

v.2, n.12, 2025 - Dezembro

REVISTA O UNIVERSO OBSERVÁVEL

**FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA CULTURA
EMPREENDEDORA CON ENFOQUE DE GÉNERO, UNFLEP- ESTELÍ, NICARAGUA**

**INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS INFLUENCING THE GENDER-FOCUSED
ENTREPRENEURIAL CULTURE, UNFLEP- ESTELÍ, NICARAGUA**

Flores Toruño, Sayda Yadira¹
Lobato Blanco, Luis Alfredo²

Revista o Universo Observável

DOI: 10.69720/29660599.2025.000242

ISSN: 2966-0599

¹Estudiante del programa de posgrado Doctorado en Gestión y Desarrollo Territorial, con dos maestrías: una en Salud Mental y Adicciones, egresada de la UNAN León, y otra en Formador de Formadores, egresada de la UNAN Managua. Licenciada en Ciencias de la Educación con mención en Física Matemática y también maestra de Educación Primaria. Diplomados en Consejería Escolar y Educación Inclusiva. Con 27 años de experiencia laboral en el ámbito educativo y actualmente se desempeña como Docente Metodóloga en la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), en Estelí, Nicaragua. Ha realizado publicaciones de ensayos y artículos como "Abordaje epistemológico, teórico y metodológico del emprendimiento universitario con enfoque de género", publicado en la Revista Científica Tecnológica de la UNAN- Managua en 2025. Su trayectoria profesional se destaca por su compromiso con la formación integral, la investigación educativa y la innovación pedagógica, contribuyendo al desarrollo académico y territorial de su región

E-mail: saydayadiraflores@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7600-8399>

²Doctor en Geografía e Historia, Licenciado en Filosofía e Historia por la Universidad de Oviedo, España (1971-1978). Ha dedicado su carrera a la docencia, la investigación y la gestión universitaria en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), donde actualmente se desempeña como Vicerrector. Cuenta con más de 40 años de experiencia laboral en el ámbito educativo. Su experiencia abarca la dirección de programas de historia, arqueología, gestión de la información, así como postgrados, investigación y extensión social. Reconocido por su compromiso con la calidad educativa y el desarrollo sostenible, ha impulsado la formación integral de profesionales en Nicaragua, fortaleciendo la inclusión, la equidad y el enfoque multicultural en la educación superior pública.

E-mail: alobato@unan.edu.ni

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1067-4394>





v.2, n.12, 2025 - Dezembro

**FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA CULTURA
EMPREDEDORA CON ENFOQUE DE GÉNERO, UNFLEP- ESTELÍ, NICARAGUA**

Flores Toruño, Sayda Yadira e Lobato Blanco, Luis Alfredo



PERIÓDICO CIENTÍFICO INDEXADO INTERNACIONALMENTE

ISSN
International Standard Serial Number
2966-0599

www.ouniversoobservavel.com.br

Editora e Revista
O Universo Observável
CNPJ: 57.199.688/0001-06
Naviraí – Mato Grosso do Sul
Rua: Botocudos, 365 – Centro
CEP: 79950-000

RESUMEN

El emprendimiento universitario es relevante para el desarrollo socioeconómico, pero su cultura está influenciada por dinámicas institucionales y del entorno, exigiendo visibilizar desigualdades. Este artículo doctoral tiene como objetivo determinar los factores internos y externos que influyen en la cultura emprendedora con enfoque de género y desarrollo territorial en la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP). El estudio responde a la necesidad de identificar barreras y oportunidades específicas, ofreciendo a la universidad datos clave para diseñar estrategias inclusivas y equitativas que acopien su misión de formación integral. Para llevar a cabo este análisis, se empleó una metodología mixta combinando elementos cualitativos y cuantitativos, aplicando una encuesta a 151 participantes de la UNFLEP, con una muestra predominantemente femenina (61%), además se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema. Los hallazgos del estudio revelan que la búsqueda de independencia laboral y el desarrollo personal y profesional, son las principales motivaciones para emprender. El entorno educativo de la UNFLEP se destaca por el fuerte apoyo docente, aunque la integración curricular del emprendimiento y la oferta de cursos específicos requieren mejora. Se concluye que el género armoniza significativamente la percepción y el impacto de estos factores, revelando barreras específicas y oportunidades únicas.

Palabras clave: Cultura emprendedora; Enfoque de género; Factores internos y externos; Educación superior.

ABSTRACT

University entrepreneurship is relevant for socioeconomic development, but its culture is influenced by institutional and environmental dynamics, necessitating a focus on addressing inequalities. This doctoral article aims to identify the internal and external factors that influence entrepreneurial culture, with a gender and territorial development perspective, at the Francisco Luis Espinoza Pineda National University (UNFLEP). The study responds to the need to identify specific barriers and opportunities, providing the university with key data to design inclusive and equitable strategies that align with its mission of holistic education. A mixed-methods approach was used, combining qualitative and quantitative elements. A survey was administered to 151 UNFLEP participants, with a predominantly female sample (61%), and a comprehensive review of existing literature on the topic was also conducted. The study findings reveal that the pursuit of professional independence and personal and professional development are the main motivations for entrepreneurship. The UNFLEP's academic environment is characterized by strong faculty support, although the integration of entrepreneurship into the curriculum and the availability of specific courses require improvement. The study concludes that gender significantly influences the perception and impact of these factors, revealing specific barriers and unique opportunities.

Keywords: Entrepreneurial culture; Gender approach; Internal and external factors; Higher education.

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento universitario ha emergido como un fenómeno de gran relevancia en las últimas décadas, impulsado por la necesidad de innovación y el desarrollo económico en diversas regiones del mundo. Sin embargo, al abordar este tema desde una perspectiva de género, se revela un campo de estudio que aún enfrenta desafíos significativos. (Alvarez Barrera, Noguera y Urba), 2012)

El emprendimiento con enfoque de género no se trata únicamente de crear espacios para mujeres, sino de diseñar estrategias inclusivas que reconozcan las diferencias, necesidades y motivaciones de todos los géneros. Esto implica identificar barreras estructurales y culturales que limitan la participación femenina y promover condiciones equitativas de acceso a recursos, formación y apoyo institucional. Desde esta visión, se busca una transformación profunda del modelo educativo, que integre la cultura emprendedora como parte esencial del currículo universitario. (Hisrich & Peters, 2009)

Las mujeres, en comparación con los hombres, tienden a emprender más por necesidad que por oportunidad, motivadas en muchos casos por la

búsqueda de autonomía y flexibilidad ante las limitaciones del mercado laboral. Además, factores como los estereotipos de género, la aversión al riesgo y la falta de referentes o redes de apoyo continúan afectando negativamente su participación. Pese a esto, las mujeres aportan al ecosistema emprendedor fortalezas distintivas, como una mayor sensibilidad social y un enfoque ético en los negocios. (Morales Fernández & Pariona Tineo, 2018)

En Nicaragua, la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP) representa una institución comprometida con la formación integral y el desarrollo humano. Su misión y visión destacan principios como el Buen Vivir, la inclusión, la equidad y la participación, valores que sientan las bases para el fomento de un emprendimiento sensible al género. Sin embargo, un análisis de su información pública revela la ausencia de programas específicos dedicados al emprendimiento o a la igualdad de género, lo que apunta una brecha entre su marco filosófico y la implementación de acciones concretas.

Entre los factores internos, se encuentran las características personales como la motivación, la

autoeficacia y las competencias. La motivación puede ser intrínseca (deseo de independencia, autorrealización, liderazgo) o extrínseca (búsqueda de ingresos, reconocimiento o seguridad laboral). En el caso de las mujeres, la motivación por necesidad suele estar más presente debido a las limitaciones del entorno laboral tradicional. (Minniti & Nardone 2007, 236), argumentan, que la percepción de oportunidad es un factor importante en explicar las diferencias de género en el emprendimiento.

La autoeficacia, también influye directamente en la decisión de emprender, y puede ser potenciada por factores externos como el apoyo familiar o institucional, lo cual crea una relación bidireccional en la que el entorno fortalece la motivación interna para emprender. Para universidades como la UNFLEP, esto implica implementar estrategias que desarrollen tanto habilidades internas como conexiones externas que respalden el espíritu emprendedor. Asimismo, la creatividad, el liderazgo, la capacidad de análisis y la experiencia previa se identifican como competencias clave para la actividad emprendedora.

