

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXXI, Núm 4 OCTUBRE-DICIEMBRE, 2025

Revista de Ciencias Sociales

Cultura emprendedora en estudiantes universitarios de Ecuador: Análisis de sus conocimientos, habilidades y aspiraciones

Vélez López, Lorena Monserrate*

Vera Loor, Rosa Yesenia**

Álava Rosado, Derli Francisco***

Acosta de Mavárez, Ana Mercedes****

Resumen

La cultura emprendedora puede ser considerada como el conjunto de valores, actitudes y comportamientos que fomentan la creatividad y la capacidad de asumir riesgos, para llevar a cabo proyectos empresariales que permiten generar ingresos propios. El objetivo de esta investigación consiste en identificar los conocimientos, habilidades y aspiraciones que promueve la cultura emprendedora en estudiantes universitarios ecuatorianos. La metodología se basa en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño de campo, transeccional, no experimental. Se recopilaron datos a través de un cuestionario aplicado a una muestra de 106 estudiantes universitarios, seleccionados de forma no probabilística. Los resultados subrayan que, aunque los estudiantes muestran una fuerte inclinación hacia la idea del emprendimiento y reconocen la importancia del trabajo duro, expresan menos confianza con respecto a sus habilidades de gestión financiera y la capacidad percibida para iniciar un negocio. Se concluye en la importancia de contar con la cultura emprendedora que propicie conocimientos, habilidades y aspiración para favorecer que los estudiantes piensen en contribuir con la creación de nuevas empresas y empleos. Se recomienda desarrollar e implementar programas de formación en emprendimiento para fomentar los conocimientos y habilidades empresariales en los estudiantes en el marco de una cultura emprendedora.

Palabras clave: Emprendimiento; finanzas personales; espíritu empresarial; independencia económica; mentalidad emprendedora.

* Doctoranda en Derecho. Magíster en Derecho Constitucional. Magíster en Administración de Empresas, mención Emprendimiento e Innovación. Ingeniera en Contabilidad Pública y Auditoría CPA. Contador Público Autorizado. Abogada. Docente en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM) extensión Pedernales, Pedernales, Manabí, Ecuador. Miembro de la Comisión de Aseguramiento de la Calidad. E-mail: lorena.velez@uleam.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4972-2360>

** Doctoranda en Ciencias Sociales. Magíster en Contabilidad y Auditoría. Licenciada en Contabilidad y Auditoría. Docente de las Carreras de Administración de Empresas y Economía en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM) extensión Pedernales, Pedernales, Manabí, Ecuador. Presidenta de la Comisión de Aseguramiento de la Calidad ULEAM extensión Pedernales, Ecuador. E-mail: rosa.vera@uleam.edu.ec ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6107-9793>

*** Doctor en Ciencias Administrativas. Magíster en Contabilidad y Auditoría. Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Contador Público Autorizado. Decano de Extensión en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM) extensión Pedernales, Pedernales, Manabí, Ecuador. E-mail: derli.alava@uleam.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9906-5784>

**** Doctora en Ciencias Gerenciales. Postdoctora en Gerencia y Políticas Públicas. Magíster en Administración de Empresas. Economista. Profesora Investigadora del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales en la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. E-mail: anmavarez10@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7983-4531>

Entrepreneurial culture among university students in Ecuador: An analysis of their knowledge, skills, and aspirations

Abstract

Entrepreneurial culture can be considered the set of values, attitudes, and behaviors that foster creativity and the ability to take risks in order to carry out business projects that generate income. The objective of this research is to identify the knowledge, skills, and aspirations that entrepreneurial culture promotes among Ecuadorian university students. The methodology is based on a quantitative, descriptive approach with a non-experimental, cross-sectional field study design. Data were collected through a questionnaire administered to a non-probabilistic sample of 106 university students. The results highlight that, although students show a strong inclination toward the idea of entrepreneurship and recognize the importance of hard work, they express less confidence in their financial management skills and their perceived ability to start a business. The study concludes that it is important to cultivate an entrepreneurial culture that fosters knowledge, skills, and aspirations to encourage students to consider contributing to the creation of new businesses and jobs. It is recommended to develop and implement entrepreneurship training programs to foster business knowledge and skills in students within the framework of an entrepreneurial culture.

Keywords: Entrepreneurship; personal finance; entrepreneurial spirit; financial independence; entrepreneurial mindset.

Introducción

En la actualidad la cultura emprendedora se está volviendo cada vez más importante en las sociedades latinoamericanas, especialmente entre los estudiantes universitarios que buscan desarrollar nuevas e innovadoras ideas de negocios que les permitan su independencia financiera o, al menos, cubrir necesidades básicas, en un escenario caracterizado por tasas de desempleo juvenil significativamente altas, donde la creación de empleos es un desafío constante.

En este sentido, el emprendimiento no solo es una alternativa viable sino también una necesidad estratégica ante esa problemática, por cuanto coadyuva a la creación de plazas de trabajo en la mayoría de los países latinoamericanos y a su desarrollo económico y social (Gary y Lara, 2012; Herrera y Gutiérrez, 2014; Bucardo et al., 2015; Gutiérrez et al., 2017; Suárez et al., 2017; Villalobos et al., 2021; Al-Lawati et al., 2022).

En el marco de lo expuesto, las

universidades deben promover la educación para el emprendimiento como estrategia para afianzar un sistema universitario dinámico que favorezca la socialización del conocimiento empresarial y la creación de ecosistemas de emprendimientos para atender los retos socioeconómicos de la sociedad (Hernández y Sánchez, 2019; Silvia-Peralta et al., 2022; Mellado et al., 2023).

Por tanto, el fomento de una cultura emprendedora en los jóvenes universitarios es un factor de suma importancia para propiciar el desarrollo personal y el desarrollo de las capacidades empresariales, además que contribuye a la creación de ideas y la materialización de proyectos concretos de empresas que pueden aplicar al finalizar la universidad, pudiendo generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en su propio desarrollo profesional.

En este sentido, las universidades, ajustando sus modelos educativos y pedagógicos, pueden incorporar contenidos y actividades que fortalezcan la cultura

emprendedora como práctica colectiva y hábito de vida, a través de la enseñanza de metodologías basadas en proyectos empresariales e ideas de negocios que potencien la mentalidad empresarial, desarrollen las competencias de innovación y las habilidades emprendedoras (Borrayo et al., 2019; Al-Lawati et al., 2022; Morocho y Flores et al., 2023; Gálvez-Gamboa et al., 2024).

