

LA EDUCACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UNA REVISIÓN EN LATINOAMÉRICA

EDUCAÇÃO E INTENÇÃO EMPRENDEDORA EM ESTUDANTES
UNIVERSITÁRIOS: UMA ANÁLISE NA AMÉRICA LATINA

Recibido em: 25 de outubro de 2023
Aprovado em: 6 de janeiro de 2024
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
RCO | a. 16 | v. 1 | p. 18-41 | jan./jun. 2024
DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v1.3599>

Julio Agustín Mendoza Champion *juliomendoza@webgroupmail.com*

Israel Barrutia Barreto *ibarrutia@unfv.edu.pe*

Luis Humberto Bejar *luisbejar@webgroupmail.com*

Olguer Huamani *olguerhuamani@webgroupmail.com*

José Borja *joseborja@webgroupmail.com*

Percy Rene Flores Asqui *percyflores@webgroupmail.com*

RESUMEN

América Latina, en las últimas décadas, ha presentado un interés creciente por la actividad emprendedora debido a la importancia de la educación en el desarrollo estudiantil. Se realizó la recopilación de una muestra de trabajos publicados en países de América Latina que implicó la relación entre educación y la iniciativa emprendedora de los estudiantes. Se elaboró la revisión documental con una muestra de 58 documentos de nueve países de la región, donde se exponen las principales conclusiones y se analizan las coincidencias y diferencias entre ellos, para establecer la importancia dada a la educación universitaria en la formación de futuros emprendedores. Del análisis se tiene que, para la mayoría de los investigadores, la universidad cumple un rol preponderante en el desarrollo del espíritu emprendedor. Sin embargo, aún falta que las universidades latinoamericanas internalicen su rol formativo y que además los factores socioeconómicos de los estudiantes también condicionan la finalidad emprendedora en sí.

Palabras clave: calidad de la educación; formación académica; sociología del conocimiento; programas de estudio.

RESUMO

A América Latina, nas últimas décadas, tem demonstrado um interesse crescente na atividade empresarial devido à importância da educação no desenvolvimento dos estudantes. Foi compilada uma amostra de artigos publicados em países latino-americanos que envolviam a relação entre a educação e o empreendedorismo estudiantil. Foi realizada uma revisão documental com uma amostra de 58 documentos de nove países da região, onde são expostas as principais conclusões e analisadas as coincidências e diferenças entre eles, a fim de estabelecer a importância dada à educação universitária na formação de futuros empresários. A análise mostra que, para a maioria dos investigadores, a universidade desempenha um papel preponderante no desenvolvimento do espírito empresarial. No entanto, as universidades latino-americanas ainda não internalizaram o seu papel formativo e os factores socioeconómicos dos estudantes também condicionam o próprio propósito empresarial.

Palavras-chave: qualidade da educação; formação académica; sociologia do conhecimento; currículos.

INTRODUCCIÓN

El espíritu emprendedor se ha convertido en un fenómeno de gran importancia en el desarrollo y crecimiento de la economía y como un motor de crecimiento de la economía a nivel mundial (Acs et al., 2012; da Fonseca et al., 2016). Por otra parte, se ha definido a una persona con capacidad emprendedora a la que posee como dotes la iniciativa, la creatividad, la búsqueda de soluciones a un problema y alternativas, la flexibilidad y la capacidad de adaptación (Amber-Montes, 2014). Así pues, una persona emprendedora puede utilizar todos sus atributos tanto a nivel personal como profesional, familiar y social, lo que evidentemente conlleva al desarrollo de competencias para la creación de empresas y capacidades, habilidades y actitudes, como el trabajo en equipo, la innovación, entre otras (Álvarez-Risco et al., 2018).

Debido a la importancia de cultivar y profundizar el espíritu emprendedor, fomentar el mismo desde las instituciones educativas se hace cada vez más indispensable para poder desarrollar la inquietud y deseo intrínsecos de los estudiantes hacia la búsqueda de su plena independencia tanto social como económica (Castelao et al., 2015). La antigua creencia de que los emprendedores nacían (no se hacían), ha ido evolucionado hasta llegar al consenso general actual de que la iniciativa emprendedora es una disciplina que, así como sucede con cualquier otra disciplina, puede ser aprendida (Drucker, 2006; Mwasalwiba, 2010). Debido a esta realidad, muchas universidades a nivel mundial han asumido el rol de formadoras no solo de profesionales, sino también de emprendedores para fomentar la creación del profesional del futuro (Guerrero et al., 2016).

La necesidad de avanzar en pro de un mejor conocimiento de los procesos individuales y contextuales que rigen el desarrollo de la iniciativa hacia el emprendimiento en la etapa universitaria, para lograr que la educación superior sea motor de avance en este sentido, ha llevado a que se desarrollen iniciativas de inclusión de los principios básicos de dichos procesos en muchos currículos. No obstante, aún queda por hacer en ese aspecto (Lanero et al., 2015). Lo anterior está fundamentado en la importancia que está adquiriendo el emprendimiento a nivel global donde se están generando iniciativas que promueven estrategias que se enfocan hacia la materialización de proyectos empresariales que buscan impactar de forma positiva y beneficiosa para el desarrollo económico de los países (Maluranda et al., 2009).

Particularmente en América Latina en las últimas décadas se ha visto un interés creciente por la actividad emprendedora y más específicamente por el emprendedor. En consecuencia, las iniciativas destinadas a la promoción y fomento del emprendimiento se han incrementado como reconocimiento del mismo como una fuerza importante para la generación de cambios económicos, sociales y culturales de los países de la región (Amoros et al., 2010; Navarro et al., 2020). A pesar de lo anterior, un estudio del

Banco mundial sobre América latina y el Caribe consideró que en la región existen condiciones en el entorno empresarial que desmotivan la innovación, incluso en empresas grandes, lo cual es contraproducente para las iniciativas de emprendimiento, donde factores como la presión de la competencia sobre todo con empresas grandes, la presencia de innovaciones extranjeras, la productividad y aceptación de productos locales, entre otros juegan un papel importante en el desarrollo de los emprendimientos (Lederman et al., 2014).

