



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2026,  
Volumen 10, Número 4.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v10i4](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i4)

**“INTENCIÓN EMPRENDEDORA Y FACTORES  
PSICOSOCIALES EN ESTUDIANTES DE  
FAECO EN EL ÁMBITO DE LA  
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL”  
(FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS Y CONTABILIDAD DEL CENTRO  
REGIONAL UNIVERSITARIO DE COCLÉ)**

**“ENTREPRENEURIAL INTENTION AND PSYCHOSOCIAL  
FACTORS IN FAECO STUDENTS TOWARDS BUSINESS  
ORGANIZATION” (FACULTY OF BUSINESS  
ADMINISTRATION AND ACCOUNTING OF THE COCLÉ  
REGIONAL UNIVERSITY CENTER)**

**Antonia del Carmen Madrid George**  
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad

**Susana Yau**  
Universidad Politécnica del Golfo de México

## **“Intención emprendedora y factores psicosociales en estudiantes de FAECO en el ámbito de la organización empresarial” (Facultad de administración de empresas y contabilidad del centro regional universitario de Coclé)**

**Antonia del Carmen Madrid George<sup>1</sup>**

[amadrIDGEORGE@gmail.com](mailto:amadrIDGEORGE@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0005-7477-5954>

Facultad de Administración de Empresas y  
Contabilidad  
Universidad de Panamá  
Panamá

**Susana Yau**

[susanayau74@gmail.com](mailto:susanayau74@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0003-3352-0942>

Facultad de Administración de Empresas y  
Contabilidad  
Universidad de Panamá  
Panamá

### **RESUMEN**

La intención emprendedora es uno de los mayores predictores de la fundación de nuevas organizaciones empresariales, si bien su surgimiento se encuentra sujeto a la influencia de factores cognitivos, psicológicos y sociales. Este estudio se propuso evaluar la correlación entre la intención de emprender y los factores psicosociales de autoeficacia, motivación de logro, tolerancia al riesgo y apoyo social percibido en los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (FAECO) del Centro Regional Universitario de Coclé, Universidad de Panamá. Se utilizó un diseño cuantitativo no experimental, transversal, descriptivo correlacional. La muestra estuvo constituida por 44 estudiantes que fueron seleccionados por muestreo no probabilístico de conveniencia y se les administró un cuestionario estructurado con escala tipo Likert de cinco puntos. La evaluación mostró un alto nivel de intención emprendedora, junto con elevados valores de autoeficacia, motivación de logro y percepción de apoyo social. Sin embargo, existen considerables fragilidades en la habilidad para tomar decisiones estratégicas en estado de incertidumbre y en pasar de las intenciones a acciones emprendedoras específicas. Estos resultados, revelan una disparidad entre la motivación para emprender y las competencias necesarias para gestionar proyectos de negocio en situaciones reales. Se concluye que la educación universitaria debe ir más allá de transmitir conocimientos sobre la administración, debe incluir metodologías experienciales, generar incubadoras de negocio, simuladores, mentorías, vinculación con el sector productivo para el desarrollo de competencias relacionadas con la gestión del riesgo, el pensamiento estratégico, la resiliencia y la toma de decisiones. La investigación proporciona evidencia empírica que ayuda a informar las políticas de la institución en el sentido de fortalecer el ecosistema de emprendimiento universitario y el desarrollo de empresas más innovadoras, sostenibles y competitivas.

**Palabras clave:** intención emprendedora, factores psicosociales, autoeficacia, educación superior, organización empresarial.

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [amadrIDGEORGE@gmail.com](mailto:amadrIDGEORGE@gmail.com)

## **“Entrepreneurial intention and psychosocial factors in FAECO students towards business organization” (Faculty of Business Administration and Accounting of the Coclé Regional University Center)**

### **ABSTRACT**

Entrepreneurial intention is one of the strongest predictors of the founding of new business organizations, although its emergence is subject to the influence of cognitive, psychological, and social factors. This study aimed to evaluate the correlation between entrepreneurial intention and the psychosocial factors of self-efficacy, achievement motivation, risk tolerance, and perceived social support among students of the Faculty of Business Administration and Accounting (FAECO) at the Coclé Regional University Center, University of Panama. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, descriptive-correlational design was used. The sample consisted of 44 students selected by non-probability convenience sampling, who were administered a structured questionnaire with a five-point Likert scale. The evaluation showed a high level of entrepreneurial intention, along with high scores for self-efficacy, achievement motivation, and perceived social support. However, there are considerable weaknesses in the ability to make strategic decisions under uncertainty and in translating intentions into specific entrepreneurial actions. These results reveal a gap between the motivation to become entrepreneurs and the skills needed to manage business projects in real-world situations. It is concluded that university education must go beyond simply transmitting knowledge about administration; it must include experiential methodologies, create business incubators, provide simulations, offer mentorship programs, and foster connections with the productive sector to develop skills related to risk management, strategic thinking, resilience, and decision-making. This research provides empirical evidence that helps inform institutional policies aimed at strengthening the university entrepreneurship ecosystem and developing more innovative, sustainable, and competitive businesses.

