expuesto por Gimeno y Lara (2021), ellos sostienen que para el emprendimiento por oportunidad la identificación de nichos de mercado y anticiparse a las necesidades emergentes es fundamental, bajo este contexto, Durango, ofrece un campo fértil para emprender en sectores como tecnologías, agroindustria o turismo.

Ahora bien, la disposición a Correr Riesgo también resultó ser una variable que medía significativamente la relación entre Intención Emprendedora y Emprendimiento Universitario (coef. = 0.3300, $p < .001$), también presentó mayor variabilidad (4.1 ± 0.8), resultando clave para explicar por qué algunos estudiantes con alta intención realmente toman acción emprendedora, mientras que otros no, es decir, la propensión a asumir riesgos aumenta la actitud emprendedora, y tanto la actitud como el riesgo influyen positivamente en la intención emprendedora de estudiantes universitarios (Setiawan et al., 2025), McClelland (1961), en esta misma línea menciona que la asunción del riesgo es una característica intrínseca del emprendedor innovador. En consecuencia, este hallazgo es relevante e impacta en el diseño de programas de emprendimiento en posgrado, donde a partir de la simulación de escenarios de riesgo y el fortalecimiento de la tolerancia a la incertidumbre podrían incrementar la efectividad de dichas iniciativas.

La variable Innovación, muestra una media elevada (4.2 ± 0.8), pero por el contrario no tiene un efecto mediador significativo en el modelo (coef. = -0.0422, $p = .1799$). Esto puede interpretarse desde dos perspectivas, la primera, podría indicar que la innovación, aunque valorada por los estudiantes, no se

percibe como una competencia directamente asociada con la ejecución del emprendimiento, sino como una característica deseable, más conceptual que práctica. Además, la muestra se compone sobre todo de estudiantes de posgrado en ingenierías, con fuerte orientación técnica y experiencia laboral previa, en este entorno, la innovación puede estar orientada principalmente a procesos y soluciones tecnológicas en proyectos académicos o industriales, sin necesariamente cristalizar en creación de empresas o iniciativas universitarias formales. Por otra parte, la falta de formación en modelos de negocio, comercialización y financiamiento podría impedir que las ideas innovadoras se conviertan en emprendimientos concretos, lo que explicaría la ausencia de un efecto directo de la innovación sobre el emprendimiento universitario en comparación con otros estudios.

Esta brecha entre percepción de innovación y su traducción en iniciativas concretas podría vincularse a carencias en formación en modelos de negocio, gestión y comercialización, especialmente dada la baja presencia de áreas económico-administrativas en la muestra (Lv et al., 2022). Segunda, como lo sugieren Lara et al. (2024), la innovación en contextos universitarios muchas veces requiere de condiciones estructurales más robustas como financiamiento, redes de colaboración e institucionalidad para traducirse en emprendimientos concretos.

Además, los datos sociodemográficos complementan estos hallazgos. El perfil predominante de adultos jóvenes (edad promedio de 28 años), en su mayoría solteros y con experiencia laboral previa, coincide con el tipo de emprendedor proactivo que describe Krueger y Brazeal (1994), capaz de reconocer oportunidades y con mayor libertad para asumir riesgos. La fuerte representación de estudiantes con formación en ingeniería tanto a nivel de licenciatura como de posgrado también

sugiere una orientación técnica favorable para la solución de problemas e innovación aplicada, aunque puede existir una brecha en habilidades de gestión, especialmente si se busca escalar las iniciativas emprendedoras.

Finalmente, el modelo estadístico aplicado modelo 4 de PROCESS de Hayes (2022) confirmó que la Intención Emprendedora tiene un efecto directo (coef. = 0.2576, $p < .001$) y un efecto indirecto significativo sobre el Emprendimiento Universitario (coef. total indirecto = 0.6709, $p < .001$), lo cual valida la hipótesis general de la investigación. Esto respalda la idea de que el fomento del emprendimiento no debe centrarse únicamente en motivar la intención, sino también en desarrollar competencias mediadoras clave y fortalecer el ecosistema institucional, como sugieren Gómez (2024) y García (2025).