La perspectiva de género en el emprendimiento no se limita a iniciativas dirigidas exclusivamente a mujeres, sino que implica considerar las necesidades y diferencias tanto de mujeres como de hombres, asegurando su participación equitativa en la propuesta de soluciones a problemas o necesidades. Un análisis que incorpora esta perspectiva permite identificar no solo los obstáculos específicos que enfrentan las mujeres, como los sesgos en el rol de género o las preocupaciones sobre el equilibrio trabajo-vida, sino también las motivaciones y fortalezas distintivas que aportan al ecosistema emprendedor.

La relevancia de los factores externos económicos, sociales, culturales, legales e institucionales en el entorno emprendedor, destacando especialmente el papel de la familia como pilar fundamental para motivar y facilitar los recursos iniciales en los proyectos empresariales. Asimismo, se señala que el entorno social y cultural tiene un peso determinante en la iniciativa emprendedora, y que la presencia de modelos a seguir en la comunidad, sobre todo mujeres exitosas, puede ejercer un fuerte efecto inspirador.

El propósito de este artículo es determinar, desde una perspectiva doctoral, los factores internos y externos que inciden en la cultura emprendedora, con un enfoque particular en las dinámicas de género, y su aplicación al contexto de la UNFLEP, además este estudio busca comprender cómo estos factores interactúan para moldear el comportamiento emprendedor y qué implicaciones tienen para el diseño de emprendedor.

2. MARCO TEÓRICO

El análisis de la cultura emprendedora y sus determinantes resulta fundamental para entender los procesos de creación y desarrollo de negocios en distintos contextos sociales. En particular, la relación entre factores internos y externos que influyen en esta cultura adquiere una relevancia especial cuando se incorpora la perspectiva de género, dada la desigualdad histórica en oportunidades y roles entre hombres y mujeres emprendedores.

Este marco teórico aborda los principales conceptos y variables relacionados con la cultura emprendedora en el contexto de UNFLEP-Estelí, Nicaragua, considerando cómo el entorno educativo, social, cultural, así como la motivación y habilidades emprendedoras, inciden en el fortalecimiento de una cultura emprendedora inclusiva y equitativa.

2.1 Cultura Emprendedora

La cultura emprendedora se define como el conjunto de valores, creencias, actitudes y comportamientos que favorecen la iniciativa empresarial y la identificación de oportunidades de negocio dentro de una comunidad o grupo social (Lans, Gulikers, & Mulder, 2014). Este constructo va más allá de la simple creación de empresas, ya que implica una predisposición colectiva hacia la innovación, la asunción de riesgos y la capacidad de adaptación frente a los cambios del entorno.

En este sentido, una cultura emprendedora sólida contribuye al desarrollo económico y social al estimular la creatividad, la autonomía y la creación de riqueza local (García & Varela, 2018). En contextos locales como UNFLEP-Estelí, esta cultura está influida por una combinación de factores internos y externos que condicionan la dinámica emprendedora, con particular atención a las diferencias por género.

Asimismo, la cultura emprendedora está influida por múltiples factores internos y externos que determinan su alcance y efectividad. Internamente, aspectos como la autoconfianza, la motivación y las habilidades personales juegan un rol esencial en la propensión a emprender (Ajzen, 1991). Externamente, el entorno social, educativo y cultural, así como las redes de apoyo y políticas públicas, modelan las oportunidades y condiciones para el desarrollo de emprendimientos (Bosma et al., 2013).

La incorporación de un enfoque de género permite visibilizar cómo estas dinámicas afectan de manera diferenciada a hombres y mujeres, especialmente en contextos como el de UNFLEP-Estelí, donde las tradiciones y roles sociales pueden limitar la participación femenina en el ecosistema emprendedor (Brush, de Bruin, & Welter, 2009). Una cultura emprendedora fuerte fomenta la autonomía, la creatividad y la generación de riqueza

local, aspectos fundamentais para el crecimiento de regiones como Estelí, Nicaragua.

2.2 Factores Externos en la Cultura Emprendedora

Entre los factores externos, la motivación para emprender es un elemento clave que impulsa a las personas a iniciar proyectos productivos. Esta motivación puede surgir tanto de necesidades económicas, como la generación de ingresos o empleo, como de oportunidades percibidas o deseos de autonomía y realización personal (Shane et al., 2003).

Además, las habilidades emprendedoras entendidas como competencias para planificar, organizar, innovar y gestionar un negocio se desarrollan influenciadas por el acceso a la formación, el acompañamiento y las redes de apoyo (Man et al., 2002). Estos factores externos actúan como facilitadores o barreras que determinan la capacidad de los emprendedores para consolidar sus iniciativas.

2.2.1 Contexto Económico

El entorno económico es un factor crucial en la formación y desarrollo de la cultura emprendedora. El nivel de desarrollo económico de una región afecta la disponibilidad de recursos y el acceso a mercados, lo cual puede fomentar o limitar las actividades emprendedoras. Según Acs y Storey (2004), un entorno económico próspero proporciona mayores oportunidades y recursos para los emprendedores, facilitando el acceso al capital y a los mercados.

2.2.2 Políticas Gubernamentales

Las políticas gubernamentales tienen un impacto significativo en la cultura emprendedora a través de la regulación, los incentivos fiscales y el apoyo institucional. Un entorno regulatorio favorable y la existencia de programas de apoyo pueden estimular la actividad emprendedora. El trabajo de Shane (2009) destaca cómo las políticas gubernamentales que fomentan la innovación y reducen las barreras de entrada pueden promover una cultura emprendedora dinámica.

2.2.3 Educación y Formación

La educación y la formación juegan un papel clave en la cultura emprendedora. La formación específica en habilidades empresariales y el acceso a la educación pueden influir en la predisposición de las personas a emprender. Según estudios de Bergmann et al. (2016), los programas educativos que fomentan el pensamiento emprendedor y las habilidades empresariales desde una edad temprana tienen un impacto positivo en la creación de una cultura emprendedora.

2.2.4 Cultura Social y Normas

La cultura social y las normas sociales influyen en la percepción y la actitud hacia el emprendimiento. La aceptación social de los emprendedores y la percepción de riesgo pueden afectar la disposición de los individuos a iniciar nuevos negocios. Según studies by Mueller and Thomas (2001), las culturas que valoran el éxito empresarial y la toma de riesgos son más propensas a fomentar una cultura emprendedora positiva.

2.2.5 Acceso a Redes y Mentores

El acceso a redes profesionales y mentores también es un factor externo relevante. Las redes de apoyo pueden proporcionar recursos, conocimientos y conexiones valiosas que facilitan el emprendimiento. Según el estudio de Lin (2001), las redes sociales y profesionales ofrecen apoyo y acceso a recursos críticos, lo que puede mejorar las probabilidades de éxito de los emprendedores.

2.2.6 Infraestructura y Tecnología

La calidad de la infraestructura y el acceso a tecnología moderna son aspectos fundamentales que afectan la cultura emprendedora. Un entorno con buena infraestructura y acceso a tecnologías avanzadas facilita la operación de nuevas empresas y la innovación. Como indica el informe del World Economic Forum (2019), una infraestructura robusta y el acceso a tecnologías emergentes son cruciales para el crecimiento emprendedor.

2.2.7 Situación Política y Estabilidad

La estabilidad política y la situación política general también influyen en la cultura emprendedora. Un entorno político estable y predecible fomenta la confianza y la inversión en nuevas empresas. El trabajo de North (1990) discute cómo las instituciones políticas y la estabilidad influyen en la calidad del entorno emprendedor y en el desarrollo económico general.

2.2.8 Mercado

El mercado, en términos de tamaño, demanda y estructura, es un factor crucial que influye en la cultura emprendedora. Un mercado amplio y en crecimiento ofrece mayores oportunidades para nuevos emprendimientos, mientras que un mercado saturado puede presentar desafíos significativos.

2.2.8.1 Tamaño del Mercado

El tamaño del mercado tiene un impacto directo en las oportunidades de emprendimiento. Según estudios de Baumol (1990), mercados grandes y en expansión proporcionan un entorno más favorable para la innovación y el emprendimiento, al ofrecer más oportunidades para la introducción de nuevos productos y servicios.

