

Educación para el emprendedurismo sociointercultural en la carrera de contaduría de la Universidad Autónoma Indígena de México

Education for socio-intercultural entrepreneurship in the accounting program at an intercultural university

Oswaldo de Jesús Vega Sandoval

Universidad Pedagógica del Estado de Sinaloa, México

 <https://ror.org/0308qj720>

osvalvs@hotmail.com

 <https://orcid.org/0009-0006-7503-1583>

José Guadalupe Vargas Hernández

Universidad LaSalle Bajío, México

 <https://ror.org/00vf1vw09>

jvargas2006@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-0938-4197>

Recepción: 09 Enero 2026

Aprobación: 05 Mayo 2026



Acceso abierto diamante

Resumen

En la carrera de Contaduría de la Unidad Los Mochis Universidad Autónoma Indígena de México se presenta la intención de una educación emprendedora, pero debido a su carácter intercultural, se encuentra en la disyuntiva de seguir los preceptos de las ciencias económico administrativas de corte individualista y capitalista o los de las nuevas tendencias del humanismo y la consideración de la diversidad cultural. La pregunta central es ¿Cuáles son las perspectivas de educación emprendedora en este contexto? El objetivo es analizar la educación para el emprendimiento en el programa de contaduría de la UAIM en la unidad mencionada, desde la perspectiva del emprendedurismo sociointercultural. A través de un estudio de corte etnográfico se encontró que: a pesar de que el curriculum busca formar agentes de cambio en sus comunidades con capacidades innovadoras y visión social, existen diversas barreras estructurales y culturales que limitan este alcance; coexisten dos visiones en el curriculum: por un lado el enfoque individualista/capitalista orientado al éxito económico y la eficiencia técnica y por otro el colectivista/humanista que valora el trabajo en equipo y la solidaridad; estos y otros aspectos motivaron a presentar la propuesta de educación para el emprendimiento sociointercultural.

Palabras clave: Emprendedurismo, Educación intercultural, Sociointerculturalidad, Contaduría, Universidad intercultural.

Abstract

The Accounting program at the Los Mochis campus of the Autonomous Indigenous University of Mexico (UNAM) aims to provide entrepreneurial education. However, due to its intercultural nature, it faces a dilemma: whether to follow the precepts of individualistic and capitalist economic and administrative sciences or those of newer trends in humanism and the consideration of cultural diversity. The central question is: What are the perspectives for entrepreneurial education in this context? The objective is

Declaración de intereses

Este trabajo se desarrolló durante el programa de Doctorado en Educación, Énfasis en Profesionalización Docente de la Universidad Pedagógica del Estado de Sinaloa como opción para obtención del grado.

to analyze entrepreneurship education in the accounting program at UAIM in the aforementioned unit, from the perspective of socio-intercultural entrepreneurship. An ethnographic study found that, although the curriculum seeks to train agents of change in their communities with innovative capacities and a social vision, various structural and cultural barriers limit this achievement. Two visions coexist in the curriculum: on the one hand, the individualistic/capitalist approach oriented towards economic success and technical efficiency, and on the other, the collectivist/humanist approach that values teamwork and solidarity. These and other aspects motivated the presentation of this proposal for education for socio-intercultural entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Intercultural education, Socio-interculturality, Accounting, Intercultural university.

Introducción

La Universidad Autónoma Indígena de México (UAIM) es una institución de educación superior de carácter intercultural, ofrece diferentes programas educativos que en su mayoría no son de corte culturalista, sino que se equiparan con programas similares de instituciones que no son interculturales. Tal es el caso del Programa de Contaduría que se ofrece tanto en la unidad Los Mochis como en Mochicahui.

La diferencia en estas unidades no solo es geográfica, los estudiantes en Los Mochis no se adscriben a ninguna etnia y no provienen de algún pueblo originario tal y como sucede en Mochicahui, donde se concentra la diversidad étnica y cultural de la Universidad.

Con el fin de promover la educación emprendedora en este programa y específicamente en la unidad Los Mochis se realizó un estudio que evidencia las dificultades, no solo del emprendedurismo en el contexto descrito, sino de la naturaleza del programa de contaduría en una universidad intercultural.

Para empezar el curriculum se basa en principios de una economía capitalista, descontextualizada y orientada a una sociedad individualista, que se ha matizado por la incorporación de temas de desarrollo humano y de interculturalidad que han permeado en la institución.

En la práctica, a pesar de buscar formar agentes de cambio en comunidades con capacidades innovadoras y visión social, existen diversas barreras estructurales y culturales que limitan este alcance; entre las dificultades para desarrollar una educación emprendedora se encuentran la falta de recursos de los estudiantes y de los propios docentes, el enfoque del programa orientado más a la formación de empleados ejecutivos que de empresarios, entre otras barreras.

Ante esta problemática la pregunta central de investigación fue ¿Cuáles son las dificultades de la educación emprendedora en el programa de Contaduría de la UAIM en la unidad Los Mochis?

El estudio se basa en la propuesta teórica de Guerra-García y Vargas-Hernández (2021) sobre una educación de emprendimiento sociointercultural que se pretende tenga alcances más allá de la Institución, pues se trata de cambiar el rol del emprendedor educado en teorías económicas que no le dan valor a las culturas y que evita el valor social, por el de un nuevo emprendedor que coadyuve al desarrollo y mejora de las condiciones sociales y económicas de las diferentes regiones en el mundo.

De aquí que el objetivo sea analizar la educación para el emprendimiento en el programa de contaduría de la UAIM desde la perspectiva del emprendedurismo sociointercultural.

La UAIM y el programa de contaduría

La UAIM surge como un proyecto educativo disruptivo en el panorama nacional, diseñado para atender a poblaciones históricamente marginadas bajo un enfoque que originalmente se llamó sociointercultural (Guerra-García y Meza-Hernández, 2015). Sin embargo, la implementación de programas tradicionalmente ligados a la lógica del capital y la administración técnica, como es la Licenciatura en Contaduría, plantea una tensión fascinante. ¿Cómo se concilia una disciplina basada en normas estandarizadas de información financiera con un modelo educativo que busca reivindicar el colectivismo y la diversidad étnica?

En la unidad Los Mochis, la formación de contadores se enfrenta al reto de desarrollar un perfil que, por un lado, satisfaga las demandas del mercado laboral —enfocado en el logro de objetivos, la eficiencia y la responsabilidad fiscal— y, por otro, mantenga una sensibilidad social. La educación emprendedora en este programa no se limita a la creación de empresas; se presenta como una herramienta de "emancipación".

A diferencia de las universidades tradicionales donde el emprendimiento suele ser individualista, en la UAIM se intenta integrar teorías de cooperación y desarrollo humano. Aparentemente no existe una contradicción intrínseca entre el éxito económico y el trabajo colaborativo. El emprendedor contable, en este contexto, no debe actuar de forma aislada, sino como parte de un equipo sólido que genere valor social.

