

Análisis de las estrategias aplicadas hacia el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios

Analysis of the strategies applied towards the development of entrepreneurship in university students

Roxana Milagros Flores Cisneros

<https://orcid.org/0000-0003-0503-0877>

rfloresci@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

Julio Cesar Matos Lizana

<https://orcid.org/0000-0002-3262-047X>

jmatosli1391@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

Nancy Ñañez Javier

<https://orcid.org/0000-0003-1493-4050>

nnanezj@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

RESUMEN

El objetivo del estudio fue identificar las estrategias utilizadas para fomentar el emprendimiento entre estudiantes de educación superior, tanto en instituciones públicas como privadas. Se empleó un enfoque mixto, de naturaleza básica y con un diseño de alcance descriptivo, usando el método PRISMA para seleccionar 35 artículos relevantes. Los resultados obtenidos contribuyen al conocimiento sobre el emprendimiento y son valiosos para diseñar políticas y estrategias que promuevan su desarrollo. Los hallazgos indican que la disposición hacia el emprendimiento está significativamente influenciada por factores culturales, que desempeñan un papel crucial en la formación y promoción del espíritu emprendedor.

Palabras claves: estrategias, emprendimiento, universitarios

Recibido: 15-09-24 - Aceptado: 11-11-24

ABSTRACT

The objective of the study was to identify the strategies used to promote entrepreneurship among higher education students, both in public and private institutions. A mixed approach, basic in nature and descriptive in scope design was employed, using the PRISMA method to select 35 relevant articles. The results obtained contribute to knowledge about entrepreneurship and are valuable for designing policies and strategies to promote its development. The findings indicate that the disposition towards entrepreneurship is significantly influenced by cultural factors, which play a crucial role in the formation and promotion of entrepreneurship.

Keywords: strategies, entrepreneurship, university students

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se presenta como una respuesta global a los desafíos económicos, donde las personas implementan ideas innovadoras para satisfacer las crecientes necesidades de la población a través de la creación de nuevas empresas (Sánchez et al., 2017). Los emprendedores son reconocidos por ser los principales generadores de empleo y deben manejar eficientemente

recursos, marketing, administración y finanzas, entre otros aspectos, para permanecer en un entorno altamente competitivo. Se cree que los emprendedores buscan independencia al crear sus propios negocios, incluyendo a aquellos que innovan dentro de otras empresas (Borges y Gomes, 2020). Sin embargo, iniciar un negocio no es tarea fácil, ya que requiere motivación y determinación para gestionar eficazmente un emprendimiento, proporcionando ventajas competitivas frente a los rivales (Baque et al., 2020).

En el contexto peruano, el país destaca por su elevado número de emprendedores que contribuyen significativamente al crecimiento económico. Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2018), Perú ocupa el quinto lugar en América Latina en cuanto a actividad emprendedora, con una tasa del 25.1%, superando el promedio regional de 18.8%. Esto implica que aproximadamente 25 de cada 100 peruanos están involucrados en emprendimientos. Además, según GEM (2018), el 55% de los empresarios a nivel global planea crear al menos un empleo.

Pese a la alta cantidad de emprendedores, el 80% de ellos fracasa en su primer año debido a factores como una insuficiente investigación de mercado (18.5%), una estimación inadecuada de los costos (6.9%), la competencia feroz y la falta de ventajas competitivas (26.4%), y la falta de enfoque por parte de los empresarios (15.9%), entre otros factores principales (Flores, 2023).

Por ello, es crucial que los emprendedores desarrollen tácticas efectivas en sus negocios, lo que implica innovar constantemente en productos, servicios y procesos para generar ventajas competitivas que garanticen la viabilidad a largo plazo de sus empresas (López-Lemus y De la Garza, 2020).

Con base en lo mencionado, se formuló la pregunta de investigación: ¿Qué estrategias se aplican para fomentar el emprendimiento en universitarios de entidades públicas y privadas? El objetivo de la investigación es conocer las estrategias que se aplican para fomentar el emprendimiento en universitarios de entidades públicas y privadas. Se analizaron investigaciones previas tanto a nivel nacional como internacional. Valderrama (2020) concluyó que muchos emprendimientos carecen de un modelo de negocio bien definido y de una estructura financiera sólida, debido al enfoque excesivo en las operaciones, descuidando aspectos esenciales. Es fundamental que el negocio genere ganancias, y para ello, el emprendedor debe ser innovador, desafiar las convenciones, ser perseverante, constante y estar atento a las oportunidades de negocio. Este estudio confirma que el éxito de los emprendedores depende en gran medida de la gestión realizada por el propietario, lo que les permite generar beneficios y garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Por otro lado, Delfín et al. (2020) en México, identificaron que los emprendimientos familiares tienen éxito gracias al apoyo familiar, la identificación de buenas oportunidades en el mercado, la toma de riesgos controlados sin miedo al fracaso, la capacidad para resolver conflictos y la colaboración familiar, lo que les permite obtener ventajas competitivas en su sector. Este estudio resalta que la familia, trabajando como un equipo unido, puede impulsar el negocio y asegurar su sostenibilidad a lo largo del tiempo.