2.2.8.2 Demanda del Mercado

La demanda del mercado también es fundamental. Un entorno con alta demanda de nuevos productos y servicios puede estimular el espíritu emprendedor, ya que los emprendedores identifican oportunidades para satisfacer necesidades insatisfechas. Según un estudio de Kogan y coautores (2017), las oportunidades de mercado bien identificadas son una clave para el éxito de las nuevas empresas.

2.2.8.3 Estructura del Mercado

La estructura del mercado, ya sea oligopólica, monopolística o competitiva, afecta las barreras de entrada y las estrategias de las nuevas empresas. Un mercado altamente competitivo puede impulsar la innovación y mejorar la eficiencia, mientras que un mercado con pocas empresas dominantes puede limitar las oportunidades para nuevos emprendedores. Este impacto de la estructura del mercado en el emprendimiento es discutido por Porter (2008), quien analiza cómo la competencia y la estructura del mercado afectan la estrategia empresarial.

2.2.9 Competencia

La competencia en el mercado también juega un papel crucial en la formación de una cultura emprendedora. La intensidad y la naturaleza de la competencia influyen en la motivación de los emprendedores y en las estrategias que adoptan.

2.2.9.1 Intensidad de la Competencia

La intensidad de la competencia puede tener efectos positivos o negativos sobre la actividad emprendedora. Según un estudio de Hsu, Roberts y Eesley (2014), un entorno competitivo puede fomentar la innovación y la mejora continua, ya que los emprendedores buscan diferenciación para sobresalir en un mercado saturado.

1.2.9.2 Estrategias Competitivas

Las estrategias competitivas adoptadas por las empresas existentes pueden influir en las decisiones estratégicas de los nuevos emprendedores. Según un análisis de Teece (1986), las empresas deben desarrollar capacidades dinámicas para competir efectivamente, lo cual también puede guiar a los emprendedores en el desarrollo de sus estrategias y modelos de negocio.

1.2.9.3 Barreras de Entrada

Las barreras de entrada generadas por la competencia, como la lealtad de los clientes, el acceso a canales de distribución y la economía de escala, pueden influir en la facilidad con la que los nuevos emprendedores pueden ingresar al mercado. Según un estudio de Caves y Porter (1977), las altas

barreras de entrada pueden desalentar el emprendimiento, mientras que un entorno con barreras relativamente bajas puede fomentar la actividad emprendedora.

2.3 Factores Internos en la Cultura Emprendedora

Los factores internos comprenden aspectos relacionados con el entorno cercano que configura la mentalidad y las oportunidades de los emprendedores. El entorno educativo juega un papel fundamental, ya que la formación académica y técnica adquirida en instituciones como UNFLEP provee conocimientos y habilidades esenciales para el emprendimiento, además de fomentar actitudes proactivas (Lorz et al., 2013).

En paralelo, el entorno social y cultural formado por la familia, la comunidad y las tradiciones influye en las expectativas, roles y apoyo recibido, lo que puede facilitar o limitar la participación, especialmente de mujeres y jóvenes (Muñoz & Álvarez, 2018). La cultura local en Estelí, marcada por valores comunitarios y modelos tradicionales, modula la percepción y aceptación del emprendimiento según género, afectando las oportunidades y desafíos en la práctica emprendedora.

2.3.1 Entorno Educativo

Se refiere a la formación académica y técnica que reciben los emprendedores en instituciones educativas, como la UNFLEP, la cual proporciona los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desarrollar y gestionar proyectos empresariales con éxito, además de fomentar una mentalidad proactiva y emprendedora (Lorz et al., 2013).

2.3.2 Entorno Social

Comprende el apoyo, las expectativas y las influencias provenientes de la familia, amigos, grupos sociales y la comunidad cercana, que pueden facilitar o limitar las oportunidades para emprender, influyendo en las decisiones y motivaciones de las personas para iniciar y sostener un negocio (Muñoz & Álvarez, 2018).

2.3.3 Entorno Cultural

Incluye las tradiciones, valores, normas y modelos sociales que caracterizan a una comunidad, y que afectan la percepción, aceptación y rol del emprendimiento dentro de esa sociedad. En contextos como Estelí, esta cultura local con valores comunitarios y modelos tradicionales impacta particularmente en las oportunidades y desafíos según el género del emprendedor.

2.3.4 Motivação Personal

Se refiere al impulso interno que lleva al emprendedor a iniciar y perseverar en la creación y desarrollo de su negocio. Incluye factores como la necesidad de logro, la autonomía, el deseo de superación y la búsqueda de satisfacción personal. Es fundamental para mantener la persistencia ante obstáculos y para la innovación constante (Srimulyani, 2023; Shane, Locke & Collins, 2003).

2.3.5 Habilidades Emprendedoras

Son las capacidades y competencias que posee el emprendedor para gestionar su negocio, tales como la planificación, toma de decisiones, liderazgo, innovación y manejo financiero. Estas habilidades pueden estar innatas o adquiridas mediante la formación y la experiencia, y son determinantes para el desempeño exitoso (Man, Lau & Snape, 2002).

2.3.6 Innovación

La innovación es un factor interno clave, que implica la capacidad para generar ideas nuevas, mejorar productos o procesos y adaptarse a cambios del mercado. Esta característica está vinculada al espíritu emprendedor y es esencial para la competitividad y el crecimiento sostenible (Campo, 2016; Vernaza et al., 2020).

2.3.7 Capacidad de Gestión

Se refiere a las destrezas que tiene el emprendedor para organizar recursos humanos, financieros y materiales. Incluye la habilidad para planificar, ejecutar estrategias y controlar resultados, lo que impacta directamente en la viabilidad y crecimiento del negocio (Acosta, Zárate & Mares, 2014).

2.4 Enfoque de Género en la Cultura Emprendedora

Incorporar un enfoque de género permite analizar cómo las diferencias sociales y culturales marcadas por la construcción de roles impactan en la participación de mujeres y hombres en el ecosistema emprendedor (Brush et al., 2009). Las mujeres en UNFLEP-Estelí enfrentan desafíos específicos derivados de su entorno educativo y social, que pueden limitar su acceso a motivación, formación y recursos (Ahl, 2006). Identificar y comprender estos factores internos y externos con perspectiva de género es fundamental para diseñar estrategias que promuevan la inclusión y el empoderamiento equitativo en el emprendimiento.

Además, incorporar una perspectiva de género permite diseñar políticas y programas educativos que reconozcan las capacidades y necesidades particulares de las mujeres emprendedoras. En la UNFLEP-Estelí, este enfoque contribuye a fortalecer la motivación, las habilidades

y el acceso a oportunidades, fomentando un ambiente que favorece la igualdad y el empoderamiento económico femenino (MEFCCA, 2022). De esta manera, el enfoque de género no solo visibiliza las brechas existentes, sino que también impulsa una cultura emprendedora más inclusiva, resiliente y sostenible, capaz de potenciar el desarrollo económico local con justicia social.

2.5 Contexto Local: UNFLEP-Estelí, Nicaragua

Estelí es una región con características socioeconómicas particulares que presentan tanto retos como oportunidades para el desarrollo local y la reducción de desigualdades. En este contexto, el emprendimiento se posiciona como una alternativa viable para fortalecer la economía regional y mejorar la calidad de vida de sus habitantes (INIDE, 2020). La diversidad productiva de Estelí, con una fuerte presencia en sectores agrícolas, artesanales y turísticos, exige un enfoque integral para el apoyo a emprendedores, especialmente jóvenes y mujeres, quienes enfrentan condiciones específicas en su participación económica.

La Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP) desempeña un papel clave en este proceso mediante la formación, investigación y acompañamiento a emprendedores con un enfoque de género. Adaptando sus programas y estrategias a las particularidades del entorno educativo, social y cultural de Estelí, UNFLEP impulsa la motivación, habilidades y acceso a oportunidades para jóvenes y mujeres emprendedoras, fomentando una cultura emprendedora inclusiva y sostenible. A través de cursos, ferias y proyectos innovadores, la universidad contribuye al fortalecimiento del ecosistema emprendedor local y a la generación de impacto positivo en la comunidad.

3. MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo esta investigación, se emplearon métodos y materiales adecuados que garantizaron la profundidad y la fiabilidad de los resultados obtenidos. El estudio adopta un enfoque mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión integral de los factores que influyen en la cultura emprendedora con enfoque de género en la UNFLEP, de tipo descriptivo y exploratorio. Esta combinación es fundamental para abordar la complejidad del fenómeno del emprendimiento femenino, que requiere tanto la medición de variables como la exploración de experiencias y percepciones.

La población conformada por 151 estudiantes de diferentes carreras, Se aplicó una encuesta estructurada. La técnica de análisis incluyó estadística descriptiva y análisis de contenido. El universo de estudio comprende a la comunidad

universitaria de la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), incluyendo estudiantes activos y egresados (de pregrado, grado y posgrado). La muestra para la fase cuantitativa estuvo compuesta por 151 participantes. La distribución de género de esta muestra fue de 92 participantes de género femenino (61%) y 59 de género masculino (39%). Esta composición, con una mayoría de mujeres, es particularmente relevante para el enfoque de género del estudio, permitiendo un análisis más profundo de las experiencias y percepciones femeninas en el ámbito emprendedor.

Para la recolección de datos se emplearon las siguientes técnicas e instrumentos:

Encuesta (Instrumento Cuantitativo): Se utilizó un cuestionario estructurado, diseñado con escalas para medir el nivel de acuerdo o importancia de diversas afirmaciones relacionadas con los factores internos y externos de la cultura emprendedora, así como la percepción de género en el emprendimiento. Este instrumento permitió cuantificar las percepciones, actitudes y comportamientos de la muestra. La encuesta se enfocó en medir el nivel de percepción sobre los factores internos y externos utilizando una escala Likert de 1 a 5, donde 1 representa "muy poca influencia" y 5 representa "muchísima influencia", en relación con el emprendimiento desde una perspectiva de género. Estas técnicas permitirían explorar en detalle las experiencias personales, las barreras y facilitadores percibidos, y la influencia de las normas de género, garantizando el anonimato y la confidencialidad de los participantes.

El estudio se desarrolló en las siguientes fases principales:

Fase de Diseño y Conceptualización: Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica sobre cultura emprendedora, emprendimiento femenino, factores internos y externos, y metodologías de investigación con enfoque de género. Se estableció el marco teórico y se diseñó el instrumento de recolección de datos (encuesta).

Fase de Recolección de Datos Cuantitativos: Se aplicó la encuesta a la muestra seleccionada de la comunidad UNFLEP. Se aseguró la confidencialidad y el anonimato de los participantes.

Fase de Análisis de Datos Cuantitativos: Los datos recopilados de la encuesta fueron

procesados y analizados utilizando estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes, como se muestra en los gráficos de Género, Motivación para Emprender, Habilidades Emprendedoras y Entorno Educativo, y Entorno Social y Cultural). Se realizaron análisis para identificar modelos, tendencias y diferencias en las percepciones de los factores internos y externos, con especial atención a la variable de género.

Fase de Interpretación y Discusión: Se interpretaron los hallazgos cuantitativos a la luz del marco teórico, discutiendo sus implicaciones para la cultura emprendedora con enfoque de género en la UNFLEP. Se identificaron las principales conclusiones y se formularon recomendaciones.

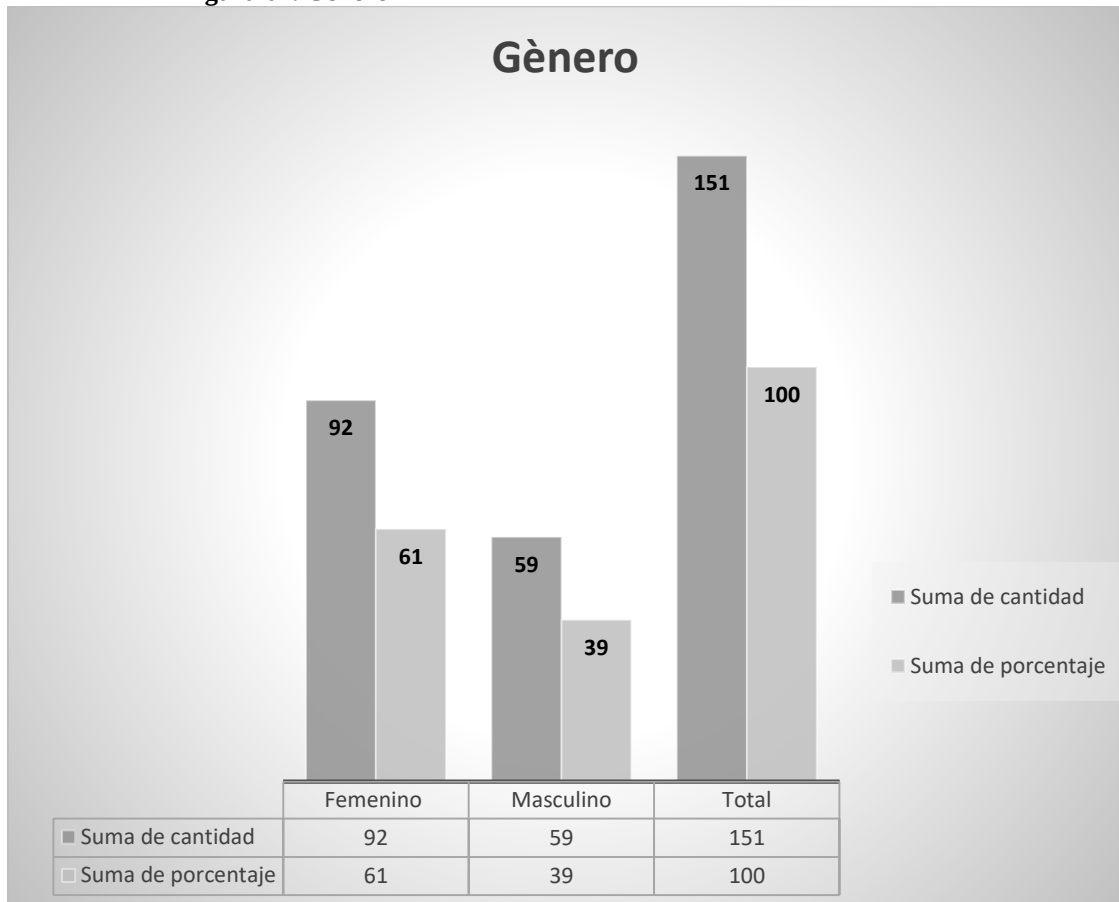
4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de los datos recolectados, se elaboraron gráficas que muestran la valoración de los participantes respecto a la influencia de los factores externos e internos que influyen en la cultura emprendedora, proporcionando una base sólida para la discusión.

La figura 01, revela que la muestra está compuesta por 151 participantes, de los cuales 92 son mujeres (61%) y 59 son hombres (39%). Esta distribución con mayoría femenina es relevante, ya que permite profundizar en el análisis del emprendimiento con enfoque de género, especialmente en lo relacionado con las percepciones, motivaciones y barreras que enfrentan las mujeres al emprender. El predominio de mujeres ofrece una base sólida para explorar las particularidades del emprendimiento femenino, mientras que la presencia masculina, aunque menor, sigue siendo suficiente para realizar comparaciones significativas entre ambos grupos.

