REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad" / ISSN 2739-0063 / www.revistainvecom.org. Vol. 4, # 2, 2024. Licencia CC BY. Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios. María Paula Rojas y Kerwin José Chávez Vera.

Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios

Determining factors for the success of university ventures

María Paula Rojas
https://orcid.org/0009-0001-0596-0014
maría.rojasva@usil.pe
Universidad San Ignacio de Loyola
Lima - Perú

Kerwin José Chávez Vera
https://orcid.org/0000-0003-2842-2099
kchavezv@usil.edu.pe
Universidad San Ignacio de Loyola
Lima - Perú

RESUMEN

El artículo abordó los factores que determinan el éxito de los emprendimientos universitarios y comprender las barreras que algunos estudiantes enfrentan al tratar de establecer empresas. Se realizó un estudio positivista basado en un enfoque cuantitativo empleando el método descriptivo, con un diseño de la investigación no experimental y transeccional, de campo, con una muestra de 194 estudiantes universitarios de la carrera de administración y emprendimiento de la Universidad San Ignacio de Loyola. Los resultados mostraron que la innovación es considerada el factor más importante para el éxito de los emprendimientos, seguido del capital humano y las habilidades emprendedoras. Además, se observó una diversidad de opiniones entre los encuestados respecto al papel del apoyo institucional en el éxito de los emprendimientos. Se recomienda que las universidades mejoren la claridad y la comunicación de sus programas, evalúen y ajusten continuamente sus servicios, fomenten la confianza de los emprendedores a través de un compromiso a largo plazo y colaboren con otros actores relevantes para ofrecer un apoyo más integral y efectivo.

Palabras clave: emprendimientos, empresas, innovación.

Recibido: 28-11-23 - Aceptado: 01-02-24

ABSTRACT

The article addressed the factors that determine the success of university ventures and understand the barriers some students face when trying to establish businesses. A positivist study based on a quantitative approach using the descriptive method was carried out, with a non-experimental and cross-sectional field research design, with a sample of 194 university students of the administration and entrepreneurship career of the San Ignacio de Loyola University. The results showed that innovation is considered the most important factor for the success of entrepreneurship, followed by human capital and entrepreneurial skills. In addition, a diversity of opinions was observed among the respondents regarding the role of

institutional support in the success of entrepreneurship. It is recommended that universities improve the clarity and communication of their programs, continuously evaluate and adjust their services, foster the confidence of entrepreneurs through long-term engagement, and collaborate with other relevant actors to offer more comprehensive and effective support.

Keywords: entrepreneurship, companies, innovation.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento universitario, en los últimos años, ha surgido como una fuerza dinámica y vital en el panorama de la educación superior. Este fenómeno se refiere al proceso mediante el cual los estudiantes universitarios, motivados por la creatividad, la innovación y la ambición empresarial, se embarcan en la creación y gestión de sus propios proyectos empresariales (Fariña Sánchez & Suárez Ortega, 2023; Vasquez, 2023). Estos emprendimientos pueden abarcar una amplia gama de industrias y sectores, desde tecnología hasta servicios sociales, y representan un cambio significativo en la forma en que las instituciones académicas preparan a sus futuros graduados para enfrentar los desafíos económicos y sociales del mundo contemporáneo (Diaz Bretones & Radrigán, 2018).

Las iniciativas empresariales se han convertido en un cambio cultural en la educación superior. Las universidades promueven activamente la mentalidad emprendedora entre sus estudiantes, en lugar de enfocarse exclusivamente en la adquisición de conocimientos teóricos (Cabana-Villca et al., 2013). La capacidad de generar nuevas ideas, abordar problemas complejos y tomar riesgos calculados es esencial en un mundo empresarial cada vez más competitivo. Como resultado, se han establecido incubadoras de negocios en campus universitarios, se ofrecen cursos y programas específicos de emprendimiento, y se promueve la colaboración interdisciplinaria para fomentar la innovación y la creación de empresas (Cai et al., 2019; Clemente-Vázquez & Torres-Gordillo, 2021).

La evolución del emprendimiento universitario también está vinculada a los cambios en el entorno empresarial global. La economía del conocimiento, la tecnología digital y la globalización han transformado la forma en que se crean, operan y compiten las empresas (Valencia-Arias et al., 2023). Los estudiantes universitarios que se aventuran en el mundo empresarial se encuentran en un entorno en constante cambio que exige una adaptación ágil y una capacidad para identificar oportunidades en medio de la incertidumbre. En este contexto, comprender los factores que determinan el éxito de los emprendimientos universitarios se ha convertido en una prioridad para académicos, estudiantes y profesionales interesados en la contribución de estos emprendedores al crecimiento económico y la innovación (Fontana & Musa, 2017).

La investigación sobre emprendimientos universitarios adquiere una importancia y relevancia notables en la actualidad debido a su impacto en diversas esferas de la sociedad. En primer lugar, estos emprendimientos aportan de manera significativa al crecimiento económico al generar empleo, estimular la innovación y proponer soluciones a problemas económicos y sociales (Bell, 2019). La creación de startups por parte de estudiantes universitarios puede dar lugar a la emergencia de nuevas industrias y sectores, impulsando

así el desarrollo económico (Cabana-Villca et al., 2013; Flores-Pérez & Gutiérrez Nuñez, 2023).

Además, los emprendimientos universitarios tienen el potencial de abordar desafíos sociales y medioambientales apremiantes. Con frecuencia, los estudiantes buscan enfoques innovadores para solucionar problemas a nivel local y global, lo que puede tener un impacto positivo en la sociedad al proporcionar servicios esenciales, mejorar la calidad de vida y promover la sostenibilidad (Cai et al., 2019; Garzón Baquero & Bellon Monsalve, 2023).

En lo que respecta a la innovación, los emprendimientos universitarios fomentan la creación y adopción de nuevas tecnologías y prácticas empresariales. También promueven una cultura de aprendizaje basada en la experiencia y la adaptabilidad, lo que resulta valioso tanto para los estudiantes como para la sociedad en general (Barbara Bernhofer & Li, 2014). El problema central que se aborda reside en la necesidad de comprender los factores que determinan el éxito de los emprendimientos universitarios. A pesar de que se reconoce que estos emprendimientos pueden tener un impacto significativo en la economía, la sociedad y la innovación, aún persiste la falta de claridad acerca de cuáles son los elementos cruciales que contribuyen o inhiben su éxito. Entonces, se estableció como pregunta de investigación ¿Cuáles son los factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios?