En un estudio realizado en la Universidad San Ignacio de Loyola, los investigadores Jara y Ríos (2020) descubrieron que la rentabilidad de los emprendedores mejora cuando se utilizan eficazmente las redes sociales, como los anuncios digitales en Facebook e Instagram, y se cuenta con un community manager que gestione estas plataformas. Este estudio confirma que la gestión en diversas áreas del negocio influye en la rentabilidad empresarial. Por otro lado, en su estudio en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) de Chiclayo, Penalillo (2019) encontró que el curso de plan de negocios de la USAT no impulsa el espíritu emprendedor en los estudiantes y graduados debido a la falta de apoyo para desarrollar ideas de negocio por restricciones de tiempo. Sin embargo, los conocimientos adquiridos les han ayudado a resolver ciertos problemas, y los docentes destacan la necesidad de desarrollar un plan de estudios más orientado al emprendimiento para fortalecer las habilidades de los estudiantes. Este estudio subraya la importancia de que la institución educativa actúe como un motor significativo del espíritu emprendedor en sus alumnos, proporcionándoles las herramientas necesarias para desarrollarse como propietarios de sus propios negocios.

Definimos las estrategias de emprendimiento como: un emprendedor es aquel sujeto que inicia una nueva actividad empresarial, ya sea formal o informal, donde será el propietario y gerente general. Este individuo posee rasgos característicos que lo identifican como alguien dispuesto a asumir riesgos, tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, actuar con proactividad, autonomía e innovación. El emprendimiento es el proceso mediante el cual el emprendedor detecta y aprovecha oportunidades para ofrecer productos o servicios que el mercado demanda. Dirigir un negocio propio implica que el propietario debe implementar diversas estrategias que agreguen valor para los clientes, revitalicen su negocio, realicen cambios estratégicos si es necesario, redefinan estrategias y mercados, creen nuevos escenarios, entre otros aspectos (López-Lemus y De la Garza, 2020).

El emprendimiento ofrece beneficios como la generación de ganancias en función de los logros alcanzados, la autonomía en la toma de decisiones, la libertad para buscar un estatus óptimo, la satisfacción personal al disfrutar de una vida mejor y la realización personal al contribuir a la sociedad de múltiples formas (Longenecker et al., 2010).

METODOLOGÍA

Esta investigación es un estudio autónomo con métodos predefinidos, centrado en la recopilación de estudios originales como objeto de análisis. Las revisiones sistemáticas sintetizan los resultados de diversas investigaciones primarias mediante estrategias diseñadas para reducir sesgos y errores aleatorios (Salcido et al., 2021). Es importante destacar que la pregunta de investigación de este documento se aborda desde un enfoque cuantitativo y cualitativo, lo cual es fundamental para el desarrollo de este estudio.

Criterios de selección de estudios: Se consideró el año de publicación como uno de los criterios clave, seleccionando trabajos publicados en los últimos 10 años para asegurar que la información fuera reciente y relevante, centrándose en ejemplos de empresas dentro de la última década, lo cual es crucial para un análisis pertinente de los factores tecnológicos y de sostenibilidad en las cadenas de suministro. El idioma de las publicaciones seleccionadas fue el español, para garantizar una correcta interpretación y explicación de los resultados y el artículo en su conjunto. Se incluyeron tanto investigaciones empíricas con enfoques cualitativos como cuantitativos a nivel descriptivo, lo cual permitió un análisis más profundo y fiable, favoreciendo la confianza en los hallazgos obtenidos. Los motores de búsqueda académicos utilizados principalmente fueron Scopus y Proquest para la recolección de las publicaciones.

Para asegurar una búsqueda amplia y de calidad, se emplearon los criterios eliminados de la proclama PICOC, que son: P ("Universitarios"), I/E ("Estrategias aplicadas"), C (no elegido), O ("Desarrollo de emprendimiento"), C (no seleccionado). Además, se identificaron palabras clave equivalentes y términos relacionados con estas consignas. Con la ayuda del Tesauro de la UNESCO, las sugerencias de Google Researcher y un examen de los términos relevantes en textos académicos y en la web, se eligieron los términos clave correspondientes.

Siguiendo el modelo PRISMA, en la etapa inicial de identificación, se seleccionaron las bases de datos Scopus, en la cual se encontraron 237 artículos, y Proquest, donde se hallaron 58 artículos relacionados con el tema de investigación. Se aplicaron criterios de exclusión que resultaron en la eliminación de 32 artículos duplicados, 31 artículos no aptos y 26 artículos por otras razones, lo que dejó un total de 189 artículos seleccionados. Durante la segunda etapa, llamada selección, se excluyeron 154 artículos, dejando 35 artículos para la fase de integración, que formaron parte del análisis final del estudio.