Este panorama brinda a la UNFLEP una valiosa oportunidad para fortalecer su compromiso con la equidad de género en el fomento del espíritu emprendedor. La universidad puede impulsar acciones concretas que promuevan el emprendimiento entre las mujeres, como programas de mentoría, redes de apoyo y capacitación especializada. Al mismo tiempo, la diferencia en la representación también plantea el reto de diseñar estrategias inclusivas que motiven la participación de los hombres, promoviendo así una cultura

Figura 01. Género



Fuente: Elaboración propia

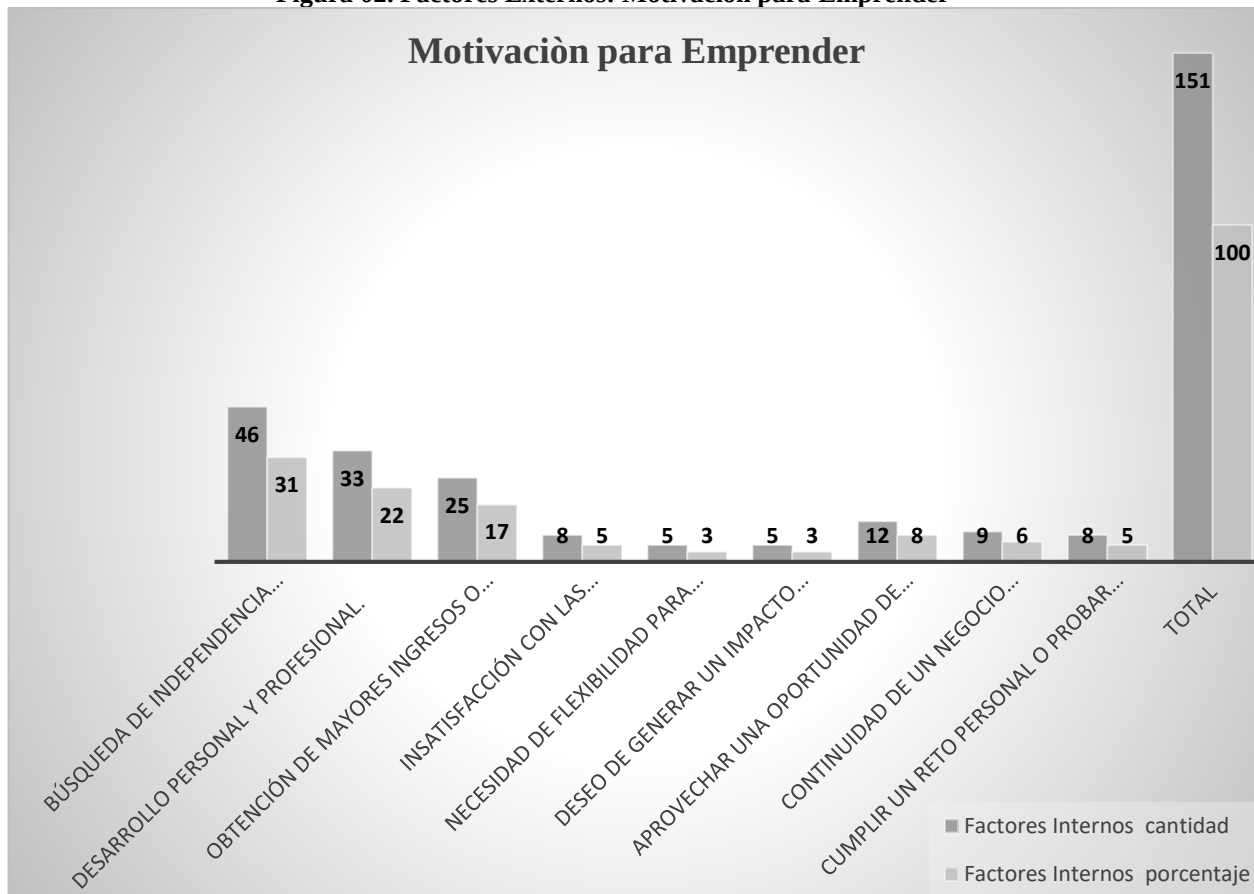
Esta predominancia femenina en la muestra se alinea con lo planteado según, (Bañón Gomis et al,...2016) las mujeres suelen emprender motivadas por la necesidad de autonomía económica, el deseo de conciliar la vida laboral y familiar, y la búsqueda de realización personal, factores que difieren significativamente de los motivos predominantes en los hombres, como la independencia financiera o el crecimiento económico. Este tipo de diferencias justifica la importancia de contar con una base de datos sólida sobre mujeres para analizar con precisión sus motivaciones y barreras.

Asimismo, (Minniti, 2010), argumenta que las mujeres enfrentan mayores desafíos estructurales, entre ellos estereotipos de género, falta de referentes femeninos y menor acceso a capital social. La alta representación femenina en esta muestra proporciona una oportunidad única para examinar estos obstáculos desde un enfoque más detallado y contextualizado, lo cual enriquece el análisis y contribuye a un diagnóstico más certero del ecosistema emprendedor con perspectiva de género.

En la Figura 02, revela que la principal motivación para emprender es la independencia laboral, con un 31% de menciones. Le siguen el desarrollo personal y profesional (22%) y la búsqueda de seguridad económica (17%). Estas razones reflejan intereses centrados en el crecimiento individual y la estabilidad financiera. Las tres suman la mayoría de respuestas. Esto indica un fuerte componente de motivación intrínseca y económica en la muestra.

La literatura sugiere que las mujeres a menudo emprenden por "necesidad" o para lograr un mejor equilibrio entre su vida personal y profesional, más que por una mera "oportunidad" de mercado. Este análisis sugiere que, para los encuestados, la autonomía y el crecimiento personal y económico son los principales motores, lo cual es coherente con los factores internos de motivación para emprender.

Figura 02. Factores Externos: Motivación para Emprender



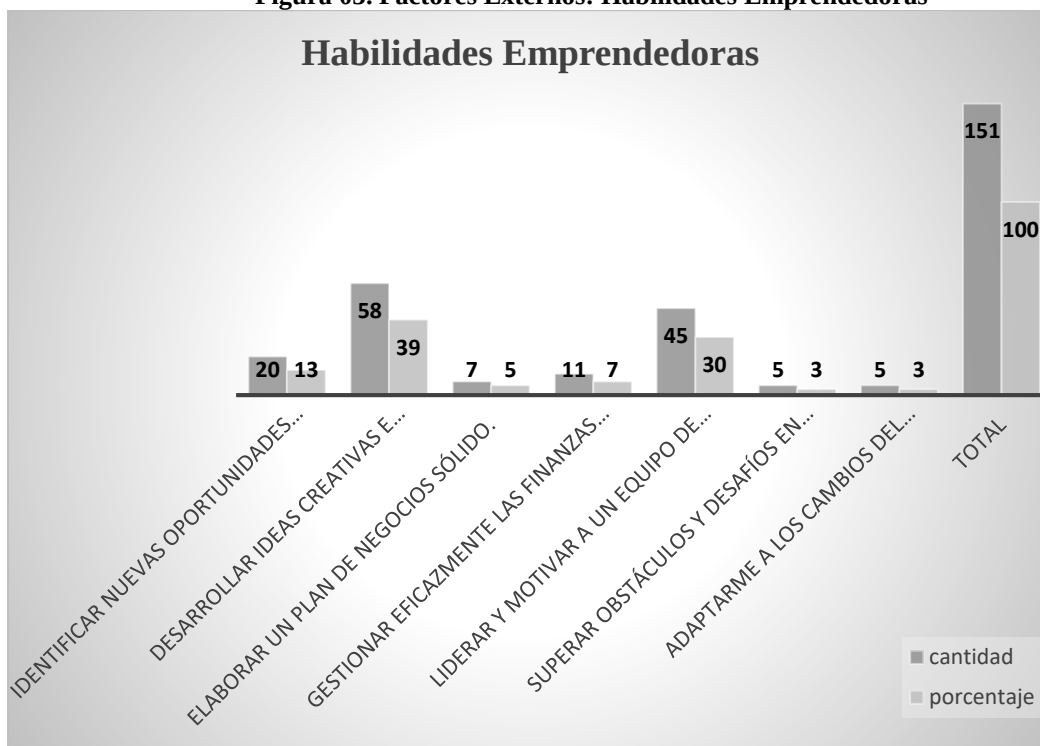
Fuente: Elaboración propia

Por su parte, González y Guzmán (2016), en estudios sobre emprendimiento universitario, encontraron que los estudiantes identifican el emprendimiento no solo como una fuente de ingresos futuros, sino como una oportunidad para materializar sus pasiones e intereses personales, reafirmando así la importancia del componente subjetivo y motivacional en el inicio de iniciativas emprendedoras. Este enfoque en la motivación intrínseca es especialmente relevante en contextos universitarios, donde, como afirman Maresch et al. (2016), el entorno educativo debe fomentar el desarrollo de competencias emprendedoras ligadas a la autonomía, la autoeficacia y el crecimiento personal, más allá del incentivo puramente económico.

La Figura 03, detalla sobre diversas capacidades elementales para el emprendimiento, destacando la habilidad más frecuentemente es "Desarrollar ideas creativas e innovadoras", con 58 menciones (39%), lo que subraya la importancia que los encuestados otorgan a la generación de conceptos novedosos y estrategias. En segundo lugar, "Liderar y motivar a un equipo de trabajo" también se percibe como una habilidad muy relevante, con 45 menciones (30%), estas cifras sugieren que los participantes valoran fuertemente las capacidades relacionadas con la ideación, la innovación y la gestión de personas en el ámbito emprendedor.