El objetivo de esta investigación es arrojar luces sobre los factores que determinan el éxito de los emprendimientos universitarios y comprender las barreras que algunos estudiantes enfrentan al tratar de establecer empresas con un propósito exitoso. Específicamente, la intención es identificar y analizar los elementos clave que van más allá de la idea inicial, tales como la adquisición de conocimientos, las habilidades emprendedoras, los recursos disponibles y el contexto universitario.

Revisión teórica

Los emprendimientos universitarios son un subconjunto importante del mundo emprendedor que se originan de la intersección entre el ámbito académico y empresarial. Estos proyectos son el resultado de la transformación de ideas y conocimientos por parte de estudiantes, profesores e investigadores en empresas innovadoras (Calanchez et al., 2022; Chávez et al., 2023). Sin embargo, el éxito en el ámbito universitario es complejo y está influenciado por una serie de factores determinantes que van más allá de la simple idea de negocio.

Entre los factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios se encuentran: el apoyo institucional, capital humano y habilidades emprendedoras, el acceso a recursos financieros y la innovación. Los esfuerzos por comprender y potenciar estos factores determinantes son esenciales para cultivar un ambiente propicio para la incubación y el crecimiento de startups universitarias (Figueroa Romero, 2018; Gutiérrez Cruz et al., 2021). A medida que se avanza hacia un futuro caracterizado por la necesidad de soluciones creativas y tecnológicas, el papel de los emprendimientos universitarios se torna aún más relevante, y su éxito contribuye de manera sustancial al avance de la sociedad y la economía en su conjunto.

Apoyo Institucional: Impulsando el Éxito de los Emprendimientos Universitarios

El respaldo institucional desempeña un papel crítico en la promoción del éxito de los emprendimientos universitarios. Más allá de la creatividad y las habilidades gerenciales, los estudiantes requieren de un entorno propicio que fomente la innovación y el desarrollo empresarial (Valenzuela-Keller et al., 2022). Los programas de incubación y aceleración se alzan como piezas clave al ofrecer un apoyo económico a través de concursos y proporcionar un espacio donde las ideas de negocio pueden florecer. Sin embargo, es evidente que el acceso y la conciencia de estos programas son desafíos que deben abordarse, ya que muchos estudiantes aún desconocen estas oportunidades cruciales que podrían impulsar sus proyectos emprendedores (Cai et al., 2019; A. Valenzuela-Keller et al., 2021).

Más allá de la oferta académica convencional, la participación activa de mentores y asesores especializados emerge como una necesidad imperante para los estudiantes universitarios emprendedores. Estos mentores pueden proporcionar no solo conocimiento técnico sino también la motivación y orientación necesaria para llevar adelante una idea de negocio. Su experiencia y liderazgo son fundamentales para inspirar a los alumnos a explorar su potencial emprendedor y avanzar en la concreción de sus proyectos innovadores (Chávez et al., 2023; Lamas-Huerta & Flores-Zepeda, 2022).

En consecuencia, el apoyo institucional no solo se limita a la infraestructura y los recursos, sino que también se extiende al vínculo entre mentores y estudiantes como un catalizador clave del éxito empresarial dentro de las universidades (Valenzuela-Keller et al., 2022). Para Salazar et al., (2023) la importancia del apoyo institucional en el contexto de los emprendimientos universitarios es innegable. Más allá de la formación académica, la creatividad y las habilidades gerenciales, este respaldo se erige como un pilar fundamental que impulsa el éxito de las ideas innovadoras.

Capital humano y habilidades emprendedoras

El capital humano y las habilidades emprendedoras representan elementos cruciales para el éxito de cualquier emprendimiento. El primero se refiere a las personas que conforman una empresa, desde los fundadores hasta los empleados. La calidad de este capital, en términos de experiencia, habilidades y conocimientos, juega un papel fundamental en la capacidad de una empresa para innovar, adaptarse a los cambios y competir en el mercado (Merigó & Peris-Ortiz, 2014; Vásquez Bernal, 2023). Las organizaciones con un equipo altamente capacitado y motivado tienden a superar obstáculos de manera más efectiva y a identificar oportunidades que otras pueden pasar por alto.

Por otro lado, las habilidades emprendedoras son esenciales para convertir las ideas en acciones concretas. Los emprendedores exitosos poseen una serie de habilidades que incluyen la creatividad, la toma de decisiones efectivas, la gestión del riesgo, la resolución de problemas y la capacidad para liderar y motivar a equipos (Pagán Conesa, 2022). Estas habilidades permiten a los emprendedores identificar oportunidades de mercado, desarrollar planes de negocios sólidos y llevar a cabo estrategias efectivas para el crecimiento de la empresa (Cabana-Villca et al., 2013; Portuguez-Castro & Gomez, 2020). Además, la mentalidad emprendedora promueve la adaptabilidad y la disposición para aprender de los errores, lo que es esencial en un entorno empresarial en constante evolución.

El éxito de un emprendimiento depende en gran medida del capital humano que lo respalda y de las habilidades emprendedoras de quienes lo dirigen. La combinación de personas altamente competentes y la capacidad de enfrentar desafíos con determinación y visión son factores determinantes en la capacidad de una empresa para prosperar y sobresalir en un mercado competitivo (Chávez et al., 2023; Vásquez Bernal, 2023). Por lo tanto, invertir en el desarrollo y la formación de habilidades emprendedoras, así como en la construcción de un equipo talentoso, se convierte en una estrategia fundamental para alcanzar el éxito empresarial a largo plazo.

Acceso Financiero para Emprendimientos Universitarios

El acceso financiero juega un papel esencial en el éxito de los emprendimientos universitarios. Cuando los estudiantes emprendedores cuentan con recursos económicos adecuados, tienen la capacidad de llevar a cabo sus ideas innovadoras y convertirlas en negocios sólidos (Barbara Bernhofer & Li, 2014; Tovar Cuevas et al., 2018). Esto les permite dedicarse plenamente a sus proyectos sin preocupaciones monetarias inmediatas. Además, el acceso a financiamiento les brinda la oportunidad de invertir en la investigación y el desarrollo de sus productos o servicios, lo que puede marcar la diferencia en un mercado competitivo (Chávez et al., 2023; Véliz Palomino et al., 2023).