La educación se ha erigido entonces como clave para que las iniciativas de emprendimiento tengan sustento teórico y práctico, lo que se ha planteado desde los niveles de educación secundaria hasta la universitaria. En este sentido, Rocha et al. (2012) y Sánchez et al. (2017) consideran que la educación empresarial a nivel de estudiantes de secundaria es un tema relevante, si este está centrado en teorías psicológicas sobre emprendimiento, el perfil del estudiante y sus actitudes emprendedoras. Por su parte Saldarriaga y Guzmán (2018) consideran que, a nivel universitario, existen fallas en cuanto a la educación para el emprendimiento ya que a su criterio la mayoría de las universidades no emplean metodologías y modelos claros y definidos para la orientación del emprendimiento, sino que se ha hecho una recopilación de información para poder aplicar una aproximación a una metodología de enseñanza del emprendimiento. A nivel de educación primaria, Agboola (2020) recomienda que la educación para el emprendimiento se debe integrar de manera formal en los programas de enseñanza con la finalidad de promover la capacidad empresarial latente en los niños y jóvenes.

En la actualidad, las investigaciones se orientan hacia el estudio de las intenciones emprendedoras más que a las particularidades y características personales (Echeverri et al., 2018). Además, América Latina se caracteriza por la vitalidad de su emprendimiento medida según la cantidad de empresas per cápita. El porcentaje de emprendedores es mayor que en otros países y regiones comparables (De la Torre et al., 2012). A partir de esta premisa, se planteó el presente estudio en el que se realizó una recopilación de una muestra de trabajos publicados en diferentes países de América Latina en los que se analizó desde diversos puntos de vista, la relación entre educación y la iniciativa emprendedora de los estudiantes, con la finalidad de comparar y discutir respecto a este aspecto de suma importancia para el desarrollo de los países de la región.

METODOLOGÍA

La investigación es documental, debido a que se basó en la obtención y análisis de material bibliográfico, el cual estuvo referido a la temática estudiada, para lo cual se escogió una serie de

documentos publicados en revistas científicas, memorias de congresos y repositorios institucionales en los cuales se estudió la relación entre la educación y la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios en países de Latinoamérica. Como motores de búsqueda se utilizaron Google Scholar, Crossref y Scencedirect.

La muestra de estudio quedó conformada por 58 documentos de los cuales 75.86% fueron artículos científicos, 12.07% Artículos en congresos, 6.90% Informes de organismos gubernamentales, 3.45% Tesis Doctorales y 1.72% Tesis de Maestría. Con respecto a la distribución de la muestra por país del estudio, se tuvo que 24.14% fueron de México, Brasil y de Colombia con 15.52% cada uno, 13.79% de Ecuador e Igual porcentaje de Perú y Chile (12.07%) y el resto correspondieron a estudios de Argentina, Bolivia y Uruguay (6.89%). El periodo de estudios fue entre los años 2010 y 2020, con una mayor frecuencia entre los años 2015 y 2019 con 45 de los 58 documentos en ese periodo (77.59%).

Se realizó un análisis de la información y se compararon los resultados obtenidos por los autores en los diferentes países de la región, bajo un análisis crítico con la intención de establecer similitudes y diferencias en cuanto a la influencia de la educación sobre la intención de emprendimiento de negocios de los estudiantes universitarios, desde una perspectiva documental y descriptiva.

RESULTADOS

El análisis comparativo de los documentos publicados obtenidos arrojó que, en el campo de estudio específico, los países de la región con mayor número de publicaciones son México, Brasil, Colombia, Ecuador, Chile y Perú quienes acumulan el 93.21% de los documentos tomados como muestra de estudio, permitiendo obtener respuestas relevantes y evaluar resultados dentro del contexto del emprendimiento latinoamericano. Los resultados se sustentan en la divulgación de publicaciones científicas y tendencias actuales de circulación del conocimiento sobre la educación y la intención emprendedora. Para el análisis de los documentos, se procederá a analizar primero por país, en orden de acuerdo con la cantidad de documentos para luego llegar a conclusiones generales.

EL CASO DE MÉXICO

En el caso particular de México, se constatan una mayor cantidad de estudios realizados sobre la relación entre la educación universitaria y la intención de emprendimiento, entre los que destacan el realizado por García-García (2015) como un estudio empírico sobre una muestra de estudiantes de las

carreras de licenciatura de Administración y Gestión de PyMEs y basado en una encuesta para obtener la percepción de los estudiantes sobre el emprendimiento empresarial. El autor concluye que, en los jóvenes universitarios, aun cuando existe una elevada intención de iniciar emprendimientos empresariales, la estrategia para los mismos carece de apropiación sobre todo como medida para paliar los profundos desequilibrios en el mercado laboral que impactan en mayor medida a jóvenes profesionales. Por lo tanto, no ha existido de acuerdo con este estudio, una debida educación hacia el emprendimiento y que aun los estudiantes no están conscientes de los beneficios del mismo.

Bueckmann (2014) considera que la aplicación de un programa de educación empresarial en la universidad mejora la intención emprendedora de los estudiantes. En un estudio realizado en México, sin embargo, también advierte que los componentes individuales del programa no parecen influir en la percepción y el pensamiento de los estudiantes. Lo que se observa en el trabajo citado es que el autor está claro en la importancia de la educación para el emprendimiento. Sin embargo, el programa que se aplica no parece ser del todo efectivo para promover la intención de emprendimiento. Así mismo, un caso de estudio sobre estudiantes de educación superior tecnológica en México demostró que al inicio de la carrera, un porcentaje de estudiantes tiene la intención de emprender su propio negocio al finalizar la carrera y al finalizar este porcentaje aumenta, lo que es evidencia de que los estudiantes durante su formación van adquiriendo competencia que los hacen tender hacia una mayor intención de emprendimiento (García-Hernández et al., 2020). A su vez, García-Hernández et al. (2017) determinaron que la decisión de cursar una u otra carrera académica guarda relación con la visión de los jóvenes hacia el emprendimiento. En un estudio similar presentado por Mendoza et al. (2016) sobre una muestra del mismo instituto de educación superior, los resultados fueron coincidentes, indicando adicionalmente que de los estudiantes que culminan sus estudios, sólo el 20.3% logra gestionar su propio negocio.

Según lo plantearon González et al. (2017), no solo la educación empresarial y en especial hacia el emprendimiento son determinantes para la intención de emprender un negocio por parte de estudiantes universitarios, tomando como muestra la Universidad de Colima, sino que también influyen otros factores como la condición socioeconómica, la experiencia familiar en negocios, la edad, la percepción del estudiante hacia el concepto de emprendimiento y la capacidad de trabajo. En estos factores la influencia de la educación se debe enfocar fundamentalmente en fomentar una percepción positiva de los estudiantes hacia el emprendimiento, para que se puedan contrarrestar las carencias en algunos de los otros factores. De acuerdo con lo anterior en opinión de Hernández y Arano (2015) en México uno de los determinantes importantes en la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios es la falta de empleo, sobre todo para los profesionales recién graduados por lo que es clave para las

universidades la búsqueda de que los estudiantes desarrollen la cultura del emprendimiento de negocios con lo que se puede propiciar la apertura hacia nuevas alternativas de empleo.