Por otro lado, se muestra una menor confianza o priorización en habilidades más técnicas o de gestión. Esta disparidad podría indicar áreas donde los participantes perciben una menor autoeficacia o donde se requiere mayor formación y apoyo, especialmente si se considera el enfoque de género de la investigación. Además los estereotipos de género pueden influir en la percepción de las capacidades y oportunidades, lo que podría manifestarse en una menor confianza en habilidades tradicionalmente asociadas con roles masculinos, como la gestión financiera o la toma de decisiones bajo presión.

Figura 03. Factores Externos: Habilidades Emprendedoras



Fuente: Elaboración propia

Desde una perspectiva teórica, la creatividad e innovación han sido identificadas como componentes esenciales del emprendimiento. Schumpeter (1934) ya señalaba que el emprendedor es, ante todo, un innovador, capaz de introducir nuevas combinaciones de productos, procesos y mercados. En esta línea, Tidd y Bessant (2014) enfatizan que la innovación no solo se refiere a la invención técnica, sino también a la capacidad de detectar oportunidades, pensar de forma no convencional y traducir ideas en propuestas de valor concretas. Esto explica por qué los participantes del estudio valoran altamente esta competencia como una base para el emprendimiento sostenible y competitivo.

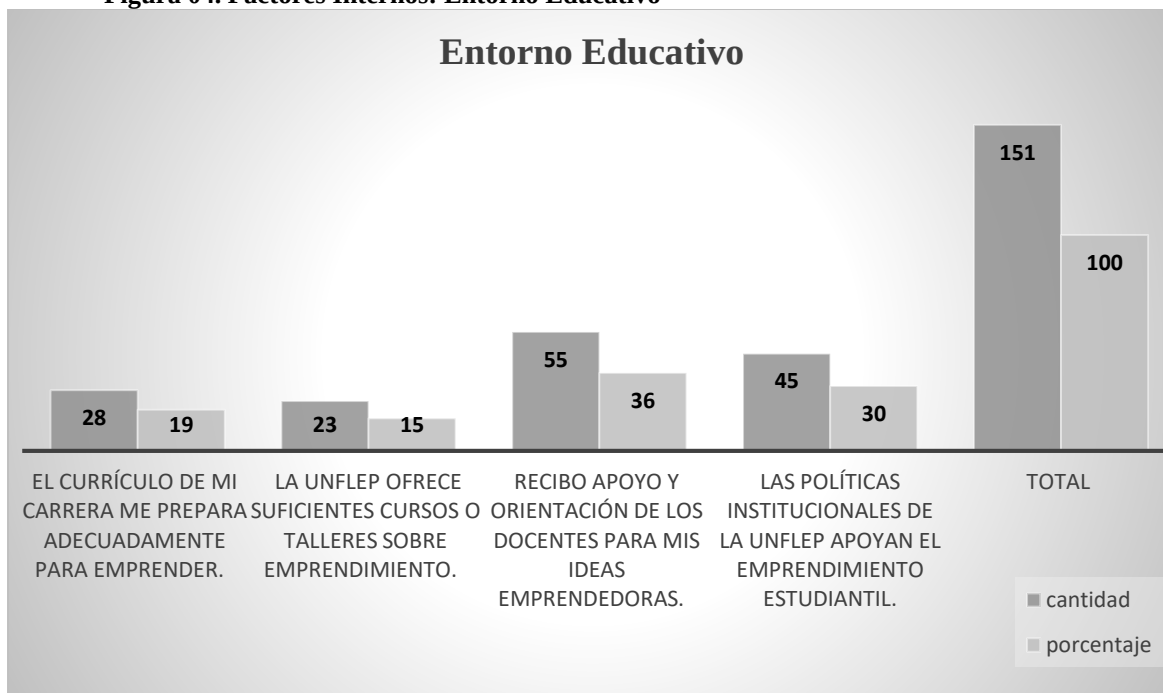
Cuadro 1: Factores Externos Clave del Ecosistema Emprendedor y su Impacto de Género

Factor Externo	Descripción General	Impacto de Género
Acceso a Financiación	Disponibilidad de capital para iniciar y crecer un negocio (propio, institucional, familiar).	Las mujeres pueden enfrentar mayores dificultades para acceder a financiación debido a sesgos, falta de garantías o redes de contacto.
Marco Legal y Políticas Públicas	Leyes, regulaciones, subvenciones y apoyo técnico del sector público.	La ausencia de políticas específicas de fomento al emprendimiento femenino o un entorno legal adverso pueden ser barreras significativas.
Condiciones del Mercado	Competencia, proveedores, clientes, calidad, innovación, tecnología, crecimiento económico.	Las empresas lideradas por mujeres pueden enfrentar mayores dificultades de supervivencia en el mercado; el sector servicios puede ofrecer más oportunidades para mujeres.
Entorno Social y Cultural	Apoyo familiar, estereotipos de género, modelos a seguir, cultura social.	El apoyo familiar es crucial. Los estereotipos limitan oportunidades y expectativas femeninas. La visibilización de modelos a seguir femeninos es vital.
Ecosistema de Apoyo	Instituciones públicas y privadas que ofrecen servicios (asesoría, capacitación, incubación).	Puede carecer de enfoque de género, lo que requiere la creación de redes y programas específicos para mujeres emprendedoras.

Fuente: Elaboración propia

La Figura 04, muestra que la afirmación con mayor acuerdo es "Recibo apoyo y orientación de los docentes para mis ideas emprendedoras", con 55 menciones, lo que representa el 36% de la muestra. Esto sugiere que el cuerpo docente es percibido como un pilar fundamental en el estímulo del espíritu emprendedor entre los estudiantes. En segundo lugar, el 30% de los encuestados (45 menciones) considera que "Las políticas institucionales de la UNFLEP apoyan el emprendimiento estudiantil", indicando un reconocimiento de la estructura formal de la universidad en este ámbito.

Figura 04. Factores Internos: Entorno Educativo



Fuente: Elaboración propia

Estas cifras apuntan que, si bien el apoyo individual de los docentes es valorado, existe una brecha significativa en la integración formal y explícita del emprendimiento en los planes de estudio y en la oferta de capacitación específica. Para la UNFLEP, esto implica que, a pesar de sus valores institucionales de formación integral y fomento de la igualdad, aún hay un camino por recorrer para traducir estos principios en un currículo y programas de emprendimiento más robustos y visibles, lo cual es elemental para fortalecer una cultura emprendedora inclusiva y sensible al género.