Uno de los puntos más críticos en el análisis de este programa es la colisión cultural. Los estudiantes de la región suelen provenir de estructuras sociales colectivistas, donde la familia y el grupo prevalecen sobre el individuo. No obstante, el currículum de Contaduría está permeado por teorías económico-administrativas de origen occidental y carácter individualista.

Esta dualidad crea un fenómeno particular: el estudiante aprende el lenguaje del mercado (competitividad, privacidad, independencia) pero lo procesa a través de un filtro cultural de interdependencia. A pesar de esto, se observa una resistencia a la internacionalización. La falta de interés por el dominio de otras lenguas, como el inglés, y el arraigo a la economía local sugieren que el emprendimiento intercultural en la UAIM todavía se encuentra en una etapa de introspección regional más que de expansión global.

Por otro lado, la realidad social en Sinaloa impone límites pedagógicos. La falta de recursos económicos es el principal obstáculo para que la teoría del emprendimiento se convierta en práctica empresarial. La orientación de la carrera sigue siendo predominantemente ejecutiva, se forma al estudiante para ser un empleado eficiente que estabiliza negocios y minimiza riesgos fiscales, más que para ser un innovador que rompe esquemas.

Esto se refleja en las ferias de emprendimiento, donde las propuestas suelen ser tradicionales y de baja rentabilidad (como artesanías o productos locales). La innovación se ve frenada por la necesidad inmediata de supervivencia económica; los estudiantes buscan concluir sus estudios rápidamente para insertarse en el mercado laboral local y generar ingresos, postergando proyectos de emprendedurismo de mayor alcance.

La UAIM ha logrado insertar la semilla de la conciencia social en una profesión tan técnica como la Contaduría. Si bien el programa cumple con la formación de cuadros capaces de operar en el sistema contable vigente, su verdadero valor reside en la formación de gestores sociales. El egresado de la UAIM tiene el potencial de ser un puente entre las comunidades y los recursos gubernamentales, aplicando el rigor contable para el beneficio colectivo. El reto futuro será romper la barrera del financiamiento y la aversión al riesgo para que la interculturalidad no sea solo un bagaje teórico, sino el motor de una nueva forma de hacer negocios en el norte de México.

Emprededurismo

El emprendedurismo ha sido entendido desde las teorías económico administrativas, que tal y como lo había denunciado Sen (2014), han dejado de lado la perspectiva antropológica en relación con la sociedad, la cultura y la interculturalidad. En la práctica los emprendedores, y más los emprendedores internacionales se enfrentan a una diversidad de entendimientos, de idiomas y de repertorios culturales, que de manera incorrecta se les ha catalogado como dificultades.

El perfil del emprendedor actual está soportado por un gran apartado ideológico, una figura mítica producto del individualista, exitoso, visionario, único. En este aparato se encuentran los currículos de las instituciones de educación superior, que han dado forma a los ideales capitalistas. Sin embargo, aun sin dejar el capitalismo, otras formas de ser emprendedor son posibles, sobre todo aquellas que consideren a las culturas, sus relaciones y a las diversas sociedades del mundo actual.

El emprendimiento, menciona Oliva-Abarca (2018) “es una ideología o una cosmovisión particular orientada a la formación de oportunidades” (p. 2) y más en el plano internacional donde surgen con mayor intensidad los asuntos sociales y culturales.

El estudio del emprendimiento internacional es actual en las economías emergentes (Kiss, et al., 2012), el cual se trata de un proceso organizacional holístico que integra a la organización donde participan diversas culturas que participan oportunidades en el mercado internacional y generan valor (Dimitratos & Plakoyiannaki, 2003).

Propuesta de educación para el emprendedurismo socio-intercultural

La socio-interculturalidad en el emprendimiento y más en el emprendimiento internacional es un tema emergente (Guerra-García y Vargas-Hernández, 2021); aun cuando sí se ha explorado el emprendimiento social que en los países en desarrollo son apoyadas por quienes promueven cambios sociales en la política y en los medios para resolver problemas de desigualdad social, pobreza y sostenibilidad ambiental (Dey, 2006; Guilarte-Barinaga, et al., 2023), diferentes dinámicas intrasociales, intraculturales e interculturales caracterizan el entendimiento socio-intercultural necesario para el liderazgo empresarial.

Pero los emprendedurismos social y cultural se encuentran acotados, el estudio de la cultura difiere del de las relaciones interculturales y aún más, las empresas transnacionales trabajan en diversas sociedades donde conviven y se interrelacionan diversas culturas; tener un entendimiento de todo el contexto en el mundo globalizado es el reto del emprendedor socio-intercultural.

Para precisar el concepto socio-intercultural es necesario partir de Bourdieu (2007), quien concibe que la sociedad está estructurada con dos tipos de relaciones: las sociales, que son las de fuerza, y se refieren al valor de uso y de cambio, y que engloban, entrelazadas, otros tipos de relaciones como las de sentido, responsables de la organización de las relaciones de significado en la vida social; estas últimas, en su perspectiva, son las que constituyen la cultura.

La sociedad “se concibe como el conjunto de estructuras algo objetivas que organizan la distribución de los medios de producción y el poder entre individuos y grupos sociales, y que determinan las prácticas sociales, económicas y políticas” (García-Canclini, 2004, p. 32).

Por otro lado, la cultura es el resultado de las interacciones entre sociedad y naturaleza, a través de procesos sociales de producción material y espiritual. La cultura se manifiesta en el comportamiento de los seres humanos que pertenecen a la misma cultura (Sandoval-Forero, 2009). De hecho, los procesos culturales, intraculturales e interculturales son fenómenos que la dinámica de las sociedades no puede controlar; en otras palabras, la relación cultural entre pueblos como un acto equitativo, congruente, responsable y tolerante es una noble intención pero difícil de lograr. Además, interculturalidad es un concepto polisémico que ha adquirido diferentes significados y connotaciones, dependiendo del contexto y las políticas de cada Estado (Vargas-Hernández, et al., 2017).

Sobre esta base, se entiende que sociedad y cultura son dos conceptos interrelacionados de manera compleja. En una alusión a que la cultura también se refiere a un colectivo, en una sociedad existen culturas que se relacionan entre sí (interculturalidad), pero ninguna de ellas es estática y se modifican con el tiempo (intraculturalidad); aun así, hay fuerzas que afectan a todas las culturas (intrasocial) y que imprimen esa fuerza que menciona Bourdieu.

El concepto de socio-interculturalidad va más allá de las posturas culturalistas que dejan de lado el poder social, pero también de las posturas centradas en la economía, donde la cultura y sus relaciones son minimizadas. Se refiere a procesos que involucran una multitud de variables en continua interrelación entre sociedades y que ocurren en muchas situaciones de violenta oposición (Guerra-García, 2005, 2004).

