

# Emprendimiento femenino en la educación superior: Factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes universitarias

## Female entrepreneurship in higher education: Factors linked to the development of entrepreneurial skills in female university students

Sayda Yadira Flores Toruño<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda, Estelí, saydayadiraflares@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-7600-8399>, Nicaragua

### Información del Artículo

#### *Trazabilidad:*

Recibido 24-06-2026

Revisado 21-07-2026

Aceptado 15-08-2026

#### *Palabras Clave:*

Emprendimiento  
Enseñanza superior  
Igualdad de género  
Habilidad  
Mujeres

#### *Keywords:*

Entrepreneurship  
Higher education  
Gender equality  
Skills  
Women

### RESUMEN

El emprendimiento femenino en la educación superior constituye una oportunidad para fortalecer la autonomía económica, la innovación y la participación de las mujeres en el desarrollo social. El objetivo de este estudio fue analizar los factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes activas y egresadas de la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), Estelí, Nicaragua. Se desarrolló una investigación cuantitativa, con diseño no experimental, corte transversal y alcance descriptivo-analítico. La población estuvo conformada por 160 mujeres y la muestra por 92 participantes, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. La información se recopiló mediante un cuestionario estructurado, validado por juicio de expertos mediante V de Aiken, con valores superiores a 0,80, y una confiabilidad de  $\alpha = 0,87$ . Los resultados evidencian valoraciones favorables en los factores personales, institucionales y socioculturales, destacándose la motivación hacia la independencia económica y profesional y la capacidad para identificar oportunidades de negocio. Asimismo, las competencias digitales y el liderazgo presentan mayores niveles de desarrollo, mientras que la gestión financiera y la planificación empresarial constituyen áreas de fortalecimiento. Se concluye que el desarrollo del emprendimiento femenino requiere articular las capacidades individuales con formación práctica, mentoría, redes de apoyo y mejores condiciones de acceso a recursos.

### ABSTRACT

Women's entrepreneurship in higher education presents an opportunity to strengthen economic autonomy, innovation, and women's participation in social development. This study aimed to analyze the factors linked with the development of entrepreneurial skills among current students and graduates of the Francisco Luis Espinoza Pineda National University (UNFLEP) in Estelí, Nicaragua. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, and descriptive-analytical study was conducted. The population consisted of 160 women, and the sample comprised 92 participants, selected through non-probability convenience sampling. Data was collected using a structured questionnaire, validated by expert judgment using Aiken's V, with values greater than 0.80 and a reliability of  $\alpha = 0.87$ . The results show favorable assessments of personal, institutional, and sociocultural factors, highlighting the motivation toward economic and professional independence and the ability to identify business opportunities. Digital skills and leadership also show higher levels of development, while financial management and business planning are areas for improvement. It is concluded that the development of women's entrepreneurship requires combining individual capabilities with practical training, mentorship, support networks, and improved access to resources.

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye un componente relevante del desarrollo económico y social, debido a su capacidad para favorecer la generación de empleo, la innovación y la creación de valor. En el ámbito de la educación superior, su importancia se relaciona con la formación de capacidades que permiten a los estudiantes identificar oportunidades, plantear soluciones y transformar conocimientos en iniciativas con potencial económico y social. En este sentido, la educación emprendedora ha adquirido mayor presencia en las universidades, especialmente mediante experiencias formativas orientadas al desarrollo de la creatividad, la autoeficacia, el reconocimiento de oportunidades y la capacidad para afrontar situaciones de incertidumbre. Sin embargo, sus resultados dependen de las características de los programas, las metodologías utilizadas y las experiencias prácticas que se ofrecen a los estudiantes (Banha et al., 2022; Carpenter & Wilson, 2022).