Para organizar las referencias y los datos esenciales recopilados, se aplicó el método de registro de encuestas propuesto por PRISMA (Page, 2020), que comprende tres etapas: identificación, selección y evaluación. Cada pieza de información recopilada se registró en una hoja de cálculo de Excel siguiendo las directrices de PRISMA. Se analizó una amplia gama de información en cada sección con medidas específicas para la recopilación de datos bibliométricos, tales como autor, título, año, revista, elementos, palabras clave, editor, idioma, tipo de publicación, referencias, DOI, ciudad de publicación, país de estudio y fuentes.

Tabla 1

Matriz de síntesis de documentos considerados

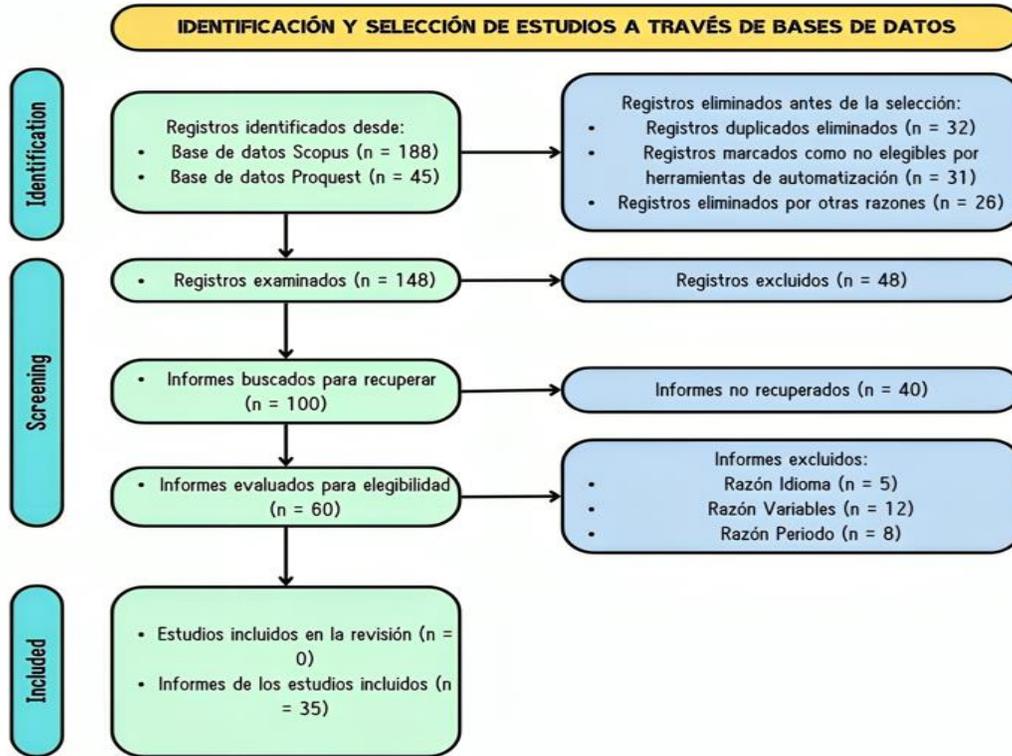
Nº	Autor	Año	Revista	Títulos
1	Silva, Y.; Rompató, M.; Pesce, N.; Tassier, D.; Castaño, A.	2022	Revista de Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior	Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiante de pregrado universitarios.
2	Montiel, O.; Canales, R.; Calderón, G.	2023	Entreciencias	Educación universitaria y mentalidad para el emprendimiento: caso de estudio exploratorio en una universidad mexicana
3	Dávila, R.; Martín, M.; Zapata, D.; Velarde, L.	2022	Revista Universidad y Sociedad	La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña
4	Sánchez, J.; Ward, A.; Hernández, B.; Florez, J.	2017	Propósitos y Representaciones	Educación emprendora: Estado del arte
5	Valenzuela, A.; Gálvez, F.; Sierra, A.; Podestá, V.	2022	Formación Universitaria	Mentalidad e intención por emprender en universitarios: el rol de la educación y el entorno institucional para el emprendimiento