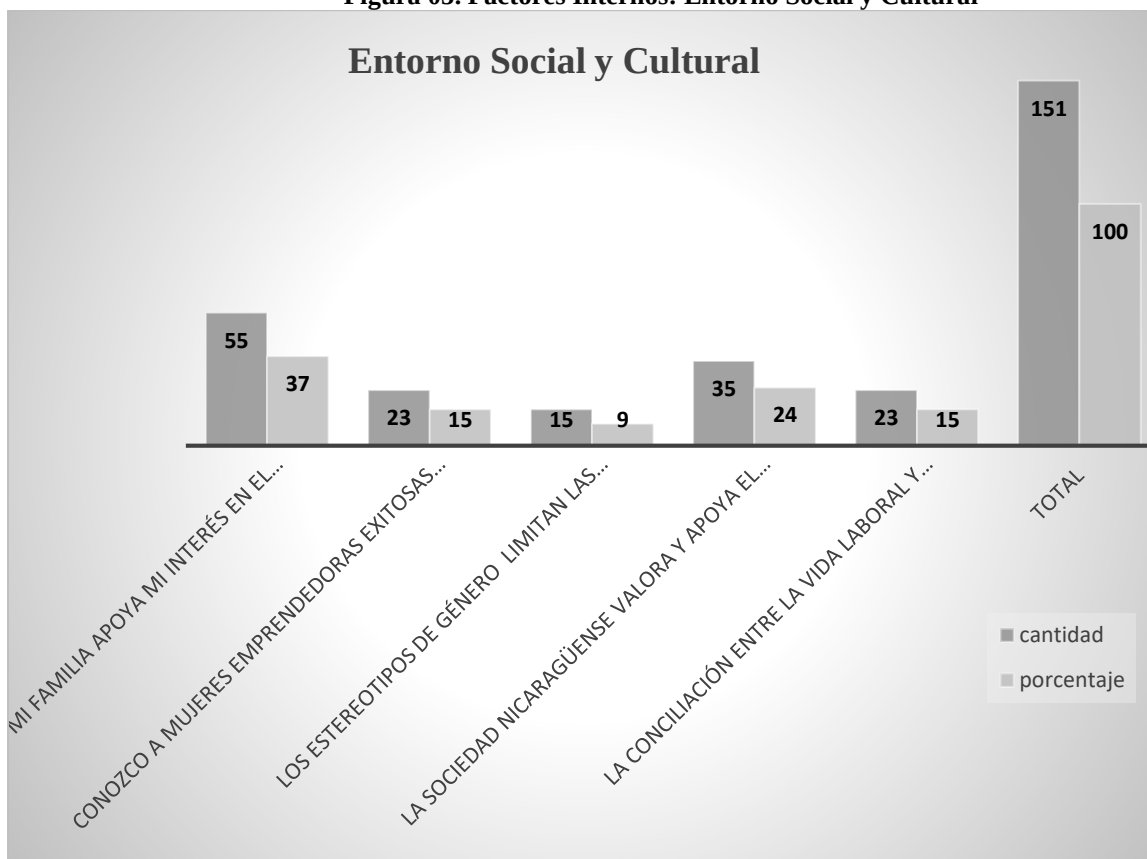
Este hallazgo es coherente con lo señalado por (Fayolle y Benoit), (2008), quienes afirman que los docentes no solo transmiten conocimientos, sino que también actúan como mentores y facilitadores del aprendizaje activo, promoviendo la confianza y la creatividad en los estudiantes.

Según (Raposo y Do Paco), (2011), el entorno institucional es fundamental para el desarrollo emprendedor, ya que proporciona recursos, redes de apoyo y un marco que legitima las iniciativas estudiantiles. Ambos factores el acompañamiento docente y el respaldo institucional son pilares esenciales para consolidar una cultura emprendedora en el contexto universitario.

La Figura 05, Los datos revelan que el "Apoyo familiar" es el factor más destacado, con 55 menciones (37%), resaltando el rol clave de la familia en el impulso al emprendimiento. En contraste, solo 15 personas (9%) reconocen que los estereotipos de género limitan las oportunidades para las mujeres, pese a que la literatura confirma su impacto negativo. Además, 35 encuestados (24%) consideran que la sociedad nicaragüense valora el emprendimiento femenino. Esto evidencia cierto reconocimiento, pero también una brecha cultural. Persiste la necesidad de fortalecer una cultura emprendedora con enfoque de género. La equidad aún enfrenta retos significativos.

La familia, emerge como el principal factor impulsor, destacando el papel central que desempeña la familia como red de respaldo emocional, económico y motivacional. Este resultado coincide con lo planteado por autores como Valdivia et al. (2017), quienes subrayan que, en contextos latinoamericanos, la familia influye profundamente en las decisiones de emprendimiento, especialmente en mujeres, para quienes la validación familiar puede ser clave para iniciar un negocio.

Figura 05. Factores Internos: Entorno Social y Cultural



Fuente: Elaboración propia

En contraste, la afirmación “Los estereotipos de género limitan las oportunidades para las mujeres emprendedoras en Nicaragua” obtuvo solo el 9%, lo que sugiere una baja percepción del problema a nivel general, a pesar de que la literatura confirma su impacto. Según (Castro, Ibarra & Barrenechea, 2018), los estereotipos de género continúan siendo una barrera estructural que restringe el acceso de las mujeres a financiamiento, redes y liderazgo en el ecosistema emprendedor.

Cuadro 2: Factores Internos Clave de la Cultura Emprendedora y su Relevancia de Género

Factor Interno	Descripción General	Relevancia de Género
Motivación	Impulso para iniciar y mantener un emprendimiento. Puede ser intrínseca (autonomía, desarrollo personal) o extrínseca (ingresos, seguridad).	Las mujeres a menudo tienen motivaciones de "necesidad" (insatisfacción laboral, flexibilidad, conciliación) más fuertes que de "oportunidad" comparado con hombres.
Autoeficacia	Creencia en la propia capacidad para ejecutar tareas y alcanzar objetivos.	Reforzada por el apoyo externo; los estereotipos de género pueden afectar negativamente la percepción de autoeficacia en mujeres.
Habilidades y Competencias	Flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, análisis de problemas, pensamiento conceptual, orientación a resultados, reconocimiento de oportunidades.	Necesarias para ambos géneros, pero la formación puede necesitar adaptarse para abordar brechas específicas o potenciar fortalezas femeninas (ejemplo creatividad en solución de problemas).
Aversión al Riesgo	Grado en que un individuo está dispuesto a asumir riesgos inherentes al emprendimiento.	El miedo al fracaso puede ser un factor negativo más pronunciado en el emprendimiento femenino.
Experiencia Previa	Conocimientos y habilidades adquiridos a través de trabajos, proyectos o negocios anteriores.	La experiencia práctica es valiosa para ambos; las mujeres pueden enfrentar menos oportunidades de acumular ciertos tipos de experiencia directiva.

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Los hallazgos de esta investigación confirman que el emprendimiento universitario, especialmente desde una perspectiva de género, es un proceso influenciado por múltiples factores internos y externos. Entre los resultados más relevantes destaca el papel fundamental que desempeñan el apoyo docente y el entorno familiar en el fomento del interés emprendedor estudiantil. El 36% de los participantes reconocen el respaldo de los docentes como un motor clave para desarrollar sus ideas, mientras que el 37% identifica el apoyo familiar como la base emocional y práctica que facilita el camino emprendedor. En cuanto a las capacidades valoradas, la creatividad y el liderazgo emergen como habilidades esenciales para los estudiantes, reflejando una orientación clara hacia la innovación y la gestión de equipos.

Respecto al objetivo principal de la investigación determinar los factores que influyen en la cultura emprendedora con enfoque de género en la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), los datos permiten establecer que, si bien existe un entorno institucional filosóficamente comprometido con la inclusión y la equidad, no se han desarrollado aún estrategias o programas específicos que promuevan activamente el emprendimiento con enfoque de género. Asimismo, aunque la percepción de apoyo institucional existe (30% de los encuestados lo reconoce), persisten limitaciones relacionadas con la baja visibilización de los estereotipos de género como barrera (solo el 9% lo identifica), lo cual evidencia la necesidad de mayor sensibilización y formación en este aspecto.

Desde el punto de vista académico y práctico, el estudio aporta evidencia sobre la importancia de integrar el emprendimiento en el currículo universitario desde una visión transversal, equitativa y orientada a competencias. Se recomienda diseñar e implementar programas formales de emprendimiento inclusivo, que incluyan formación docente en metodologías activas, mentoría con enfoque de género, alianzas con el sector productivo y espacios de incubación accesibles para toda la comunidad estudiantil, con énfasis en la participación femenina. Asimismo, se sugiere fortalecer la comunicación institucional sobre las políticas y oportunidades de emprendimiento existentes para incrementar la percepción y apropiación de estos espacios por parte del estudiantado.