**Keywords:** entrepreneurial intention, psychosocial factors, self-efficacy, higher education, business organization.

*Artículo recibido 20 mayo 2026*

*Aceptado para publicación: 20 junio 2026*



## INTRODUCCIÓN

En un entorno de rápido cambio tecnológico, incertidumbre económica y competencia intensa, el emprendimiento se ha convertido en un elemento clave para el crecimiento económico, la innovación y el desarrollo sostenible (Wardana et al., 2020; Sánchez-García et al., 2021). En consecuencia, la organización empresarial precisa de profesionales que sean capaces de detectar oportunidades, tomar riesgos y convertir ideas en proyectos concretos. Por consiguiente, el entendimiento de las variables que promueven la intención emprendedora es una prioridad para la investigación y también para las instituciones de educación superior que forman el capital humano que liderará las organizaciones del futuro.

La extensa investigación indica que la decisión de emprender no depende solo del conocimiento administrativo o de incentivos económicos, sino también de factores cognitivos, emocionales y sociales (Newman et al., 2019; Yousaf et al., 2021). De acuerdo con la Teoría de la Conducta Planeada de Ajzen (1991), la intención emprendedora es un predictor directo del comportamiento emprendedor y se ve afectada por la actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva, el control conductual percibido. Adicionalmente la Teoría de la Autoeficacia (Bandura, 1997) señala que las creencias en las capacidades personales influyen en la toma de decisiones y persistencia y el modelo de Shapero y Sokol (1982) consideran la influencia del entorno social en la formación de la intención emprendedora. Tales perspectivas ayudan a explicar como el emprendimiento es percibido, experimentado y contextualizado socialmente entre otros.

En la universidad la formación académica es un factor relevante, pero no suficiente para fomentar el emprendimiento. Hay evidencia que demuestra que los futuros emprendedores que poseen conocimientos administrativos apropiados tienen intenciones bajas de emprender si carecen de confianza en sí mismos, tienen poca tolerancia al riesgo o sienten apoyo limitado de sus contextos. Esta realidad regenera la necesidad de investigar conjuntamente variables individuales y sociales relacionadas con el emprendimiento.

En este sentido se justifica que para tal fin se considere en el presente documento a la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (FAECO) del Centro Regional Universitario de Coclé, como ámbito para analizar la intención emprendedora de sus agremiados. La presente investigación

tuvo como finalidad determinar la relación entre la intención emprendedora y los factores psicosociales de autoeficacia emprendedora, motivación de logro, tolerancia al riesgo y apoyo social percibido, con el fin de recoger evidencias que aporten al fortalecimiento de la educación empresarial universitaria.

Los hallazgos indican que los estudiantes tienen habilidades sólidas para planificar, motivarse y contar con el apoyo social, pero también muestran debilidades en la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre y en la conversión de la intención en acciones. Estos resultados proporcionan información relevante a la formulación de estrategias institucionales para la potenciación del ecosistema emprendedor a través de la formación y facilitación, en el desarrollo de productos de incubación de empresas, para la consolidación de firmas más innovadoras, sostenibles y competitivas.

## **MARCO TEÓRICO**

### **1. Intención emprendedora en el ámbito de la organización empresarial**

Se entiende por intención emprendedora el compromiso consciente de un individuo para convertirse en empresario en el futuro (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). En el área de la administración esta variable se ha considerado como el mejor predictor del comportamiento empresarial ya que raramente ocurre la formación de empresa sin una intención anterior claramente establecida.

A partir de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) la intención es el último antecedente del comportamiento y tiene tres determinantes que son la actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y control conductual percibido. En el ámbito universitario, esta perspectiva teórica se ha utilizado en múltiples estudios para predecir la intención de imitación en estudiantes de administración y negocios (Liñán & Chen, 2009).

En el terreno organizacional, el fomento de la intención emprendedora se vuelve estratégico no solo para la generación de nuevas empresas sino también para el surgimiento de intraemprendimiento dentro de las organizaciones establecidas a través de la innovación y la competencia (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).

### **2. Factores psicosociales y emprendimiento**

Existe evidencia en la literatura de que la intención emprendedora no es una función solo del conocimiento técnico sino también de diversos factores psicosociales que afectan a la percepción de viabilidad y de deseabilidad del emprendimiento (Shapero & Sokol, 1982).



## **2.1 Autoeficacia emprendedora**

La creencia en la propia eficacia, entendiéndose esta como la creencia en la capacidad propia para llevar a cabo las actuaciones necesarias para que un determinado resultado se produzca (Bandura, 1997), ha mostrado que es un predictor fuerte de la intención emprendedora. La disposición a emprender de los estudiantes se eleva considerablemente cuando consideran que tienen competencias para diseñar, organizar y dirigir un negocio (Zhao, Seibert, & Hills, 2005).