Sin embargo, el acceso financiero no se limita solo a la obtención de fondos. También incluye la formación y el asesoramiento en gestión financiera, lo que permite a los emprendedores universitarios tomar decisiones financieras informadas y mantener la salud económica de sus startups (Méndez-Picazo et al., 2021). Además, facilitar la construcción de redes y conexiones en el mundo empresarial, lo que puede llevar a oportunidades de inversión y colaboración estratégica. En resumen, el acceso financiero adecuado es un pilar crucial que puede impulsar el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos universitarios (Flores et al., 2023).

Para garantizar que los emprendedores universitarios tengan un acceso financiero óptimo, es esencial que las instituciones educativas, los gobiernos y el sector privado colaboren estrechamente (Davila-Moran, 2022; Pérez Paredes et al., 2022). Esto implica la creación de programas de financiamiento específicos para estudiantes emprendedores, el establecimiento de incubadoras y aceleradoras de negocios en el campus y la promoción de la educación financiera. Al hacerlo, se puede fomentar un ecosistema emprendedor robusto que aproveche el potencial creativo de los estudiantes y contribuya al crecimiento económico y la innovación a nivel local y global (Ramirez Urquidy, 2022).

Innovación factor clave para los emprendimientos

En el mundo de los emprendimientos universitarios, la capacidad de innovación desempeña un papel fundamental en la generación de valor y el logro del éxito (Obregón et al., 2023). La innovación en este contexto no se limita únicamente a la tecnología o los productos; abarca una gama más amplia de aspectos, como la concepción de nuevos modelos de negocio, la identificación de nichos de mercado poco explorados y la búsqueda de soluciones novedosas a problemas sociales o industriales (Martínez Bobillo et al., 2021; Prada-Villamizar & Sánchez-Peinado, 2021).

Los emprendedores universitarios a menudo están en una posición única para innovar, ya que están inmersos en entornos académicos que fomentan la investigación y el pensamiento crítico (Cai et al., 2019; Vera-Sagredo et al., 2019). La colaboración interdisciplinaria, la disponibilidad de recursos y la exposición a diversas disciplinas pueden inspirar ideas frescas y creativas. Además, las universidades suelen brindar acceso a expertos en diferentes campos, lo que puede enriquecer aún más el proceso de innovación (Chávez et al., 2023; Hebles et al., 2019).

Un aspecto crucial de la innovación en los emprendimientos universitarios es su capacidad para resolver problemas concretos. Los emprendedores que identifican desafíos reales en sus comunidades o industrias y diseñan soluciones efectivas tienen una ventaja competitiva. Además, la innovación puede generar un impacto positivo en la sociedad al abordar cuestiones como la salud, la sostenibilidad y la igualdad (Prada-Villamizar & Sánchez-Peinado, 2021; Tulla Pujol et al., 2018).

El éxito de los emprendimientos universitarios a menudo está directamente relacionado con su capacidad para adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio. Aquellos que abrazan la innovación como un principio rector pueden mantenerse ágiles y relevantes en el mercado (Aceituno-Aceituno et al., 2018; Hebles et al., 2019). La innovación no solo es un componente esencial en el éxito de los emprendimientos universitarios, sino que también puede ser un motor de cambio y progreso tanto a nivel empresarial como en la sociedad en general.

METODOLOGÍA

La investigación adoptó una perspectiva positivista y se basó en el paradigma cuantitativo con el fin de garantizar la precisión y el rigor del estudio. Se utilizó el método descriptivo para observar el fenómeno del emprendimiento universitarios y los factores que determinan su éxito, lo que implica un enfoque racional. El diseño de la investigación fue no experimental y transeccional de campo, ya que se observó la variable sin manipularla en tiempo y espacio real (Hernández et al., 2018; Herrera-Añazco et al., 2021).

Para la recopilación de datos, se empleó la técnica de encuesta, utilizando un cuestionario compuesto por 16 ítems. Estos ítems se redactaron en formato cerrado, presentando una escala de medición tipo Likert con cinco opciones de respuesta. Antes de la aplicación formal, el cuestionario se sometió a una prueba piloto y fue evaluado por un panel de cinco expertos. La validez del cuestionario se confirmó mediante el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, que arrojó un índice de confiabilidad de 0,91 (Hernández et al., 2018). Para la elaboración del instrumento, se consideraron las siguientes dimensiones y sus respectivos indicadores los cuales se derivaron a partir del constructo teórico generado mediante una revisión exhaustiva de la literatura pertinente (tabla 1).

Tabla 1

Variables, dimensiones e indicadores

Variable	Dimensiones	Indicadores
Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios	Apoyo Institucional	• Nivel de participación en programas de incubación y aceleración ofrecidos por la universidad.
	Capital Humano y habilidades emprendedoras	• Acceso a mentores y asesores especializados proporcionados por la universidad. • Nivel de educación formal en emprendimiento o áreas relacionadas. • Experiencia previa en la creación y gestión de emprendimientos.
	Acceso a recursos financieros	• Monto de financiamiento obtenido para el emprendimiento universitario. • Diversidad de fuentes de financiamiento
	Innovación	• Nuevas ideas o soluciones innovadoras desarrolladas. • Promoción de la investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios.

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

En esta investigación, se estableció la población objeto de estudio a 390 estudiantes universitarios de la carrera administración y emprendimiento de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad San Ignacio de Loyola. Para obtener una muestra representativa de 194, se utilizó un método de muestreo probabilístico aleatorio simple. Esto significa que cada estudiante tuvo una oportunidad igual de ser seleccionado para formar parte de la muestra, lo que garantiza que los resultados sean imparciales y aplicables a la población universitaria en su conjunto. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS v.27 presentados mediante tablas y gráficos.