6	Carrera, P.; Cardenas, J.	2022	ABYALA	Emprendimiento y territorio: experiencias del programa de incubación uiversitario
7	Ynzunza, C.; Itzar, J.	2020	Economía Coyuntural	La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétario, México.
8	Zabala, R.; Mantilla, M.; Hugo, S.; Velategui, L.	2021	Educación Médica Superior	Estrategias didácticas innovadoras y actitud emprendedora en estudiantes universitarios de biotecnología y química
9	Véliz, T.; Véliz, C.; Véliz, J.; Arroyo, M.	2023	Comunicación	Formación del emprendimiento y madurez de incubadoras de empresas: Caso de la universidad pública peruana
10	Echeverri, L.; Valencia, A.; Benjumea, M.; Barrera, A.	2018	Revista Electrónica Educare	Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo
11	Sigüenza, S.; Álava, N.; Pinos, L.; Peralta, X.	2022	RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo	Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social
12	Navarro, G.	2023	Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo	La importancia de realizar estrategias de marketing en el ecosistema de emprendimiento universitario
13	Vargas, G.	2022	Revista Espiga	Educación emprendedora y gamificación como estrategia de aprendizaje
14	Mazacón, M.; Paliz, C.; Espín, I.	2019	Universidad Técnica de Babayo	EMPRENDIMIENTO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR
15	Carvajal, M.; Márquez, W.; Morales, Y.; Abalco, D.; Garzón, A.	2023	Ciencia Latina Revista Multidisciplinar	Análisis de la tendencia al emprendimiento en estudiantes del Instituto Nelson Torres del cantón Cayambe
16	Araya, S.	2021	<u>Cuadernos de Investigación Educativa</u>	Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. Impulsores claves de la intención emprendedora
17	Carvajal, M.; Márquez, W.; Morales, Y.; Abalco, D.; Garzón, A.	2023	Ciencia Latina Revista Multidisciplinar	Análisis de la tendencia al emprendimiento en estudiantes del Instituto Nelson Torres del cantón Cayambe
18	González, C.; Fernández, J.; Pérez, F.	2022	Interdisciplinaria	Autoeficacia emprendedora en alumnos de grados universitarios y de grados superiores de la Ciudad Autónoma de Melilla
19	Borges, A.; Gomes, A.	2020	Cademos EBAPE.BR	Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva
20	Baque, L.; Viteru, D.; Álvarez, L.; Izquierdo, A.	2020	<u>Revista Universidad y Sociedad</u>	Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria
21	Flores, B.	2023	<u>Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación</u>	Emprendimiento digital en estudiantes de educación superior

22	Alferaih, A.	2022	Elseiver	Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia
23	Cabero, J.; Barroso, J.; Gutiérrez, J.; Palacios, A.	2022	RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa	Desarrollando competencias digitales y emprendedoras en Pedagogía. Grado de aceptación de una propuesta formativa.
24	Carmona, M.; Marín, R.; Rodríguez, F.	2020	Vinculategica Efan	Grado de implantación del emprendimiento digital en los estudiantes de la FCA de la Universidad Autónoma de Guerrero
25	García, P.; Gonzáles, V.; Montiel, F.	2022	UAB Barcelona	Aprendizaje autodirigido y emprendimiento: Una aproximación desde la realidad universitaria
26	Arentales, A.; Murgueytio, J.; Canchingre, L.	2020	Revistas UNIMINUTO	Emprendimiento educativo a través de medios digitales en el contexto ecuatoriano
27	Prendes, P.; Solano, I.; García, P.	2021	J. Open Innov. Technol. Mark. Complejo.	EmDigital to Promote Digital Entrepreneurship: The Relation with Open Innovation
28	Prendes, M.	2022	RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa	Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI
29	Primahendra, R.; Tampil, J.	2021	BIRCI	Do Digital Literacy and Digital Entrepreneurship among University Students Contribute to Digital Economy?
30	Flores, A.; Bojorquez, A.; Canche, C.	2020	Revista espacios	El impacto de la educación en la intención emprendedora: efecto del entorno universitario
31	Ahmed, T.; Chandran, V.; Klobas, J.; Liñan, F.; Kokkalis, P.	2020	Elseiver	Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy
32	Damián, J.	2023	IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH	Factores que influyen en la intención emprendedora en los estudiantes de Ciencias Empresariales, cohorte 2015-2020
33	Valencia, A.; Rodríguez, P.; Cárdez, J.; Gómez, S.	2022	RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía	Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual
34	Calanchez, A.; Rosas, C.; Díaz, W.; Merino, M.	2023	Revista Universidad & Empresa	Competencias e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios
35	Lloja, H.; Chugnas, E.; Tello, Z.; Cruz, J.	2021	Comunicación	Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios

Figura 1

Diagrama de flujo de inclusión y exclusión de documentos



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

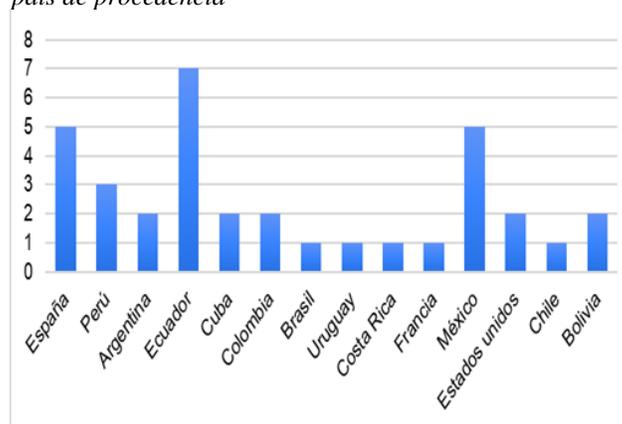
En la Tabla 1 se muestra una síntesis de los documentos analizados en esta revisión. Los estudios realizados para esta investigación se centran en torno a las estrategias de emprendimiento en estudiantes universitarios, con un enfoque en el período a partir de 2017.

A continuación, se presentan los aspectos clave que ayudan a identificar las contribuciones de los estudios elegidos sobre las estrategias de emprendimiento en estudiantes universitarios.