Las experiencias educativas vinculadas con problemas reales, proyectos y actividades prácticas pueden favorecer el desarrollo de capacidades necesarias para emprender. La evidencia señala que la participación en experiencias de emprendimiento puede fortalecer competencias relacionadas con el reconocimiento de oportunidades, la creatividad y la intención emprendedora, especialmente cuando los estudiantes tienen la posibilidad de aplicar sus conocimientos en situaciones concretas (Silveyra-León et al., 2023). De manera complementaria, las metodologías activas, como el aprendizaje basado en problemas, permiten desarrollar competencias mediante la búsqueda de soluciones, la toma de decisiones y la aplicación práctica de conocimientos, aspectos relevantes para la formación emprendedora en la universidad (Sousa & Costa, 2022). Por ello, el desarrollo de estas capacidades no debe limitarse a la transmisión de contenidos, sino incorporar experiencias que aproximen al estudiante a los procesos reales de creación y gestión de iniciativas.

Desde la perspectiva de género, el estudio del emprendimiento universitario requiere considerar las condiciones diferenciadas que pueden favorecer o limitar la participación de las mujeres. La literatura reciente evidencia que las competencias emprendedoras no se desarrollan de manera aislada, sino que están relacionadas con factores educativos, personales, sociales y contextuales. Alkaabi y Senghore (2024) identificaron la influencia de la educación emprendedora y de los modelos de referencia en la formación de la mentalidad y las competencias emprendedoras, mientras que Somià et al. (2024) destacan la necesidad de analizar estas competencias incorporando una perspectiva de género, particularmente en aspectos como el reconocimiento de oportunidades y la capacidad para comunicar una visión emprendedora. Estos planteamientos permiten comprender que la formación universitaria puede constituir un espacio estratégico para fortalecer las capacidades de las mujeres y ampliar sus posibilidades de participación en actividades de innovación y emprendimiento.

No obstante, el desarrollo de iniciativas lideradas por mujeres continúa condicionado por factores que trascienden las capacidades individuales. Entre ellos se encuentran las posibilidades de acceso a financiamiento, recursos, redes de apoyo, información empresarial y acompañamiento, además de responsabilidades familiares y otras condiciones socioculturales. El *Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Women's Entrepreneurship Report* evidencia que las mujeres emprendedoras continúan enfrentando dificultades relacionadas con la rentabilidad de los negocios, razones familiares o personales y acceso al financiamiento. De igual manera, investigaciones sobre mujeres emprendedoras han señalado la importancia del entorno social y universitario para favorecer su desempeño y permanencia en actividades emprendedoras (Viquez-Paniagua et al., 2024). En consecuencia, abordar el emprendimiento femenino desde la educación superior implica considerar tanto las capacidades desarrolladas por las estudiantes como las condiciones institucionales y sociales que pueden facilitar su aplicación y consolidación.

En este contexto, resulta pertinente analizar de manera integrada los factores personales y motivacionales, institucionales y académicos, y socioculturales y de género relacionados con el desarrollo de competencias emprendedoras. Aunque la literatura internacional ha avanzado en el estudio de la educación emprendedora y de las intenciones de emprendimiento en estudiantes universitarios, persisten necesidades de investigación orientadas a comprender cómo interactúan diferentes dimensiones en el desarrollo de competencias, particularmente en mujeres vinculadas con instituciones de educación superior de contextos latinoamericanos. Además, estudios recientes muestran la relevancia de considerar las diferencias de género, las experiencias universitarias y las condiciones del entorno para comprender las trayectorias emprendedoras de los estudiantes (Cardella et al., 2024; Donaldson et al., 2023; Somià et al., 2024).