En el nivel de dinámica organizacional, la autoeficacia conduce a la adaptación estratégica en la incertidumbre empresarial.

## **2.2 Motivación de logro**

La teoría de la motivación para el logro (McClelland, 1961) establece que las personas que tienen fuerte necesidad de logro son más proclives a hacer que las cosas sean responsabilidad suya y buscar objetivos que sean desafiantes. Varios estudios han demostrado que esta variable se asocia positivamente con la intención emprendedora, ya que emprender está directamente relacionado con tomar la iniciativa, ser autónomo y tener enfoque hacia los resultados (Collins, Hanges, & Locke, 2004).

En los estudiantes de administración la motivación de logro se asocia con querer dirigir sus propios proyectos o tener impacto en la organización.

## **2.3 Tolerancia al riesgo**

El emprendimiento conlleva a que se enfrente a incertidumbres en la economía y en la organización. La tolerancia al riesgo es una de las características que diferencian al emprendedor (Stewart & Roth, 2001). Personas con más disposición a enfrentar la incertidumbre tienen una mayor intención emprendedora.

En un contexto organizacional contemporáneo caracterizado por volatilidad con transformación digital la gestión del riesgo se ha transformado en una competencia estratégica organizacional (World Economic Forum, 2020).

## **2.4 Apoyo social percibido**

El modelo de Shapero y Sokol (1982) enfatiza el papel del ambiente social en la formación de la intención emprendedora. El respaldo familiar, académico o institucional condiciona la percepción de

factibilidad del emprendimiento. Investigaciones empíricas señalan que los estudiantes que se sienten apoyados socialmente tienen una mayor intención emprendedora (Liñán & Chen, 2009).

En la universidad, incubadoras, mentorías, redes de negocios, potencian este componente psicosocial.

### **3. Educación superior y formación emprendedora**

La universidad tiene un papel de primer orden en la formación del capital humano con orientación emprendedora. Según la teoría del capital humano (Becker, 1993), la educación académica aumenta la productividad, lo que puede conducir a la creación de valor económico.

Pero recientes investigaciones sugieren que la educación técnica por sí sola no es suficiente para promover actitudes emprendedoras sin que esta sea potenciada por componentes psicociales y experienciales (Fayolle & Gailly, 2015). La enseñanza del emprendimiento debe combinar el conocimiento administrativo, el desarrollo de competencias emocionales y la exposición práctica al entorno de negocios.

Por tanto, el grado de percepción de los estudiantes de la FAECO al respecto nos posibilita comprobar si la formación recibida ha sido apta para promover actitudes y disposiciones emprendedoras en el marco de la empresa.

### **4. Modelo conceptual integrador**

La revisión convergió en que la intención emprendedora es producto de la interacción entre variables sociales, emocionales y cognitivas. Control de conducta percibido (desde Teoría del Comportamiento Planificado, Ajzen, 1991) está fuertemente relacionado a la autoeficacia (Bandura, 1997), mientras que las normas subjetivas están asociadas al apoyo social percibido (Shapero & Sokol, 1982).

En consecuencia, en este trabajo se postula un modelo en que la intención emprendedora para hacia la organización empresarial es predicha por: Autoeficacia emprendedora; Motivación para la realización; Tolerancia al Riesgo; Apoyo social percibido.

Este método cuantitativamente examina la asociación entre los factores psicosociales e intención emprendedora en estudiantes de Administración.

## Resultados y discusión

### La Figura 1

Sexo  
44 respuestas



● Femenino  
● Masculino  
● Otro

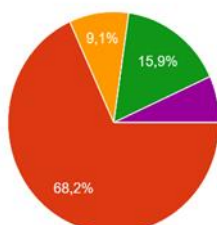
#### Muestra la distribución de los participantes según su sexo.

Un total de 44 personas respondieron a la encuesta, siendo el 68,2% (n = 30) mujeres y el 31,8% (n = 14) hombres, y que no hubo participantes en la opción Otro. Estos resultados reflejan el

predominio del sexo femenino en la muestra, y este aspecto debe ser tomado en cuenta para la interpretación de los resultados, ya que las percepciones y respuestas obtenidas estarán sesgadas hacia este grupo poblacional. No obstante, la inclusión de ambos sexos brinda la posibilidad de análisis comparativos, si así lo requiere el diseño metodológico, si bien existirá una distribución desequilibrada entre los grupos.