Al respecto, de acuerdo con Colther et al. (2020), es relevante la experiencia de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Austral de Chile al implementar un programa de fomento a la cultura del emprendimiento y el desarrollo de habilidades para emprender entre sus estudiantes de pregrado. Entre los logros alcanzados por el programa CEM, se destaca la implementación de una asignatura opcional de pregrado, accesible para cualquier estudiante de la universidad. A través de métodos lúdicos y participativos, se fomenta el desarrollo de habilidades y competencias para la creación de proyectos colaborativos y multidisciplinarios. La continuidad de esta materia en los últimos años ha sido posible gracias a la flexibilidad institucional y al apoyo financiero brindado por distintas fuentes, tanto a nivel nacional como internacional.

Del mismo modo, Vélez et al. (2020) analizaron la deseabilidad y la viabilidad percibida de las intenciones de emprendimiento considerando dos medidas alternativas de educación en emprendimiento como variables independientes. Para ello, revisaron la variable dependiente discreta a través de un modelo *Probit*, efectuando análisis estadístico sobre una muestra de estudiantes de negocios de cinco universidades de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Los resultados respaldan el modelo de eventos empresariales y muestran que tanto la viabilidad como la conveniencia percibida tienen un impacto positivo y significativo en las intenciones empresariales. La educación empresarial no sólo permite el desarrollo de habilidades empresariales y algunas habilidades prácticas de gestión, sino también una comprensión de las actitudes y valores asociados con el espíritu empresarial.

Fortalecer este espíritu emprendedor es importante de modo de preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo actual y el futuro, en donde la capacidad de emprender e innovar es cada vez más valorada. En consecuencia, es vital que las instituciones de educación superior promuevan activamente el espíritu emprendedor entre sus estudiantes y les brinden las herramientas y apoyo necesario para que puedan ejecutar sus ideas de manera efectiva y exitosa.

En palabras de Silvia-Peralta et al. (2022), el desarrollo de perfiles emprendedores en los estudiantes y las estrategias de enseñanza-aprendizaje, son las estrategias actuales más populares. La importancia de adaptar la educación a las necesidades del mundo laboral en que se vive, en donde el emprendimiento y la innovación son fundamentales, resulta pertinente para contribuir de manera efectiva a la formación de profesionales preparados para afrontar retos y aprovechar oportunidades del mundo empresarial actual.

Al respecto, Valenzuela-Keller et al. (2021) señalan que los estudiantes necesitan ser diagnosticados para establecer las estrategias que les permitieran desarrollar sus habilidades y competencias emprendedoras. Al identificar a cada estudiante de manera individual, se puede reconocer sus fortalezas y debilidades, permitiendo conocer más de cerca en que requiere atención y/o mejoras en términos de habilidades emprendedoras.

Finalmente, Maldonado-Sada et al. (2019); y, Casanova-Villalba et al. (2024), se refieren al modelo de añadir valor económico a los resultados de investigación de las universidades creando empresas *spin-off*. Las *spin-off* surgen del modelo de triple hélice (universidad, sector público y privado, donde la universidad genera conocimiento, la empresa el producto o servicio, y el Estado garantiza su estabilidad, intercambio y financiación de la investigación). Para esto es importante impulsar los resultados del I+D+i al mercado, capacitar a investigadores en emprendimiento y derechos de propiedad intelectual, incrementar la inversión en investigación privada, así como desarrollar políticas y condiciones económicas

en desarrollo, las habilidades de investigación y la transferencia tecnológica.

En el caso de Ecuador, se presenta un entorno propicio para la actividad emprendedora el cual se deriva de factores como la aptitud emprendedora, la educación, la apertura del mercado y las normas culturales y sociales. Según Salgado (2023), Ecuador destaca sobre otras naciones por cuanto registra una mejora significativa en el establecimiento de emprendimientos tempranos, concentrando la iniciativa emprendedora desde la consideración de la innovación, factores exógenos del escenario y la postura de la colectividad en la que se desenvuelve.

En ese contexto, y ante la carencia de oportunidades laborales, emerge la necesidad de inculcar en los universitarios una cultura emprendedora que les permita adquirir las cualidades, conocimiento y aptitudes esenciales para desarrollar y ejecutar proyectos empresariales que les concedan lograr independencia económica (Araya-Pizarro, 2021; Cantillo et al., 2021; Hernández-Chavarría y Lechuga-Nevárez, 2023). Esta perspectiva se plantea como una alternativa viable para generar opciones de empleos al culminar su formación universitaria. Por tanto, las Instituciones de Educación Superior (IES) deben incluir el desarrollo de una cultura emprendedora en sus planes educativos para brindar una educación integral.

Por lo enunciado anteriormente, explorar el tema de la cultura emprendedora es importante porque enriquece la comprensión del emprendimiento y permite diseñar programas educativos más efectivos, pragmáticos y que a su vez contribuyan al desarrollo económico sostenible (Echeverri-Sánchez et al., 2018). Además, fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes, abrirá la puerta hacia la creación de nuevos negocios y empleos, impactando positivamente en el crecimiento económico y el bienestar social en la economía local y nacional.

Asimismo, la investigación sobre cultura emprendedora en el ámbito universitario permite identificar las necesidades y demandas específicas de emprendimiento de

los estudiantes, lo que facilitaría la creación de programas educativos y de apoyo que promuevan su desarrollo integral como emprendedores. De esta manera, se contribuye a fortalecer la formación académica de los estudiantes y a potenciar sus oportunidades de inserción laboral y crecimiento personal.

En ese contexto, el objetivo de la presente investigación consiste en identificar los conocimientos, habilidades y aspiraciones que promueven la cultura emprendedora en estudiantes universitarios ecuatorianos. Los resultados podrán servir de guía para académicos, formuladores de políticas, instituciones educativas y emprendedores interesados en comprender la cultura emprendedora de estudiantes universitarios en Latinoamérica y, de manera particular, en Ecuador para diseñar programas educativos y políticas que fomenten el espíritu emprendedor entre esos jóvenes.

1. La cultura emprendedora en el contexto universitario

La cultura emprendedora se ha convertido en una herramienta fundamental que brinda a jóvenes universitarios las habilidades necesarias para crear sus propios negocios y generar ingresos de manera autónoma para alcanzar los objetivos que le brindan independencia económica. Al respecto, la cultura emprendedora no solo impulsa la capacidad en los estudiantes para generar riqueza, sino que también fomenta el desarrollo de habilidades como la creatividad, la autonomía, la innovación, el pensamiento crítico, la resiliencia y la toma de decisiones. Estas competencias son esenciales para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual, garantizar el éxito profesional de los jóvenes en un contexto cada vez más cambiante y competitivo, permitiendo idear soluciones innovadoras y tomar decisiones de forma independiente.