La propuesta para la educación sociointercultural radica en estructurar las categorías de análisis de acuerdo con las macroesferas: en asuntos a) intrasociales, b) intraculturales e c) interculturales y con las microesferas en aspectos de género, clase y etnia.

El socio-interculturalismo trata de una relación dinámica de las sociedades interrelacionadas con sus respectivas culturas en un proceso complejo en búsqueda de una interacción justa de las culturas que coexisten y cohabitan en el mundo.

Como han argumentado Vargas-Hernández, et al. (2017), la noción de ciudadanía intercultural es crítica para el concepto de interculturalismo porque considera los derechos diferenciados de pequeños grupos y minorías de tal manera que se orientan a crear la cohesión social. Esta noción de ciudadanía intercultural diferenciada que se basa en los derechos individuales y colectivos de las culturas nativas se retoma en la socio-interculturalidad.

Es de hacer notar que la interculturalidad es solo un aspecto de la socio-interculturalidad; estudiar la realidad de forma exhaustiva a través de posturas culturalistas que se centran solo en la interculturalidad y minimizan los aspectos socioeconómicos y humanísticos puede llevar a conceptos ingenuos, distantes de lo que realmente sucede.

El socio-interculturalismo implícito en los regímenes de bienestar no debería ser un proceso institucionalizado de violencia intersocial estructural ejercida por estructuras nacionalistas monoculturales, hegemónicas, colonialistas, asimétricas y aculturadoras, sino, por el contrario, que favorezca la integración y asimilación de todas las culturas minoritarias de la sociedad a través del reconocimiento de sus derechos y el desarrollo de una agenda ciudadana multicultural y poliétnica que fomente la cohesión social (Vargas-Hernández, et al., 2017). De esta forma el emprendedor tiene la capacidad de percibir lo que ocurre en contextos complejos, a través de la perspectiva socio-intercultural.

En este emprendedurismo se rescata una bioética crítica, comprometida con el ser humano, con el mundo y la naturaleza; con la lucha para evitar la pobreza, con la búsqueda del bien común y la solidaridad (García-Aranjo, 2014). Se trata de una bioética intercultural decolonial de la que Martínez-Dueñas (2022), prefiere dejar en un concepto más amplio como lo es la ética.

El emprendimiento es la actitud que un individuo asume frente a objetivos para avanzar en nuevos proyectos, innovando o agregando valor a negocios, productos y servicios existentes;

...es el proceso de actuar sobre oportunidades inadvertidas, para crear un nuevo proceso o producto, que es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea y además es vista como el motor del crecimiento económico y una fuerza impulsora para la descentralización y reestructuración económica (Farayibi, 2015, como se citó en Vargas-Valdiviezo y Uttermann-Gallardo, 2020, p.709).

Los emprendedores en la ideología neoliberal, se relacionan con el éxito individual y con la competitividad como actitud y forma de vida. Esta ideología es producto de una amplia estructura pedagógica desarrollada por Instituciones de Educación Superior con una alta valoración a su figura; que se refuerza continuamente por los medios masivos de comunicación enfocados en la realización de ideales capitalistas (Oliva-Abarca, 2018). Debido a que es producto de una ideología inducida por un esfuerzo pedagógico mayúsculo con curriculums, libros, investigaciones, entre otros aspectos que han reforzado el perfil del emprendedor actual, entonces se piensa que otro perfil emprendedor también es posible. No el de los pocos individuos que de casi manera heroica logran ser emprendedores, sino el que parta del reconocimiento de las culturas y de las relaciones entre ellas, en contextos sociales más amplios, asuntos tratados por la antropología, más no de manera intensiva por las disciplinas económico-administrativas. La estrategia es el establecimiento de una nueva pedagogía para el emprendedor sociointercultural.

Las oportunidades de emprendimiento se perciben de manera diferente en diversas culturas, pero esto también depende de las oportunidades económicas que presenten las fuerzas sociales. La dinámica intercultural es un marco interpretativo relevante en cualquier dimensión del emprendimiento y da sentido al comportamiento propio de individuos y grupos, pero es insuficiente para explicar un fenómeno más amplio; de una manera más extensa, la dinámica socio-intercultural permite al emprendedor entender más a las sociedades donde se desenvuelven las culturas.

Aun cuando no existe una evidencia contundente que relacione la diversidad cultural y el emprendimiento, se puede asegurar que algunas culturas presentan más barreras al emprendimiento (Boudreaux, 2026); comportamientos emprendedores como la innovación, la toma de riesgos, el reconocimiento de oportunidades, la orientación al crecimiento, la explotación, son categorías que presentan diferencias según las culturas y las sociedades. Diversos factores estimulan o desalientan la actividad emprendedora en los diferentes países, regiones y culturas; lo mismo sucede con el emprendimiento y la economía social.

Hasta hoy el capitalismo ha promovido el individualismo como la única forma emprendedora, pero los beneficios para la sociedad no han sido óptimos; pero tampoco el colectivismo, característico de culturas y

grupos étnicos, ha mostrado efectividad emprendedora. La alternativa es que la combinación de individualismo y colectivismo puede promover la creación de ideas e innovaciones de mayor beneficio social (Chaverri-Chavez y Fernández-Sedano, 2023). De hecho existen elementos en las teorías administrativas que apuntan a eso; el trabajo en equipo, valorado pero difícil de sostener es un ejemplo de ello.

El emprendedor social está comprometido con la sociedad, guiado por prácticas innovadoras para resolver problemas sociales (Guilarte-Barinaga, et al., 2023), analiza los problemas de la sociedad, motiva a la población a cambiar la actitud hacia los mismos, ofrece soluciones innovadoras para ayudar a resolver problemas de diferente índole tales como la integración social y el desarrollo socioeconómico, a la par que alienta a los empresarios a asumir una mayor responsabilidad (Uribe-Toril et al., 2019).

Entre las definiciones más recientes de emprendedor social se encuentran la de Saebi et al. (2019) en la que argumentan que el emprendimiento social combina misiones sociales y económicas, buscando la sostenibilidad, la solidaridad y la innovación. Kruse, (2020) argumenta que las empresas sociales combinan una misión social con el deseo de generar ganancias financieras, además de ser innovadoras y asumir riesgos.

Con respecto al emprendimiento cultural, en la actualidad se pueden identificar dos perspectivas principales: 1) la primera centrada en las industrias culturales; en este sentido, la cultura se percibe como un sector, por lo que se tienen las industrias culturales y 2) la segunda considera la cultura como un aspecto de todos los sectores (Dobrevy y Ivanov, 2020).

Desde la primer perspectiva el emprendimiento cultural “se refiere a la creación, gestión y valoración de expresiones artísticas, autóctonas, ancestrales, patrimoniales, creativas, enmarcando complejidades y perspectivas humanas para su proyección” (Cuellar-Chavez, 2024, p. 1).