### La figura 2

Edad  
44 respuestas



● Menos de 18  
● 18-20  
● 21-23  
● 24-26  
● Otro

#### Muestra la distribución de los participantes según su edad.

Estos resultados indican que la muestra está compuesta en gran parte por adultos jóvenes, una característica que se alinea con la

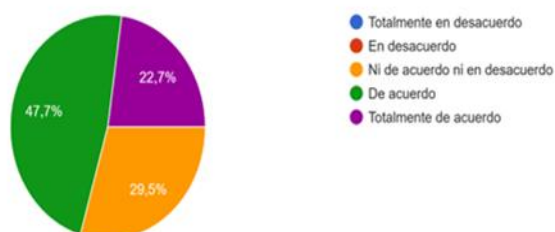
población de estudiantes de pregrado. El alto número de participantes con edades entre 18 y 20 años sugiere que los resultados de la investigación se basan fundamentalmente en la percepción y experiencia de estudiantes que se encuentran desarrollando las bases de su formación académica, lo cual implica que se trata de sujetos que, en términos generales, se hallan en proceso de adecuación a su nuevo ambiente universitario, así como de construcción de competencias profesionales.

Las características de la muestra indican que las inferencias del estudio deben realizarse fundamentalmente para jóvenes universitarios, debido a que las características de esta etapa del ciclo vital pueden haber afectado las respuestas y la interpretación de las variables.

### Figura 3:

Pregunta: 1

1.- Tengo la intención de crear una organización empresarial en los próximos tres años.  
44 respuestas



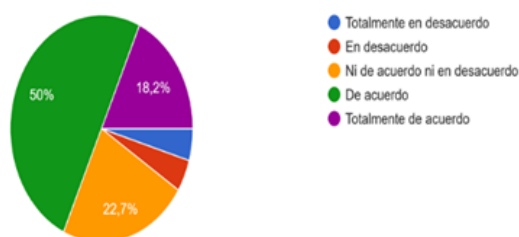
La intención emprendedora es predominantemente positiva (el 70,4% estuvo de acuerdo, el 29,5% se mostró neutral y el 0% estuvo en desacuerdo), lo que demuestra un entorno favorable para

la promoción de nuevas organizaciones empresariales mediante un medio que transforma la intención en iniciativas empresariales concretas.

### Figura 4

Pregunta: 2

2.- Me considero capaz de identificar oportunidades para iniciar una organización empresarial.  
44 respuestas



El 68,2% de los encuestados cree que tiene la habilidad para detectar oportunidades de negocios, el 22,7% no se pronunció y el 9,1% tiene una opinión negativa. Estos resultados son indicativos de un grado positivo de eficacia personal en el

emprendedor y demuestran un escenario viable para promover la generación de nuevas empresas a partir del desarrollo de competencias emprendedoras concretas.

## La Figura 5

Pregunta: 3

3.- Es probable que emprenda un proyecto empresarial, aunque implique incertidumbre o riesgo.  
43 respuestas



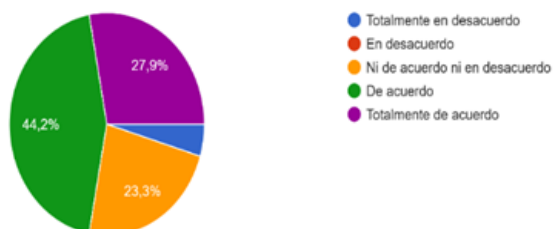
El 53,5 % de los participantes está de acuerdo con que se debe actuar, aunque haya incertidumbre o riesgo, el 37,2 % está neutral y un 9,4 % tiene una opinión negativa. Estos resultados indican que el riesgo

todavía se considera una de las principales barreras para el desarrollo de la actividad emprendedora, por lo que se debe tener en cuenta para la formación y el apoyo futuros emprendedores.

## Figura 6:

Pregunta 4

4.- Confío en mi capacidad para planificar y organizar un emprendimiento empresarial.  
43 respuestas



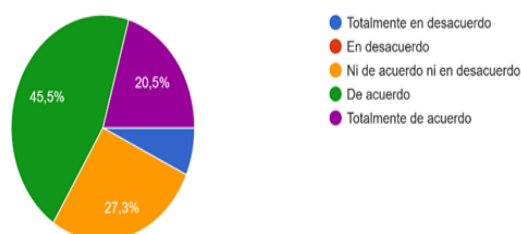
Los resultados permiten suponer que la población objeto de estudio tiene una propensión positiva hacia la planificación y organización de actividades emprendedoras, lo que es un buen indicio para el desarrollo de la

intención emprendedora. No obstante, la confianza percibida no es suficiente para garantizar el éxito empresarial, ya que ésta debe ir acompañada de conocimientos técnicos, habilidades gerenciales, toma de decisiones, acceso a recursos y experiencia práctica. Por tanto, se sugiere que las instituciones de educación superior sigan fortaleciendo programas de formación en pro del emprendimiento que faciliten la transferencia práctica de dichas competencias y minimicen la distancia entre percepción de capacidad y desempeño emprendedor real.