En el contexto nicaragüense y, particularmente, en la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), resulta necesario generar evidencia que permita conocer las condiciones en que las estudiantes desarrollan capacidades para emprender y los factores que pueden favorecer o limitar este proceso. La identificación de fortalezas y áreas de oportunidad puede contribuir a orientar acciones institucionales relacionadas con formación práctica, educación financiera, mentoría, innovación, vinculación con el sector productivo y generación de redes de apoyo. Desde esta perspectiva, estudiar el emprendimiento femenino

en la universidad no implica únicamente valorar la disposición de las estudiantes para emprender, sino comprender las condiciones que pueden contribuir a transformar sus capacidades en iniciativas sostenibles. Por lo anterior, el objetivo de este estudio fue analizar los factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes activas y egresadas de la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), considerando dimensiones personales y motivacionales, institucionales y académicas, y socioculturales y de género. Los resultados pretenden aportar evidencia contextualizada para fortalecer las estrategias universitarias de formación y acompañamiento del emprendimiento femenino, así como contribuir a la discusión académica sobre el papel de la educación superior en el desarrollo de capacidades emprendedoras con perspectiva de género.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y alcance descriptivo-analítico, orientado a caracterizar los factores vinculados con el desarrollo de competencias emprendedoras en mujeres vinculadas a la educación superior.

La población estuvo constituida por 160 mujeres, entre estudiantes activas y egresadas de la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP), Estelí, Nicaragua. Se trabajó con una muestra de 92 participantes, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando las posibilidades de acceso durante el período de recolección. Como criterios de inclusión se estableció ser estudiante activa o egresada de la institución y aceptar voluntariamente participar en el estudio.

La técnica utilizada fue la encuesta, mediante un cuestionario estructurado denominado *Factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras*, organizado en cinco bloques: perfil universitario; factores institucionales y académicos; factores personales y motivacionales; factores socioculturales y de género; y competencias emprendedoras. Los ítems de valoración se estructuraron mediante una escala Likert de cinco puntos, desde 1 = totalmente en desacuerdo hasta 5 = totalmente de acuerdo.

La validez de contenido se determinó mediante juicio de expertos, obteniéndose valores de V de Aiken superiores a 0,80. La confiabilidad se estableció mediante el alfa de Cronbach, con un resultado de  $\alpha = 0,87$ , evidenciando adecuada consistencia interna del instrumento.

La encuesta se aplicó mediante Google Forms y posteriormente los datos fueron codificados y procesados con Microsoft Excel y SPSS. Se utilizaron frecuencias y porcentajes para caracterizar a las participantes, mientras que para los factores y competencias se calcularon medias y desviaciones estándar. Los resultados se organizaron en tablas y figuras de acuerdo con las dimensiones estudiadas. Los ítems formulados como barreras, particularmente los relacionados con el financiamiento, fueron interpretados según su sentido conceptual.

El estudio consideró los principios de participación voluntaria, confidencialidad, anonimato y uso académico de la información. Las participantes fueron informadas sobre el propósito de la investigación antes de responder el instrumento.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan los principales resultados obtenidos sobre los factores asociados al desarrollo de competencias emprendedoras en las estudiantes universitarias participantes. La información se organiza a partir de las características de las participantes, los factores personales, institucionales y socioculturales, así como las experiencias universitarias relacionadas con el emprendimiento, con el propósito de identificar las principales fortalezas y áreas de oportunidad para el fortalecimiento del emprendimiento femenino en la educación superior.

Los resultados de la Tabla 1 muestran que el 59,8 % de las participantes son estudiantes activas y el 40,2 % corresponde a egresadas. En cuanto a la situación emprendedora, el 70,7 % indicó tener actualmente un negocio o emprendimiento, mientras que el 29,3 % señaló no contar con uno, aunque manifestó intención de emprender. En conjunto, estos datos muestran una participación significativa de las mujeres en actividades emprendedoras y la existencia de un grupo adicional con disposición para incorporarse a estas iniciativas.