Adicionalmente, la cultura emprendedora es una forma de pensar y

de actuar que genera valores y actitudes propensas a suscitar, asumir e impulsar ideas y cambios (Pizarro et al., 2011); ella tiene que ver con la adopción de habilidades financieras y la comprensión de la gestión de recursos económicos (Tapia-Cárdenas et al., 2020); constituyéndose en la habilidad del hombre para crear nuevas ideas y modelos de negocios que permiten enfrentar la realidad actual en cuanto a nuevas necesidades de una sociedad o un mercado específico (Díez et al., 2023). Por tanto, se encuentra intrínsecamente ligada a la sociedad y se enfoca en la incorporación de valores, creencias, costumbres y actitudes que las personas adoptan a lo largo de sus vidas. En este proceso, el individuo establece empresas y consolida la actividad emprendedora como una contribución de índole social.

Asimismo, se puede considerar que la cultura emprendedora es el conjunto de normas, valores y prácticas que inspiran y respaldan la creación de nuevas empresas y la exploración de oportunidades comerciales, incluso en el seno de organizaciones existentes (Colther et al., 2020). En este sentido, viene a ser el ambiente social que reconoce el fracaso como un paso natural en el camino hacia el éxito, promoviendo la resiliencia y la disposición para aprender de los errores, destacando la importancia de promover la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ellos una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisiones ante el deseo de abrir una empresa (Hernández y Arano, 2015).

En general, la cultura emprendedora se define como un conjunto de valores, creencias, actitudes y comportamientos que fomentan y sustentan el emprendimiento dentro de una organización o comunidad educativa, actuando como un marco que influye en la percepción y disposición de los individuos hacia la innovación, la iniciativa, la tolerancia al riesgo y la adaptación al cambio, y que, además, promueve un entorno favorable para el desarrollo de actividades empresariales y el espíritu emprendedor. De esta forma, la cultura emprendedora en las instituciones educativas

se construye a través de la incorporación de valores y prácticas que incentivan a los estudiantes y docentes a pensar de manera proactiva, a asumir riesgos calculados y a valorar la innovación y la creatividad como pilares fundamentales del emprendimiento (Al-Lawati et al., 2022).

De igual manera, la cultura emprendedora promueve la colaboración y la formación de redes con otros emprendedores y profesionales, permitiendo a los estudiantes universitarios que participan en actividades emprendedoras establecer conexiones valiosas que pueden generar oportunidades económicas y de aprendizaje, contribuyendo así a generar nuevas fuentes de ingreso y a mejorar su independencia financiera.

Al promover una mentalidad emprendedora y facilitar las habilidades necesarias para la creación de empresas, la cultura emprendedora ayuda a crear empresarios exitosos y a alcanzar independencia económica, permitiendo a los individuos y comunidades ser más autosuficientes y resilientes ante las dificultades económicas.

De manera similar, son ingredientes esenciales en una cultura emprendedora la actitud, las habilidades empresariales, la capacidad de identificar, planificar, ejecutar y convertir los problemas en oportunidades, los cuales se ven afectados tanto por factores personales como por el nivel socioeconómico de los estudiantes universitarios, los cuales no solo influyen en sus circunstancias actuales, sino que también proyecta las perspectivas que tienen para el futuro, definiendo sus intenciones emprendedoras (Amador et al., 2020; Lloja et al., 2021).

En ese contexto, Al-Lawati et al. (2022) señala que la cultura emprendedora integra valores y creencias que fomentan la innovación, la iniciativa, la tolerancia al riesgo y la orientación al cambio; actitudes y mentalidades positivas para promover el emprendimiento, la creatividad y la perseverancia entre los estudiantes y docentes; prácticas y comportamientos (Guachimbosa et al., 2019) que apoyan la innovación, la colaboración y la toma de iniciativas

empresariales, así como la creación de redes de apoyo; normas y políticas institucionales que incentiven el emprendimiento y la innovación en las instituciones educativas; así como, un ambiente institucional o entorno que fomente la experimentación, el aprendizaje por experiencia y la colaboración entre diferentes actores de la comunidad educativa.

En su perspectiva, Hembuz et al. (2020) afirman que cuando los planes de estudio se enfocan en la enseñanza y el aprendizaje de habilidades emprendedoras, da lugar a innovaciones que impulsan el desarrollo económico y el crecimiento. Este enfoque en la enseñanza-aprendizaje no solo proyecta a los estudiantes a estar preparados para los desafíos que puedan presentársele en el mundo empresarial, sino que fomenta la generación de innovaciones que tienen un impacto positivo en la economía del país.

En ese contexto, como mencionan Arana et al. (2020) existe la necesidad de implementar medidas para estimular la creación de nuevas empresas, sugiriendo un mayor fomento del espíritu emprendedor, por ejemplo, a través de la asignación de créditos a pequeños empresarios. Asimismo, se plantea la idea de desarrollar nuevas capacitaciones que puedan impulsar avances tecnológicos en beneficio de los emprendedores emergentes, incluyendo a los estudiantes, mediante la provisión de intereses reducidos. Estas acciones podrían contribuir a la formación de una cultura emprendedora que promueva habilidades, aptitudes y actitudes para abordar de manera efectiva el desempleo, la escasez de alimentos y los problemas de seguridad.

En resumen, el ámbito universitario tiene un rol estratégico y central en la promoción de la cultura emprendedora, siendo necesario implementar políticas, diseñar programas y promover ambientes, que favorezcan el desarrollo de una mentalidad emprendedora entre los estudiantes y docentes, fomentando así la innovación y el emprendimiento en la sociedad.

2. Metodología

El estudio busca identificar los conocimientos, habilidades y aspiraciones, que promueven la cultura emprendedora en estudiantes universitarios ecuatorianos utilizando una metodología con enfoque cuantitativo, la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario tipo escala *Likert* aplicado a la población objeto de estudio, permitiendo una comprensión holística de las percepciones de los estudiantes hacia la cultura de emprendimiento.

El estudio consideró como población a los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas, Economía, Biología, Arquitectura, Agronegocios, Agropecuaria, Educación Inicial, Electromecánica, Gastronomía y Enfermería de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) extensión Pedernales en Ecuador, en el segundo periodo académico de 2023 asignado como 2023-2.