Este estudio se realizó en conformidad con los principios establecidos en el Código de Ética de la Investigación de la Universidad San Ignacio de Loyola, el cual fue aprobado mediante la Resolución del Rector No. 034-2016/G, con fecha del 5 de octubre de 2016, específicamente en su artículo 14°, que trata sobre buenas prácticas procedimentales y metodológicas. Dado que la encuesta utilizada no implicaba riesgos significativos y garantizaba el anonimato de los participantes, no era necesario solicitar el consentimiento informado. Todos los detalles relevantes acerca de la aprobación por parte del Comité de Ética de la Investigación y los datos de contacto de los autores se encuentran disponibles en la primera página de la encuesta.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la tabla 2 se presentan datos relevantes sobre los participantes en el estudio sobre los factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios Se observa que el 38.66% de los participantes son hombres, mientras que el 61.34% son mujeres. En cuanto a la edad, el 16.98% tiene menos de 18 años, el 46.91% tiene entre 18 y 21 años, y el 40.21% tiene más de 22 años. Además, se destaca que el 93.81% de los participantes ha participado en emprendimientos, lo cual indica un alto nivel de experiencia en este ámbito. Estos datos son importantes para comprender la diversidad y la experiencia de los participantes en el estudio, lo cual puede influir en los resultados y conclusiones obtenidos.

Tabla 2

Características de los participantes en el estudio

Características	Categorías	n	(%)
Sexo	Masculino	75	38.66
	Femenino	119	61.34
Edad	< 18 años	33	16.98
	18-21 años	91	46.91
	> 22	78	40.21
Participación en emprendimientos	Si	182	93.81
	No	12	6.19

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

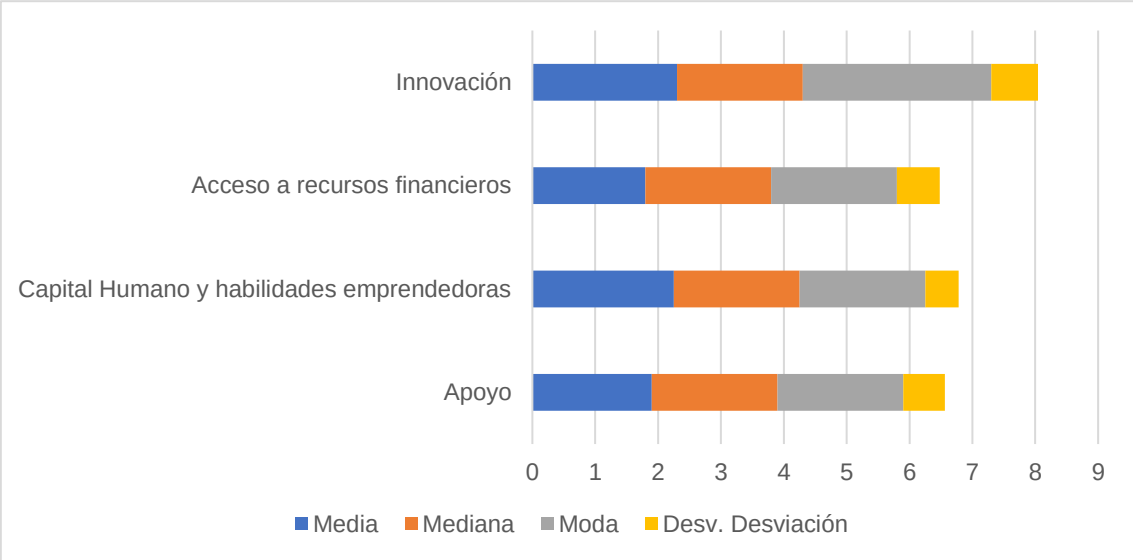
La tabla 3 y figura 1 presentan las medidas estadísticas indicando que, según la percepción de los encuestados, existen cuatro elementos claves que influyen en el éxito de los emprendimientos. La innovación se considera el factor más importante, con una puntuación media de 2.30 y una moda de 3, lo que refleja una percepción de alta importancia en la capacidad de innovación para alcanzar el éxito. A continuación, se encuentra el capital humano y las habilidades emprendedoras, con una puntuación media de 2.25 y una moda de 2, lo que indica que los encuestados valoran significativamente las habilidades y conocimientos empresariales. Por otro lado, el apoyo institucional obtuvo una puntuación media de 1.90 y el acceso a recursos financieros de 1.80 lo que sugiere que los encuestados consideran estos dos elementos como menos determinantes en el logro del éxito empresarial en comparación con la innovación y las habilidades emprendedoras. En resumen, estos resultados resaltan la importancia de la innovación, el capital humano, el apoyo institucional y el acceso a recursos financieros en el contexto del éxito empresarial, con percepciones variables sobre su relevancia relativa.

Tabla 3
Medidas estadísticas

	Apoyo Institucional	Capital Humano y habilidades emprendedoras	Acceso a recursos financieros	Innovación
Media	1,90	2,25	1,80	2,30
Mediana	2,00	2,00	2,00	2,00
Moda	2	2	2	3
Desv. Desviación	,664	,532	,680	,743
Suma	369	437	349	446

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

Figura 1
Medidas estadísticas



Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

La Tabla 4 muestra que la mayoría de los encuestados, con un 55.2% de las respuestas, considera que el apoyo institucional tiene una importancia de nivel medio en el éxito de los emprendimientos, lo que refleja una percepción equilibrada. Un grupo menor, pero aún significativo, con un 27.3%, percibe este apoyo como bajo en relevancia, indicando una menor confianza en las instituciones en términos de respaldo empresarial. Por otro lado, un 17.5% de los encuestados cree que el apoyo institucional tiene un alto impacto en el éxito empresarial, lo que señala una minoría que atribuye una gran importancia a las instituciones en este contexto. Estos resultados ofrecen una visión matizada de cómo los encuestados evalúan el apoyo institucional en relación con el éxito en el mundo empresarial.

Tabla 4
Apoyo institucional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	53	27,3	27,3	27,3
	Medio	107	55,2	55,2	82,5
	Alto	34	17,5	17,5	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

Los resultados presentan una variedad de percepciones entre los estudiantes universitarios sobre el papel del apoyo institucional en el éxito de los emprendimientos. Desde la perspectiva de Valenzuela-Keller et al., (2022), la mayoría de los estudiantes que consideran el apoyo institucional como de importancia media, podrían estar reflejando la noción de que las instituciones educativas proporcionan una base sólida para adquirir conocimientos y habilidades empresariales. pero que otros factores también son esenciales para el éxito empresarial, como la toma de decisiones oportunas y la capacidad de identificar oportunidades en el mercado.