El emprendedor sociointercultural, en cambio, tiene una visión amplia de las sociedades en el mundo y de las relaciones entre las culturas que se encuentran inmersas en ellas. A la vez actúa en proyectos buscando una justicia distributiva al considerar las diferentes valoraciones que las culturas hacen de los objetos y de las actividades, desde un multiculturalismo liberal (Ocampo-Macías, 2022).

Los emprendedores socio-interculturales pueden comprender las dinámicas intraculturales, interculturales e intrasociales para tomar decisiones que beneficien individual, cultural y socialmente. Establecen una relación de respeto y diálogo con la diversidad de culturas que reconocen como un proceso de enriquecimiento complejo al colaborar en la promoción de valores relacionados con la pluralidad social y la diversidad de género, etnia, etc.

El emprendimiento socio-intercultural es una noción que trasciende la relación profesional entre individuos de diversas culturas, donde las interrelaciones de grupos interculturales desempeñan un papel relevante en las sociedades plurales y en los negocios y empresas interculturales.

A nivel macro, el emprendimiento socio-intercultural se enfrenta a los aspectos sociológicos y antropológicos ya mencionados en las dinámicas interculturales, intrasociales e intraculturales, pero a nivel micro considera las cuestiones de la identidad, el liderazgo, el empoderamiento, entre otras que son más de índole psicológico.

Desde la perspectiva de la sociointerculturalidad, el emprendedor no debe desobligarse de los problemas sociales argumentando que es responsabilidad de los gobiernos. El empleo, el ingreso, el ahorro, el desarrollo, entre otros temas de bienestar social son de interés y tienen prioridad en su agenda. Un emprendedor tiene la función de comprender las dinámicas socio-interculturales para incorporarlas a una visión y reforzar y revolucionar los patrones de creación y producción mediante la innovación, la invención o la demostración de una posibilidad técnica para diseñar, desarrollar y producir un producto nuevo o uno antiguo con un nuevo proceso, para proporcionar nuevas fuentes de materiales e insumos, nuevas formas organizativas, etc.; todo esto sin ninguna externalidad negativa (Duarte & Ruiz-Tibana, 2009).

Desde una perspectiva socio-intercultural, los emprendedores anticipan los problemas tomando en cuenta todos los posibles pros y contras previsibles, desde los diferentes puntos de vista que proveen las culturas. Se opone a aprovecharse de la gente y de los recursos pues la generación de riqueza se basa en su inteligencia y

creatividad. De igual forma busca la sostenibilidad financiera de la sociedad en la que interviene, evitando el ahogamiento crediticio.

Desde la sociointerculturalidad se analiza la diversidad de relaciones, las prácticas y actividades que se incrustan en pequeños grupos y colectivos sociales, comunidades, grupos étnicos, minorías y organizaciones sociales, culturas urbanas y subculturas, entre otros aspectos. Las iniciativas de diversidad están relacionadas con la inclusión de subgrupos culturales y pequeños grupos diferentes y divergentes no representados por la cultura mayoritaria, los cuales no están necesariamente involucrados en la búsqueda de ventajas competitivas y resultados más favorables.

Un factor relevante que clasifica el perfil del emprendedor es la sensibilidad socio-intercultural, capaz de comprender, apreciar y aceptar las diferencias culturales (Vásquez, et.al., 2014). Esta sensibilidad se enriquece con las tradiciones, costumbres, creencias, concepciones, valores y normas de cada sociedad en el lugar donde interactúa y está directamente conectada con las habilidades humanas de cada habitante. Pero también genera comprensión de las diferencias culturales en una sociedad más amplia donde las fuerzas económicas son ineludibles.

Las relaciones e interacciones socio-interculturales entre individuos de diversas culturas son un factor que impulsa la innovación, la creatividad, las actividades emprendedoras y una mayor capacidad para resolver problemas. Pero individualmente, el desarrollo emocional es una capacidad esencial del emprendedor para fortalecer su propia autoestima y autonomía moral, lo que le permite tomar las mejores decisiones entre varias opciones que requieren procesos de evaluación en términos de responsabilidad social y compromiso con la sostenibilidad global (Del Solar, 2010).

Practicar la comunicación socio-intercultural en los negocios internacionales es parte fundamental para lograr el éxito en los proyectos. Requiere una mente abierta, sin prejuicios ni paradigmas, la capacidad de adaptarse a diferentes entornos y contextos, y la habilidad de integrar grupos diferenciados y en diversidad, en comunidades plurales y con identidades inclusivas.

En la organización el emprendedor socio-intercultural fomenta el emprendimiento y la innovación aprovechando las diversas culturas, géneros, orígenes étnicos, perspectivas, etc., enfatiza valores éticos socio-interculturales como la tolerancia, la lealtad y la solidaridad. En la gestión del emprendimiento social, son cruciales las valoraciones de las especificidades de cada cultura (Zait, 2002).

La visión socio-intercultural del emprendimiento se basa en el análisis de las prácticas sociales de diversas culturas. Desde esta perspectiva las características culturales favorecen, no impiden el desarrollo (Sen, 2014). Por ejemplo, en el caso del pueblo mexicano la consideración de que las culturas indígenas son un lastre para el desarrollo es una conceptualización anacrónica y más bien prejuiciosa. La valoración de la diversidad étnica y cultural de este país pudiera haber dado mejores resultados en riqueza y bienestar a largo plazo.

La gestión emprendedora socio-intercultural va más allá de la conciencia; implica el uso de diferentes enfoques, una comprensión y el respeto en las interacciones hacia las diferencias, ajustando comportamientos y actitudes dentro de diversas culturas en contextos globales e internacionales (García-Morato, 2014).

El emprendimiento socio-intercultural es una perspectiva que reconoce características socio-interculturales, como la dimensión cultural de la distancia del poder entre el emprendedor y sus seguidores, y las relaciones interpersonales que tiende a promover la innovación. Se refiere al diseño, creación y desarrollo de negocios que implican interacciones e interrelaciones entre personas de diversas culturas, pero considerando las fuerzas sociales. Permite la autoconciencia y salir del cómodo marco de referencia cultural, obteniendo una mayor perspectiva sobre los problemas y evitando las luchas internas y los conflictos externos. Su desarrollo requiere autoconciencia para un cambio de marco de referencias y rutinas en el sentido de pensar "fuera de la caja" basado en la creatividad y la innovación.

En el enfoque del emprendimiento socio-intercultural se examinan las variables de los entornos sociales y culturales que influyen en el comportamiento y la personalidad del emprendedor, incluyendo los procesos de

pensamiento y emocionales en las interrelaciones, contactos y conexiones con otras personas y grupos sociales de los que forma parte. Algunas de estas variables son el género, la etnia, la religión, la clase social, etc.