Es crucial identificar la tendencia en términos del país de origen de las publicaciones recuperadas y analizadas, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2

Frecuencia de publicaciones por país de procedencia



Según el análisis por país de origen, se observa que en España y México se han llevado a cabo 5 investigaciones, lo que representa el 14% del total. En Ecuador se han realizado 7 estudios sobre el tema de investigación, equivalente al 20%. En Perú se han realizado 3 investigaciones, equivalente al 9% del total de publicaciones seleccionadas. En Argentina, Cuba, Colombia, Estados Unidos y Bolivia, han realizado 2 investigaciones cada uno, lo que representa el 6% del total de publicaciones seleccionadas. Finalmente, en países como Francia, Brasil, Uruguay, Costa Rica y Chile se ha realizado 1 investigación en cada uno, equivalente al 3% del total de publicaciones seleccionadas.

De acuerdo con la revisión sobre la literatura, se nota que el método más comúnmente empleado por los diversos investigadores es el enfoque cuantitativo, con un 57%. Es decir, de las 35 publicaciones seleccionadas, 20 de ellas utilizaron un análisis estadístico para obtener resultados y abordar sus objetivos planteados. Por otro lado, el 43% de los estudios analizados se centraron en enfoques cualitativos, lo que significa que 15 de los 35 artículos seleccionados llevaron a cabo un análisis de tipo nominal.

Figura 3

Publicaciones por metodología utilizada en su desarrollo

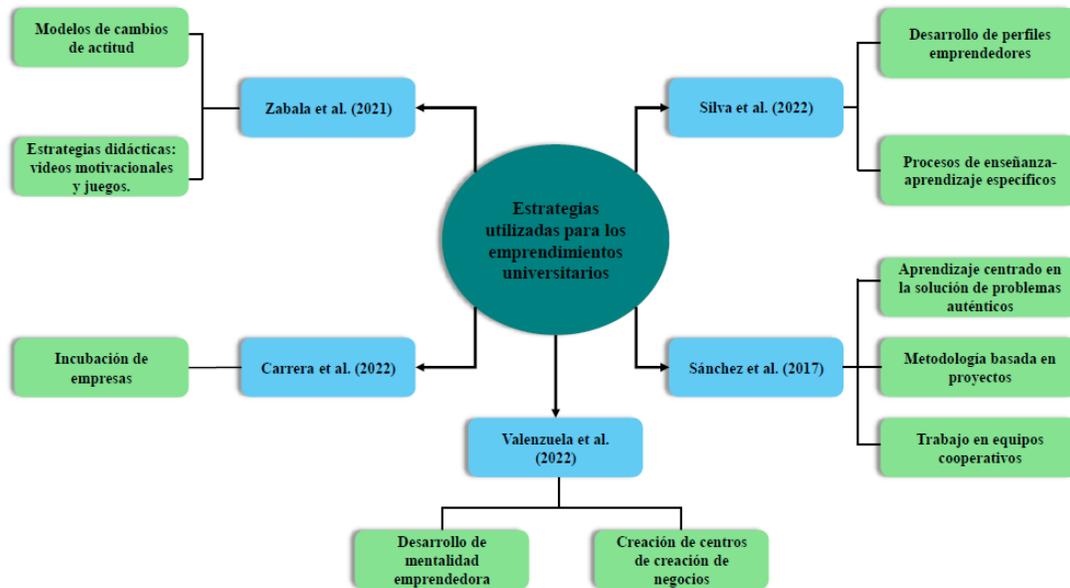


De acuerdo con el estudio de Silva et al. (2022), entre las estrategias actuales de mayor envergadura se destacan el desarrollo de perfiles emprendedores en los estudiantes y estrategias de enseñanza-aprendizaje, específicamente dirigidas al desarrollo de emprendimientos. Por otra parte, Sánchez et al. (2017), refieren que en Latinoamérica aún se requiere esfuerzo extra para implementar el emprendimiento a nivel académico, debido a desafíos como inestabilidad política, tecnología y competencia a nivel internacional. Valenzuela et al. (2022) mencionan que existen efectos indirectos de la educación y el contexto institucional mediados por la mentalidad emprendedora de los estudiantes. Carrera et al. (2022) mencionaron la importancia de la presencialidad, conocer los espacios de StartLabs y enfocar algunos módulos en servicios.

Finalmente, Zabala et al. (2021) encontraron diferencias significativas en relación con el sexo en la percepción sobre la disminución de los niveles de estrés durante la clase, cambios en la actitud emprendedora y la utilidad de la asignatura para el futuro desarrollo emprendedor. La prueba Rho de Spearman determinó correlaciones interesantes entre las preguntas del cuestionario, especialmente relacionadas con la generación de un buen ambiente de aprendizaje, la disminución de los niveles de estrés en la clase y las relaciones profesor-estudiante. En la Figura 4, se puede observar un esquema que se elaboró con el fin de organizar las estrategias aplicadas para el desarrollo de emprendimiento en universitarios de acuerdo a los estudios de los autores mencionados en este apartado.