El estudio realizado de Variables mediadoras en la intención emprendedora y el emprendimiento es valioso no solo por crear empresas, sino por desarrollar un conjunto de capacidades mediadoras que transforman a los estudiantes y fortalecen el rol de la universidad en el desarrollo económico y social.

Conclusiones

La caracterización del grupo de estudiantes participantes de posgrado indagados, muestra una base sólida en áreas técnico-científicas, en donde predominan hombres (62%), jóvenes y con experiencia laboral previa; las variables sociodemográficas y académicas descritas exponen un contexto apropiado para el emprendimiento por oportunidad, especialmente en sectores industriales, tecnológicos y de base

científica, sin embargo, también es importante considerar la inclusión de herramientas y apoyos institucionales que fortalezcan capacidades en gestión, innovación y financiamiento, especialmente para mujeres y estudiantes sin experiencia laboral previa.

Los resultados de la estadística descriptiva indican una predisposición emprendedora alta en estudiantes de posgrado (Intención Emprendedora con una media 4.3 ± 0.7), acompañada de fortalezas en la búsqueda de oportunidades (con una media 4.3 ± 0.7), innovación (media 4.2 ± 0.8) y disposición al riesgo (media 4.1 ± 0.8). Este resultado favorece al emprendimiento universitario, pero también se requiere de la participación de la IES, aportando a este potencial, estrategias, acompañamiento y recursos específicos para que la intención emprendedora se convierta en acciones emprendedoras sostenibles.

En este mismo sentido, las variables mediadoras Búsqueda Oportunidades y Correr Riesgo se identificaron como mediadores estadísticamente significativos, lo que propone que el cambio entre intención a acción emprendedora depende en gran medida de la capacidad para identificar oportunidades del entorno y de la disposición para enfrentar incertidumbres.

Sin embargo, aunque la Innovación se percibe de forma positiva entre los estudiantes, no mostró un efecto mediador significativo en este estudio. Lo cual explica que la innovación podría estar presente como actitud o conocimiento, pero no necesariamente traducida en acción concreta dentro del ecosistema emprendedor universitario, estos datos se muestran en la tabla 6.

Tabla 6. Intención Emprendedora y las variables mediadoras: Búsqueda Oportunidades, Correr Riesgo e Innovación con Emprendimiento Universitario.

Predictores	Relación	Significado
Intención Emprendedora (directo)	Efecto directo positivo de Intención Emprendedora sobre Emprendimiento Universitario, incluso controlando las variables mediadoras.	La intención emprendedora de los estudiantes, es decir sus ganas firmes de emprender aumenta directamente la probabilidad de que realmente emprendan en la universidad.
Búsqueda Oportunidades	Mayor Búsqueda de Oportunidades predice mayor Emprendimiento Universitario.	Cuanto más se dedica un estudiante a detectar e identificar oportunidades de negocio, más probabilidades tiene de emprender durante su formación en el posgrado.
Correr Riesgo	Alta disposición para Correr Riesgo impulsa el Emprendimiento Universitario.	Los estudiantes que están más dispuestos a asumir riesgos tienden a emprender más o a tener mayor intención de emprender durante su formación en el posgrado.
Innovación	No significativa: Innovación no explica significativamente Emprendimiento Universitario en este modelo.	Teóricamente la innovación suele relacionarse con intención emprendedora, en algunos contextos o muestras no aparece como factor determinante para emprender en la universidad.

IC al 95%

Fuente: elaboración propia (2025).