## La Figura 7

### Pregunta: 5

5.- Puedo superar obstáculos importantes si decido iniciar una organización empresarial.  
44 respuestas



Los resultados permiten afirmar que la muestra manifiesta una actitud positiva hacia la superación de los retos emprendedores, y esto es una fortaleza para la generación de iniciativas empresariales. Estos resultados apoyan la relevancia de que las instituciones

de educación superior continúen incentivando metodologías de aprendizaje experiencial, incubadoras de empresas y programas de mentoría que hagan que los futuros empresarios se vuelvan más resilientes y emprendedoras.

## Figura 8

### Pregunta 6

6.- Me siento preparado(a) para tomar decisiones clave al iniciar un negocio.  
44 respuestas



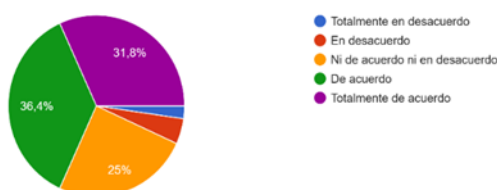
En lo general, la gráfica indica que la preparación para tomar decisiones estratégicas es una habilidad que todavía debe desarrollarse. Por consiguiente, se debe garantizar la prioridad en el desarrollo de

habilidades analíticas, estratégicas y de liderazgo en los programas de capacitación en emprendimiento, apoyando el paso de la confianza percibida a un desempeño efectivo en la empresa.

## Figura 9

### Pregunta 7

7.- Me motiva alcanzar metas exigentes vinculadas a crear o gestionar una organización empresarial.  
44 respuestas



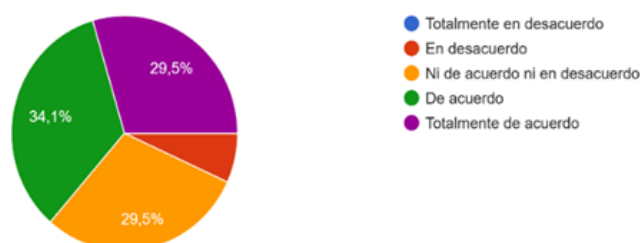
A grandes rasgos, los resultados reflejan que los estudiantes tienen una alta motivación para la realización de emprendimientos, lo cual es un punto fuerte en el desarrollo de la intención

empresedora. Sin embargo, esta motivación debe ser respaldada por la capacidad gerencial, pensamiento estratégico, habilidad idear, y experiencias vividas que permitan convertir la actitud positiva en un proyecto de negocio sostenible y exitoso.

## Figura 10

### Pregunta 8

8.- Me esfuerzo por destacar en actividades que me acerquen al emprendimiento.  
44 respuestas



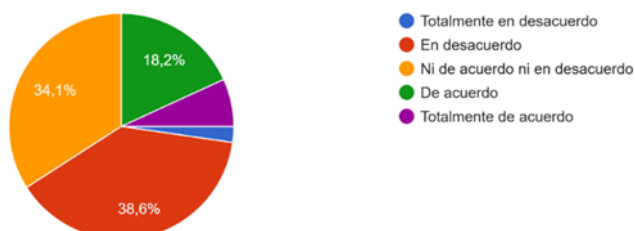
En suma, los resultados permiten afirmar que la muestra tiende a mostrar un sesgo positivo hacia la participación en actividades

empresedoras, aunque persiste un grupo de estudiantes a quienes incentivar más para lograr su compromiso con dicho proceso formativo. Estas medidas harían posible que el interés que la mayoría de los participantes mostraron se convierta en la capacidad de encontrar oportunidades de negocio, crear organizaciones sostenibles y dar respuesta a los retos del mundo de la empresa hoy.

## Figura 11

### Pregunta 9

9.- Me siento cómodo(a) tomando decisiones cuando no tengo toda la información.  
44 respuestas



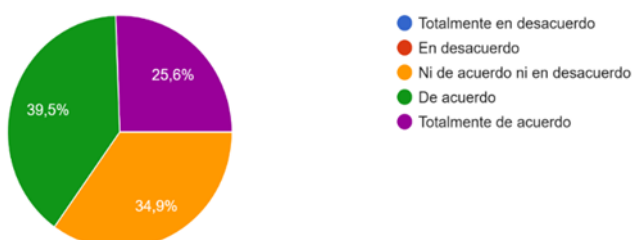
Estos resultados ponen en evidencia la necesidad de que las instituciones de educación superior refuercen el desarrollo de habilidades relacionadas con la

decisión estratégica, el manejo del riesgo, el pensamiento crítico y la tolerancia a la incertidumbre. De esta forma, la formación emprendedora no solamente potenciaría el conocimiento técnico, sino también las habilidades cognitivas y conductuales necesarias para que el individuo se desempeñe eficazmente en un entorno de negocios dinámico y altamente competitivo.