Opera a nivel macro en las esferas económica, social, política y cultural, al mismo tiempo que a nivel micro en las interrelaciones de género, clase y etnia. Este es un enfoque multidimensional de la diversidad de clases sociales, la cultura popular, las herramientas tecnológicas, la pobreza y los problemas de la humanidad según Guerra-García, (2004).

El socio-interculturalismo es la fuente para derivar principios que combinan lo social, lo tecnológico y lo económico frente a la diversidad, a través de la voluntad y el desempeño de cada actor, individual o colectivo. El sentido de la acción individual y colectiva que los actores sociales construyen a partir de amplios atributos delimita las identidades individuales y comunitarias (Vargas-Hernández, 2005).

Este tipo de emprendimiento facilita que las personas consideren múltiples puntos de vista y desafíos para aprender a través de interacciones comunicativas sobre otras culturas y evitar los obstáculos de una perspectiva etnocéntrica. Es una vía bidireccional para compartir la carga de las comunicaciones y la responsabilidad de la conciencia cultural para adaptarse a las prácticas culturales.

El socio-interculturalismo de los emprendedores involucra a otras personas con culturas diversas que ayudan a lograr los objetivos de emprender negocios en otros países, motivados a aprender de otras culturas más allá de aquellas con las que se comparte el idioma que facilita la comunicación.

Marco metodológico

El método utilizado es el etnográfico que ha encontrado en el terreno educativo un espacio de resignificación fundamental. En el ámbito escolar, la etnografía no se limita a describir lo que sucede en el aula; se convierte en una herramienta crítica para desentrañar la trama de significados, jerarquías y resistencias que constituyen la vida cotidiana de las instituciones. Se trata de un método que trata de tomar una postura holística, de tener una visión lo más amplia posible del fenómeno en el contexto donde se investiga, tomando en cuenta su complejidad, sin restricciones a variables o categorías que incluso pueden surgir a posteriori, que se basa principalmente en la observación participante y que informa sobre los sujetos estudiados (Guerra-García, et al., 2025).

Se aprovechó el hecho de que uno de los autores ha trabajado en esta institución por más de diez años y ha logrado realizar un largo trabajo de campo que permitió reunir suficiente información, analizarla y presentar una historia congruente de lo que sucede.

Este trabajo etnográfico apunta a una descripción densa, permitiendo que el investigador se sumerja en la cotidianidad del centro educativo para entender cómo los sujetos, docentes y estudiantes en este caso interpretan su propia realidad.

El pilar de la etnografía educativa es la observación participante. El investigador no es un ente externo que mira a través de un cristal, sino un actor que convive en el patio, el aula y el consejo técnico. Esta estancia prolongada busca romper la "ceguera de la cotidianidad": aquello que por repetitivo parece natural; se trata de una construcción social cargada de significado político y pedagógico. El trabajo consistió en observar de modo continuo y sistemático a estudiantes y profesores, en este caso del programa de contaduría de la UAIM en la Unidad Los Mochis, no como espectadores, ya que la observación participante pone énfasis en la experiencia vivida por los investigadores (Retegui, 2020). Los resultados son un resumen de las observaciones de los últimos cinco años.

Específicamente se siguió al programa sabatino conocido en la Institución para hombres y mujeres que trabajan. Durante los cinco años, se logró observar el trabajo de más de 35 docentes, de los que 20 han permanecido en la institución, 7 profesores de tiempo completo, 8 supernumerarios y el resto por honorarios. La mayoría de los estudiantes se encontraba a la vez trabajando, un 50% de ellos en el área contable

administrativa y el resto se desempeñaba como obreros, empleados y algunos con posiciones de mandos intermedios y directivos. Sólo se estudió la unidad Los Mochis.

Se utilizó la triangulación, lo que los actores (profesores y estudiantes) dicen, lo que hacen y lo que los documentos prescriben. De esta manera se ponen en claro las contradicciones a la vez que se refuerzan los argumentos (Okuda-Benavides y Gómez-Restrepo, 2005).

Resultados

Educación emprendedora

Para los docentes la educación emprendedora debe orientarse a brindar al estudiante, las capacidades e instrumentos para que sea una agente de cambio en sus comunidades y en general promueva el desarrollo económico y social. Esta aspiración se convierte en un reto pues la realidad social es aplastante; la emancipación de los jóvenes se ve truncada por las realidades cotidianas sobre todo por la falta de recursos.

La idea es generar un perfil que permita la acción emprendedora: a) enfocado al logro de objetivos y metas, b) autoconfianza, c) perseverancia, d) dedicación, e) Responsabilidad, f) iniciativa, g) convicción, h) innovador, i) creativo, j) entendimiento del mercado y de las oportunidades, k) visionario y soñador, entre otras (Gutiérrez-Montoya, 2011)

Sin contradicción el emprendimiento individualista con las teorías de cooperación y desarrollo humano.

Para los docentes de la licenciatura en contaduría de la UAIM en la unidad Los Mochis es necesario promover una educación para que los estudiantes desarrollen un emprendimiento que los lleve al éxito económico lo que concuerda con la ideología capitalista. Sin embargo también conceden cierta importancia al trabajo en equipo y colaborativo. Tal y como lo menciona uno de los docentes “creo que para el emprendedurismo se requiere liderazgo, pero el líder no debe estar solo, sino emprender con un equipo de trabajo sólido” (Docente 1, Los Mochis, Sinaloa, 20 de enero de 2026).

De hecho el curriculum en la carrera ofrece criterios tanto del emprendedurismo individualista como de teorías humanistas que incorporan la cooperación y las relaciones humanas y en la mayoría de los casos se piensa que no existen contradicciones. “No hay contradicción en el desarrollo de negocios individuales y la cooperación que debe darse entre competidores, clientes y empleados” (Docente 2, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026).

“El concepto del emprendimiento ha ido cambiando con el tiempo, desde una visión individualista hasta la integración de teorías de cooperación y las más recientes de desarrollo humano” (Docente 3, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026). Si bien el emprendedor es un agente de cambio que actúa con autonomía (dimensión individual), a través del desarrollo humano se incluyen ahora esquemas de solidaridad y la creación de valor social (Orellana-Zambrano y Martínez-deLejarza, 2013).

Colectivistas o individualistas

Los estudiantes pertenecen a una cultura mexicana de carácter colectivista, la familia, el grupo de amigos y sus relaciones sociales prevalecen sobre las decisiones individuales; en este sentido los estudiantes a través del curriculum entienden el pensamiento individualista plasmado en las teorías económico administrativas.

En las culturas individualistas, las personas se preocupan únicamente por sí mismas y posteriormente por su familia inmediata, buscan diferenciarse de los demás. Además existe una necesidad de privacidad. En las culturas colectivistas, las personas pertenecen a grupos y prefieren adaptarse a las normas adoptadas por los demás en lugar de diferenciarse. En las culturas individualistas, la persona es vista como independiente. En las culturas colectivistas, los individuos dependen fundamentalmente unos de otros (Radziszewska, 2014).