Se confirma que la intención emprendedora predice significativamente el emprendimiento universitario, tanto de forma directa (coef. = 0.2576), como a través de efectos indirectos ((coef. = 0.6709, IC 95% (0.4619, 0.8307)) mediados por las variables mediadoras de la investigación. A su vez, esto respalda la utilidad del modelo de la TCP (Ajzen, 1991) en el contexto de estudiantes de posgrado, y se robustece la importancia de promover y fortalecer las habilidades específicas que potencien el emprendimiento, más allá de la intención, en los contextos universitarios de posgrado.

Así pues, este estudio ofrece una contribución empírica relevante para la comprensión del emprendimiento universitario en estudiantes de posgrado. En esta misma línea, el entorno universitario en Durango muestra condiciones favorables, pero aún requiere fortalecimiento institucional coordinado en aspectos como cultura emprendedora, redes de apoyo, financiamiento y vinculación intersectorial.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos de este estudio, se hacen las siguientes sugerencias:

El diseño de programas de formación emprendedora con enfoque práctico, que no solo fomenten la intención, sino que desarrollen habilidades específicas para la identificación de oportunidades y gestión del riesgo. En este sentido, el diseño de programas universitarios orientados al emprendimiento, en relación al currículo, se propone incorporar asignaturas obligatorias de emprendimiento y módulos transversales en diversas carreras, de modo que la formación emprendedora no se limite a las facultades de negocios. Estas asignaturas deberían incluir resultados de aprendizaje explícitos vinculados con la identificación de oportunidades, el desarrollo de propuestas de valor innovadoras y la toma de decisiones bajo condiciones de riesgo e incertidumbre, articulando proyectos vinculados con problemas y retos reales de empresas, gobierno y comunidad.

La creación y fortalecimiento de las incubadoras universitarias, los Centros de Innovación Tecnológica y las redes de mentoría para proporcionar a los estudiantes espacios de experimentación, validación de ideas y acompañamiento en la transición de la intención a la acción emprendedora. La vinculación con incubadoras y el ecosistema emprendedor,

integrando sus servicios al currículo, impulsando programas de mentoría con emprendedores, concursos y redes de alianzas externas que faciliten financiamiento, validación de ideas y seguimiento de egresados emprendedores. En conjunto, estas acciones permiten trasladarse desde un enfoque declarativo sobre el emprendimiento hacia una formación experiencial e integrada en la vida académica de la institución.

El docente es un elemento clave en este proceso de la Intención Emprendedora y el Emprendimiento Universitario, por lo cual, para la formación docente, se considera necesario desarrollar programas de capacitación en educación emprendedora, en el uso de herramientas y metodologías específicas, promover estancias de profesores en incubadoras y empresas, y consolidar comunidades de práctica que permitan compartir experiencias, materiales y criterios de evaluación.

Revisar la forma en que se promueve la innovación en el aula, asegurando que los estudiantes no solo desarrollen ideas novedosas, sino que también tengan las condiciones para aplicarlas en proyectos reales o prototipos viables.

Fomentar alianzas Universidad–Empresa–Gobierno–Sociedad que faciliten acceso a recursos, redes y mercados, reduciendo barreras como la falta de capital semilla, asesoría legal y gestión administrativa.

Establecer políticas institucionales diferenciadas para estudiantes que emprenden por oportunidad y por necesidad, reconociendo que ambos perfiles requieren apoyos específicos y trayectorias distintas.

Líneas futuras de investigación

Estudios en donde se incluyan nuevas variables mediadoras o moduladoras, como la autoeficacia emprendedora, el apoyo percibido institucional o las normas sociales

subjetivas, para enriquecer los modelos explicativos del comportamiento emprendedor.

Realizar estudios longitudinales que permitan observar la evolución de la intención emprendedora a lo largo del tiempo y su posible concreción en proyectos reales.

Analizar el papel de la innovación desde un enfoque cualitativo, que permita comprender por qué, pese a su alta valoración, no se traduce en emprendimiento efectivo en el entorno universitario.

Comparar resultados entre universidades o regiones, a fin de generar modelos más generalizables y diseñar estrategias de emprendimiento ajustadas a contextos diversos.