Por otro lado, aquellos que perciben el apoyo institucional como bajo, pueden estar alineados con la idea de que el emprendimiento a menudo implica la toma de riesgos y la búsqueda de soluciones fuera de las estructuras tradicionales, adoptando un enfoque más efectivo (Chávez et al., 2023; Lamas-Huerta & Flores-Zepeda, 2022). Finalmente, los estudiantes que consideran el apoyo institucional como alto para lograr el éxito pueden estar valorando la colaboración entre instituciones educativas y el sector empresarial, en línea con Lamas-Huerta & Flores-Zepeda, (2022); Salazar et al., (2023), que enfatizan la importancia de la interacción entre universidades, industria y gobierno en la promoción de la innovación y el emprendimiento.

Estos hallazgos resaltan la influencia de diferentes enfoques teóricos en la formación de las percepciones de los estudiantes sobre el emprendimiento y subrayan la complejidad de este campo. Además, sugiere la necesidad de un enfoque educativo que permita a los estudiantes desarrollar tanto habilidades prácticas empresariales como la capacidad de adaptarse y tomar decisiones oportunas en un entorno empresarial en constante cambio.

Los resultados de la tabla 5 indican que la percepción de los estudiantes universitarios sobre su capital humano y habilidades emprendedoras varía considerablemente. El 65.5% una mayoría abrumadora de los encuestados considera que posee un nivel medio de esta dimensión y su relación con el éxito de los emprendimientos, lo que sugiere una percepción moderada de su preparación para emprender. Sin embargo, un pequeño porcentaje representado por el 4.6% se siente menos preparado, calificando sus habilidades como bajas, lo que podría reflejar una falta de confianza en su capacidad para el éxito empresarial. Por otro lado, un grupo significativo que representa el 29.9% considera que su capital humano y habilidades emprendedoras son altos, indicando una mayor confianza y preparación para emprender con éxito.

Tabla 5

Capital humano y habilidades emprendedoras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	9	4,6	4,6	4,6
	Medio	127	65,5	65,5	70,1
	Alto	58	29,9	29,9	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

Los resultados que exponen la percepción de los estudiantes en relación con el capital humano y las habilidades emprendedoras, pueden ser analizados desde la perspectiva de varios autores destacados. En consonancia con las ideas de Merigó & Peris-Ortiz, (2014); Vásquez Bernal, (2023), quienes enfatizaron la innovación como motor del emprendimiento, el grupo significativo de estudiantes que se considera poseedor de un alto capital humano y habilidades emprendedoras podría estar reflejando una mayor disposición para abrazar la creatividad y la capacidad de innovación en sus futuros emprendimientos.

Sin embargo, la mayoría de los estudiantes, cuya percepción se encuentra en la categoría medio, podría estar alineada con la visión de Cabana-Villca et al., (2013); Pagán Conesa, (2022), quienes destacaron la gestión eficiente y la toma de decisiones sólidas como elementos cruciales para el éxito empresarial, señalando la necesidad de equilibrar conocimientos y habilidades. Por otro lado, el pequeño porcentaje de estudiantes que se siente menos preparado podría indicar una falta de confianza en la identificación y aprovechamiento de oportunidades empresariales, resaltando la necesidad de fortalecer la capacidad de reconocer oportunidades en el mercado, como argumenta Bullón-Solís et al., (2023); Portuguez-Castro & Gomez, (2020). Estos resultados subrayan la importancia de una formación empresarial que aborde tanto la innovación como las habilidades de gestión, al mismo tiempo que brinda apoyo adicional para aquellos con percepciones más bajas de su capital humano y habilidades emprendedoras.

Los resultados de la Tabla 6, que reflejan la percepción de los estudiantes universitarios revelan una diversidad de opiniones en relación con la importancia del acceso a los recursos financieros para el éxito de los emprendimientos. La mayoría de los encuestados (50.0%) califica este factor como de importancia media, sugiriendo un equilibrio en la valoración de estos recursos en su capacidad para emprender. Sin embargo, un significativo 35.1% considera que su relevancia es baja, lo que indica que un número considerable de estudiantes percibe limitaciones en la disponibilidad de financiamiento para sus proyectos. Por otro lado, un grupo más reducido 14,9% específicamente confía en tener un alto acceso a recursos financieros para ser exitosos, lo que sugiere que algunos estudiantes se sienten respaldados en términos de financiamiento para sus futuros emprendimientos.

Tabla 6

Acceso a recursos financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	68	35,1	35,1	35,1
	Medio	97	50,0	50,0	85,1
	Alto	29	14,9	14,9	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

Los resultados relacionados con la relevancia del acceso a recursos financieros para el éxito de los emprendimientos pueden ser discutidos considerando las perspectivas de diversos autores destacados en el campo. Desde la óptica de Barbara Bernhofer & Li, (2014); Tovar Cuevas et al., (2018), quienes enfatizaron la importancia de la innovación y el cambio como motores del emprendimiento, el hecho de que un considerable número de estudiantes considera que su acceso a recursos financieros es bajo podría interpretarse como un obstáculo para el desarrollo. de nuevos productos o servicios, ya que la financiación suele ser esencial para la investigación y el desarrollo.

Por otro lado, la mayoría de los estudiantes (50.0%), cuya percepción se encuentra en la categoría medio, podría reflejar una comprensión equilibrada de que, aunque los recursos financieros son importantes, también lo son las habilidades de gestión y la toma de decisiones, en línea con las ideas Davila-Moran, (2022). Además, el pequeño porcentaje (14.9%) que se siente confiado en su alto acceso a recursos financieros para ser exitosos podría indicar que algunos estudiantes están mejor posicionados para aprovechar oportunidades empresariales, respaldando la idea de que el acceso al capital puede ser un facilitador importante, como sugiere Ramirez Urquidy, (2022). Estos hallazgos subrayan la diversidad de percepciones de los estudiantes en torno al acceso a recursos financieros y enfatizan la importancia de abordar las barreras financieras para fomentar un espíritu emprendedor más inclusivo y sólido en el ámbito universitario.

Los resultados de la Tabla 7, que reflejan la percepción de los estudiantes universitarios sobre la innovación como factor para el éxito del emprendimiento La mayoría de los encuestados (46,9%) valora la innovación como un elemento de alta relevancia en el contexto empresarial, lo que sugiere una confianza en su capacidad para generar ideas innovadoras y aplicarlas en sus proyectos emprendedores. Sin embargo, una proporción significativa (36,1%) considera que la innovación tiene una importancia de nivel medio, reconociendo su relevancia, pero sin atribuirle un papel determinante en los emprendimientos. Por otro lado, un grupo menor (17,0%) percibe que su nivel de innovación es bajo, lo que podría indicar ciertas limitaciones en la generación de ideas creativas y su aplicación en el ámbito empresarial. Estos resultados resaltan la complejidad de las percepciones de los estudiantes sobre la innovación y su papel en el emprendimiento, subrayando la necesidad de fomentar y desarrollar habilidades innovadoras en la formación empresarial para fortalecer el espíritu emprendedor.