La población de estudio fue de 1.200 estudiantes, de la cual se extrajo una muestra no probabilística y por conveniencia de 106 estudiantes. De esa muestra el 29% (31) son de sexo masculino y el 71% (75) del sexo femenino. Asimismo, se consideró importante conocer la carrera que estaban cursando los estudiantes que participaron, de los cuales 15% pertenecen a la carrera de Administración de Empresas, el 12% Economía, el 7% Agropecuaria, el 1% Agronegocios, el 1% Biología, el 8% Turismo, el 13% Educación Inicial, el 14% Gastronomía, 13% Electromecánica, el 5% Arquitectura; y el 12% Enfermería.

Adicionalmente, con respecto a la edad, en dicho análisis se observó que el 35% de los encuestados oscila entre 18 y 20 años, el 27% tienen entre 21-23 años, el 16% tienen entre 24-26 años, el 8% entre 27-29 años, el 3% entre 36-38 años, el 1% entre 42-44 años; mientras el 3% entre 48-50 años.

Con respecto al instrumento aplicado para analizar la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios, el mismo estuvo conformado por 12 preguntas que exploran

aspectos clave sobre el espíritu empresarial, la autoconfianza y la preparación para emprender, para de esta manera comprender mejor cómo es la cultura emprendedora. Una vez elaborado el cuestionario se aplicó a través de la plataforma *Google Forms*, a la muestra aleatoria de estudiantes de las 11 carreras en la ULEAM extensión Pedernales en Ecuador.

El cuestionario aplicado siguió un diseño de preguntas estructuradas, en una escala de *Likert* con opciones como «Totalmente de acuerdo», «De acuerdo», «Totalmente en desacuerdo», «En desacuerdo» e «Indiferente». En las tablas se proporcionan las frecuencias absolutas (f), relativas (%), la media y la desviación estándar, lo que permite entender la distribución de las respuestas para cada ítem. El mismo fue validado por 3 expertos en el tema, permitiendo una comprensión holística de las actitudes y percepciones de los estudiantes hacia la cultura de emprendimiento. Esto proporcionó una base sólida para la formulación de estrategias efectivas y políticas educativas que puedan adaptarse a las necesidades específicas de los estudiantes de la ULEAM extensión Pedernales, Ecuador.

Las respuestas obtenidas se clasificaron y codificaron numéricamente para facilitar su procesamiento. Se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas para resumir y presentar los datos de manera comprensible, interpretando los resultados que identifican las principales conclusiones del estudio,

así como los factores que se incluyen en la cultura emprendedora de los estudiantes universitarios.

3. Resultados y discusión

3.1. Dimensiones de la cultura emprendedora

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en este estudio, destacando las percepciones identificadas que subrayan las dimensiones que fomentan la cultura empresarial en los estudiantes universitarios.

En la Tabla 1, se puede observar para el ítem 1 que el 46% de los encuestados manifestó “estar de acuerdo” y un 42% indicó estar “totalmente de acuerdo” que tienen el conocimiento y la capacidad de crear un negocio o emprendimiento. El 3% presentó una posición de que está “en desacuerdo” y el 1% “totalmente en desacuerdo”, representando una minoría significativa en comparación con los estudiantes que están de acuerdo. Sin embargo, es importante considerar las opiniones de aquellos que se muestran “indiferente” equivalente al 8% puesto que podrían tener diversas razones para no sentirse seguros o entusiasmados con la idea de emprender.

Tabla 1
Dimensiones de la cultura emprendedora: mentalidad emprendedora y creatividad, éxito y crecimiento personal y libertad financiera

Ítems	Escala											
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indiferente		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Tendencia	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Media	σ
Mentalidad emprendedora y creatividad												
1. ¿Considera usted que tiene el conocimiento y la capacidad de crear un negocio o emprendimiento?	45	42	49	46	8	8	1	1	3	3	4,19	0,80

Cont... Tabla 1

2. ¿Es usted una persona creativa e innovadora?	43	40	54	51	6	6	0	0	3	3	4,25	0,69
3. ¿Le gusta asumir riesgos? Percepción del éxito y crecimiento personal	45	42	50	47	8	8	1	1	2	2	4,19	0,77
4. ¿Cree que el éxito se puede alcanzar a través del esfuerzo y la dedicación?	86	81	19	18	1	1	0	0	0	0	4,80	0,42
5. ¿Está dispuesto a aprender y crecer constantemente?	83	78	22	21	1	1	0	0	0	0	4,77	0,44
6. ¿Piensa que la perseverancia es el éxito de todo emprendimiento? Libertad financiera e independencia económica	71	67	33	31	2	2	0	0	0	0	4,67	0,51
7. ¿Sabe cómo administrar el presupuesto?	35	33	49	46	19	18	0	0	3	3	3,93	0,79
8. ¿Es capaz de ahorrar dinero?	49	46	45	43	9	8	1	1	2	2	4,25	0,77
9. ¿Sabe cómo invertir su dinero?	31	29	45	43	20	19	1	1	9	8	3,82	0,93
10. ¿Busca formas de generar ingresos adicionales?	56	53	39	37	9	8	1	1	1	1	4,34	0,74
11. ¿Le gustaría tener un emprendimiento?	74	70	31	29	1	1	0	0	0	0	4,70	0,48
12. ¿Considera que con un emprendimiento puede generar más ingresos para mejorar su posición financiera?	63	59	39	37	4	4	0	0	0	0	4,59	0,56

Fuente: Elaboración propia, 2024.

El valor obtenido para la media fue de 4,19 lo que indica que la mayoría de los encuestados se siente con el conocimiento y la capacidad para emprender, lo cual es un indicador positivo para la cultura emprendedora. La desviación estándar fue de 0,80 indicando una mayor dispersión en las respuestas, significando que hay más diversidad de opiniones entre los encuestados.

En el ítem 2, se observa que el 51% de los estudiantes encuestados dijeron estar “de acuerdo” en considerarse creativos e innovadores, seguido de un 40% que dijeron “totalmente de acuerdo” con el tema, en conjunto un 91% tienen una percepción positiva sobre la creatividad e innovación, lo que indica un alto nivel de confianza en sus habilidades creativas e innovadoras. El 3% dijeron que están “en desacuerdo” lo que representa una minoría

en comparación con aquellos que están de acuerdo. Un 6% de los encuestados se mostró “indiferente”, reflejando razones por las cuales no se sienten seguros o entusiasmados con la idea de ser creativos e innovadores.