Fuentes bibliográficas

1. Triana, G., Gómez, Y., & Hernández, R. (2025). Aspectos que influyen en la intención emprendedora en estudiantes universitarios de Colombia y México. *Equidad y Desarrollo*. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss46.5336>.
2. Rahayu, N. S. (2024). Evaluación de los factores determinantes que afectan la intención emprendedora verde entre las emprendedoras en Indonesia. *Cogent Business & Dirección*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2378919>
3. Dote-Pardo, J., Ortiz-Cea, V., Peña-Acuña, V., Severino-González, P., Contreras-Henríquez, J., & Ramírez-Molina, R. (2025). Innovative Entrepreneurship and Sustainability: A Bibliometric Analysis in Emerging Countries. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su17020658>

4. Iddouch, K., & Jaoual, O. (2025). Entrepreneurial ecosystem as a catalyst for economic growth: global empirical evidence using a novel composite index. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*. <https://doi.org/10.37335/ijek.v13i1.309>.
5. Chowdhury, E. (2025). Drivers of entrepreneurship development in South Asia: empirical insights and policy recommendations. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00512-w>.
6. Ofosu-Appiah, S., Boahen, P., & Agbenyegah, A. (2025). Socio-ecological barriers to youth entrepreneurship in sub-Saharan Africa: a systematic review of empirical evidence. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00484-x>.
7. Patil, S. (2025). Startup Growth in India: Current Trends, Challenges, and Future Projections. *Journal of Global Economics, Management and Business Research*. <https://doi.org/10.56557/jgembr/2025/v17i19122>.
8. Patil, S. (2025). Startup Growth in India: Current Trends, Challenges, and Future Projections. *Journal of Global Economics, Management and Business Research*. <https://doi.org/10.56557/jgembr/2025/v17i19122>.
9. Novela, G., Leyva, R., & González, M. (2025). Efectos del trabajo por cuenta propia en los tipos de pobreza en México. *Investigación Económica*. <https://doi.org/10.22201/fe.01851667p.2025.332.89399>.
10. Barceló, J., Lagarda, A., & Quintana, E. (2023). Un análisis de las actitudes, percepciones e intenciones que llevan a emprender en los países de la Alianza del Pacífico. *Ensayos Revista de Economía*. <https://doi.org/10.29105/ensayos42.1-2>.
11. Choperena, O. E. F., Portilla, A. R., Ramos, A. J. O., de Velasco Amaro, D. M., & López, I. R. (2025). Identificación de retos y mejores prácticas de enseñanza del emprendimiento en las Instituciones de Educación Superior en México. In *Innovar para transformar: educación, desarrollo y emprendimiento con impacto social* (pp. 60-69). Dykinson. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10380732>
12. Choperena, O. E. F., Portilla, A. R., Ramos, A. J. O., de Velasco Amaro, D. M., & López, I. R. (2025). Modelo de la enseñanza del emprendimiento en las Instituciones de Educación Superior. In *Innovar para transformar: educación, desarrollo y emprendimiento con impacto social* (pp. 51-59). Dykinson. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10380731>
13. Peralta, Y., Rompató, M., Benevento, J., Sierralta, N., & Sozzi, M. (2023). El rol de las instituciones de educación superior en el desarrollo de competencias emprendedoras en emprendedores noveles. Una aproximación desde el modelo Tuning. *Aletheia, revista de desarrollo humano educativo y social contemporáneo*. <https://doi.org/10.11600/ale.v14i2.581>.
14. Rakhimova, Z., Topildiev, B., Nazarov, S., Kadirova, M., Sobirova, N., Rustamova, M., & Nusratova, K. (2025). Fostering Entrepreneurial Competencies in Higher Education: Trends, Challenges, Legal Issues and Impacts on Student Success.