Por su parte, González-García et al. (2018) tras estudiar la intención de emprendimiento de estudiantes de licenciatura e ingeniería de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, tomando como base la medición de la participación activa en una determinada actividad de emprender, determinaron que ambos grupos de estudiantes se comportan de forma similar. Los autores citados también indican que hay estudiantes universitarios que buscan hacer lo mínimo para cumplir con sus estudios y otros que van más allá e invierten su vigor, dedicación y tiempo en el trabajo académico, por considerarlo una parte fundamental de su vida profesional, siendo estos últimos los que muestran una mayor tendencia hacia el emprendimiento, por lo que se entiende que además del proceso formativo, la actitud del propio estudiante es fundamental.

El estudio realizado por Morales et al. (2015) para analizar la relación entre la intención de emprendimiento de estudiantes y su experiencia laboral en el contexto universitario utilizando una muestra de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, concluyó que la intención de los estudiantes hacia el emprendimiento de negocios es independiente de su experiencia laboral, por lo que se identificó en el estudiante deseos de emprender, aun cuando no tenga experiencia laboral. El estudio también sugiere que otros determinantes pueden ser la educación hacia el emprendimiento, la valoración social, la personalidad del individuo, entre otros. A su vez, para el desarrollo del espíritu emprendedor han surgido muchas teorías para tratar de exponer este fenómeno desde varios enfoques: económico, psicológico, sociocultural; unas con mayor y menor éxito que las otras (Alvarado et al., 2018). Igualmente, Peñuñuri (2019) luego de estudiar la intención de emprendimiento en estudiantes de una universidad del norte de México concluye que los mismos presentan una actitud positiva frente al emprendimiento, por lo que son potenciales empresarios. Sin embargo, como ya se ha observado en otras investigaciones, destaca el hecho de que aún queda trabajo por hacer por parte de la universidad, principalmente el impulso y apoyo a los jóvenes para formarlos y ayudarlos en el desarrollo de sus proyectos emprendedores e ideas de negocios.

Ramos et al. (2018) también midieron la intención emprendedora de los estudiantes de una universidad pública mexicana con resultados que indicaron que la intención emprendedora tiene un nivel medio, pero, aun cuando se tiene un modelo educativo con enfoque por competencias, aparentemente no se está privilegiando el desarrollo de competencias emprendedoras. Para los autores esto constituye una oportunidad y un reto para las universidades para que promuevan en sus currículums la cultura del emprendimiento y que sus egresados contribuyan al desarrollo regional. En otra investigación realizada por

Sánchez et al. (2017) con estudiantes de carreras del área de economía y administración de la Universidad Autónoma de Tamaulipas se concluyó que para los estudiantes la intención de emprendimiento está fuertemente relacionada con la formación que reciben en la universidad y los objetivos empresariales, lo que evidencia una vez más que en el caso de México la influencia de la educación que reciben los estudiantes universitarios es clave para crear en ellos las competencias necesarias para ser emprendedores. Santamaría (2020) también reporta que los estudiantes de la Universidad de Guadalajara indican que existe una relación entre el conocimiento impartido y la intención de emprendimiento, pero al igual que se ha venido observando, indican que los resultados de su investigación no son concluyentes ya que se hace necesario un estudio longitudinal donde se analice cómo evoluciona el concepto con el tiempo.

Heredia et al. (2020) analizaron la exigencia de elaboración de planes de negocios en la Universidad de Guadalajara sobre la intención emprendedora de los estudiantes mediante una investigación de enfoque cuantitativo, concluyeron que el desarrollo de planes de negocio con estrategia didáctica no tiene efecto sobre la intención emprendedora de los estudiantes, ya que este tipo de formación no es determinante para que los estudiantes decidan dar el paso de emprender en negocios y recalcan que se deben buscar otras estrategias, pues en su opinión se malgastan recursos pedagógicos. Lo planteado por el autor está en concordancia con Mora et al. (2019), que para crear actitud hacia el emprendimiento en los estudiantes se debe promover un ecosistema universitario adecuado, con las técnicas pedagógicas adecuadas que motiven y refuercen la intención de emprendimientos, pero que en este contexto también es fundamental la aprobación de la familia, amigos y profesores para lograr que el universitario pueda emprender su propio negocio.

EL CASO DE BRASIL

Para el caso de los estudios sobre la educación universitaria y el emprendimiento en Brasil, Alfonso y Da Silva (2019) al trabajar con una muestra de estudiantes de diferentes instituciones públicas y de varias especialidades, demostraron que los estudiantes de ciencias sociales fueron los que manifestaron menores dificultades para manifestar sus intenciones de emprendimiento, aunque concluyen sobre la necesidad de planificar, desarrollar y mejorar las acciones de educación que orienten al profesional hacia los emprendimientos, considerando por supuesto, las particularidades de cada una de las áreas de conocimiento dado que observaron que existen diferencias en cuanto a la intención emprendedora entre los grupos. De Moraes et al. (2016) tras estudiar la intención emprendedora de estudiantes de una universidad municipal del estado de Sao Paulo, observaron que los estudiantes reportan fallas en

las instituciones educativas, ya que consideran que el conocimiento de los mecanismos de apoyo a la práctica empresarial es limitado. En esta investigación también se constató que los estudiantes de ciencias empresariales son los más propensos a optar por emprendimientos de negocios, pero que es importante el apoyo de su entorno social como familia, amigos y colegas.

Según lo indicaron Ferreira et al. (2017) aun cuando en los últimos años se observa una tendencia al aumento de las investigaciones relacionadas con el emprendimiento en cuanto a lo que se refiere a su relación con la educación empresarial no hay resultados concluyentes. Por otro lado, los autores citados mencionan que los principales predictores individuales de la intención de emprendimientos son los rasgos personales, motivaciones individual, actitud positiva, autoeficacia, percepción de control, percepción de barreras y creatividad, así como los pronosticadores contextuales son las familias y la red de amigos, que funcionan como modelos a seguir y como apoyo en el desarrollo de los negocios. De Oliveira et al. (2016) modelaron la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios mediante ecuaciones estructurales, tomando en cuenta que los estudios realizados previamente demuestran cuales son los principales determinantes de esta y se convocó a estudiantes universitarios de Administración y Economía de la Universidad Federal de Ceará, logrando identificar como factores influyentes a la experiencia y conocimiento previo sobre emprendimiento, la percepción sobre el espíritu emprendedor y la imagen del emprendedor y por último el estímulo al emprendimiento por parte de la universidad y la educación superior, el cual es el determinante principal ya que los demás son dependientes de éste. Un resultado similar fue reportado por Dos Santos y Silveira (2018) quienes también utilizaron modelado matemático para establecer la intención emprendedora de estudiantes universitarios brasileños concluyendo que los principales modeladores de la intención de emprendimiento son la Actitud Personal, las Normas Subjetivas y el Control del Comportamiento Percibido.