## Figura 12

### Pregunta 10

10.- Aceptaría un riesgo moderado si el emprendimiento tiene potencial de crecimiento.  
43 respuestas



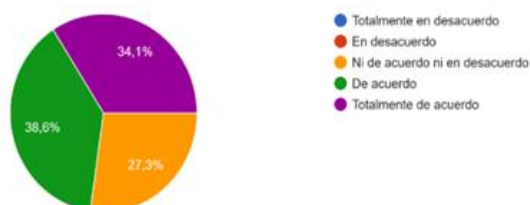
De facto, la figura muestra que los participantes tienen una postura favorable para aceptar riesgos en grado moderado, siempre que estén ligados a oportunidades

reales de crecimiento empresarial. Este resultado añade a la evidencia previa en las preguntas anteriores mostrando que, aunque los estudiantes sienten inseguridad para tomar decisiones en base a información incompleta, están abiertos a tomar riesgos racionales ante un potencial de éxito. Por lo tanto, la mejora en la capacidad para analizar estratégicamente, gestionar riesgos y valorar oportunidades conducirá a un perfil emprendedor más fuerte que estará mejor equipado para superar los retos de un entorno empresarial dinámico y competitivo.

### Figura 13

#### Pregunta 11

11.- Mi familia o entorno cercano apoyaría mi decisión de emprender una organización empresarial.  
44 respuestas



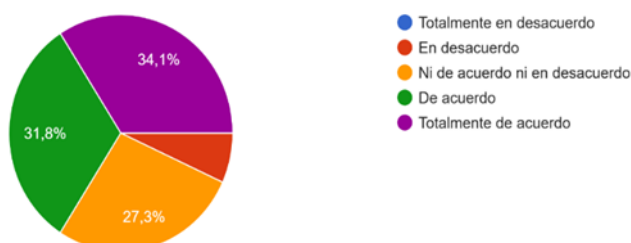
En general, la figura muestra que los encuestados consideran que tienen el respaldo implicativo más fuerte del entorno familiar y social que apoya al emprendimiento, lo cual es

favorable para el desarrollo de la intención emprendedora. Sin embargo, la influencia del entorno, aunque imprescindible, no asegura el éxito empresarial. Esto debe ser complementado con capacitación especializada, el desarrollo de habilidades de gestión, acceso a recursos financieros y asesoramiento institucional, para convertir el apoyo social en emprendimientos sustentables y competitivos.

### Figura 14

#### Pregunta 12

12.- Cuento con personas que podrían orientarme o respaldarme si inicio un emprendimiento.  
44 respuestas



El porcentaje que alerta de que cuenta con una red de orientación y apoyo, figuran como fortalezas para la realización de

emprendimientos. Sin embargo, la presencia de un grupo que expresa incertidumbre o falta de apoyo destaca la necesidad de fortalecer el capital social emprendedor en la universidad, a través de la creación de entornos colaborativos que integren a estudiantes, emprendedores, mentores y organizaciones de apoyo empresarial.

### Discusión

Los resultados indicaron que los estudiantes de FAECO presentan un perfil emprendedor positivo pero incompleto y contradictorio. La mayoría dice sentirse capaz de planificar y organizar una empresa, tiene motivación para conseguir objetivos exigentes, está dispuesta a asumir riesgos moderados, y cuenta con la percepción de apoyo social. Pero estas fortalezas existen a la vez con grandes dificultades para decidir

estratégicamente y actuar cuando no se tiene toda la información. Por ende, los datos no permiten afirmar la existencia de una capacidad emprendedora totalmente cohesionada, sino que evidencian una intención potencialmente elevada que aún no se manifiesta en una preparación operativa adecuada.

En conjunto, los hallazgos indican la existencia de una desconexión entre la inclinación emprendedora y la competencia comercial. Los jóvenes se sienten inspirados y con un nivel general de confianza altísimo, sin embargo, cambia totalmente cuando hay que dar pasos concretos: tienen menos confianza en las habilidades que se ponen a prueba una vez la aventura deja de ser solamente una idea. Esta división desafía a los modelos de enseñanza que se enfocan principalmente en planes de negocios, capsulas teóricas o actividades aisladas. Saber la etapa de generación de una empresa no es sinónimo de tener criterio empresarial. La educación empresarial debe situar al alumno ante problemas no resueltos, información contradictoria, límites presupuestarios, clientes reales y efectos de sus decisiones.

A nivel institucional, los resultados indican que FAECO debería pasar de la educación para el emprendimiento a la formación para el emprendimiento. Esto conlleva incorporar simuladores de gerencia, proyectos con clientes reales, validación de modelos de negocio, prototipos, análisis de escenarios, tutorías y vinculación con empresarios (Ahmed et al., 2020; Wardana et al., 2021). La formación técnica tiene limitación cuando no se complementa con experiencias prácticas y fortalecimiento psicosocial. Por ello, la incubación universitaria no debería limitarse a asesorar propuestas avanzadas, sino que debe constituirse en un laboratorio formativo en el que los estudiantes adquieran tolerancia al error, criterio financiero, capacidad de negociación el aprendizaje proveniente de resultados adversos.