**Tabla 1:** Características académicas y situación emprendedora de las participantes (n = 92)

| Variable               | Categoría                      | f  | %    |
|------------------------|--------------------------------|----|------|
| Estado académico       | Estudiante activa              | 55 | 59,8 |
|                        | Egresada                       | 37 | 40,2 |
| Situación emprendedora | Tiene negocio o emprendimiento | 65 | 70,7 |

|              |                                 |           |              |
|--------------|---------------------------------|-----------|--------------|
|              | No tiene, pero planea emprender | 27        | 29,3         |
| <b>Total</b> |                                 | <b>92</b> | <b>100,0</b> |

**Nota:** *Elaboración propia a partir de los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a mujeres estudiantes activas y egresadas de la Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda (UNFLEP).*

La elevada proporción de participantes que reporta tener un negocio o emprendimiento evidencia una importante vinculación de las mujeres estudiadas con la actividad emprendedora, tanto durante su formación universitaria como después de ella. Este resultado es consistente con la literatura que reconoce la educación superior como un espacio favorable para desarrollar capacidades, experiencias e intenciones relacionadas con el emprendimiento. En particular, investigaciones recientes destacan la importancia de los factores personales, motivacionales y formativos en la construcción de competencias e intenciones emprendedoras entre estudiantes universitarios (Cardella et al., 2024; Silveyra-León et al., 2023). No obstante, la presencia de un 29,3 % de participantes que aún no posee un emprendimiento, pero manifiesta intención de hacerlo, evidencia la necesidad de fortalecer las oportunidades de formación práctica, acompañamiento y vinculación que faciliten la transición de la intención hacia iniciativas concretas. Desde esta perspectiva, la universidad puede desempeñar un papel relevante en la consolidación de capacidades emprendedoras y en la generación de condiciones que favorezcan la participación y permanencia de las mujeres en actividades productivas.

Los resultados de la Tabla 2 evidencian valoraciones favorables en las tres dimensiones analizadas. En el ámbito personal y motivacional, la independencia económica y profesional constituye el indicador mejor valorado, seguido de la capacidad para identificar oportunidades de negocio. En la dimensión institucional y académica, tanto los talleres, ferias y espacios de promoción como el acompañamiento docente alcanzan niveles altos, aunque este último presenta una valoración relativamente menor. Por su parte, el apoyo familiar también obtiene una valoración alta, mientras que el acceso al financiamiento se reconoce como una de las principales barreras percibidas por las participantes. En términos generales, los resultados muestran un escenario favorable para el desarrollo emprendedor, acompañado de desafíos relacionados con el soporte institucional y las condiciones de acceso a recursos.

**Tabla 2:** Principales factores vinculados al desarrollo de competencias emprendedoras

| Factor                  |      |                                                             | Indicador | M    | DE   | Nivel    |
|-------------------------|------|-------------------------------------------------------------|-----------|------|------|----------|
| Institucional académico | y    | Talleres, ferias y espacios para promover el emprendimiento |           | 3,79 | 0,88 | Alto     |
|                         | y    | Acompañamiento o mentoría docente                           |           | 3,61 | 0,97 | Alto     |
| Personal motivacional   | y    | Capacidad para identificar oportunidades de negocio         |           | 4,18 | 0,72 | Alto     |
| Personal motivacional   | y    | Motivación por la independencia económica y profesional     |           | 4,27 | 0,69 | Muy alto |
| Sociocultural género    | y de | Apoyo familiar para desarrollar iniciativas emprendedoras   |           | 3,86 | 0,91 | Alto     |
| Sociocultural género    | y de | Barreras de las mujeres para acceder a financiamiento       |           | 4,12 | 0,86 | Alto*    |

**Nota:** *M = media; DE = desviación estándar. Escala Likert de 1 a 5. \*En este ítem, una puntuación elevada representa una mayor percepción de barreras y no una condición favorable.*

Los hallazgos reflejan que el desarrollo emprendedor de las participantes no depende únicamente de sus capacidades individuales, sino también de las condiciones que ofrece su entorno. En esta línea, Alkaabi y Senghore (2024) sostienen que la educación emprendedora, los modelos de referencia y las experiencias formativas contribuyen al fortalecimiento de la mentalidad y las competencias emprendedoras. Desde la perspectiva de género, la identificación de dificultades para acceder al financiamiento evidencia la importancia de generar mecanismos institucionales que faciliten el acceso a recursos y oportunidades. Esta situación es coherente con el Global Entrepreneurship Monitor (2024/2025), que reconoce la persistencia de obstáculos financieros y estructurales para las mujeres emprendedoras. Por tanto, la universidad puede desempeñar un papel estratégico mediante mentorías, redes de vinculación, formación financiera y mecanismos de acompañamiento que permitan transformar las capacidades desarrolladas durante la formación académica en iniciativas sostenibles.