Al analizar la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado del Centro de Artes y Letras de un Instituto de Educación Superior brasileño, Da Silva et al. (2019) demostraron que existe una tendencia significativa y favorable hacia el emprendimiento, sin embargo, dejan claro que al ser un estudio transversal no se corrobora la evolución temporal de la intención de los estudiantes, por lo que es clave este aspecto, pues consideran que la misma puede cambiar. El cambio de la percepción de los estudiantes es un aspecto que está supeditado a la propia formación académica de los estudiantes, por lo que es clave la función pedagógica en este aspecto. Esta tendencia hacia el emprendimiento en Brasil es algo que Lima et al. (2011) ya habían indicado y destacaron que el comercio, la consultoría jurídica, impuestos, administración y comunicaciones o información son áreas donde se concentran las intenciones de emprendimiento, así mismo se evidenció que la percepción de los estudiantes universitarios respecto

de la oferta de materias y actividades relacionadas con la iniciativa empresarial es mucho más acentuada entre los estudiantes brasileños cuando se trata de: iniciativa empresarial en general, plan de negocios y oferta de recursos tecnológicos y búsqueda (biblioteca, internet).

Por su parte Rodrigues (2015) al estudiar la intención de emprendimiento en estudiantes que ingresan y concluyen los cursos de Administración en la ciudad de Volta Redonda, se confirma que las teorías conducen a distintas vertientes; es decir, no se puede ostentar una sola perspectiva teórica para intentar explicar todo el fenómeno del emprendimiento, cada representación se aborda de manera distinta y las bases del conocimiento se centran en el programa curricular. En opinión del autor, es necesaria una mayor integración entre la propuesta de formación del perfil (en este caso particular del licenciado en Administración) y la propuesta de formación del perfil para crear emprendedores. Para el investigador citado, en concordancia con otras opiniones similares, existe una brecha entre la tendencia actual de la educación empresarial dirigida hacia la creación de espíritu emprendedor y lo que se imparte en las universidades brasileñas. Los determinantes de la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios y su relación con la educación que reciben también fue reportada por Silveira et al. (2012) quienes luego de un estudio empírico aplicado a una muestra de estudiantes de un instituto de educación superior concluyeron que, más allá de la motivación que puedan recibir los estudiantes en su educación, los antecedentes personales y las habilidades empresariales son los principales determinantes para que un estudiante decida o no emprender un negocio, que se contrasta al estudio de De Oliveira et al. (2016) quien le da mayor representatividad a la formación académica y lo anterior sugiere que los resultados están condicionados a la muestra.

CASO DE COLOMBIA

En Colombia se han realizado estudios sobre la tendencia de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento, algunos plasmados en informes como el de Álvarez et al. (2017) el cual estuvo basado en la información del proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) y donde se concluye que los estudiantes que trabajan o han trabajado en empresas familiares son más propensos a inclinarse por emprender sus propios negocios, dada la experiencia alcanzada y los conocimientos específicos que han adquirido acerca de la empresa y del mercado. Por otro lado, el estudio también destaca el rol primordial de la universidad en la creación y fomento del espíritu emprendedor y llega a sugerir que se establezcan lineamientos para que la formación en emprendimiento se inserte en los pensum de estudio. Estos aspectos socio culturales que influyen en la intención de emprendimiento de

estudiantes universitarios colombianos, además de los aspectos cognitivos también fueron estudiados por Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) en una investigación donde muestran que se le debe dar una mayor relevancia a aspectos psicológicos del individuo más allá de lo estrictamente económico y gerencial en los planes de formación para emprendedores en las universidades, dado que se observó aspectos del comportamiento de las relaciones sociales que influyen significativamente en la intención de emprender, lo que también fue destacado por Laguía et al. (2017) en un estudio sobre una muestra de estudiantes colombianos donde consideran que el conocimiento de los antecedentes psicosociales que llevan a los estudiantes a emprender es clave para la orientación de la formación universitaria. La visión anterior también fue compartida por Mora (2013), quien igualmente destaca la importancia del apoyo del entorno social y además incluye la autoestima como parte de los factores que determinan que los estudiantes tengan intención de emprender.

Otra investigación donde se analizaron los factores que inciden en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios colombianos fue la de Echeverri-Sánchez et al. (2018) la cual se planteó desde un enfoque cualitativo con base en entrevistas realizadas a estudiantes del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín. Los autores reportaron como resultado que el principal factor motivador de los estudiantes universitarios para emprender un negocio es la expectativa de la independencia laboral y económica, así mismo destacan que en las universidades se deben adoptar modelos de enseñanza que se orienten hacia el emprendimiento empresarial, para que los egresados tengan una visión más estructurada del sector empresarial que les permita una mayor capacidad de entendimiento de negocios. Gálvez-Albarracín et al. (2018) enfocaron su estudio al análisis de la norma social subjetiva como determinante en la intención de emprendimiento de estudiantes de la Universidad del Valle, bajo la visión de empresas sostenibles y obtuvieron que la mayoría de los alumnos se muestran interesados en ser empresarios con enfoque sostenible, y como se ha venido observando a lo largo de la revisión, el apoyo familiar es considerado como el factor de mayor relevancia. También demostraron que la intención de emprendimiento se relaciona de manera directa con la percepción de la norma subjetiva.

Por su parte Osorio y Londoño (2015), aun cuando no trabajaron con estudiantes universitarios sino con el nivel de secundaria colombiano, estos demostraron que ya a este nivel, la exposición de los jóvenes a experiencias de emprendimiento es favorable para generar intención emprendedora, lo que es clave en la formación a cualquier nivel, donde hacer que los estudiantes estén en contacto con la realidad de emprendimientos exitosos puede ser un determinante positivo para incentivar su espíritu emprendedor. En tal sentido Pulgarín y Cardona (2011) plantean, luego de caracterizar el comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Rosario que el perfil emprendedor de los mismos se

ve fuertemente afectado por la dificultad para asumir riesgos, lo que es una característica esencial para la consolidación de empresas, sobre todo en ambientes hostiles como el colombiano, lo que sugiere una vez más que más allá de los programas de emprendimiento en las universidades, el componente sociocultural es fundamental en la intención emprendedora. Así mismo, Zambrano et al. (2020) concluyeron que la influencia de la universidad y su formación es fundamental en la intención emprendedora, observando además que un grupo de estudiantes colombianos manifiesta que la universidad donde se estudia es un factor de peso para el desarrollo de la iniciativa emprendedora de los jóvenes.