La media fue de 4,25 y la desviación de 0,69 indicando que casi la totalidad de los encuestados se percibe como creativo e innovador, un rasgo fundamental para el desarrollo de nuevas ideas y emprendimientos y existe consenso entre ellos. Al respecto, es esencial fomentar actitudes favorables hacia el emprendimiento como: Creatividad, innovación, autoconfianza y proactividad, para que los estudiantes desarrollen una mentalidad emprendedora y una disposición positiva hacia la creación de nuevas empresas (Padilla-Martínez et al., 2018; Al-Lawati et al., 2022). Por tanto, es de relevancia apoyar y promover

la creación de negocios y emprendimientos, brindando herramientas, recursos y oportunidades para que más personas puedan desarrollar sus ideas y convertirlas en proyectos exitosos.

En el ítem 3 se visualiza que el 47% de los estudiantes dijo estar “de acuerdo” que le gusta asumir riesgo, seguido del 42% que indicó estar “totalmente de acuerdo” ante la posición de asumir riesgos, denotando que el mayor porcentaje de los encuestados (89%) asume riesgos en diferentes aspectos de sus vidas, ya sea en el ámbito académico, profesional o personal. El 2% está “en desacuerdo”; mientras que el 8% indicó ser “indiferente” al tema. La media es de 4,19 revelando que la mayoría de los encuestados muestra una inclinación a asumir riesgos, lo cual es vital en el mundo del emprendimiento, donde la incertidumbre es una constante. Al promover valores como la resiliencia y la toma de riesgos, la cultura emprendedora motiva a las personas a buscar oportunidades que puedan traducirse en estabilidad y crecimiento económico personal (Al-Lawati et al., 2022).

En el ítem 4 el 81% de los encuestados afirmó que está “totalmente de acuerdo” ante el hecho de considerar que el éxito se puede alcanzar a través del esfuerzo y la dedicación, seguido del 18% que dijo que está “de acuerdo”, esto indica una convicción muy arraigada en la importancia del esfuerzo y la dedicación para lograr el éxito en 99% de los encuestados; mientras que solo el 1% se mostró “indiferente”. La media se ubicó en 4,80 y la desviación estándar en 0,42, reflejando que existe una convicción casi unánime de que el esfuerzo y la dedicación son clave para el éxito, una mentalidad esencial para la perseverancia en el emprendimiento.

En el ítem 5, se observa que el 78% de los estudiantes afirmó que está “totalmente de acuerdo” con la idea de aprender y crecer constantemente mostrando un compromiso con el desarrollo personal y profesional. El 21% dijo que está “de acuerdo” en lo consultado respaldando la importancia que se le da a este aspecto; mientras solo un 1% se mostró “indiferente” en cuanto al tema, lo que indica

que la mayoría de los encuestados valoran el aprendizaje continuo y el crecimiento personal como un aspecto fundamental en sus vidas.

La media se ubicó en 4,77 señalando que la disposición al aprendizaje continuo es muy alta, lo que indica una adaptabilidad y una búsqueda de mejora constante, características valiosas para los emprendedores. En el mundo del emprendimiento, las cosas cambian rápidamente y es fundamental estar en constante aprendizaje para mantenerse actualizado y competitivo.

El desarrollo de habilidades emprendedoras en las instituciones educativas impacta positivamente en la intención emprendedora, en la formación de una cultura emprendedora sólida y en el impulso de competencias clave que facilitan el proceso de creación y gestión de nuevas empresas (Amador et al., 2020; Al-Lawati et al., 2022). Por tanto, aprender nuevas habilidades, adquirir conocimientos sobre diferentes aspectos del negocio y estar al tanto de las últimas tendencias del mercado, son elementos esenciales para el éxito de cualquier emprendedor (Sung y Duarte, 2019).

En el ítem 6 el 31% de los estudiantes encuestados indicó que “está de acuerdo” y por ende considera que la perseverancia es el éxito de todo emprendimiento. El 67% manifestó estar “totalmente de acuerdo” en lo consultado, lo que respalda con mayor énfasis que la perseverancia es importante para el éxito emprendedor; mientras que el 2% se mostró “indiferente” en el tema, mostrando que la mayoría de los encuestados valoran la perseverancia como un factor crucial en el éxito de todo emprendimiento. La media de 4,67 permite afirmar que la inmensa mayoría cree en la perseverancia como factor clave para el éxito emprendedor, reforzando la idea de una cultura de esfuerzo sostenido.

El elevado acuerdo existente en las preguntas 4 (99%), 5 (94%) y 6 (98%) reflejan una fuerte creencia en la importancia del trabajo duro, el aprendizaje continuo y la perseverancia para alcanzar el éxito. Sin embargo, es importante hacer hincapié que existen muchos factores externos que pueden

influir en la consecución de metas y objetivos, y que a veces por más esfuerzo que se ponga, el resultado no es el esperado. El éxito a menudo está condicionado por circunstancias externas como el entorno socioeconómico, la educación recibida, las oportunidades presentadas, entre otros factores (Alonso y Galve, 2008; Salazar, 2018). Por tanto, se debe tener presente que la idea de que el éxito se alcanza únicamente con esfuerzo y dedicación es simplista y no refleja la complejidad de la realidad.

Al respecto, Al-Lawati et al. (2022) hacen referencia a actitudes relacionadas con la cultura emprendedora como son la actitud positiva hacia el emprendimiento; apertura al cambio y la innovación, perseverancia y resiliencia, liderazgo y proactividad, las cuales influyen en la formación y consolidación de una cultura emprendedora en las instituciones educativas, fomentando un ambiente favorable para que los estudiantes adopten una mentalidad emprendedora y tengan mayor propensión a emprender.

En el ítem 7 se observa que el 46% de los estudiantes encuestados manifestó que están de acuerdo y el 33% está totalmente de acuerdo, en administrar el presupuesto, siendo una respuesta favorable porque conocen la responsabilidad que tienen para emprender y conseguir perseverancia en su trabajo en un 79%. El 18% fue indiferente ante la pregunta planteada, lo cual evidencia poca aptitud para emprender; mientras que el 3% determinó estar en desacuerdo con la pregunta. La media se ubicó en 3,93 situación que señala que, si bien la mayoría sabe administrar el presupuesto, hay un porcentaje notablemente más alto de indiferentes en comparación con otras preguntas, lo que podría indicar una oportunidad para mejorar la educación financiera.