Figura 4

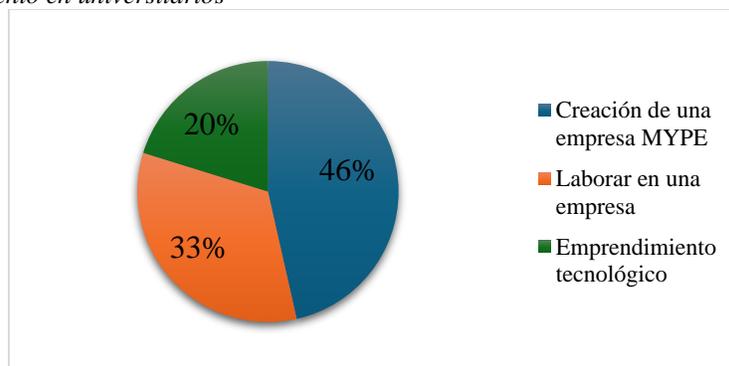
Estrategias de emprendimiento universitario según diversas fuentes



De acuerdo con Véliz et al. (2023), los datos revelan una tendencia en la que el 46% de los estudiantes universitarios desean crear una empresa MYPE, el 33% prefieren trabajar en una empresa o institución, y el 20% optan por desarrollar un emprendimiento tecnológico, ello se muestra en la Figura 5.

Figura 5

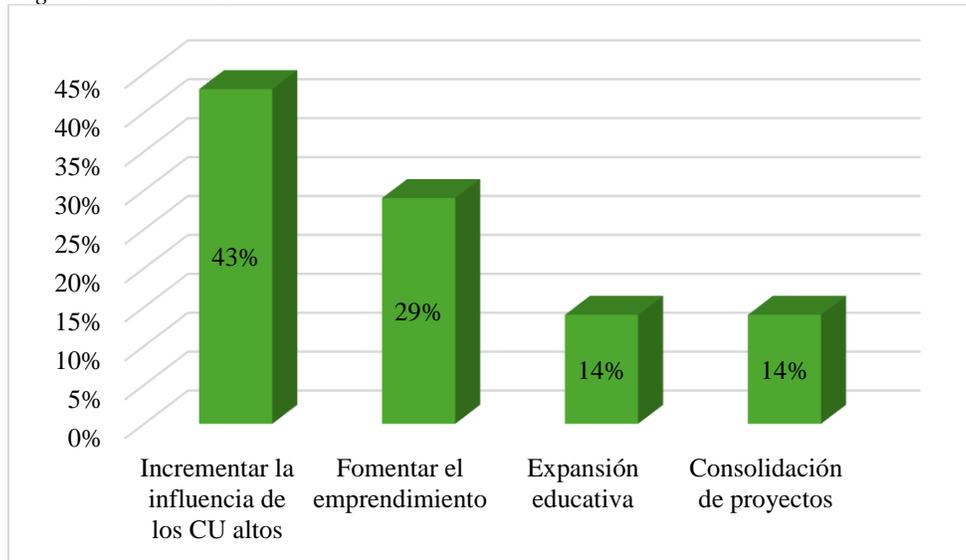
Tendencias de emprendimiento en universitarios



Además, se observa un fortalecimiento del espíritu emprendedor en un 53% de los casos y una madurez de las incubadoras de empresas con un promedio de 3.13 puntos sobre 4. Echeverri et al. (2018) encontraron que los estudiantes buscan iniciar empresas principalmente por la expectativa de lograr independencia laboral. Recomiendan que las universidades adopten modelos educativos que estén orientados al emprendimiento empresarial para proporcionar a los estudiantes un entendimiento más estructurado del sector empresarial. Navarro (2023) informa que el 43% de las estrategias están diseñadas para incrementar la influencia del CU Altos, el 29% se enfocan en fomentar el emprendimiento, el 14% en la expansión educativa y otro 14% en la consolidación de proyectos, dicha información se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Enfoques de estrategias universitarias