Emprendedurismo y diversidad étnica

Para la mayoría de los docentes (80%) la vocación emprendedora no está vinculada con las culturas y las etnias, más sin embargo si se requiere entenderlas para mejorar las relaciones interculturales en los negocios. “En la UAIM hay estudiantes que provienen de diferentes grupos étnicos, algunos de ellos han mostrado una capacidad sobresaliente para la generación de negocios” (Docente 3, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026). Esto concuerda con diversos estudios como los de Boudreaux (2026), en los que demuestra que la relación entre emprendedurismo y diversidad étnica es mucho más compleja de lo que los estudios racistas han presentado.

“Las oportunidades en sus comunidades ofrecen alternativas de negocio y de desarrollo, por ejemplo estudiante de Oaxaca han emprendido negocios de distribución de café y de venta de artesanías en mininegocios al interior de la UAIM” (Docente 4, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026). Esto último se refiere más bien al emprendedurismo cultural.

Emprendedurismo e internacionalización

Para los docentes es difícil promover negocios de carácter internacional entre los estudiantes que básicamente viven en comunidades que no ofrecen suficientes recursos. Su orientación se divide entre educarlos como empleados en empresas y con menos esperanza como emprendedores. “la orientación de la carrera no es precisamente la administración de empresas, sino la contabilidad, que desde la profesión se ejerce más como ejecutivo que como emprendedor” (Docente 6, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026), “emprender un negocio se requieren recursos, los mismos maestros no hemos podido emprender un negocio rentable” (Docente 7, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026). Debido a que los problemas de internacionalizar la empresa se relacionan con barreras tanto internas como externas, entre las que sobresale el financiamiento de las operaciones, implica conocimientos que van más allá de una licenciatura.

Los estudiantes perciben que además de una educación emprendedora, requieren tener experiencia laboral para entender más lo que es una empresa antes de pensar en poner algún negocio y definirse como empresarios.

Interés por otras culturas

En realidad los estudiantes, aun cuando pertenecen a una universidad indígena, por estar en la unidad Los Mochis, no pertenecen a ninguno de los pueblos originales. Llevan algunos cursos de *yoremnokki* pero solo lo aprenden como un bagaje cultural sin que lo vinculen a alguna necesidad emprendedora. De igual manera el inglés no es de gran interés para ellos y es la evidencia más fuerte de su falta de intención para realizar emprendimientos de largo alcance. “A pesar de estar en una universidad de carácter intercultural, los estudiantes no muestran un genuino interés por conocer otras culturas, sus aspiraciones se limitan a participar en negocios locales” (Docente 4, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026).

Emprendedurismo intercultural

Los profesores piensan que la formación en interculturalidad de los estudiantes les puede abrir puertas en un futuro ya que pudieran ser más sensibles y entender la identidad de las personas. “Debido a que los estudiantes están expuestos a convivir con otros estudiantes que vienen de diversas culturas del país, adquieren mucha apertura al entendimiento” (Docente 9, Los Mochis, Sinaloa, 23 de enero de 2026). Aquí es necesario aclarar que aun cuando la carrera de contaduría forme parte del programa hombres y mujeres que trabajan, eventualmente conviven con los *yoremes*, primero porque llevan una asignatura de lengua materna y conviven con profesores indígenas y segundo porque en Mochicahui, que es donde se encuentra otra unidad de la UAIM se imparte también esta carrera para estudiantes indígenas. Rodríguez-Mahecha mencionan que la educación

intercultural “contribuye al fortalecimiento emocional, organizacional y productivo de emprendedores pertenecientes a economías populares, en contextos marcados por desigualdad estructural y limitaciones de acceso a oportunidades laborales” (p. 115). Los estudiantes aprenden a través de la estancia en esta universidad intercultural, primero a que existen diversos contextos a considerar y que las teorías económico administrativas tienden a estar descontextualizadas, además que las culturas importan aun cuando sean minorías. A pesar de esto, los estudiantes preferirían trabajar en empresas locales que aventurarse a conocer otros países con otras lenguas y culturas, el motivo principal es económico, ya que requieren terminar sus estudios lo más rápido posible para comenzar a gana dinero. Formarse como emprendedores interculturales llevaría más tiempo.

Innovación en los estudiantes

Según los docentes, ha sido difícil encontrar propuestas innovadoras en los ensayos de emprendedurismo en los estudiantes. “en las diferentes ferias de emprendedores siempre proponen la comercialización de conservas, artesanías y productos de su localidad, con enfoques muy limitados y poco rentables, hay poca creatividad empresarial” (Docente 2, Los Mochis, Sinaloa, 21 de enero de 2026). “Nos interesa aprender lo que ya está establecido y es difícil aun para nosotros los maestros adelantarnos a la dinámica económica innovando o estar en la frontera de las nuevas tendencias” (Docente 7, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026).

Reconocimiento de oportunidades

La filosofía de la educación para la contaduría es el estudio de lo que ya se encuentra establecido en materia contable en las empresas y el aprendizaje que se da en los cambios, sobre todo anuales en política fiscal. Considerando que el emprendedor es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha (Hidalgo Proaño, 2015), habría que determinar que competencias debería desarrollar en un ambiente intercultural. Para el caso de la UAIM “El reconocimiento de oportunidades de negocio no se encuentra en el perfil del egresado, aun cuando sería deseable” ” (Docente 6, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026). De igual forma pudiera haber un reconocimiento de negocios potenciales pero el problema de la capacidad de inversión siempre se encuentra presente. Sin embargo, los negocios potenciales implican un riesgo que se trata de evitar. “El contador trata más bien de estabilizar los negocios y minimizar el riesgo” (Docente 8, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026).

Economías solidarias y alternativas

Tanto estudiantes como profesores no son muy proclives a desarrollar esquemas de economía solidaria, economía indígena y demás opciones alternativas a los sistemas económicos dominantes, a pesar de estar en una universidad de carácter intercultural. Más bien desean profundizar en los sistemas contables de uso común en las empresas “No ven que el uso de esas ideas económicas alternativas tengan un beneficio inmediato” (Docente 4, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026).

Gestoría social para las comunidades

Los estudiantes que no viven en la ciudad y que viven en las comunidades observan un área de oportunidad en la gestoría social, algunos ya han aplicado para obtener recursos gubernamentales para proyectos específicos en sus comunidades. Aun cuando muchos de estos recursos financieros no contemplan los honorarios de quien los promueve, buscan estrategias para obtener alguna ganancia de los mismos a la par que impulsan un beneficio social.