- Qubahan Academic Journal.
<https://doi.org/10.48161/qaj.v5n3a1712>
15. Mei, H., Lee, C., & Xiang, Y. (2020). Entrepreneurship Education and Students' Entrepreneurial Intention in Higher Education. *Education Sciences*.
<https://doi.org/10.3390/educsci10090257>.
 16. Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y., & Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>.
 17. Saputra, Y., Novilia, F., & Hendrayati, H. (2023). Entrepreneurship Curriculum In Higher Education: A Systematic Literature Review (SLR). *West Science Interdisciplinary Studies*.
<https://doi.org/10.58812/wsis.v1i12.502>.
 18. Rakhimova, Z., Topildiev, B., Nazarov, S., Kadirova, M., Sobirova, N., Rustamova, M., & Nusratova, K. (2025). Fostering Entrepreneurial Competencies in Higher Education: Trends, Challenges, Legal Issues and Impacts on Student Success. *Qubahan Academic Journal*.
<https://doi.org/10.48161/qaj.v5n3a1712>.
 19. Secretaría de Economía (SE) (2025). Durango.
<https://www.economia.gob.mx/data/mexico/es/profile/geo/durango-dg?redirect=true>
 20. Icek Ajzen (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Volume 50, Issue 2, Pages 179-211, ISSN 0749-5978,
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978-5978(91)90020-T)
 21. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
<https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
 22. Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, M., Asheq, A., Rahaman, M., & Chen, X. (2021). Graduate Students' Behavioral Intention towards Social Entrepreneurship: Role of Social Vision, Innovativeness, Social Proactiveness, and Risk Taking. Sustainability.
<https://doi.org/10.3390/su13116386>
 23. Gikunda, K., & Miriti, P. (2025). Effect of Risk-Taking Propensity on Entrepreneurial Intentions among Students Undertaking Entrepreneurial Course in Universities in Meru and Tharaka Nithi Counties. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*.
<https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.9010023>.
 24. Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, 1-13.
<https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>.
 25. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2025). En 2024, en Durango había 95 mil establecimientos y 500 mil personas trabajaban en estos.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/ce/CE_2024_RO_Dgo.pdf
 26. Lara, C. R., Ríos, H. T., & Frías, E. S. C. (2024). Marco legal en México: perspectivas e impacto en

- la Educación de Posgrado. *REVISTA CIENTIFICA LEGALIS ET POLITICA*, 3(2), 91-112. <https://publishing.fgu.edu.com/ojs/index.php/RLP/article/view/474>
27. COPLADE (2023). Plan Nacional de Desarrollo 2023-2028. Coordinación General de Gestión Gubernamental. <https://www.durango.gob.mx/ped.pdf>
 28. Falla, G. D. H. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*.
 29. Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
 30. Monitor Global del Emprendimiento (GEM) (2023). Informe Global GEM 2023/2024: 25 años y en crecimiento. <https://www.gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>
 31. Cáceres Luna, X. B., & Cevallos Arreaga, M. A. (2024). *Emprendimientos familiares del barrio Manabí cantón La Libertad provincia de Santa Elena, 2024* (Bachelor's thesis, La Libertad, Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2024). https://rraae.cedia.edu.ec/vufind/Record/UPSE_64ce8c12a28acf9b8458b39c52481c89?sid=3061716
 32. Enriquez Hidalgo, D. A. (2025). *Diseño de un modelo de gestión para emprendimientos BIC del sector de servicios en el Ecuador* (Master's thesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). <http://hdl.handle.net/10644/10337>
 33. Gómez, H. L. F. (2024). Emprendimiento juvenil: características y desafíos en Querétaro, México. <https://ri-ng.uaq.mx/handle/123456789/11038>
 34. García, D. A., Muñoz, C. P., Pastore, R., Arrechavala, J. R., Arzadun, P. C., Altschuler, B., Coscarello M., Chávez, U. W., Daga, A., Gago, G. V. S., Nasayo, B. Y., Picado, A. R., Rodríguez, B. M. S., Villanueva N. G. & Cuervo, M. F. G. (2025). *Estrategias universitarias de incubación social de emprendimientos con enfoque solidario y territorial*. Fondo Editorial–Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
 35. Hierro, H. F. J. (2021). Políticas públicas de fomento de empleo: colectivos beneficiarios - Madrid: Dykinson, 2021 - 217 p. - ISBN: 9788413779850 - Permalink: <https://digital.casalini.it/9788413779850> - Casalini id: 5122041
 36. Medina, S. D. L. C. (2024). Análisis de los centros universitarios de innovación como motores de desarrollo: Analysis of university innovation centers as engines of development. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 2134-2145. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3148>
 37. Álvarez, P. A. L., & Ordoñez, M. Y. E. (2023). Caracterización Socioeconómica de Emprendedores de la Universidad Nacional Abierta ya Distancia (UNAD)-CCAV Pitalito Zona Sur: Estudiantes y Egresados (2020-2023). <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/66982>