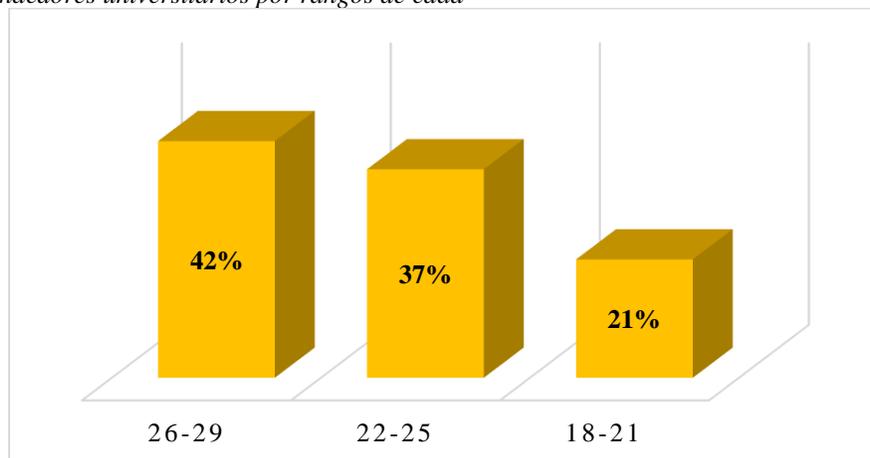


Mazacón et al. (2019) destacan que en el 95% de las Instituciones de Educación Superior (IES) en Ecuador, existe una estructura formal para gestionar el emprendimiento, que en el 21% de los casos depende de la Facultad de Ciencias Económicas o Ciencias Administrativas y en el 27% de las vicerrectorías académicas, de extensión o de proyección social. Carvajal (2023) identificó que aunque los estudiantes tienen una perspectiva positiva hacia la idea de emprender, la falta de financiamiento se presenta como una de las principales barreras. Araya (2021) aplicó un modelo de regresión logística binaria a 85 estudiantes de una universidad pública en Chile y encontró que una actitud favorable hacia la enseñanza del emprendimiento y la autoconfianza tienen un impacto positivo en la intención de emprender. Además, la elección de la carrera y la experiencia laboral son factores predictivos importantes.

De Jesús et al. (2023) también encontraron una predisposición positiva hacia el emprendimiento entre los estudiantes, aunque la falta de financiamiento sigue siendo un desafío importante. Baque et al. (2020) indican que el 42% de los emprendedores tienen entre 26 y 29 años, el 37% están en el rango de 22 a 25 años y el 21% tienen entre 18 y 21 años, lo que sugiere que la mayoría de los emprendedores son jóvenes adultos con la madurez suficiente para tomar decisiones importantes como iniciar un negocio, dicha información se organizó en un gráfico en la Figura 7. Carmona et al. (2020) señalan que el 40% de los jóvenes encuestados aspiran a ser empleados en instituciones públicas, mientras que el 35% desean ser emprendedores independientes, por ejemplo, ofreciendo servicios de consultoría

Figura 7

Porcentaje de emprendedores universitarios por rangos de edad



La pregunta de investigación formulada fue: ¿Qué estrategias se aplican para el desarrollo de emprendimientos en estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas? Los resultados obtenidos muestran la distribución de las investigaciones realizadas en diferentes países y cómo contribuyen al total de publicaciones seleccionadas. Cada país aporta al estudio e investigación de diversos temas, lo que refleja la diversidad y el interés por la investigación en diferentes regiones. Además, es interesante observar que el enfoque cuantitativo es el método más empleado por los investigadores, representando el 57% de las publicaciones seleccionadas. Esto indica que la mayoría de los estudios emplearon análisis estadísticos para alcanzar sus objetivos. Por otro lado, el 43% de los estudios se enfocaron en métodos cualitativos, destacando la importancia de los análisis nominales en la investigación. La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos muestra la diversidad de métodos utilizados para abordar diferentes temas de estudio.

Estos resultados están relacionados con el estudio de Prendes et al. (2021), el cual se desarrolló utilizando un enfoque cualitativo y la combinación de técnicas de análisis documental, discusión en grupos focales y juicio de expertos a través del método Delphi en una secuencia de cuatro fases consecutivas. El modelo digital propuesto abarca cuatro áreas, 15 subcompetencias y 45 indicadores, lo cual es útil para el diseño de pruebas descriptivas, pruebas de certificación y propuestas formativas tanto para profesores como para estudiantes de educación superior. Se prevé que este modelo genere nuevas líneas de investigación en el campo de la formación basada en competencias.

Además, Simón (2023) señala que los estudiantes identifican asignaturas específicas como las más relevantes para fomentar su inteligencia emocional, lo que brinda oportunidades para que los profesores colaboren con los estudiantes en proyectos emprendedores integrales, aplicando los conocimientos teóricos adquiridos.

El objetivo de investigación formulado fue: conocer las estrategias que se aplican para el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas. Según Mazacón et al. (2019), en el 95% de las Instituciones de Educación Superior (IES) en Ecuador existe una estructura formal encargada de gestionar el emprendimiento. Por otro lado, Carvajal (2023) descubrió que la falta de fuentes de financiamiento es una de las principales limitaciones para los estudiantes que desean emprender. Araya (2021) mostró que una actitud favorable hacia la enseñanza del emprendimiento y la autoconfianza del estudiante tiene un impacto positivo y significativo en la intención de emprender, además de que la elección de la carrera y la experiencia laboral son predictores relevantes.

Estos resultados están relacionados con el estudio de Jesús et al. (2023), en el cual se identifica la perspectiva de los estudiantes respecto a la idea de emprender y se señala la falta de financiamiento como una de las principales limitaciones. Además, Baque et al. (2020) indicaron que la mayoría de los emprendedores son adultos jóvenes con la madurez necesaria para tomar decisiones importantes como emprender. Carmona et al. (2020) mencionaron que un porcentaje significativo de jóvenes aspiran a ser emprendedores independientes, lo cual destaca la importancia del emprendimiento como opción de carrera.