CASO DE ECUADOR

El estudio realizado por Arévalo et al. (2016) que involucró a estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para analizar la intención de emprendimiento, fue concluyente en que los resultados demuestran que la universidad es un factor clave en la tendencia de los estudiantes hacia el emprendimiento y que la carrera de administración es la que presenta la mayor cantidad de estudiantes dispuestos a llevar a cabo emprendimiento de negocio. Otros factores como la autoestima y la proactividad fueron reportados como determinantes en la intención de emprendimiento de estudiantes de ocho universidades ecuatorianas por Diez y Guevara (2020) quienes además indicaron que se debe analizar la influencia de la temporalidad, ya que el estudio realizado fue transversal y la intención de los estudiantes hacia el emprendimiento puede variar respecto al tiempo. Estos factores también fueron nombrados por Espinoza et al. (2018) luego de hacer un estudio en estudiantes universitarios ecuatorianos, donde la autoeficacia es percibida como un factor de alta influencia en la capacidad que tienen para iniciar un emprendimiento. Igualmente, también destacaron que la investigación debe tomar en cuenta el factor tiempo y cómo este influye en la variación de la percepción de los estudiantes, lo que coincide con lo expresado por Diez y Guevara (2020).

Para Guachimposa et al. (2019) los estudiantes de cursos avanzados de la Universidad Técnica de Ambato, en su mayoría presentan la actitud, intención y comportamiento emprendedores que influyen significativamente en su vocación de crear empresas. Al ser estas tres características las que conforman el espíritu emprendedor de los estudiantes, deberían ser reforzadas por la institución educativa creando semilleros de empresas, realizando convenios con las instituciones públicas y privadas, así como realizando una mayor inversión en investigación e innovación. En un estudio realizado sobre egresados de universidades ecuatorianas, se obtuvo, en concordancia con otros estudios acá mencionados, que es fundamental la autoconfianza e independencia para buscar autonomía en la intención de emprendimiento

(Jácome-Lara et al., 2018) por lo que las universidades deben potenciar estas conductas con metodologías pedagógicas que refuercen la intención de emprendimiento. La autoconfianza como factor determinante está muy ligado al apoyo que los estudiantes tengan por parte de la familia, como lo demostraron en su investigación Murillo et al. (2018) al realizar un estudio en estudiantes del último año en una universidad de Ecuador, donde se observó que aun cuando muchos manifestaron temor a invertir sus ahorros, se aprecia que estarían dispuestos a apostar por un negocio propio, pero por supuesto con el apoyo familiar.

Mora et al. (2019) realizaron un aporte a la investigación sobre la intención de emprendimiento de los estudiantes universitarios ecuatorianos, con enfoque en el emprendimiento social, el cual está dirigido a la creación de empresas que no solo tienen un objetivo económico sino social, y sus resultados sugieren que se necesita de un ecosistema universitario que motive y refuerce la intención de los estudiantes para llevar a cabo emprendimientos sociales, así como la aprobación y apoyo por parte de familia, amigos y profesores como factores fundamentales para lograr el emprendimiento, lo que es consistente con lo manifestado por otros investigadores citados. Igualmente, Pesántez et al. (2019) estudiaron la intención de los estudiantes universitarios en Ecuador hacia el emprendimiento social, pero con enfoque de género, con una muestra perteneciente a la Universidad de Cuenca y llegaron a concluir que existen marcadas diferencias entre las mujeres y los hombres en lo que respecta a sus roles como emprendedores, en donde existe una mayor orientación emprendedora de la mujer universitaria respecto a la intención emprendedora social.

CASO DE CHILE

Respecto a estudios realizados en Chile, se constató que, en el caso de los estudiantes de la Universidad Arturo Prat, más específicamente los de Ingeniería Civil Industrial, su intención de emprendimiento se ve potenciada al entrar a la universidad, lo que indica que antes de iniciar la carrera universitaria ya los estudiantes tienen una idea de lo que es emprender un negocio, pero ésta es reforzada en la universidad, la cual logra fortalecer el espíritu emprendedor en sus estudiantes, por lo que son bien vistas las acciones que la carrera ha incorporado al proceso educativo emprendedor (Ayala-Riquelme et al., 2019). Por el contrario, Galleguillos-Cortés et al. (2019) en su estudio sobre una muestra de estudiantes de ingeniería, salud, humanidades, jurídicas y tecnológica de una universidad pública chilena, concluyeron que la presencia de los programas de educación empresarial no contribuye necesariamente a las intenciones de emprendimiento de los estudiantes, sino que prevalecen factores de carácter psicosociales como las creencias individuales, sociales y motivaciones propias de cada estudiante.

El enfoque de género en la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Chile fue estudiado por Muñoz (2015) quien llegó a la conclusión de que las mujeres son más eficientes en áreas críticas para el desarrollo del emprendimiento, como la convicción de poseer conocimientos necesarios para desarrollar o mantener un negocio, no tener miedo al fracaso y, poseer mayores niveles de autoeficacia. También se evidenció en el estudio citado anteriormente que para los estudiantes universitarios es fundamental como parte de su motivación a emprender, el apoyo e integración de su círculo social más cercano (padres, hermanos y amigos). Sepúlveda et al. (2017) estudiaron las características emprendedoras de los estudiantes de dos facultades de una Universidad pública del sur de Chile, concluyendo que los estudiantes tienen bajo nivel de alfabetización económica, lo que influye negativamente en la intención de emprendimiento, lo que recomendaron que se revisen los planes de estudios de carreras universitarias para lograr una mejor calidad en la formación de profesionales emprendedores, incluyendo de manera efectiva contenidos y competencias relacionadas con el emprendimiento y a la alfabetización económica.

Por su parte Soria-Barreto et al. (2016), al analizar la influencia de la educación sobre la intención emprendedora de estudiante del primer nivel de la carrera de Ingeniería Comercial de una universidad de Chile, concluyeron que la intención emprendedora se ve afectada por el contenido del curso de emprendimiento, por lo que es claro que, aunque la educación emprendedora universitaria puede generar efectos significativos en la intención emprendedora, esto solo es notorio en estudiantes que poseen determinadas características, como una mayor percepción de su capacidad para solucionar los problemas y menores rangos de renta familiar. En otras palabras, se continúa de manera general ratificando la importancia fundamental de las características del estudiante, sobre todo las referidas a su autoestima y la relación con el entorno sociocultural.