### Competencias emprendedoras

La Tabla 3 presenta un nivel alto de desarrollo percibido de las competencias emprendedoras, con un promedio general de  $M = 3,87$  ( $DE = 0,85$ ). El uso de herramientas digitales y redes sociales constituye la competencia con mayor valoración ( $M = 4,16$ ), seguido del liderazgo y la gestión de equipos ( $M = 4,02$ ). Por su parte, la elaboración de planes de negocio o modelos Canvas alcanza  $M = 3,72$ , mientras que el manejo financiero y presupuestario obtiene la valoración más baja ( $M = 3,58$ ). En conjunto, los resultados muestran un perfil con mayores fortalezas en competencias digitales y de liderazgo, mientras que las habilidades vinculadas con la gestión financiera y la planificación empresarial representan áreas de oportunidad para fortalecer la preparación emprendedora de las participantes.

**Tabla 3:** Nivel de desarrollo percibido de las competencias emprendedoras

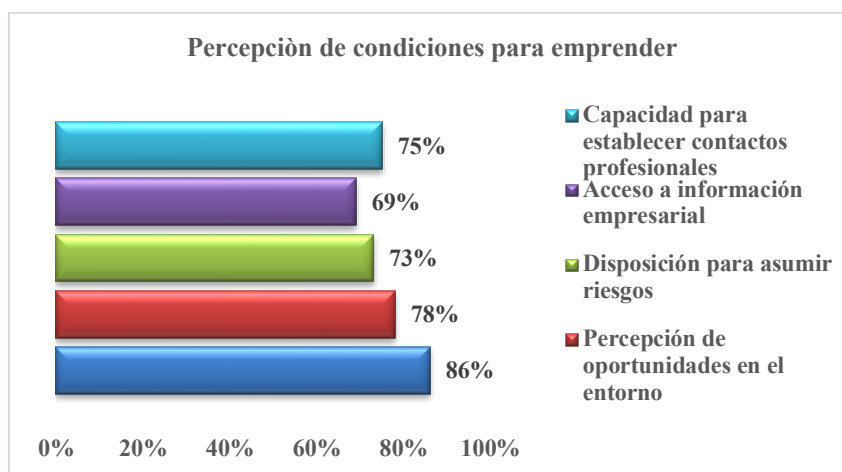
| Competencia emprendedora                        | M    | DE   | Nivel |
|-------------------------------------------------|------|------|-------|
| Elaboración de plan de negocios o modelo Canvas | 3,72 | 0,94 | Alto  |
| Manejo financiero y presupuestario              | 3,58 | 0,96 | Alto  |
| Liderazgo y gestión de equipos                  | 4,02 | 0,77 | Alto  |
| Uso de herramientas digitales y redes sociales  | 4,16 | 0,73 | Alto  |
| Promedio general                                | 3,87 | 0,85 | Alto  |

**Nota:**  $M$  = media;  $DE$  = desviación estándar. Escala Likert: 1 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a las participantes.