38. Krueger Jr., N.F., y Brazeal, D.V. (1994). Potencial emprendedor y emprendedores potenciales. *Teoría y práctica del emprendimiento*, 18 (3), 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
39. González, K. I. B., Castaño, J. C. C., Lozano, J. A. S., & Leal, J. F. V. (2024). Percepción del emprendimiento entre estudiantes de una Facultad de Negocios en una IES en Querétaro, México. *Adgnosis*, 13(13). <https://doi.org/10.21803/adgnosis.13.13.745>
40. Martínez, M. S. M., Uribe, K. J., & Rey de Castro Hidalgo, D. E. (2024). Relación entre la capacidad de gestión y la satisfacción laboral en el organismo central del sector Justicia del Perú. *Industrial Data*, 27(1), 229-250. <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v27i1.26577>
41. Pinillo, G. J. A. (2024). *Factores protectores y conductas de riesgo: un análisis de las implicaciones en el rendimiento académico de adolescentes en Quibdó en 2024* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata). <https://doi.org/10.35537/10915/170882>
42. Palma, M. M. D., Delgado, K. M. P., Burgos, K. J. P., & Holguín, S. T. P. (2025). El rol de las emociones en el proceso de aprendizaje: una mirada desde la educación socioemocional. *Pedagogical Constellations*, 4(1), 187-217. <https://doi.org/10.69821/constellations.v4i1.93>
43. Álvarez, E. R., Rivera, I., & Pérez, J. A. M. (2025). ¿El fin del “héroe” emprendedor? En búsqueda de la naturaleza colectiva del emprendimiento. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 35(95), 1-22. <https://www.jstor.org/stable/27367224>
44. Rucoba Del Castillo, L. R., De Arévalo, D. P., Pérez, C. R., Ramírez, K. A., & Tuesta, B. L. G. (2025). Educación para la Ciudadanía Global: Cómo formar líderes sostenibles. *Editorial Alema*. <https://editorialalema.org/libros/index.php/alema/article/view/44>
45. Fernández, D. C. (2024). *Capitalismo digital después de la pandemia: Nuevo paradigma del trabajo global*. Siglo XXI Editores México.
46. Baron, R. M., y Kenny, D. A. (1986). La distinción entre variables moderadoras y mediadoras en la investigación en psicología social: Consideraciones conceptuales, estratégicas y estadísticas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
47. Gimeno, D., & Lara, L. (2021). *Retail reset: Por qué las tiendas físicas son la clave del futuro*. LID Editorial.
48. McClelland, DC (1961). *Logrando la sociedad* (Vol. 92051). Simon y Schuster. https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=RI2wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=McClelland,+1961&ots=NJOe-ggCF0&sig=tUQoBPifWnBkF9kGU6sfutjkr4s&redir_esc=y#v=onepage&q=McClelland%2C%201961&f=false
49. Schumpeter, J. A. (1934). La teoría del desarrollo económico. Una investigación sobre las ganancias, el capital, el crédito, el interés y el ciclo económico. Cambridge: Harvard University Press; 1934. Reimpresión 1983: Transaction Publishers (publicado por primera vez en alemán en 1911).