CASO DE PERÚ

En Perú se han realizado investigaciones como la de Chambi y Arohuanca-Percca (2019) quienes compararon las intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios de dos universidades de la ciudad de Puno, revelando que existen diferencias entre la visión del emprendimiento entre los estudiantes de ambas universidades, lo que ratifica el hecho de que la formación y cómo se imparte es fundamental, y como ya se ha observado en otras investigaciones analizadas, consideran que se debe realizar un estudio longitudinal, pues la intención emprendedora puede variar con el tiempo. Un estudio similar fue realizado por Loli et al. (2010) con estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería de Lima, donde reportan que la mayoría tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento. Sin embargo,

está condicionada con el ciclo de estudio, ya que los estudiantes de los ciclos más altos tienen mayor compromiso para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Además, se observó influencia de variables como la experiencia laboral, la intención de desarrollar un negocio y la necesidad de asistencia financiera. La evolución del espíritu emprendedor a lo largo de la vida universitaria de los estudiantes es indicio claro de la influencia positiva de la educación que están recibiendo.

El impacto de la educación para el emprendimiento en la intención de emprender fue estudiado en una universidad de Lima por Navarro et al. (2019), y de manera general corroboraron que existe un impacto significativo al contemplar la educación emprendedora en el currículo educativo. De igual manera, los autores citados concluyeron que más allá de la educación en sí, existen factores individuales que determinan la intención emprendedora de los estudiantes, como son la autoconfianza, la actitud hacia el emprendimiento, la creatividad y la experiencia previa en emprendimiento. Estos mismos factores intrínsecos de los estudiantes fueron descritos como fundamentales en su capacidad emprendedora por Saravia y Weinberger (2014), lo que es evidencia de que no solo la educación incide en la intención de emprendimiento de los estudiantes, algo que también recalcó Vásquez (2017) tras estudiar la temática en tres universidades de Lima, al concluir que influyen factores como la motivación, la actitud hacia la conducta y medio ambiente en el que se desarrolle el estudiante.

CASOS DE ARGENTINA, BOLIVIA Y URUGUAY.

Respecto a Uruguay, Krauss et al. (2016), en el informe presentado y avalado por la GUESSS, concluyen que el ambiente universitario y particularmente la educación emprendedora, impacta al estudiante en su intención emprendedora, por lo que consideran que para Uruguay, sería importante la generación de licenciaturas, maestrías y doctorados en emprendimiento para así potenciar a los emprendedores. Otra conclusión importante fue que las mujeres tienen una menor intención emprendedora que los hombres, lo que contrasta con lo observado por otras investigaciones a nivel internacional, aunque sugieren que la brecha entre ambos disminuye luego de 5 años de haber terminado sus estudios. Así mismo, los estudiantes que no tenían intención emprendedora van cambiando al pasar los años, es decir la edad es un factor determinante. De igual forma Krauss et al. (2018), en su estudio específico realizado en la Universidad Católica de Uruguay, particularmente en estudiantes de ciencias de la salud, concluyeron que los estudiantes de esta área de conocimiento presentan menor tendencia hacia la intención emprendedora en comparación con los de otras especialidades. Sin embargo, destacan que existe una

incidencia favorable del entorno, el clima y las áreas de estudio de la universidad sobre la intención de emprender de los estudiantes.

En Argentina, Massaro et al. (2015) analizaron las intenciones emprendedoras de estudiantes de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, tomando como base el informe de GUESSS y observaron que la intención emprendedora varía en el tiempo en cuanto sobre todo en los estudiantes de Ingeniería, a todo lo largo de la carrera, es decir antes, durante o luego de haber egresado. En este contexto, Martínez et al. (2021), discurren que el emprendimiento promovido entre los estudiantes puede ser un garante de la innovación social, algo que, como ya se ha observado, es indicado por varios autores a nivel del análisis en América Latina. Respecto a Bolivia, se identificó el trabajo de Saucedo (2018) quien estudió la intención emprendedora de estudiantes de la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca y concluyó que la institución debe reforzar su formación académica, sobre todo para desarrollar en los estudiantes la actitud personal y la conducta del control percibido, para el logro del reforzamiento de la intención emprendedora y de esta manera orientar a los universitarios hacia una formación en emprendimiento, tan necesaria en estos tiempos.

CONCLUSIONES

Aun cuando se trabajó con una muestra de documentos publicados respecto a la intención de emprendimiento de estudiantes de América Latina, pertenecientes a nueve países, se observan puntos coincidentes respecto a los determinantes que motivan a los estudiantes a emprender. La influencia de los programas curriculares de educación superior en relación al emprendimiento son factor clave y determinante según todos los estudios analizados, por lo que independientemente del país y los enfoques que se le haya dado a la investigación, se tiene un punto coincidente al afirmar que en la región aún falta reforzar los modelos educativos en relación a la intención emprendedora de los estudiantes y evaluar de forma prospectiva las estrategias pedagógicas implementadas, según el programa académico ofertado y el contexto sociocultural del mercado donde se incursionará el emprendedor.

Otro punto importante tratado en las investigaciones analizadas es la influencia de los factores socioeconómicos en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. El apoyo familiar y del entorno cercano de los estudiantes, así como la experiencia que los mismos puedan tener en negocios es el otro determinante importante, esto explica porque aun cuando la universidad les imparte conocimientos sobre emprendimiento de negocios, la mayoría no termina emprendiendo. De lo anterior es claro que la universidad juega un papel importante en crear en el estudiante una visión positiva hacia el

emprendimiento, sin embargo, muchos egresados terminan asimilándose al sistema laboral tradicional ya que existen factores de su entorno que no les ayudan a desarrollar emprendimientos. Por lo anterior, se puede concluir que además de la formación, los estudiantes universitarios deben tener un ambiente favorable para emprender negocios y en él juega un papel importante su entorno y las facilidades que los gobiernos les den para iniciar y mantener sus negocios en el tiempo.