Tabla 7
Innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	17,0	17,0	17,0
	Medio	70	36,1	36,1	53,1
	Alto	91	46,9	46,9	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

Los resultados anteriores reflejan la percepción de los estudiantes universitarios sobre la importancia de la innovación en el éxito de los emprendimientos. La mayoría de los encuestados valora la innovación como un elemento de alta relevancia, destacando la confianza en su capacidad para generar ideas innovadoras y aplicarlas en sus proyectos emprendedores, en línea con la perspectiva de Obregón Espinoza et al., (2023) Sin embargo, un porcentaje significativo considera la innovación como de importancia media, lo que podría reflejar un equilibrio entre la innovación y la necesidad de una gestión efectiva, siguiendo la visión de Hebles et al., (2019); Prada-Villamizar & Sánchez-Peinado, (2021). Por otro lado, un grupo minoritario percibe su nivel de innovación como bajo, lo que sugiere la necesidad de fomentar habilidades innovadoras entre estos estudiantes, en consonancia con la idea de Flores-Pérez & Gutiérrez Nuñez, (2023) sobre la relevancia de la innovación incluso en empresas establecidas. Estos resultados subrayan la complejidad de las perspectivas de los estudiantes sobre la innovación y su papel en el emprendimiento, destacando la importancia de una formación empresarial integral que fomente tanto la creatividad como las competencias de gestión para preparar a futuros emprendedores de manera completa.

Análisis factorial

Tabla 8
Esfericidad de Bartlett y KMO

Prueba de Esfericidad de Bartlett

χ^2	gl	p
431	10	< .001

Prueba de Esfericidad de Bartlett		
χ^2	**gl**	**p**

Medida de Idoneidad del Muestreo KMO	
	MSA
Global	0.657
Factores determinantes del éxito	0.647
Apoyo Institucional	0.814
Capital Humano	0.691
Recursos Financieros	0.694
Innovación	0.775

Nota. Preparado por Rojas y Chávez (2023).

En la tabla 8 se muestra la Prueba de Esfericidad de Bartlett con un valor de $\chi^2 = 431$ con 10 grados de libertad y un p-valor menor que 0.001. Esto indica que hay suficiente evidencia para establecer que existe correlación significativa entre las variables. Así mismo, la Medida de Idoneidad del Muestreo KMO proporciona una visión sobre la adecuación de los datos para el análisis factorial. El valor global de KMO es 0.657, lo que sugiere una adecuación moderada de los datos para este análisis. Además, las puntuaciones KMO individuales para cada variable varían entre 0.647 y 0.814, lo que indica que todas las variables tienen una adecuación razonable para ser consideradas en el análisis factorial. Ambas pruebas sugieren que las variables están correlacionadas entre sí y muestran una adecuación moderada para ser utilizadas en análisis factorial o de componentes principales.

Tabla 9

Carga de los componentes

	Componente	
	1	**Unicidad**
Apoyo_ Institucional	0.716	0.487
Capital Humano	0.700	0.511
Recursos Financieros	0.723	0.477
Innovación	0.753	0.433

Nota. Se utilizó la rotación 'Varimax'

La tabla 9 presenta las relaciones de las dimensiones con el primer componente derivado de un análisis de componentes principales con rotación Varimax. La carga más alta, 0.753 en "Innovación", sugiere una fuerte conexión de esta con el Componente 1. Las otras, como "Apoyo Institucional", "Capital Humano" y "Recursos Financieros", también muestran

asociaciones significativas con cargas entre 0.700 y 0.723 en este componente, indicando su contribución al patrón común representado por el Componente 1 en el análisis.

Tabla 10

Carga de los factores. (Análisis factorial exploratorio)

	Factor		
	1	**2**	**Unicidad**
Apoyo Institucional	0.446		0.70723
Capital Humano		1.007	-0.00383
Recursos Financieros	1.008		-0.00605
Innovación		0.449	0.66159

Nota. El método de extracción 'Residuo mínimo' se usó en combinación con una rotación 'Oblimin'

La tabla presenta los resultados de un análisis de carga de factores utilizando el método de extracción "Residuo mínimo" con una rotación "Oblimin". Se evaluaron cuatro factores: Apoyo Institucional, Capital Humano, Recursos Financieros e Innovación. Los resultados muestran que el Factor 1 está altamente cargado por Apoyo Institucional y en menor medida por Recursos Financieros e Innovación. El Factor 2 está altamente cargado por Capital Humano y en menor medida por Innovación. La unicidad, que representa la varianza única o específica de cada variable, es alta para Apoyo Institucional y Recursos Financieros en el Factor 1, y para Capital Humano en el Factor 2.

En general, estos resultados sugieren que el Apoyo Institucional y los Recursos Financieros son factores importantes para explicar la varianza en el Factor 1, mientras que el Capital Humano es importante para explicar la varianza en el Factor 2. La Innovación parece estar relacionada con ambos factores, aunque en menor medida.

Tabla 11|

Carga de los factores. (Análisis factorial confirmatorio)

Factor	**Indicador**	**Estimador**	**EE**	**Z**	**p**
Factor 1	Apoyo Institucional	0.359	0.0736	4.88	< .001
	Capital Humano	0.322	0.0514	6.27	< .001
	Recursos Financieros	0.387	0.0720	5.38	< .001
	Innovación	0.400	0.0603	6.63	< .001

La tabla 11 muestra los resultados de un análisis factorial confirmatorio. Se evaluaron cuatro indicadores (Apoyo Institucional, Capital Humano, Recursos Financieros e Innovación) en relación con el Factor 1. Los estimadores obtenidos para cada indicador son los siguientes: Apoyo Institucional: 0.359; Capital Humano: 0.322; Recursos Financieros: 0.387 e Innovación: 0.400. Estos estimadores representan las cargas de los indicadores en el

Factor 1. Los valores de Z y p indican la significancia estadística de cada estimador, y en este caso, todos los indicadores tienen valores de p muy bajos (< .001), lo que indica que las cargas son estadísticamente significativas. Estos resultados confirman que los indicadores de Apoyo Institucional, Capital Humano, Recursos Financieros e Innovación están relacionados con el Factor 1 y contribuyen significativamente a su medición.