En resumen, los hallazgos contribuyen al conocimiento en torno al emprendimiento y brindan soporte para establecer políticas y estrategias de actuación orientadas a su fortalecimiento.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la predisposición para emprender está estrechamente ligada al papel de la cultura y viceversa, siendo un factor clave en la creación y promoción del espíritu emprendedor. Se ha evidenciado que la educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes universitarios están positivamente relacionados, lo que sugiere que aquellos con educación universitaria tienden a tener una mayor actitud emprendedora.

El desarrollo de una mentalidad emprendedora comienza a partir de los conocimientos adquiridos en el aula; por lo tanto, se hace evidente la necesidad de una formación más integral para los estudiantes, que fomente comportamientos emprendedores a largo plazo, ya sea a través de un proyecto empresarial propio o dentro de una organización.

Es crucial implementar estrategias institucionales que promuevan la educación y la mentalidad emprendedora dentro del entorno educativo, ya que esto influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes.

Se concluye que el fortalecimiento del espíritu emprendedor depende de competencias académicas integradas en el plan de estudios, enfocándose en habilidades innovadoras y en la elaboración de planes de negocios, aunque no necesariamente se centra en la investigación tecnológica formativa y la gestión de startups y spin-offs.

La intención emprendedora de los estudiantes aumenta cuando perciben que la enseñanza del emprendimiento es útil para su formación como emprendedores y cuando creen internamente que son capaces de emprender.

La investigación destaca la importancia de facilitar el aprendizaje de diversas dimensiones del emprendimiento en general, y del ámbito digital en particular. También subraya la influencia actual que las tecnologías digitales están teniendo en el entorno empresarial y, específicamente, en las habilidades emprendedoras.

REFERENCIAS

- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., y Izquierdo, A. (2020). Business plan for the enterprises of popular and solidarity economy actors and organizations. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Borges, A., y Gomes, A. (2020). Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva. *Cad. EBAP.BR*, 18(4), 1-12. <https://www.scielo.br/j/cebape/a/54kS97wKQPK9VGWhTsp3q6h/?lang=pt#>
- Carrera, P., y Cardenas, J. (2022). Emprendimiento y territorio: experiencias del programa de incubación universitario. *ABYALA*, 2, 127-148. <https://books.scielo.org/id/qmy3t/pdf/garzon-9789978108215-07.pdf>
- Dávila, R., Martín, M., Zapana, D., y Velarde, L. (2022). La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(4), 486-494. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n4/2218-3620-rus-14-04-486.pdf>
- Echeverri, L., Valencia, A., Benjumea, M., y Barrera, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 1-19. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ree/v22n2/1409-4258-ree-22-02-160.pdf>
- Flores, B. (2023). Emprendimiento digital en estudiantes de educación superior. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 7(28), 958-970. <http://www.scielo.org.bo/pdf/hrce/v7n28/a32-958-970.pdf>
- GEM. (2018). Informe GEM Bogotá – 2018. *Estudio de la actividad emprendedora y empresarial de la ciudad*. Ean Universidad. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50430>
- Montiel, O., Canales, R., & Calderón, G. (2023). Educación universitaria y mentalidad para el emprendimiento: caso de estudio exploratorio en una universidad mexicana. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 11(25), 1-17. <https://www.scielo.org.mx/pdf/edsc/v11n25/2007-8064-edsc-11-25-e2583965.pdf>
- Navarro, G. (2023). La importancia de realizar estrategias de marketing en el ecosistema de emprendimiento universitario. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26), 1-31. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v13n26/2007-7467-ride-13-26-e062.pdf>
- Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v5n2/a10v5n2.pdf>
- Sigüenza, S., Álaya, N., Pinos, L., y Peralta, X. (2022). Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 248-266. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8740760.pdf>
- Silva, Y., Emilia, M., Pesce, N., Tassier, D., y Castaño, A. (2022). Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(46), 328-344. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-51622022000200328
- Vargas, G. (2022). Educación emprendedora y gamificación como estrategia de aprendizaje. *Revista Espiga*, 21(43), 125-155. <https://www.redalyc.org/journal/4678/467869603007/html/>
- Véliz, T., Véliz, C., Véliz, J., y Arroyo, M. (2023). Formación del emprendimiento y madurez de incubadoras de empresas: Caso de la universidad pública peruana. *Comunicación*, 14(3), 1-13. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v14n3/2219-7168-comunica-14-03-192.pdf>
- Ynzunza, C., y Izar, J. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro, México. *Economía Coyuntural*, 5(4). <https://www.iies.uagrm.edu.bo/vol-5-no-4-2020-la-intencion-emprendedora-en-jovenes-universitarios-un-estudio-de-caso-en-queretaro-mexico/>
- Valenzuela, A., Gálvez, F., Sierra, A., y Podestá, 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://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v15n4/0718-5006-formuniv-15-04-95.pdf>
- Zabala, R., Mantilla, P., Calderón, S., y Velasteguí, L. (2021). Estrategias didácticas innovadoras y actitud emprendedora en estudiantes universitarios de biotecnología y química. *Educación Médica Superior*, 34(4), 1-16. <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v34n4/1561-2902-ems-34-04-e2525.pdf>