Los resultados sugieren que las competencias digitales constituyen una fortaleza relevante para las estudiantes, aspecto coherente con Silveyra-León et al. (2023), quienes señalan que las experiencias prácticas de emprendimiento favorecen el desarrollo de competencias necesarias para transformar conocimientos en iniciativas emprendedoras. Asimismo, el predominio del liderazgo como competencia desarrollada se relaciona con lo planteado por Alkaabi y Senghore (2024), quienes destacan la importancia de las experiencias educativas y los modelos de referencia en la formación de competencias emprendedoras. En contraste, las menores valoraciones en gestión financiera y planificación empresarial evidencian la necesidad de reforzar contenidos prácticos relacionados con presupuestos, costos, viabilidad y formulación de modelos de negocio. En este sentido, Sousa y Costa (2022) destacan la utilidad de metodologías activas y orientadas a la resolución de problemas para fortalecer competencias emprendedoras en estudiantes de educación superior. Por tanto, la formación universitaria debería complementar las fortalezas digitales y de liderazgo con experiencias prácticas que permitan consolidar las capacidades técnicas necesarias para la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos.

### Percepción de condiciones favorables para el emprendimiento femenino

La figura 1 muestra que la mayor proporción corresponde a la confianza para iniciar un negocio (86 %), seguida de la percepción de oportunidades en el entorno (78 %). La disposición para asumir riesgos alcanza 73 %, mientras que el acceso a información empresarial presenta el porcentaje más bajo (69 %). Estos resultados sugieren que, aunque existe una percepción favorable respecto a las capacidades personales para emprender, todavía pueden fortalecerse los mecanismos de acceso a información y articulación con el entorno empresarial.



**Fig. 1:** Percepción de condiciones para emprender

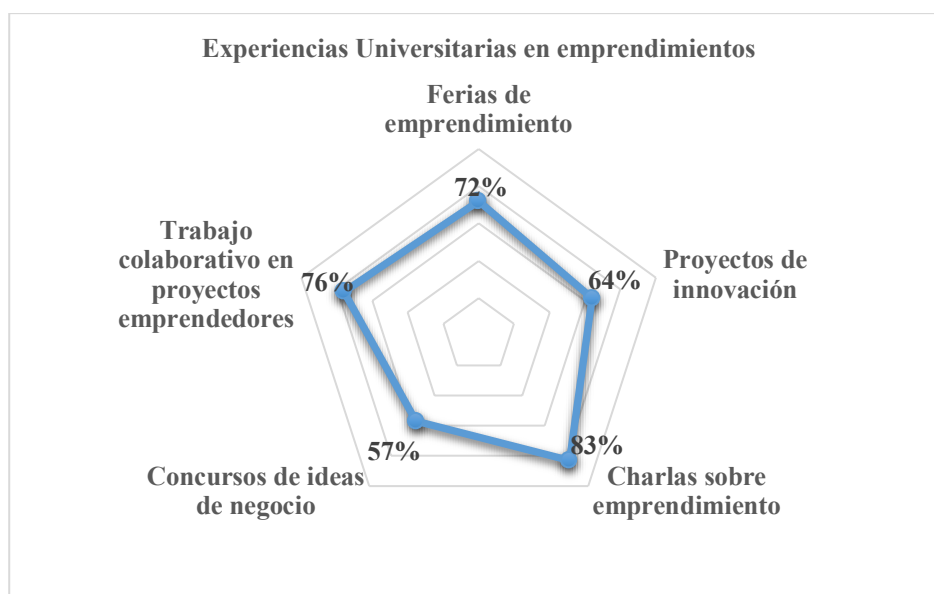
**Nota:** Los porcentajes representan la percepción de las participantes sobre diferentes condiciones relacionadas con el emprendimiento femenino en el ámbito universitario. Elaboración propia, base de datos Excel (2026)

Estos resultados (figura 1) coinciden con Alkaabi y Senghore (2024), quienes señalan que la educación emprendedora y los modelos de referencia contribuyen al fortalecimiento de la mentalidad y las competencias emprendedoras. Asimismo, Somià et al. (2024) destacan el reconocimiento de oportunidades como una competencia relevante en la formación emprendedora desde una perspectiva de género.