50. Tahan, S. (2025). Entrepreneurial Education and Innovation Intentions Among University Students: A Structural Assessment of Opportunity Recognition, Psychological Capital, and Fear of Failure. *Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.3390/admsci15070261>.
51. Nemiño, R., Villamor, F., & Apanto, S. (2025). Entrepreneurial Characteristics and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Mindset. *International Journal of Business, Management and Economics*. <https://doi.org/10.47747/ijbme.v6i1.2613>.
52. Belgaroui, R., & Shili, A. (2025). Extending the Theory of Planned Behaviour to Understand Entrepreneurial Intention Among Female University Students in Saudi Arabia: The Role of Entrepreneurship Education. *Journal of Posthumanism*. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i5.1897>.
53. Rudnák, I., Kollár, K., & Wu, J. (2025). Factors influencing entrepreneurial intentions of international and local students in Hungary. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00490-z>.
54. Hernández, S. R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
55. Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W., & Hernández-Palma, H. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062022000100135>.
56. Shahzad, M., Khan, K., Saleem, S., & Rashid, T. (2021). What Factors Affect the Entrepreneurial Intention to Start-Ups? The Role of Entrepreneurial Skills, Propensity to Take Risks, and Innovativeness in Open Business Models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030173>.
57. Cumbicos, J., & Castro, L. (2023). A bibliometric review of the entrepreneurial intention of university students. *Minerva*. <https://doi.org/10.47460/minerva.v4i10.109>.
58. Inoubli, C., & Gharbi, L. (2024). Investigating how social context moderates the relationship between intentions and behaviors in student entrepreneurship: Case of Tunisian students. *The International Journal of Management Education*. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100918>.
59. Zhuang, J., & Sun, H. (2025). Systematic Bibliometric Analysis of Entrepreneurial Intention and Behavior Research. *Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.3390/admsci15080290>.
60. Sahid*, S., Norhisham, N., & Narmaditya, B. (2024). Interconnectedness between entrepreneurial self-efficacy, attitude, and business creation: A serial mediation of entrepreneurial intention and environmental factor. *Heliyon*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30478>.
61. Hayes, A. F. (2022). *Introducción a la mediación, la moderación y el análisis de procesos condicionales: Un enfoque basado en la regresión (3.a ed.)*. The Guilford Press. ISBN 9781462549030, pp. 732. <https://www.guilford.com/books/Int>

- [roduction-to-Mediation-Moderation-and-Conditional-Process-Analysis/Andrew-Hayes/9781462549030?srsltid=AffmBOoqwHQ6e511cDEQk4LPX3RA55QmPeMskb6oQ3ym6Qd0rhp84sn](https://doi.org/10.51378/eca.v79i77.8.9114)
62. Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior research methods, instruments, & computers*, 36(4), 717-731. <https://link.springer.com/article/10.3758/bf03206553>
63. Palma-Alvarado, C. (2025). Perspectiva de los estudiantes en la formación de competencias en innovación dentro de un programa de ingeniería industrial. *ECA: Estudios Centroamericanos*. <https://doi.org/10.51378/eca.v79i77.8.9114>.
64. Gera, N., Vesperi, W., Rohatgi, S., & Jain, N. (2024). The impact of education on the transition from university students to entrepreneurs: a theory of planned behaviour perspective. *Management Decision*. <https://doi.org/10.1108/md-10-2023-1772>.
65. Setiawan, A., Rahmattullah, M., Anita, A., & Jainab, J. (2025). Risk-Taking, Internal Locus of Control, and Entrepreneurial Intentions: The Mediating Effect of Attitudes toward Entrepreneurship. *Soedirman Economics Education Journal*. <https://doi.org/10.32424/seej.v7i1.15048>.