En el ítem 8 se determinó que el 46% de los encuestados refiere estar “totalmente de acuerdo” en querer ahorrar dinero, seguido de un 43% que “están de acuerdo”, esta situación indica que la mayoría de los encuestados (89%) considera que puede ahorrar dinero. Sin embargo, una pequeña proporción (2%) manifestó “no está de acuerdo” o “totalmente

en desacuerdo” (1%) en que puedan ahorrar dinero. A su vez el 8% de los encuestados se muestra “indiferente” a lo consultado. La media se ubicó en 4,25 indicando que una gran proporción de los encuestados se siente capaz de ahorrar dinero, un aspecto crucial para la estabilidad financiera personal y la inversión en emprendimientos.

En el ítem 9, se observó que el 29% de los encuestados está “totalmente de acuerdo” en saber invertir, seguido de un 43% que “está de acuerdo”, lo que indica que el 72% de estudiantes se siente seguro acerca de sus habilidades de inversión. Sin embargo, el 8% indicó que “no está de acuerdo” por lo que se presume que a este grupo de personas le hace falta conocimiento respecto del tema para poder aprender a invertir su dinero en forma adecuada. Otro 19% se mostró “indiferente” a sus conocimientos de inversión, provocando una visión de que no se sienten seguro con la idea de saber invertir su dinero o no, pudiendo indicar que existe la necesidad de educación financiera para este grupo de la población que indicó no estar de acuerdo y ser indiferente a lo consultado.

Con una media de 3,82 se puede inferir que hay un porcentaje considerable de personas que no saben o son indiferentes a cómo invertir su dinero, lo que sugiere una necesidad de mayor educación financiera en este ámbito, especialmente relevante para quienes buscan la libertad financiera a través del emprendimiento.

Al respecto, estos resultados de la encuesta comprueban que hay un segmento de la población que posee conocimientos sobre administración y crecimiento financiero, pero que enfrenta dificultades para poner en práctica estas habilidades y lograr sus objetivos de ahorro. Esto podría deberse a diferentes factores, como la falta de disciplina, la presencia de deudas o simplemente la falta de ingresos suficientes para cubrir gastos básicos y poder ahorrar. Conocer sobre administración financiera es importante, pero poner en práctica estos conocimientos y superar los obstáculos que se presentan en el camino es fundamental para lograr un crecimiento financiero exitoso (Paz et al., 2018).

En el ítem 10, se observó que el 56% de los estudiantes está “totalmente de acuerdo” y el 39% “de acuerdo” en que están interesados en encontrar maneras de aumentar sus ingresos más allá de las fuentes tradicionales. Solo un 1% manifestó que está “en desacuerdo” en buscar formas de generar ingresos adicionales, y un 8% se mostró “indiferente” sobre el tema consultado. La media se ubicó en 4,34 indicando que la mayoría de los encuestados busca activamente formas de generar ingresos adicionales, lo que demuestra una mentalidad proactiva y un interés en la diversificación de fuentes de dinero como un pilar del emprendimiento.

El ítem 11 muestra que el 70% de los encuestados está “totalmente de acuerdo” en tener su propio emprendimiento, el 29% dijo que está “de acuerdo” con esta idea, reflejando que el 99% de los estudiantes muestra un alto nivel de interés en emprender. El hecho de que solo el 1% se mostró “indiferente” al tema consultado, indica que la gran mayoría de los encuestados tienen una actitud positiva hacia la idea de tener su propio negocio. Este alto nivel de interés podría ser un indicador de una mentalidad emprendedora dentro de la población estudiantil encuestada. La media es de 4,70 indicando que un porcentaje muy alto de los encuestados expresa el deseo de tener un emprendimiento, lo que subraya un interés significativo en esta vía.

Finalmente, en el ítem 12 se observó que el 63% de los estudiantes está “totalmente de acuerdo” ante el hecho de tener la capacidad de generar más ingresos para mejorar su posición financiera, seguido de un 37% que se adhiere a esta posición y que manifestó estar “de acuerdo” con lo consultado. En consecuencia, el 96% de los encuestados se siente capaz y motivado para buscar formas de aumentar sus ingresos. Sin embargo, el 4% de los estudiantes se mostró “indiferente” al tema. La media es elevada ubicándose en 4,59 lo que señala que la totalidad de los encuestados cree que el emprendimiento puede mejorar su posición financiera, reforzando la motivación económica como un motor para emprender. Según Bravo (2023), la situación económica

del país es tal, que muchos eligen como solución a sus problemas el emprendimiento.

Por un lado, la cultura emprendedora fomenta la actitud y las habilidades necesarias para crear y gestionar negocios, lo que a su vez puede traducirse en la generación de ingresos propios y la autosuficiencia económica. Por otra parte, en contextos donde la cultura emprendedora está arraigada en las instituciones educativas o en comunidades, puede estimular la creación de empresas y empleos, contribuyendo así a la reducción del desempleo y fortaleciendo la economía local. Este impacto en la economía puede traducirse en una mayor autonomía para las personas al depender menos de empleos tradicionales y más en sus propias iniciativas empresariales (Al-Lawati et al., 2022).

En resumen, los datos muestran una fuerte inclinación hacia el emprendimiento entre los encuestados. La mayoría se percibe como creativo, dispuesto a asumir riesgos y con capacidad para emprender, además, existe una sólida creencia en el esfuerzo, la dedicación y la perseverancia como pilares del éxito. Aunque la administración del presupuesto y la capacidad de ahorro son buenas, hay una oportunidad de mejora en el conocimiento sobre inversiones. Finalmente, el deseo de emprender para mejorar la situación financiera es una motivación muy presente en los encuestados. Estos resultados sugieren un terreno fértil para el desarrollo de iniciativas emprendedoras en la población estudiada, destacando que el aprendizaje constante, el crecimiento personal y la perseverancia son elementos fundamentales para el éxito en el emprendimiento.

Estos aspectos permitirán adaptarte a los cambios, desarrollar las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos y mantener la motivación y la determinación para seguir adelante a pesar de las dificultades (Torres et al., 2018). Por lo tanto, es importante cultivar estas cualidades para aumentar las probabilidades de éxito en su emprendimiento. Es relevante que sepan que es posible superar estas dificultades y mejorar su situación financiera, siempre y cuando estén dispuestos

a comprometerse y trabajar en ello.

Finalmente, las competencias y habilidades necesarias para emprender se pueden desarrollar y estas deben encontrarse orientadas a promover el desarrollo del comportamiento emprendedor, así como la práctica de valores éticos y morales, con la finalidad de fortalecer los rasgos de personalidad, actitudes y aptitudes de los emprendedores (Bravo, 2023), para lo cual se presentan algunas estrategias.