Por otra parte, el acceso a información empresarial presentó el porcentaje más bajo, lo que evidencia un área susceptible de fortalecimiento. Este resultado adquiere relevancia debido a que, como señala el Global Entrepreneurship Monitor (2024/2025), las mujeres continúan enfrentando dificultades relacionadas con recursos, financiamiento y sostenibilidad de sus emprendimientos. En este sentido, la universidad puede contribuir mediante mayor acceso a información empresarial, mentoría, redes de contacto y oportunidades de vinculación con el sector productivo, favoreciendo condiciones más equitativas para el desarrollo del emprendimiento femenino.

### Participación en experiencias universitarias relacionadas con el emprendimiento

La Figura 2 evidencia una mayor participación en charlas sobre emprendimiento (83 %) y en trabajos colaborativos vinculados con proyectos emprendedores (76 %). La participación en ferias alcanza 72 %, mientras que los concursos de ideas de negocio presentan el porcentaje más bajo (57 %). Este comportamiento podría indicar que las experiencias formativas de carácter general tienen mayor participación que aquellas orientadas directamente a la competencia y presentación de iniciativas empresariales.



**Fig. 2:** Experiencias universitarias vinculadas con el emprendimiento

**Nota:** Los porcentajes representan la participación de las estudiantes en diferentes experiencias universitarias relacionadas con el emprendimiento. Elaboración propia, base de datos Excel (2026)

Los resultados de la Figura 2 son consistentes con Alkaabi y Senghore (2024), quienes encontraron que la participación en cursos de emprendimiento se relaciona con el fortalecimiento del pensamiento innovador y las redes de contacto. Asimismo, los resultados son consistentes con Silveyra-León et al. (2023), quienes evidenciaron que las experiencias prácticas de emprendimiento pueden favorecer el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes universitarios. De manera similar, Somià et al. (2024) destacan la importancia de diseñar experiencias formativas que fortalezcan competencias como el reconocimiento de oportunidades y la construcción de una visión emprendedora. En este sentido, los resultados sugieren la necesidad de ampliar las actividades prácticas, especialmente concursos, proyectos de innovación y espacios donde las estudiantes puedan transformar sus ideas en iniciativas emprendedoras.

## CONCLUSIÓN

El estudio permitió identificar que el desarrollo de competencias emprendedoras en las mujeres participantes se encuentra vinculado con factores personales, motivacionales, institucionales y socioculturales. Entre las principales fortalezas destacan la motivación hacia la independencia económica y profesional, la capacidad para identificar oportunidades de negocio, el liderazgo y el uso de herramientas digitales. Asimismo, la elevada proporción de participantes que desarrolla actualmente una actividad emprendedora evidencia un escenario favorable para fortalecer la participación femenina en iniciativas de emprendimiento desde la educación superior.

A pesar de estas fortalezas, se identifican aspectos que requieren mayor atención, particularmente el manejo financiero, la elaboración de planes de negocio, el acompañamiento o mentoría y las condiciones de acceso al financiamiento. Estos elementos muestran que el desarrollo de capacidades individuales debe complementarse con condiciones institucionales que favorezcan la consolidación de las iniciativas emprendedoras y reduzcan las barreras que pueden enfrentar las mujeres durante su trayectoria empresarial. En este sentido, se recomienda fortalecer las estrategias universitarias mediante programas que integren formación práctica, educación financiera, mentoría, innovación, vinculación con el sector productivo y redes de apoyo. Estas acciones, incorporadas desde una perspectiva de género, pueden contribuir a que las estudiantes transformen sus competencias y experiencias en iniciativas con mayores posibilidades de sostenibilidad, favoreciendo su autonomía económica y su participación en procesos de desarrollo social y productivo.