CONCLUSIONES

1. Los resultados reflejan una diversidad de opiniones entre los encuestados respecto al papel del apoyo institucional en el éxito de los emprendimientos. Mientras la mayoría percibe este apoyo como de nivel medio en relevancia, existe un segmento significativo que lo considera de baja importancia y una minoría que le otorga una alta relevancia. Esta diversidad de percepciones subraya la complejidad de evaluar el impacto de las instituciones en el mundo empresarial. Se recomienda que las universidades se enfoquen en mejorar la claridad y la comunicación de sus programas, evalúen y ajusten continuamente sus servicios, fomenten la confianza de los emprendedores a través de un compromiso a largo plazo y colaboren con otros actores relevantes para ofrecer un apoyo más integral y efectivo. Estas acciones pueden ayudar a construir una percepción más positiva y mejorar el apoyo real a los emprendedores.

2. Además establecen una amplia gama de percepciones entre los estudiantes universitarios en relación con su capital humano y habilidades emprendedoras para el éxito. La mayoría se considera poseedora de un nivel medio en esta dimensión, mientras que un pequeño porcentaje se siente menos preparado y una parte significativa se muestra confiada en sus habilidades emprendedoras. Para fortalecer estas capacidades y fomentar la confianza de los estudiantes, se recomienda que las universidades continúen expandiendo programas de educación emprendedora y brinden apoyo institucional que aborde las necesidades diversas de los estudiantes en esta área.

3. Sobre la importancia del acceso a los recursos financieros para el éxito en emprendimientos. La mayoría considera que este factor tiene una importancia media, indicando un equilibrio en su valoración. Sin embargo, un porcentaje significativo percibe que su relevancia es baja, lo que sugiere limitaciones en la disponibilidad de financiamiento para sus proyectos. Por otro lado, un grupo más reducido confía en tener un alto acceso a recursos financieros para tener éxito. Estos hallazgos resaltan la importancia de abordar las necesidades financieras variadas de los estudiantes emprendedores. Con base en estos resultados, se recomienda que las universidades implementen estrategias para mejorar el acceso a recursos financieros y la educación financiera de los estudiantes emprendedores. Esto incluye la creación de programas educativos que aprovechan las oportunidades financieras disponibles y la promoción de asociaciones con organizaciones externas y el sector empresarial para ampliar las opciones de financiamiento.

4. La mayoría de los estudiantes valora la innovación como un elemento de alta relevancia en el contexto del emprendimiento, lo que sugiere una confianza en su capacidad para generar ideas innovadoras y aplicarlas en sus proyectos emprendedores. Sin embargo, una proporción significativa considera que la innovación tiene una importancia de nivel medio, reconociendo su relevancia, pero sin atribuirle un papel determinante en los emprendimientos. Por otro lado, un grupo menor percibe que su nivel de innovación es bajo,

lo que podría indicar ciertas limitaciones en la generación de ideas creativas y su aplicación en el ámbito empresarial. Dado el valor que los estudiantes atribuyen a la innovación, se recomienda que las universidades fomenten y fortalezcan la creatividad y la formación en innovación en su currículo educativo. Esto puede lograrse mediante la inclusión de cursos y actividades que promuevan la generación de ideas creativas y la aplicación de soluciones innovadoras en proyectos emprendedores.

REFERENCIAS

Aceituno-Aceituno, P., Casero-Ripollés, A., Escudero-Garzás, J.-J., & Bousoño-Calzón, C. (2018). University training on entrepreneurship in communication and journalism business projects. *Comunicar*, *26*(57), 91-100. https://doi.org/10.3916/C57-2018-09

Barbara Bernhofer, L., & Li, J. (2014). Understanding the entrepreneurial intention of Chinese students: The preliminary findings of the China Project of "Global University Entrepreneurial Spirits Students Survey" (GUESSS). *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *6*(1), 21-37. https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2013-0024

Bell, R. (2019). Predicting entrepreneurial intention across the university. *Education + Training*, *61*(7/8), 815-831. https://doi.org/10.1108/ET-05-2018-0117

Bullón-Solís, O., Carhuancho-Mendoza, I., Valero-Palomino, F. R., & Moreno-Rodríguez, R. Y. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: Abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia*, *28*(Especial 9), 377-389. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24

Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., & Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, *8*(1), 65-75. https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007

Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N., & Bossink, B. A. G. (2019). Does Entrepreneurial Leadership Foster Creativity Among Employees and Teams? The Mediating Role of Creative Efficacy Beliefs. *Journal of Business and Psychology*, *34*(2), 203-217. https://doi.org/10.1007/s10869-018-9536-y

Calanchez, A., Ríos, M., Zevallos, R., & Silva, F. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*. https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37691

Chávez, Alderete, Joel, Rosas, Carmen, & Urbina, Max. (2023). Emprendimiento peruano: Factores e intervenciones que facilitan su desarrollo. *Revista de Ciencias Sociales*. https://doi.org/10.31876/rcs.v29i2.39990

Clemente-Vázquez, S., & Torres-Gordillo, J.-J. (2021). Percepción del alumnado de máster sobre la formación en competencias emprendedoras a través de redes sociales. *Educar*, *57*(2), 501-518. https://doi.org/10.5565/rev/educar.1261

Davila-Moran, R. C. (2022). Emprendimiento y gerencia en tiempos de pandemia: Una revisión sistemática. *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, *10*(3), 98-108. https://doi.org/10.15649/2346030X.2945

Diaz Bretones, F., & Radrigán, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: El caso de estudiantes universitarios chilenos y españoles. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, *94*, 11. https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12668

Fariña Sánchez, M. I., & Suárez Ortega, M. (2023). Competencias emprendedoras e implicaciones educativas en contextos europeos: Estudio comparado desde la perspectiva de profesionales. *Revista Española de Educación Comparada*, *43*, 315-337. https://doi.org/10.5944/reec.43.2023.34571

Figueroa Romero, D. (2018). Mujeres Indígenas del Ecuador: La larga marcha por el empoderamiento y la formación de liderazgos. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue Canadienne Des Études Latino-Américaines et Caraïbes*, *43*(2), 253-276. https://doi.org/10.1080/08263663.2018.1467467