3.2. Estrategias para fomentar la cultura emprendedora

Con base en el análisis realizado, a continuación, se presentan algunas estrategias propuestas para fomentar la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios. Estas acciones están diseñadas para promover el espíritu emprendedor, facilitar el intercambio de ideas y crear alianzas estratégicas que impulsen el crecimiento de los proyectos empresariales. Cada estrategia busca brindar a los estudiantes las herramientas, el apoyo y la inspiración necesarios para navegar en el mundo del emprendimiento y convertir sus ideas en negocios exitosos.

En primer lugar, la estrategia de mentoría y asesoramiento permite la guía de una persona con más experiencia, el mentor, hacia otra persona que desea adquirirla, el aprendiz. Sugiere que las redes de relaciones personales y profesionales que posee el mentor son un recurso valioso para el acceso a información, oportunidades y apoyo para el éxito del aprendiz, puesto que sus beneficios se extienden más allá de la experiencia universitaria (Aguilar y Manzano, 2018).

Además, la mentoría fomenta la autoeficacia emprendedora, puesto que el aprendiz observa y es guiado por un modelo a seguir exitoso, lo que fortalece su confianza en sus propias capacidades para emprender. Por tanto, la mentoría puede convertirse en una experiencia transformadora que ayude a un emprendedor novato a sobrevivir sus primeros años, proporcionar orientación, inspiración y

apoyo concreto que permita convertir una idea en un producto exitoso.

Organizar eventos, charlas, ferias, concursos de ideas y talleres relacionados con el emprendimiento, promueven el aprendizaje experiencial, permitiendo a los estudiantes aprender de expertos, intercambiar ideas, aplicar conceptos teóricos en situaciones prácticas y desarrollar competencias específicas, facilitando el aprendizaje por observación. Estos espacios también contribuyen a la legitimación social del emprendimiento, al presentarlo como una opción de carrera viable y atractiva, y fomentar el desarrollo de redes informales.

Las incubadoras de empresas son un ejemplo de ecosistema emprendedor que funcionan como nodos que concentran recursos críticos (espacio físico, infraestructura, capital intelectual y acceso a financiación) de forma independiente o asociadas a universidades, institutos de investigación, instituciones gubernamentales destinadas a fomentar ideas emprendedoras e innovadoras para brindarles asesoría especializada, infraestructura física, redes de contacto, acceso a financiamiento y capacitación continua para acelerar el crecimiento y el éxito de las compañías emprendedoras (Barrientos, 2015).

Por su parte, integrar la educación emprendedora en el plan de estudios ofreciendo asignaturas o cursos específicos sobre emprendimiento y gestión empresarial, busca desarrollar no solo conocimientos técnicos, sino también habilidades transversales como la creatividad, la resolución de problemas, el liderazgo y la resiliencia, que son fundamentales para la mentalidad emprendedora.

Y, finalmente, los emprendedores no realizan sus actividades de manera aislada, están inmersos en redes que les proveen acceso a poder, información, conocimiento y capital financiero, capital social; por tanto, las redes de *networking* entre estudiantes, profesores, empresarios y profesionales del sector permiten acceder a recursos que son cruciales para tener mayores probabilidades de éxito, al fomentar la creación de alianzas estratégicas tanto con

empresas, cámaras industriales y de comercio, como con organizaciones gubernamentales que enriquezcan la experiencia emprendedora e impulsen el crecimiento de los proyectos empresariales

Conclusiones

El desarrollo de una cultura emprendedora permite fomentar una mentalidad empresarial en los estudiantes universitarios, puesto que les enseña a pensar de forma creativa, a ser resolutivos frente a los desafíos y a tener una visión a largo plazo para sus proyectos, habilidades necesarias para innovar, adaptarse a los cambios y crear valor en cualquier entorno empresarial en el que se encuentren. De esta manera, se les anima a pensar de manera innovadora y a buscar soluciones creativas a los problemas que enfrentan. Además, les ayuda a desarrollar habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y resiliencia. Al asumir riesgos de manera proactiva, los estudiantes pueden aprender de sus errores y seguir adelante con ahínco y tenacidad, lo que contribuye a su crecimiento personal y profesional.

En este sentido, los estudiantes reconocen la importancia de factores intrínsecos como el esfuerzo, la dedicación, el aprendizaje continuo y la perseverancia en el camino emprendedor. Esto sugiere una mentalidad resiliente y la comprensión de que el éxito requiere compromiso como una base sólida para fomentar una cultura emprendedora.

Sin embargo, aunque los estudiantes muestran una fuerte inclinación hacia la idea del emprendimiento y reconocen la importancia del trabajo duro, expresan menos confianza con respecto a sus habilidades de gestión financiera y en la capacidad percibida para iniciar un negocio. Esto resalta una posible necesidad de intervenciones educativas centradas en la alfabetización financiera y las habilidades empresariales prácticas para equipar a los estudiantes con las herramientas necesarias para un emprendimiento exitoso.

Se recomienda a su vez, se desarrolle e implementen estrategias y programas de formación en emprendimiento para fomentar el desarrollo de habilidades empresariales y promover la cultura emprendedora en los estudiantes. Las estrategias deben abarcar desde la inclusión curricular hasta la promoción de ecosistemas emprendedores, con un enfoque en la innovación, la experiencia práctica y la creación de redes de apoyo.

Al implementar las recomendaciones sugeridas en esta investigación se podrá brindar un entorno propicio para el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios, la cual incrementa significativamente su capacidad para emprender con éxito y alcanzar la independencia económica, influyendo tanto en sus conocimientos, habilidades como aspiraciones, y favoreciendo la creación de nuevas empresas que contribuyen al desarrollo económico y social de la región.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, N. L. y Manzano, N. (2018). La mentoría en el nivel universitario: Etapas para su implementación. *Universidad y Sociedad*, 10(3), 255-262. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/946>
- Al-Lawati, E. H., Abdul, U. H., y Suleiman, E. S. (2022). Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1997237. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1997237>
- Alonso, M. J., y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: Una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales* (26), 5-44. http://dx.doi.org/10.26754/ojs_aisais.200826332
- Amador, M. D. L., García, Y., y Díaz, J.