En este sentido hay una tradición en la UAIM por la gestoría social por medio del cual se desarrolla en los estudiantes un espíritu emprendedor para generar un cambio social en sus comunidades, quienes desarrollan destrezas para organizar las comunidades para el desarrollo de proyectos.

Emprendedurismo social

A pesar de que son conocidos muchos problemas sociales de la localidad tales como la falta de empleo, el desarrollo de cadenas productivas, el estancamiento industrial, entre muchos otros, los empresarios locales no muestran una vocación social, más bien tratan de sobrevivir en un ambiente económico adverso. De igual forma tanto estudiantes como profesores no orientan sus esfuerzos a los problemas sociales, su enfoque es hacia la solución de problemas empresariales. “aun cuando es importante, el curriculum se orienta hacia las empresas y no a la sociedad” (Docente 8, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026).

Emprendedurismo cultural

A pesar de que el contexto es intercultural, no hay orientación para el desarrollo de empresas culturales, al menos no existe esa distinción. Es difícil tener ingresos en las empresas culturales, los profesores piensan que eso es más bien de interés gubernamental o de empresarios de gran escala que queda fuera del alcance del curriculum universitario. “Las empresas culturales son asuntos gubernamentales, la presentación de una orquesta, o un valet de danza clásica, son eventos de mucho riesgo y quizá de pérdida económica, al menos aquí en Los Mochis” (Docente 9, Los Mochis, Sinaloa, 22 de enero de 2026). “La promoción de la cultura yoreme es interesante, pero difícilmente se vive de eso y ganas algo de dinero” (Docente 10. Los Mochis, Sinaloa, 25 de enero de 2026).

Conclusiones

En esta investigación se analizó la percepción de docentes y la realidad académica de la licenciatura en Contaduría de la UAIM respecto al emprendimiento. A pesar de que el curriculum busca formar agentes de cambio en sus comunidades con capacidades innovadoras y visión social, existen diversas barreras estructurales y culturales que limitan este alcance.

Los docentes buscan fomentar un perfil basado en la autoconfianza, la perseverancia y la creatividad. Sin embargo coexisten dos visiones que aparentemente están encontradas, aun cuando más bien se pudiera tener un entendimiento dual: Por un lado el enfoque individualista/capitalista orientado al éxito económico y la eficiencia técnica; por otro el colectivista/humanista que valora el trabajo en equipo y la solidaridad.

El camino hacia el emprendimiento en la carrera de contaduría en la UAIM enfrenta obstáculos severos: a) falta de recursos: La precariedad económica de los estudiantes (y de los propios docentes) trunca la posibilidad de iniciar negocios rentables o de gran escala; b) El Enfoque de la carrera de contaduría que se orienta más a la formación de empleados ejecutivos que de empresarios, priorizando la estabilidad y la minimización de riesgos sobre la innovación y c) la falta de innovación, las propuestas estudiantiles suelen limitarse a sectores tradicionales (artesanías, conservas) con baja rentabilidad.

Aunque la UAIM es una universidad intercultural, el interés de los estudiantes de Contaduría de Los Mochis por otras lenguas o por mercados internacionales es bajo. El emprendimiento se percibe mayoritariamente como algo local. Sin embargo, se reconoce que la convivencia multicultural aporta una “apertura de entendimiento” que puede beneficiar las relaciones de negocios futuras.

Se encuentra que la gestoría social es una de las áreas con mayor éxito, donde los estudiantes actúan como enlaces para bajar recursos gubernamentales a sus comunidades, uniendo el beneficio social con la ganancia personal.

Existe un desinterés generalizado por el emprendimiento cultural, ya que se percibe como una actividad de alto riesgo económico que depende casi exclusivamente del gobierno.

La educación emprendedora en este contexto está marcada por una tensión entre la necesidad económica inmediata y la aspiración de cambio social. Los estudiantes de Contaduría de la UAIM priorizan graduarse rápido para trabajar en empresas establecidas, viendo el emprendimiento internacional o la economía solidaria como opciones lejanas o poco pragmáticas ante su realidad financiera.

Esta descripción de la educación emprendedora de la UAIM difiere de la expectativa generada por la propuesta de emprendimiento sociointercultural, pero así como se ha generado una pedagogía del emprendedurismo con base en las ideas neoliberales, el establecimiento de las premisas de un nuevo emprendedurismo sociointercultural se basan en el carácter propio de la UAIM.

Referencias

- Bourdieu, P. (2007). *El Sentido Práctico*. Siglo XXI.
- Boudreaux, Ch. (2026). Racial and ethnic differences in entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 28. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296326001098>
- Cuellar-Chaves, M. (2024). Una Mirada al emprendimiento cultural [A Look at Cultural Entrepreneurship]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1306>
- Chaverri-Chaves, P. y Fernández-Sedano, I. (2023). Individualismo y colectivismo cultural en relación con la desigualdad socioeconómica desde el enfoque de la psicología social evolutiva. *Ánfora*, 30(55), 105-141. <https://www.redalyc.org/journal/3578/357875874003/html/>
- Dimitratos, P. y Plakoyiannaki, E. (2003). Theoretical foundations of an international entrepreneurial culture. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(2), 187-215. <https://doi.org/10.1023/A:1023804318244>
- Del Solar, S. (2010). *Emprendedores en el aula. Guía para la formación en valores y habilidades sociales de docentes y jóvenes emprendedores*. Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo. <https://bibliotecadigital.mineduc.cl/handle/20.500.12365/18450>
- Dey, P. (2006). The rhetoric of social entrepreneurship: Paralogy and new language games in academic discourse. En C. Steyaert, D. Hjorth, (Eds.), *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements of Entrepreneurship* (pp. 121-144). Edward Elgar Publishing.
- Dobrev, N y Ivanov, S. (2020). Cultural entrepreneurship: a review of the literature. *Ourism & Management Studies*, 16(4), 2020, 23-34. DOI:<https://doi.org/10.18089/tms.2020.160402>
- Duarte, T., Y Ruiz-Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 3(43). DOI: <https://doi.org/10.22517/23447214.2275>
- García-Arango, G. A. (2014). Bioética, emprendimiento e innovación en el contexto latinoamericano *Revista Lasallista de Investigación*, 11(1), 110-118. <https://www.redalyc.org/pdf/695/69531554014.pdf>
- García-Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Gedisa.
- García-Morato (2014). *Gestión de la diversidad cultural en las empresas*. Fundación Bertelsmann.
- Guilarte-Barinaga, E., López-Pérez, M.V., Batista-Matamoros, C.R. y Andrade-Molina, C.D. (2023). El emprendimiento social en los ecosistemas económicos de América Latina. Alternativa en tiempos de crisis global. *Economía y Negocios*, 14(1), 56-68. <https://www.redalyc.org/journal/6955/695574854004/html/>
- Guerra-García, E. (2005). La Anerogogía de la Voluntad, propuesta educativa sociointercultural de la Universidad Autónoma Indígena de México. *Ra Ximhai*, 1(1), 15-38. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46110102.pdf>
- Guerra-García, E. (2004). La sociointerculturalidad y la educación indígena. En E. A. Sandoval-Forero y M. A. Baeza (Coords.). *Cuestión étnica, culturas, construcción de identidades* (pp. 115-138). Universidad Autónoma Indígena de México, Asociación Latinoamericana de Sociología y ediciones el Caracol. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/181255/Fleuri%202004%20-%20Intercultura%20y%20Educaci%C3%B3n%20-%20ALAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guerra-García, E., Guerra-Meza, O. y Viramontes-Olivas, O.A. (2025). Estudio de caso minietnográfico en educación. Propuesta metodológica interdisciplinaria. *Revista CoPaLa. Construyendo Paz Latinoamericana*, 10(21), 1-23. <https://www.redalyc.org/journal/6681/668180142010/html/>
- Guerra-García, E. y Meza-Hernández, M.E. (2015). La sociointerculturalidad, propuesta metodológica para el análisis de la diversidad cultural. El caso de la Universidad Autónoma Indígena de México. En C. Pech-