En términos generales, el artículo señala que la intención de empresa de los estudiantes está apoyada principalmente en la autoeficacia percibida, motivación de logro y apoyo social. No obstante, su menor capacidad para tomar decisiones críticas y su incomodidad ante información incompleta, muestran que su intención aún es más aspiracional que operativa. El mensaje central no es sólo que los estudiantes quieren emprender, sino que deben tener la oportunidad de desarrollar las capacidades que permiten actuar en medio de la incertidumbre.

## Marco metodológico

Este estudio fue llevado a cabo bajo un diseño cuantitativo, que se centró en cuantificar y analizar la percepción de los estudiantes acerca de la intencionalidad emprendedora y su vinculación con diferentes factores psicosociales a través de una cuantificación de sus impresiones. Este procedimiento permitió caracterizar las variables y obtener información empírica matizable a partir de la cual pueden realizarse análisis estadísticos, lo que favorece a la objetividad en la interpretación de los resultados. Su selección se justifica en la finalidad de encontrar tendencias y patrones en dimensiones tales como autoeficacia, motivación de logro, tolerancia al riesgo y apoyo social percibido.

El estudio siguió un diseño no experimental en el que se recogió a su vez información transversal para alcanzar un nivel de profundidad suficiente, ya que no se manipuló intencionalmente las variables a estudiar las cuales se observaron en su medio natural. La fase descriptiva caracterizó la intencionalidad emprendedora y los factores psicológicos mientras que la de correlación analizó la posible relación entre las mismas basándose en la *Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen* (1991), en la Teoría de la *Autoeficacia de Bandura* (1997) y en el Modelo del Evento Emprendedor de *Shapero y Sokol* (1982). Por lo tanto, el estudio en sí no intenta establecer relaciones causales sino más bien señalar correlación entre las variables investigadas, debido a que es de naturaleza transversal.

Se seleccionaron estudiantes de FAECO como población proveniente del Centro Regional Universitario de Coclé de la Universidad de Panamá, estableciendo un criterio el ser estudiantes activos. Tomando en cuenta estos criterios, un total de 44 estudiantes formó parte de la muestra, y se seleccionaron a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Si bien este procedimiento limita la generalización del resultado, es una estrategia válida en investigaciones descriptivas y exploratorias en comportamiento organizacional y emprendimiento.

Los datos se recogieron a través de un cuestionario estructurado diseñado con base en los modelos teóricos más relevantes en relación con la intención emprendedora y los factores psicosociales. Del instrumento se desprenden preguntas de tipo sociodemográficas y afirmaciones relacionadas con la autoeficacia emprendedora, motivación del logro, tolerancia al riesgo y apoyo social percibido, utilizando una escala tipo Likert de cinco categorías, lo que permitió el análisis estadístico de la

información. La variable dependiente fue la orientación emprendedora hacia la organización de negocios y las variables independientes consistieron en los cuatro factores psicológicos sociales mencionados.

La inscripción del cuestionario fue presencial a través de un formulario electrónico. Antes de la participación, los individuos fueron informados sobre los fines del estudio y se les solicitó que otorgaran su consentimiento informado. Luego se depuraron, codificaron y analizaron los datos con estadística descriptiva e inferencial. La investigación cumplió con los principios éticos de voluntariedad, confidencialidad, anonimato, beneficencia, no maleficencia e integridad científica sin dar acceso a terceros a la información y asegurando que la información sólo fue utilizada con fines académicos-científicos.

## **CONCLUSIÓN**

El trabajo muestra que la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Administración y Contabilidad (FAECO-Coclé) se revela como un fenómeno multidimensional, influenciado por los aspectos cognitivos, psicológicos y sociales. Se reporta una percepción positiva en variables como la autoeficacia para planear y organizar un proyecto de negocio, la motivación para lograr, la perseverancia ante las dificultades, la voluntad de tomar riesgos moderados, y el apoyo recibido de la familia y de los amigos. En este sentido, los resultados parecen apuntar a la configuración de un contexto favorable a la generación de la cultura emprendedora en el ámbito universitario.

Pero una interpretación crítica de los hallazgos indica que tener alta intención emprendedora no es garantía de poseer las competencias necesarias para hacer bien las cosas. La aportación central del estudio es, precisamente, que pone de manifiesto una contradicción entre la confianza exigida y la preparación real para ocuparse de la complejidad que ello implica. Aunque los alumnos declaran sentirse seguros de planificar sus proyectos, y confiados en su capacidad para superar las adversidades, son más inciertos cuando deben optar por las decisiones estratégicas en situaciones de información incompleta, rasgo característico justamente del mundo empresarial actual.