REFERENCIAS

Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300. doi: 10.1007/s11187-010-9307-2

Agboola, O.W. (2020). Framework for School Stage Entrepreneurship Education in Nigeria. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1-34. doi: 10.1177/2515127419899484

Alfonso, P., & Da Silva, H.M. (2019). Intenção empreendedora na universidade. *Ciências psicológicas*, 13(1), 134-149. doi: 10.22235/cp.v13i1.1815

Alvarado Lagunas, E., Dávila Aguirre, M., & Vázquez Zacarías, M. (2018). Factors that influence the continuity and survival of a micro-business in Mexico. *Contaduría y administración*, 63(3). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1281>

Álvarez, C., Martins, I., & López, T. (2017). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto GUESSS Colombia 2016. Medellín: Universidad EAFIT

Álvarez-Risco, A., López-Odar, D., Chafloque-Céspedes, R., & Vílchez-Román, C. (2018). *Emprendimiento social ¿Las universidades peruanas, están cumpliendo su rol promotor?* Lima: Fondo Editorial USMP

Amber-Montes, D. (2014). Reseña del libro: El desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora. Profesorado. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 18(3), 20-21.

Amorós, J., Leguina, A., & Gutiérrez, I. (2010). Análisis de la Actividad Emprendedora en Sectores de Comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado de: <https://tinyurl.com/y5a2furv>

Arévalo, D.X., Padilla, C.P., & Wong, N.I. (2016). Intención de emprendimiento en los estudiantes: un estudio en la universidad católica de Santiago de Guayaquil. *Alternativas*, 12(1), 5-15. doi: 10.23878/alternativas.v17i1.106

Ayala-Riquelme, E., Llanos-Ortiz, M., Figueroa-Miranda, N., & Céspedes-Céspedes, S. (2019). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique, periodo 2018. *Revista Perspectiva*, 20(1), 35-46. doi: 10.33198/rp.v20i1.00019

Bueckmann, R. (2014). Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos: un enfoque basado en variables personales y del programa educativo (Tesis doctoral). Universidad de Cantabria, Santander, España.

Castelao, M.O., González, J.L., Ramos, A.J., & Ruiz, A. (2015). Universidad y emprendimiento. Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 13(2), 187-205.

Chambi, J.A., & Arohuanca-Percca, P.A. (2019). Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno. *Global Business Administration Journal*, 3(1), 11-17. doi: 10.31381/gbaj.v3i1.2288

Da Fonseca, B.M., Aguiar, D., Laguía, A., Moriano, J.A., & Salazar, V.J. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196. doi: 10.15689/ap.2016.1502.07

Da Silva, J., Oliveira, P., Krüger, C., & Minello, I.F. (2019). Análise quantitativa e descritiva da intenção empreendedora em alunos de uma instituição de ensino superior. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/intencao-empreendedora-alunos.html>

De Moraes, M.B., da Silva, A.A.C., Monteiro, R.D.C.R.V., & Mendrot, A.R. (2016, março 16-18). Intenção Empreendedora de Alunos de Graduação de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. En IX EGEPE Encontro de estudo sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Universidade de Passo Fundo.

De la Torre, A., Ize, A., & Schmukler, S.L. (2012). *Financial Development in Latin America and the Caribbean: The Road Ahead*. Washington, DC: World Bank.

De Oliveira, S.H., Ceglia, D., Rebouças, S.M.D.P., & Teixeira, A.A.C. (2016). Modelagem de Intenção Empreendedora de Estudantes Universitários Usando Equações Estruturais. *Revista Pretexto*, 17(2), 42-65. doi: 10.21714/pretexto.v17i2.2772

Diez, S., & Guevara, R. (2020). Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Contaduría y Administración*, 65(2), 1-26. doi: 10.22201/fca.24488410e.2019.2074

Dos Santos, R., & Silveira, A. (2018). Intención emprendedora en contexto universitario brasileño. *Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL*, 11(2), 297-318. doi: 10.5007/1983-4535.2018v11n2p297

Drucker, P.F. (2007). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Oxford: Routledge.

Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340. doi: 10.21501/22161201.1528

Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 1-19. doi: 10.15359/ree.22-2.10

Espinoza, E.I., Jimber, J.A., Casas, J.C., & Ceular, N. (2019). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios: validación de la teoría de acción planificada. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 6(2), 1-17. doi: 10.21855/ecociencia.62.127

Ferreira, A., Loiola, E., & Gondim, S.M. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(2), 292-308. doi: 10.1590/1679-395159595

Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B., & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictores de la Intención Empreendedora en Alumnos de Pregrado: Un Modelo Basado en Ecuaciones Estructurales. *Formación Universitaria*, 12(1), 83-94. doi: 10.4067/S0718-50062019000100083

Gálvez-Albarracín, E.J., Guauña-Aguilar, R.A., & Pérez-Uribe, R.I. (2018). Impacto de la norma social subjetiva en la intención de emprendimiento sostenible: un caso de estudio con estudiantes colombianos. *Revista EAN*, 85, 57-74. doi: 10.21158/01208160.n85.2018.2048

García-García, V.D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236.

García-Hernández, Y., Mendoza-Saldivar, I., & Romo-Medellin, L.D. (2017). Relación entre la intención de la elección de la carrera de ingeniería civil y la iniciativa emprendedora de los estudiantes de una Institución de Educación Superior Tecnológica en Hidalgo, México. *European Scientific Journal*, 13(34), 101-118. doi: 10.19044/esj.2017.v13n34p101

García Hernández, Y., García Rojas, J.A., Ramírez Sabino, A.I., & Amador Martínez, M.L. (2020). Formación académica e iniciativa emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica. *Podium*, 38, 123-138. doi:10.31095/podium.2020.38.8

González-García, G., Becerril, M.L., & Fonseca, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE revista de investigación educativa de la REDIECH*, 9(17), 103-118. doi: 10.33010/ie_rie_rediech.v9i17.120

González, R.F., Torres, V.H., & Tinoco, M.A. (2017). Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Colima en México. *Economía y Sociedad*, 36, 43-59.

Guachimposa, V.H., Lavín, J.M., & Santiago, N.I. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(1), 71-81.

Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A.R., Ruiz-Navarro, J., Neira, I., & Fernández-Laviada, A. (2016). *Observatorio de Emprendimiento Universitario en España. Edición 2015-2016*. Madrid: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.

Heredia, O., Delgado, L.A., & Cortez, E.M. (2020). El efecto del desarrollo de planes de negocio en las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Hitos de Ciencias económico administrativas*, 26(75), 157-175. doi: 10.19136/hitos.a26n75.3980

Hernández, C., & Arano, R.M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>

Jácome-Lara, I.M., Tinajero-Jiménez, M.R., & Suárez-Guevara, I.M. (2018). Características del comportamiento emprendedor en estudiantes egresados universitarios del Ecuador. *Dominio de la Ciencia*, 4(3), 163-176. doi: 10.23857/dc.v4i3.800

Krauss, C., Bonomo, A., Volfovicz, R., Mandirola, N., & Cardozo, A. (2016). GUESSS: Reporte de Uruguay (2016). Montevideo: NEXO- Centro de Desarrollo Emprendedor.