- Salvador y M. Rizo-García (Coords.) *Interculturalidad: miradas críticas* (pp. 33-52). Institut de la Comunicació. Universidad Autònoma de Barcelona. <https://bdigital.uvhm.edu.mx/wp-content/uploads/2020/06/interculturalidad.pdf>
- Guerra-García, E. G., y Vargas-Hernández, J. G. (2021). Socio-intercultural entrepreneurship: A case on a postgraduate program in economics and international business of an Indigenous university. En W. B. James, C. Cobanoglu, y M. Cavusoglu (Eds.). *Advances in global education and research* (pp. 1–14). USF M3 Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781955833042>
- Gutiérrez-Montoya, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: Educando para el futuro. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1(2), 49-68. <https://www.redalyc.org/pdf/5045/504550952004.pdf>
- Hidalgo Proaño, L. F. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>
- Kiss, A. N., Danis, W. N y Cavusgil, S. T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27 (2), 266-290. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902611000851>
- Kruse, P. (2020). Can There Only Be One?—An Empirical Comparison of Four Models on Social Entrepreneurial Intention Formation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 641-665. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00608-2>
- Martínez-Dueñas, W.A. (2022). ¿Es posible una bioética intercultural decolonial? *Revista Jangwa Pana*, 21(3), 174-175. <https://www.redalyc.org/journal/5880/588077486001/588077486001.pdf>
- Ocampo-Macías, C.D. (2022). Libertad y cultura: tendiendo un puente entre el liberalismo individualista y el multiculturalismo liberal. *Revista Filosofía UIS*, 21(1), 41-55. DOI: <https://doi.org/10.18273/revfil.v21n1-2022003>
- Orellana-Zambrano, W. E. y Martínez-deLejarza, J. (2013). Teorías de entrepreneurship y cooperativismo de trabajo asociado. Fundamentos teóricos y evidencias empíricas en la creación de CTA. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (78),11-33. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17429865003.pdf>
- Retegui, L.M. (2020). La observación participante en una redacción. Un caso de estudio. *La Trama de la Comunicación*, 24(2), 103-119. <https://www.redalyc.org/journal/3239/323964237006/html/>
- Sandoval Forero, E. A. (2009). Dimensión socioantropológica de la cultura. Controversias y *Concurrencias Latinoamericanas*, 1(1), 71-104. <https://www.redalyc.org/pdf/5886/588665429005.pdf>
- Sen A. (2014). ¿Cómo importa la cultura en el desarrollo? En A. Appadurai, A. Sen, García-Canclini, N., Reygadas, L., Nivón, E. y DeOliveira, J.P. (Edits.). *Diversidad cultural, desarrollo y cohesión social* (pp. 78-95). Ministerio de Cultura de Perú. https://letraslibres.com/wp-content/uploads/2016/05/pdf_art_9972_7641.pdf
- Oliva-Abarca, J. E. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Nova scientia*, 10(20). <https://www.redalyc.org/journal/2033/203358383022/html/>
- Okuda-Benavides, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Radziszewska, A. (2014). Intercultural dimensions of entrepreneurship. *Journal of Intercultural Management*, 6(2), 35–47. DOI:10.2478/joim-2014-0010
- Rodríguez-Mahecha, J.I. (2025). Educación intercultural para el emprendimiento consciente como estrategia de resiliencia organizacional. *Revista Electrónica Diálogos Educativos*, 47(22), 110-122. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/716500>

- Saebi, T., Foss, N. J., y Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45, 70-95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Uribe-Toril, J., De Pablo, J., Ruiz-Real, J. L. y Pires Manso, J. R. (2019). Literatura científica sobre emprendimiento social y su impacto en el ámbito iberoamericano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(3), 10-28. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161001/html/>
- Vargas-Hernández, J. G. (2005). Emergencia de la nueva cultura institucional: impacto en la transformación del escenario de la globalización económica. *Economía, Sociedad y Territorio*, 5 (17), 27-61. <https://www.redalyc.org/pdf/111/11101703.pdf>
- Vargas-Hernández, J. G., Guerra-García, E. y Valdez-Zepeda (2017). *La nueva gobernanza instrumental del estado de bienestar: transformaciones y retos*. Editorial Universitaria: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Guadalajara, Jalisco. https://sitioanterior.cucea.udg.mx/include/publicaciones/coorinv/pdf/NuevaGobernanza_LibroCompleto.pdf
- Vargas-Valdiviezo, M.A. y Uttermann-Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Vásquez, O., Fernández, M. y Álvarez, P. (2014) La aportación de los grados al desarrollo de la sensibilidad y competencia intercultural. Perspectiva comparada entre Trabajo Social y Psicología *Revista: Cuadernos de Trabajo Social*, 27 (2), 307-317. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_CUTS.2014.v27.n2.44679
- Zait, D. (2002). *Management intercultural. Valorizarea diferențelor culturale*, Editura Economică, București. https://www.researchgate.net/publication/266425468_Management_intercultural_Valorizarea_diferentelor_culturale

Información adicional

redalyc-journal-id: 6681



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=668184660013>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Osvaldo de Jesús Vega Sandoval,
José Guadalupe Vargas Hernández

**Educación para el emprendedurismo sociointercultural
en la carrera de contaduría de la Universidad Autónoma
Indígena de México**

**Education for socio-intercultural entrepreneurship in the
accounting program at an intercultural university**

Revista CoPaLa. Construyendo Paz Latinoamericana
vol. 11, núm. 24, p. 1, 2026
Red Construyendo Paz Latinoamericana, Colombia
editorial@redcopala.org

ISSN-E: 2500-8870

DOI: <https://doi.org/10.35600/25008870.2026.24.0441>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

**Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-
CompartirIgual 4.0 Internacional.**