- F. (2020). Comparación del perfil emprendedor en estudiantes del área empresarial e industrial. México-Perú. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Investigativo*, 10(20), e053. <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.598>
- Arana, R. M., Gómez, G. A., y Amaiquema, F. A. (2020). Innovación y emprendimiento: Alternativa para estudiantes universitarios y profesionales en tiempo de pandemia. *Pertinencia Académica*, 4(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.4599723>
- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. Impulsores claves de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2). <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- Barrientos, M. (2015). Incubadoras de negocios ¿Son un aporte al emprendimiento de concepción? *Horizontes Empresariales*, 15(1), 49-60. <https://doi.org/10.22320/hem.v15i1.2637>
- Borrayo, C. L., Valdez, A., y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 72-87. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rccs/article/view/27358>
- Bravo, M. B. M. (2023). Cultura de emprendimiento e innovación en estudiantes universitarios, perspectiva en América Latina. *Revista Científica Yachaq*, 6(1), 99-119. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v6i1.7>
- Bucardo, M. A. A., Saavedra, M. L., y Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocio*, 6(13), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Cantillo, N., Pedraza, C. J., y Suárez, H. (2021). Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad de la Guajira en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 216-229. <https://doi.org/10.31876/rccs.v27i1.35308>
- Casanova-Villalba, C. I., Herrera-Sánchez, M. J., Bravo-Bravo, I. F., y Barba-Mosquera, A. E. (2024). Transformación de universidades incubadoras a creadoras directas de empresas Spin-Off. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(2), 305-319. <https://doi.org/10.31876/rccs.v30i2.41911>
- Colther, C. M., Fecci, E., Cayun, G., y Rojas-Mora, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación Universitaria*, 13(4), 129-138. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062020000400129>
- Diez, D., Flórez, L., y Arboleda, C. (2023). Innovación social desde el emprendimiento social: Panorama de la bibliografía global y colombiana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIX(2), 277-296. <https://doi.org/10.31876/rccs.v29i2.39976>
- Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., y Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electronic@ Educare*, 22(2), 1-19. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Gálvez-Gamboa, F. A., Valenzuela-Keller, A. A., Mardones-Olave, H., y Poveda-Esparza, F. (2024). Competencias por emprendimiento social en universitarios en Chile: Efecto del entorno de educación en emprendimiento. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(4), 490-503. <https://doi.org/10.31876/rccs.v30i4.41924>

doi.org/10.31876/rcc.v30i4.43045

Gary, F., y Lara, A. (2012). Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador. *XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*, Universidad Andina Simón Bolívar.

Guachimbosa, V. H., Lavín, J. M., y Santiago, N. I. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 71-81. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcc/article/view/27296>

Gutiérrez, J. M., Romero, J., Díaz, M. G., y Sulbarán, N. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(4), 98-107. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcc/article/view/25140>

Hembuz, G. D., Sánchez, A. M., y Bermeo, V. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universidad universitarios: Una aproximación teórica. *Boletín Redipe*, 9(8), 166-180. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i8.1049>

Hernández, C., y Arano, R. M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, (1), 28-37. <https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1858>

Hernández, C. A., y Sánchez, S. (2019). La educación empresarial: Un acercamiento desde los estudiantes universitarios en dos instituciones de educación superior. *Innovación Educativa*, 17(75), 81-102.

Hernández-Chavarria, J., y Lechuga-Nevárez, M. D. R. (2023). Actitud y cultura emprendedora en los emprendedores universitarios del municipio Victoria de Durango. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12(1), e2067. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2067>

Herrera, K., y Gutiérrez, J. M. (2015). El emprendimiento como iniciativa para la creación de empresas: análisis de la perspectiva psicológica y contextual. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XX(2), 288-302. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcc/article/view/25667>

Lloja, H., Chugnas, E. S., Tello, Z., y Cruz, J. J. (2021). Intención emprendedora: Percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción*, 12(4), 269-281. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563>

Maldonado-Sada, M. T., Caballero-Rico, F. C., y Ruvalcaba-Sánchez, L. (2019). Retos para las spin-off académicas en México como resultado de la valorización económica de I+D+i de las universidades. *CienciaUAT*, 14(1), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v14i1.1136>

Mellado, C. I., Sánchez, Y., y Hernández, N. G. (2023). Identificación de los ecosistemas de emprendimiento en México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIX(1), 108-119. <https://doi.org/10.31876/rcc.v29i1.39738>

Morocho, M., y Flores Rivera, L. D. (2023). Competencias que fomentan el emprendimiento en la Educación Superior. *Revista Enfoques*, 7(26), 128-142. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i26.159>

Padilla-Martínez, M. P., Quispe-Otacoma, A. L., Nogueira-Rivera, D., y Hernández-Nariño, A. (2018). Diagnóstico y perspectivas de fomento del

- emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(1), 91-103. <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/795>
- Paz, A., Pinto, E., y Mendoza, C. (2018). Emprendimiento: Herramienta para la formación del emprendedor social en la Universidad de la Guajira. *Revista Boletín Redipe*, 4(8), 79-85. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/365>
- Pizarro, I., Real, J. C., De la Rosa, M. D., (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(3), 139-150. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2010.09.001>
- Salazar, A. R. (2018). *Factores de crecimiento económico del emprendimiento en el Ecuador, periodo 1960-2014* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/a145fb6-c94c-4974-80a4-ef26f6f9d1f4>
- Salgado, J. H. (2023). El emprendimiento en el Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 4609-4639. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.923>
- Silvia-Peralta, Y., Rompato, M. E., Pesce, N., Tassier, D., y Castaño, A. (2022). Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitario. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 21(46), 328-344. <https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>
- Suárez, M., Suárez, L., y Zambrano, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(4), 23-32. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rics/article/view/25135>
- Sung, S., y Duarte, S. (2019). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271>
- Tapia-Cárdenas, H. A., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., y Matovelle-Romo, M. M. (2020). Estrategias para el fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial: Caso. Universidad Católica de Cuenca. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, V(10), 833-861. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.837>
- Torres, T. M., Munguía-Cortés, J. A., y Torres-Valdovinos, M. M. (2018). Representaciones sociales de empleo y desempleo en estudiantes universitarios de Quito, Ecuador. *Revista Reflexiones*, 97(2), 7-22. <https://doi.org/10.15517/rr.v97i2.32704>
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., y Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación Universitaria*, 14(4), 103-112. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062021000400103>
- Vélez, C. I., Busstamante, M. A., Loor, B. A., y Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, 13(2), 63-72. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062020000200063>
- Villalobos, G., Moraga, G., Guevara, M. J., y

Araya-Castillo, L. (2021). Desempleo Juvenil: Contribuciones para su disminución desde el emprendimiento.

Revista Venezolana de Gerencia,
26(95), 758-775. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.20>