Este supuesto contrasentido invita a cuestionar uno de los supuestos más comunes en la educación emprendedora: que aumentar la motivación y la intención es un predictor suficiente para llevar a cabo la acción emprendedora. Los resultados indican que la intención es una condición necesaria, aunque no suficiente, para la creación de organizaciones empresariales sostenibles. Entre el deseo y la acción



median aprendizaje, experiencia, análisis, estrategia y juicio, gestión del riesgo, inteligencia emocional y recursos, aspectos que difícilmente se adquieren sólo mediante la enseñanza tradicional basada en contenidos conceptuales.

En esta misma línea también pone en evidencia una limitación de fondo en muchos programas universitarios de emprendimiento: el sesgo hacia una perspectiva centrada en la transmisión de conocimientos administrativos, más que en la generación de capacidades para operar en contextos de incertidumbre. La vida empresarial exige profesionales que puedan tomar decisiones con información incompleta, manejar los fracasos, adaptarse a los cambios constantes y aprender continuamente de la experiencia. Por consiguiente, la educación superior debe cambiar el énfasis del qué saber hacia el cómo saber hacer, hacia cómo saber decidir, y hacia cómo saber adaptarse. Los resultados muestran también que el apoyo familiar y social conforma un recurso clave para fortalecer la intención emprendedora, si bien no reemplaza la necesidad de la formación de capital profesional y redes empresariales especializadas. El apoyo emocional facilita la confianza al comienzo, no obstante, la sustentabilidad de una iniciativa se determina también por el acceso a mentorías, financiamiento, asesoría técnica, incubadoras, sistemas de innovación y espacios para vincularse con empresarios de trayectoria. Por lo tanto, desarrollar el capital social del emprendedor debería concebirse dentro de una óptica que vaya más allá de lo familiar y contemple relaciones estratégicas con agentes del sistema productivo.

Las conclusiones deben interpretarse con cautela desde el punto de vista metodológico debido al tamaño de la muestra, la predominancia de estudiantes jóvenes, y la naturaleza transversal del estudio, lo que impide generalizarse a la población. Por otra parte, como estudio con base en percepciones auto reportadas, no se podrán derivar relaciones de causa-efecto entre los factores psicosociales y la intención emprendedora, sino sólo identificar tendencias que deberán ser validadas a futuro mediante investigaciones con diseños longitudinales, muestras mayores y análisis multivariados que permitan interpretar la interacción entre las variables propuestas en el modelo teórico.

Por último, la contribución científica de esta investigación radica en mostrar que el auténtico reto de la educación emprendedora universitaria no era sólo aumentar la intencionalidad emprendedora, sino también promover la capacidad de convertir la intencionalidad en conducta emprendedora real. La formación universitaria en el siglo XXI no debería consistir simplemente en formar estudiantes con



aspiraciones empresariales, sino profesionales que puedan reconocer oportunidades, gestionar incertidumbre, aprender de la equivocación, trabajar en red y concebir organizaciones innovadoras, resilientes y sostenibles. En dicho enfoque la intención emprendedora deja de ser el punto final de formación universitaria para ser el punto inicial de un complejo proceso de desarrollo de capacidades empresariales, en donde la hibridación de competencias técnicas, psicológicas y sociales determinará, en definitiva, la posibilidad de convertir aspiraciones empresariales en proyectos empresariales con impacto económico y social perdurable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020).** Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100327. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>
- Ajzen, I. (1991).** The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bandura, A. (1997).** Self-efficacy: The exercise of control. Freeman.
- Becker, G. (1993).** Human capital. University of Chicago Press.
- Collins, C., Hanges, P., & Locke, E. (2004).** The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior. *Human Performance*, 17(1), 95–117. [https://doi.org/10.1207/s15327043hup1701\\_5](https://doi.org/10.1207/s15327043hup1701_5)
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015).** The impact of entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12119>
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017).** Entrepreneurship. McGraw-Hill.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000).** Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009).** Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>



- McClelland, D. (1961).** The achieving society. Van Nostrand.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019).** Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, and outcomes. *International Journal of Management Reviews*, 21(2), 180–202.  
<https://doi.org/10.1111/ijmr.12187>
- Sánchez-García, J. C., Hernández-Sánchez, B. R., & Ward, A. (2021).** Entrepreneurship education: State of the art. *Education Sciences*, 11(11), 660. <https://doi.org/10.3390/educsci11110660>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982).** The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Stewart, W., & Roth, P. (2001).** Risk propensity differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.145>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020).** The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922.  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- World Economic Forum. (2020).** The Future of Jobs Report 2020. World Economic Forum, Geneva.  
<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/>
- Yousaf, U., Ali, S. A., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2021).** From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: A sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*, 13(3), 364–380. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0133>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005).** The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.  
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>