REFERENCIAS

- Álvarez Barrera, Claudia, María Noguera y David Urba. «Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino.» *Economía industrial* (2016): 43-52. (Ejemplar
- dedicado a: Mujer y desafío emprendedor en España).
- Álvarez Medina, María, Mirna Chavez Rivera y Sergio Moreno Velarde. EL BALANCED SCORECARD, UNA HERRAMIENTA PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. 2020. https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no66/17a-el_bsc_una_herramienta_para_la_planeacion_estrategica.pdf.
- Acs, Z. J., & Storey, D. J. (2004). Introduction: The Growth of Small Firms and Economic Development. In *Entrepreneurship and Regional Development* (pp. 1-10). Routledge.
- Araque, J. W. (2012). Articulación de la promoción del emprendimiento a nivel universitario. *Ciencia Digital*, 9(2), 43-59. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/374/819/>
- Bañón Gomis, Alexis, y otros. «Introducción de la Evaluación del Trabajo en equipo y Liderazgo.» *In-Red* (2016). <http://riunet.upv.es/handle/10251/40404>
- Baumol, W. J. (1990). El espíritu emprendedor: productivo, improductivo y destructivo. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
- Bergmann, H., Hundt, C. y Sternberg, R. (2016). El impacto de la formación en emprendimiento sobre las intenciones emprendedoras. *Journal of Small Business Management*, 54(3), 809-828.
- Boydston, M.; Hopper, L. & Wright, A. (2015). Locus de control y emprendedores en un pueblo pequeño. Recuperado de <http://www.sbaer.uca.edu/docs/2000/asbe/00asbe188.htm>.
- Bravo Bravo, I. F., Bravo Bravo, M. X., Preciado Ramírez, J. D., & Mendoza Ferrín, M. M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía Y Política*, (33), 139-155. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Camacho, D. (2017). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. En *Apuntes del CENES*, 27 (43), 275 – 287.
- Castro, Javier, Andoni Ibarra y Julieta Barrenechea. «Cultura Emprendedora, Innovación y Competencias en la Educación Superior.» *Arbor* (2018). <<https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1428/1436>>.
- Caves, R. E. y Porter, M. E. (1977). De las barreras de entrada a las barreras de movilidad: decisiones conjeturales y disuasión artificial de la nueva competencia.

Quarterly Journal of Economics, 91(2), 241-262.

- Chiquito, R..., Zuñiga, M..., & Ruiz, K. (2020). Formación para el emprendimiento Caso de estudio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), Ecuador. Revista Estrategia Organizacional, 9(2). <https://doi.org/10.22490/25392786.4044>
- Dehter, M. (2001). El ser emprendedor: Modelo para desarrollar comportamiento emprendedor individual y corporativo. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB
- Donoso-González M, Pedraza-Navarro I, Palferro-Fernández L. Análisis de la educación emprendedora: estudio de la configuración de la identidad emprendedora mediante la adquisición de competencias transversales cruciales para futuros estudiantes universitarios. Ciencias de la Educación. 2022; 12(5):310. <https://doi.org/10.3390/educsci12050310>
- Fayolle, Alain y Gailly Benoit. «De la artesanía a la ciencia: modelos de enseñanza y procesos de aprendizaje en la educación para el emprendimiento.» Revista de Formación Industrial Europea 32.7 (2008): 569-593. <https://www.researchgate.net/publication/235265698_From_Craft_to_Science_Teaching_Models_and_Learning_Processes_in_Entrepreneurship_Education>.
- Gómez Gras, J.M.; Mira Solves, I.; Martínez Mateo, J. y Estrada de la Cruz, M. (2022). Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2021-2022. Actividad emprendedora de la Comunitat Valenciana. Ed. Universidad Miguel Hernández de Elche. ISSN: 1988-4885
- Guerrero, M., Kirby, D. y Urbano, D. (2006). El desarrollo de una universidad emprendedora: Revisión bibliográfica y modelo. Revista Canadiense de Ciencias Administrativas, 28(3), 302-316. <https://www.abacademies.org/articles/The-entrepreneurial-university-selection-good-practices-1528-2651-21-S1-158.pdf>
- Guachimbosa, Víctor H.; Lavín, José M.; Santiago, Nora I. Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXV, núm. 1, 2019, Universidad del Zulia,
- Venezuela, Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28059678007>
- Hisrich, Robert y Michael Peters. «Gestión Empresarial e Industrial.» (2009): 663. <https://books.google.com.ni/books/about/Entrepreneurship.html?id=PzxEAAAAYA&redir_esc=y>.
- Hsu, D. H., Roberts, E. B. y Eesley, C. E. (2014). El espíritu emprendedor y la innovación en la economía estadounidense. Journal of Economic Perspectives, 28(3), 30-50
- Iturriaga Hidalgo, María; Baniandrés Avendaño, Josune; Eizaguirre, Almudena. «Del emprendimiento individual a la capacidad emprendedora de nuestras organizaciones.» Boletín de estudios económicos (2016): 49-69.
- Kogan, L., Papanikolaou, D. y Seru, A. (2017). Innovación tecnológica, asignación de recursos y crecimiento. Quarterly Journal of Economics, 132(2), 665-706.
- Lederman, Daniel, y otros. «El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación.» (2014). Resumen. Washington, DC: Banco Mundial Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0.
- Lin, N. (2001). Capital social: Una teoría de la estructura social y la acción. Cambridge University Press.
- López Felipe, María Teresa. «La cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno. Un estudio de casos múltiple en Empresas Murcianas.» 2013. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/117203/TESES.pdf?sequence=>.
- Martínez-Martínez SL y Ventura R (2020) Perfiles Emprendedores en la Universidad: Un Enfoque por Competencias. Front. Psychol. 11:612796. doi: 10.3389/fpsyg.2020.612796
- Minniti, María y Carlo Nardone. «Ponerse en el lugar del otro: el rol del género en el emprendimiento naciente.» 28.2 (2007): 223-238. <<https://www.jstor.org/stable/40229528>>.
- Minniti, María. «Emprendimiento femenino y actividad económica.» Revista Europea de Investigación 22.3 (2010): 294-312.

<https://www.researchgate.net/publication/46526325_Female_Entrepreneurship_and_Economic_Activity>.

- Moisés Grimaldi Puyana & Pablo Gálvez-Ruiz & Antonio Jesús Sánchez-Oliver & Jerónimo García Fernández, (2019). "Intenciones de emprendimiento en la educación superior en ciencias del deporte: el género el efecto moderador", *Revista de Emprendimiento y Políticas Públicas*, Emerald Group Publishing Limited, vol. 8(1), páginas 147-162, septiembre. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-105>
- Morales Fernández, Nataly Mirella e Iris Silvia Pariona Tineo. «El desarrollo de la cultura emprendedora en los egresados y estudiantes de la carrera de Administración y Gerencia.» Perú, 2018. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625391/Pariona_TI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Moreira Menéndez, M., Bazaña Mendieta, I., Pico Saltos, B., Guerrero Ulloa, G., & Villarroel Bastidas, J. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales Y Económicas*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.263>
- Mueller, S. L. y Thomas, A. S. (2001). Cultura y potencial emprendedor: un estudio en nueve países sobre locus de control e innovación. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- North, D. C. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Cambridge University Press. Saviani, D. (2005). *Pedagogia Histórico-Crítica: primeiras aproximações*. 9. ed. Campinas: Autores Associados.
- Padilla Martínez, M. P., Loor Sandoval, E. L., & Guamanquispe Vargas, T. M. (2019). Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública: Caso Facultad de Ciencias Administrativas. *Ciencia Digital*, 9(2), 43-59. <https://revistas.unanleon.edu.ni/index.php/revistauniversita/article/download/1091/1799>
- Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que determinan la estrategia. *Harvard Business Review*, 86(1), 78-93.
- Riaga, C.A.R.O., Mayorga, Y.V.D., & Orozco, Y.V.D. (2018). Cultura emprendedora y educación: la importancia de la formación temprana en el espíritu emprendedor. *Revista ESPACIOS*, 40(27).
- Raposo, Mario y Arminda Do Paco. «Educación para el emprendimiento: Relación entre la educación y la actividad emprendedora.» *Psicothema* (2011): 453. <https://www.researchgate.net/publication/51507462_Entrepreneurship_education_Relationship_between_education_and_entrepreneurial_activity>.
- Sánchez Rodríguez, Evodio. «Liderazgo social.» 2025. <https://www.cemefi.org/wp-content/uploads/2025/01/Ficha-del-liderazgo-social.pdf>.
- Shane, S. (2009). Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149.
- Soria-Barreto, Karla, Sergio Zuniga-Jara y, Sofía Ruiz-Campo. «Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio.» *SCIELO* (2016): 25-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>.
- Teece, D. J. (1986). Beneficios de la innovación tecnológica: implicaciones para la integración, la colaboración, la concesión de licencias y la política pública. *Research Policy*, 15(6), 285-305.
- Villalba Benítez, E., & Ortega Carrasco, R. (2018). Perfil Emprendedor: Análisis de las características de comportamiento emprendedor de estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar. *La Saeta Universitaria Académica Y De Investigación*, 6(1). <https://doi.org/10.56067/saetauniversitaria.v6i1.114>