Krauss, C., Franco, J.P., Bonomo, A., Mandirola, N., & Platas A.L. (2018). Intención emprendedora en estudiantes de ciencias de la salud de la universidad católica del Uruguay. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, 7(1), 88-101. doi: 10.22235/ech.v7i1.1541

Laguía, A., Moriano, J.A., Molero, F., & Gámez, J.A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 1-14. Doi: 10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie

Lanero, A., Vásquez, J.L., & Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de psicología*, 31(1), 243-259. doi: 10.6018/analesps.31.1.161461

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina. Muchas empresas y poca innovación. Washington, D.C: Banco Mundial.

Lima, E., Almeida, R.M., Nassif, V.M.J., & Da Silva, D. (2011). Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011. Caderno de pesquisa, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE.

Loli, A.E., Dextre, E., Del Carpio, J., & La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Revista IIPSI*, 13(2), 139-151. doi: 10.15381/rinvp.v13i2.3722

Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2009). Emprendimiento, visiones desde las teorías del comportamiento. *Escuela de Administración y Negocios*, 66, 154-168. doi: 10.21158/01208160.n66.2009.479

Massaro, F., Aggio, C., Baruj, G., Cappa, A., Guagliano, M., & Pavlicevic, J. (2015). Análisis de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de ingeniería en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora a partir de la encuesta GUESSS. Recuperado de <http://repositorio.unlz.edu.ar:8080/handle/123456789/179>

Mendoza, J., García, Y., & Gutiérrez, G. (2016, octubre 5-7). Iniciativa emprendedora de los estudiantes de una Institución de Educación Superior en el Estado de Hidalgo. En XXI Congreso internacional de contaduría, administración e informática. Universidad Autónoma de México, México D.F.

Mora, P.F., Aguirre, J.C., Álava, N.G., & Cordero, J.F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, 15(30), 1-18. doi: 10.25097/rep.n30.2019.01

Mora, R. (2013). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Revista EAN*, 71, 70-83. doi: 10.21158/01208160.n71.2011.552

Morales, M.G., Álvarez, M., & Sánchez, Y. (2015). Análisis de relación entre intención emprendedora y la experiencia laboral en el contexto universitario. Recuperado de: <https://tinyurl.com/y5z95pvr>

Muñoz, L.F. (2015, noviembre 10-13). Evaluación de factores de emprendimiento en estudiantes mujeres universitarias en Chile. En XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Lima, Perú

Martínez Garcés, J., Durán Omaña, S., & Serna Borja, W. (2021). COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender: Factores decisorios en estudiantes universitarios. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(2), 272-283. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35913>

Murillo, C., Bustamante, M.A., Vidal, C., & Campos, R. (2018). Actitud emprendedora de estudiantes del último año académico en una universidad en Ecuador. *Revista Empresarial*, 45, 69-79. doi: 10.23878/empr.v12.i45.128

Mwasalwiba, E.S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20-47.

Navarro, F.C., Rodríguez, M., Chura, R.G.A., & Chombo, J. (2019). Impacto de la educación emprendedora: Estudio de la intención emprendedora en estudiantes universitarios peruanos. *UCV – Scientia*, 11(1), 35-44. doi: 10.18050/ucv-scientia.v11i1.2401

Navarro, G.T., Arévalo, J.G., & Quintero, W. (2020). Competencias emprendedoras: Una evidencia en líderes comunales. *Desarrollo Gerencial*, 12(2), 1-21. doi: 10.17081/dege.12.2.3712

Osorio, F.F., & Londoño, J.C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-131. doi: 10.11144/javeriana.cao28-51.ieee

Peñuñuri, M.F. (2019). Intención de emprendimiento en estudiantes de la licenciatura en administración de una universidad del norte de México. *Técnica Administrativa*, 18(78). Recuperado de: <http://www.cyta.com.ar/ta/article.php?id=180201>

Pesántez, M.M., Stadelhofe, S.M., Alava, G., & Aguirre, J.C. (2018, noviembre 7-8). La intención en el emprendimiento social en jóvenes universitarios con énfasis en género. En VI Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales (ELMeCS) Innovación y creatividad en la investigación social: Navegando la compleja realidad latinoamericana. Universidad de Cuenca, Ecuador.

Pulgarín, S.A., & Cardona, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. *Revista EAN*, 71, 22-39. doi: 10.21158/01208160.n71.2011.549

Ramos, L., López, V.G., Moreno, L.R., & Galván, R. (2019). La intención emprendedora en estudiantes universitarios y el proceso enseñanza aprendizaje. *Revista Global de Negocios*, 6(3), 1-12.

Rocha, A., Silva, M.J., & Simões, J. (2012). Intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário. *Economia Global e Gestão*, 17, 77-97.

Rodrigues, M.H. (2015). Um estudo sobre o perfil empreendedor de estudantes de Instituições de Ensino Superior da cidade de Volta Redonda (Tesis de maestría). Universidade Federal Fluminense, Brasil.

Saldarriaga, M.E., & Guzmán, M.F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142. doi: 10.21158/01208160.n85.2018.2054

Sánchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J.L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

Sánchez, M.L., Zerón, M., & De La Garza, M.H. (2017). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en el centro de Tamaulipas, México. *Revista nacional de administración*, 8(2), 35-49. doi: 10.22458/rna.v8i2.1740

Saravia, E., & Weinberger, K. (2014). Factores que explican las competencias emprendedoras. *Journal of Business*, 6(1), 24-40. doi: 10.21678/jb.2012.56

Saucedo, H.K. (2018). Medición de la intención de emprendedores universitarios empleando ecuaciones estructurales. *Investigación & Negocios*, 11(18), 52-63.

Sepulveda, J., Denegri, M., Orellana, L., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P., & Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: Una comparación entre estudiantes Universitarios del sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34(1), 107-124. doi: 10.16888/interd.2017.34.1.7

Silveira, R.E., de Oliveira, M.V., & Rodrigues, A.M. (2012, novembro 18-20). Determinantes da Intenção Empreendedora de Discentes em um Instituto de Ensino Superior. En XXVII Simpósio de Gestão de Inovação Tecnológica. Salvador, Brasil.

Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. doi: 10.4067/S0718-50062016000100004

Vásquez, J.M. (2017). Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral (Tesis doctoral). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.

Zambrano, S.M., Zambrano, Y., & Chávez, A.M. (2020). Dimensiones para el estudio de la intención emprendedora en jóvenes universitarios. *Espacios*, 41(20), 344-354.