Flores, O. G. M., López, R. A. B., Baidal, N. E. C., & Pazmiño, Í. O. M. (2023). *Estrategias financieras informales que afectan la sustentabilidad del emprendimiento en las madres solteras de Guayaquil.* https://doi.org/10.5281/ZENODO.7901590

Flores-Pérez, J. J., & Gutiérrez Nuñez, C. A. (2023). Liderazgo emprendedor y compromiso con el proceso creativo para la innovación. *Revista Venezolana de Gerencia*, *28*(Especial 9), 299-314. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.19

Fontana, A., & Musa, S. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, *9*(1), 2-19. https://doi.org/10.1108/IJIS-05-2016-0004

Garzón Baquero, J. E., & Bellon Monsalve, D. (2023). Emprendimiento social: Elemento clave en la transformación de economías energéticas fósiles a economías del hidrógeno. *Revista Venezolana de Gerencia*, *28*(103), 1237-1255. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.20

Gutiérrez Cruz, M., Such Devesa, M. J., & Gabaldón Quiñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Investigaciones Turísticas*, *22*, 148. https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.7

Hebles, M., Llanos-Contreras, O., & Yániz-Álvarez-de-Eulate, C. (2019). Evolución percibida de la competencia para emprender a partir de la implementación de un programa de formación de competencias en emprendimiento e innovación. *REOP - Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, *30*(1), 9. https://doi.org/10.5944/reop.vol.30.num.1.2019.25191

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Herrera-Añazco, P., Valenzuela-Rodríguez, G., Hernández-Vásquez, R., Toro-Huamanchumo, C. J., & Bendezu-Quispe, G. (2021). A cross-sectional study of the scientific production of doctoral graduates in Peru. *Medwave*, *21*(09), e8480-e8480. https://doi.org/10.5867/medwave.2021.09.2119

Lamas-Huerta, P.-A., & Flores-Zepeda, M. (2022). Gestión y estructura: Elementos para el análisis de la política institucional universitaria de fomento del emprendimiento en México, 2013-2018. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 103-118. https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.37.1306

Martínez Bobillo, A., Rodríguez Sanz, J. A., & Tejerina Gaite, F. (2021). Explanatory and predictive drivers of entrepreneurial orientation and innovation capacity: Evidence from family enterprises. *Cuadernos de Gestión*, *21*(2), 63-76. https://doi.org/10.5295/cdg.201329am

Méndez-Picazo, M.-T., Galindo-Martín, M.-A., & Castaño-Martínez, M.-S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable

development. *Journal of Innovation & Knowledge*, *6*(2), 69-77. https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001

Merigó, J. M., & Peris-Ortiz, M. (2014). Entrepreneurship and Decision- Making in Latin America. *Innovar*, *24*(1Spe), 101-111. https://doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47557

Obregón Espinoza, E. L., Neri Ayala, A. C., Ramos Y Yovera, S. E., Caro Soto, F. G., & Muñoz Vilela, A. J. (2023). Design Thinking as a tool for fostering innovation and entrepreneurship. *Salud Ciencia y Tecnología*, 368. https://doi.org/10.56294/saludcyt2023368

Pagán Conesa, J. I. (2022). Habilidades emprendedoras para fomentar la inserción laboral del estudiantado de ingeniería civil. *TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review /Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, *11*(Monográfico), 1-11. https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4485

Pérez Paredes, A., Rojas Sánchez, I., & Martínez Ángeles, D. M. (2022). Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, *27*(Especial 8), 1009-1023. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.18

Portuguez-Castro, M., & Gomez Sermeño, M. (2020). Mentoría en un curso de emprendimiento online. Sistematización de una experiencia en educación superior. *Formación universitaria*, *13*(6), 267-282. https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000600267

Prada-Villamizar, S., & Sánchez-Peinado, E. (2021). Entrepreneurship, innovation, and internationalization: The moderating role of the institutions. *Estudios Gerenciales*, 506-517. https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.4307

Ramirez Urquidy, M. A. (2022). Economic downturns and regional entrepreneurship dynamics in Mexico: Trends and policy implications. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, *53*(209), 115-157. https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2022.209.69753

Salazar, J.-M., Zapata, G., & Leihy, P. (2023). Apoyo estudiantil y cambio institucional en el contexto universitario chileno. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 171-190. https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.40.1551

Tovar Cuevas, L. M., Serna Borja, W., Balanta Cobo, S., & Ordoñez, J. A. (2018). Factores asociados al emprendimiento por oportunidad de colombianos retornados del exterior. *Migraciones. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, *45*, 119-142. https://doi.org/10.14422/mig.i45.y2018.005

Tulla Pujol, A. F., Pallarés Blanch, M., & Vera, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres: Hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos*, *57*(3), 36-57. https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.5770

Valencia-Arias, A., Berrío-Calle, J.-E., & Arango-Botero, D. (2023). Intención emprendedora en jóvenes universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*. https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.39.1528

Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Sierra-Salgado, A., & Podestá-Velarde, V. (2022). Mentalidad e intención por emprender en universitarios: El rol de la educación y el entorno institucional para el emprendimiento. *Formación Universitaria*, *15*(4), 95-104. https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000400095

Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., & González-Ibarra, J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: El rol de la formación y la educación en emprendimiento. *Revista Complutense de Educación*, *33*(1), 167-176. https://doi.org/10.5209/rced.73888

Vásquez Bernal, J. A. (2023). Emprendimiento social: Situación y factores de éxito en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, *28*(Especial 9), 281-298. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.18

Vasquez, L. (2023). Modelo educativo universitario y la percepcion de titulados respecto a la competencia, emprendimiento y gestion con responsabilidad social de una universidad privada en Chile. *Autoctonia Revista de Ciencias Sociales e Historia*, *7*(1), 505-540. https://doi.org/10.23854/autoc.v7i1.266

Véliz Palomino, J. C., Pimentel Bernal, P. M., & Arana Barbier, P. J. (2023). Identificación de factores sociales y económicos que influyen en el emprendimiento mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Contaduría y Administración*, *68*(4), 413. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.4823

Vera-Sagredo, A. J., Constenla-Núñez, J., Jara-Coatt, P., & Lassalle-Cordero, A. (2019). Emprendimiento e innovación en educación técnico profesional: Percepción desde los docentes y directivos. *Revista Colombiana de Educación*, *1*(79). https://doi.org/10.17227/rce.num79-8605