## REFERENCIAS

- Alkaabi, K., & Senghore, S. (2024). Competencia y mentalidad emprendedora de los estudiantes: Un análisis de la influencia de la educación, los modelos a seguir y el género. *Revista de Innovación y Emprendimiento*, 13, 36. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00393-5>
- Banha, F., Coelho, L. S., & Flores, A. (2022). Educación para el emprendimiento: Revisión sistemática de la literatura e identificación de una brecha existente en el campo. *Ciencias de la Educación*, 12(5), 336. <https://doi.org/10.3390/educsci12050336>
- Carpenter, A., & Wilson, R. (2022). Una revisión sistemática sobre el efecto de la educación en emprendimiento en estudiantes de educación superior. *Revista Internacional de Educación en Gestión*, 20(2), 100541. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100541>
- Cardella, G. M., Barba-Sánchez, V., Meseguer-Martínez, Á., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. C. (2024). Análisis de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios bajo la influencia de la pandemia de COVID-19. *Revista Internacional de Emprendimiento y Gestión*, 20(4), 2567–2590. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-00945-x>
- Cardella, G. M., Hernández Sánchez, B. R., de Miranda Justo, J. M. R., & Sánchez García, J. C. (2024). Comprender la intención emprendedora social en la educación superior: ¿Influyen el género y el tipo de estudio? *Estudios en Educación Superior*, 49(4), 670–689. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2250384>
- Cooney, T. M., & Brophy, M. (2023). Competencias emprendedoras en acción: Iniciativas de recaudación de fondos en línea por parte de estudiantes universitarios. *Educación y pedagogía del emprendimiento*, 6(4), 721–737. <https://doi.org/10.1177/25151274231183384>
- Donaldson, C., González-Serrano, M. H., & Calabuig Moreno, F. (2023). ¿Intenciones para qué? Comparación de los tipos de intención emprendedora entre estudiantes de emprendimiento femeninos y masculinos. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 100817. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100817>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2025). GEM 2024/2025 Women's Entrepreneurship Report: Navigating challenges, driving change. Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM sobre emprendimiento femenino
- Martins, J. M., Shahzad, M. F., & Xu, S. (2023). Factores que influyen en la intención emprendedora de iniciar nuevos emprendimientos: Evidencia de estudiantes universitarios. *Revista de Innovación y Emprendimiento*, p. 12, 63. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Miranda Sánchez, J. D., Sandoval Caraveo, M. del C., & Berttolini Díaz, G. M. (2024). Competencias empresariales de las mujeres en el contexto mexicano. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 25(1), 52–70. <https://doi.org/10.36390/telos251.05>
- Simovic, V., Domazet, I., Bugarcic, M., Safi, M., & Sarhan, H. (2023). La asociación entre las características sociodemográficas de los estudiantes universitarios y sus niveles de competencias empresariales digitales. *Heliyon*, 9(10), e20897. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20897>

- Silveyra-León, G., Rodríguez-Aceves, L., & Baños-Monroy, V. I. (2023). ¿Los retos empresariales fomentan las competencias y la intención emprendedora de los estudiantes? *Frontiers in Education*, 8, 1055453. <https://doi.org/10.3389/feduc.2023.1055453>
- Somià, T., Pittaway, L., & Benedict, P. (2024). Repensando las competencias emprendedoras: Un análisis con perspectiva de género de las competencias percibidas por los estudiantes. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101038. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101038>
- Sousa, M. M. de, Almeida, D. A. R. de, Mansur-Alves, M., & Huziwara, E. M. (2022). Características y efectos de los programas de educación empresarial: una revisión sistemática. *Psico-USF*, 27, 1–31. <https://doi.org/10.1007/s43076-022-00197-0>
- Sousa, M. J., & Costa, J. M. (2022). Discovering entrepreneurship competencies through problem-based learning in higher education students. *Education Sciences*, 12(3), 185. <https://doi.org/10.3390/educsci12030185>
- Viquez-Paniagua, A. G., Leiva, J. C., & Mora-Esquivel, R. (2024). El efecto del vigor y el compromiso afectivo en el desempeño de las mujeres estudiantes emprendedoras: El papel moderador del entorno social y universitario. *Cuadernos de Gestión*, 24(2), 55–67. <https://doi.org/10.5295/cdg.242159av>