



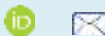
Artículo de reflexión y análisis crítico basado en investigación

Cómo citar en normas APA

Cascante-Gatgens, A., Mora Esquivel, R., & Leiva, J. C. (2026). El emprendimiento de estudiantes universitarias: Lecciones aprendidas para las universidades y las empresas. *Global Perspectives in Educational Leadership and Innovation*, 1(1), e.2143. <https://revistas.usac.edu.gt/index.php/gpeli/article/view/2143>

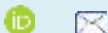
Autor para correspondencia
ltlopez@uniguajira.edu.co

Adriana Cascante Gatgens¹



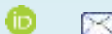
Universidad Estatal a Distancia; Instituto Tecnológico de Costa Rica

Ronald Mora Esquivel²



Instituto Tecnológico de Costa Rica; Escuela de Administración de Empresas

Juan Carlos Leiva³



Instituto Tecnológico de Costa Rica; Escuela de Administración de Empresas

Conflicto de intereses: los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

Recibido: 12/05/2026
Aceptado: 2/06/2026
Publicado: 12/06/2026

El emprendimiento de estudiantes universitarias: Lecciones aprendidas para las universidades y las empresas

Entrepreneurship among female university students: lessons learned for universities and businesses

Resumen

El emprendimiento femenino universitario constituye un campo de estudio emergente, pero aún limitado, especialmente en América Latina y Centroamérica. Este trabajo integra los resultados derivados de una revisión sistemática de la literatura académica internacional sobre la investigación del emprendimiento femenino universitario y un estudio empírico sobre autoeficacia emprendedora en estudiantes universitarias latinoamericanas. La revisión evidencia que estudios internacionales privilegian enfoques conductuales de las estudiantes, centrados en intenciones y actitudes, lo que invisibiliza la influencia de factores estructurales, sociales y contextuales en los estudios. En contraste, la investigación empírica desarrollada en la región confirma la percepción de las estudiantes sobre que los eventos de sus vidas son controlados por fuerzas internas y por factores externos, y los efectos de sus entornos social y universitario sobre su propia capacidad para tener éxito en la creación y gestión de un negocio. Se concluye que el emprendimiento femenino universitario es complejo, integra dinámicas de género, entornos institucionales y contextos sociales que inciden en las trayectorias emprendedoras. Se recomienda a las universidades impulsar programas con perspectiva de género para fortalecer la autoeficacia de las estudiantes; y a las empresas y gobiernos establecer alianzas estratégicas, fondos específicos e incubadoras inclusivas que permitan consolidar proyectos liderados por mujeres universitarias, ampliando así el impacto económico y social del emprendimiento en la región.

Palabras clave: Emprendimiento femenino universitario, Autoeficacia emprendedora, Perspectiva de género.

Abstract

Female university entrepreneurship is an emerging, yet still limited, field of study, especially in Latin America and Central America. This work integrates the results derived from two sources: a systematic review of the international academic literature regarding research on female university entrepreneurship, and an empirical study on entrepreneurial self-efficacy among Latin American female





university students. The review reveals that international studies privilege behavioral approaches to students, focusing on intentions and attitudes, which obscures the influence of structural, social, and contextual factors. In contrast, empirical research conducted in the region confirms students' perceptions that life events are controlled by internal forces rather than external factors, and the effects of their social and university environments on their own capacity to succeed in creating and managing a business. It is concluded that female university entrepreneurship is complex, integrating gender dynamics, institutional environments, and social contexts that influence entrepreneurial trajectories. Universities are recommended to promote programs with a gender perspective to strengthen students' self-efficacy, and to encourage businesses and governments to establish strategic alliances, specific funds, and inclusive incubators that will allow the consolidation of projects led by female university students, thus expanding the economic and social impact of entrepreneurship in the region.

Keywords: Female university entrepreneurship, entrepreneurial self-efficacy, gender perspective.



GLOBAL PERSPECTIVES

IN EDUCATIONAL LEADERSHIP AND INNOVATION

Introducción

El emprendimiento femenino universitario constituye un campo de estudio emergente y con amplias oportunidades de análisis, especialmente en América Latina y Centroamérica. Este trabajo integra hallazgos derivados de dos grandes fuentes: una revisión sistemática de literatura académica internacional sobre la investigación del emprendimiento femenino universitario y un estudio empírico sobre autoeficacia emprendedora en estudiantes universitarias latinoamericana, desarrollados ambos estudios como parte de un proceso de tesis doctoral en el programa de Doctorado en Dirección de Empresas del Tecnológico de Costa Rica (TEC).

El propósito es ofrecer una visión accesible, fundamentada y práctica sobre el emprendimiento femenino universitario, dirigida tanto a público académico como a profesionales de universidades, empresas y gobiernos interesados en fortalecer la participación de las mujeres en procesos de innovación y emprendimiento. El estudio parte de la constatación de un vacío importante en el conocimiento regional pues la mayoría de las investigaciones sobre emprendimiento femenino universitario ubicados en la bases de datos más relevantes a nivel mundial, provienen de contextos europeos y asiáticos, y tienden a enfocarse en aspectos conductuales tales como las intenciones, actitudes y percepciones, sin considerar suficientemente los factores estructurales, institucionales y de género que influyen en las trayectorias emprendedoras de las estudiantes.

Este artículo busca llenar ese vacío, aportando evidencia y recomendaciones contextualizadas para América Latina. A su vez, este trabajo parte de una idea central acerca del emprendimiento femenino universitario como un fenómeno multicausal donde interaccionan dinámicas de género, las instituciones de educación superior, organizaciones, redes sociales y condiciones desiguales de acceso a los recursos Saavedra-García y Camarena-Adame, 2015; Krauss et al., 2020; Wurth et al., 2022).

Desarrollo

Las estudiantes universitarias y el emprendimiento

Quien estudia y emprende en una universidad desempeña un rol significativo para el desarrollo de sus países, por lo que tanto las universidades como las empresas deben coadyuvar a construir mecanismos de implicación fundamentales entre la educación superior y los dinámicos entornos locales, nacionales e internacionales relacionados con el emprendimiento (Schimperna et al., 2021).

Como el emprendimiento es un proceso de descubrimiento, de co-creación, de evaluación y explotación de nuevas oportunidades para producir bienes y servicios (Shane, 2012), el entorno universitario ofrece experiencias para incentivar el desarrollo de emprendimientos entre el estudiantado (Lo et al., 2012; Schwarz et al., 2009), por lo que es claro que un entorno universitario proactivo incrementa los deseos por emprender y los procesos emprendedores exitosos (Franke y Luthje, 2004; Shirokova et al., 2016).

A partir del fomento de la actividad emprendedora que propicia la

universidad (Mars et al., 2008), se promueve un impulso que aumenta la capacidad de la persona estudiante para continuar su actividad emprendedora, incluso, después de graduarse (Politis et al., 2011). Las universidades tienen la capacidad para impulsar a la población estudiantil que emprende durante sus diferentes etapas emprendedoras: desde la intención emprendedora, en emprendimiento naciente, el emprendimiento activo, el emprendimiento en sucesión familiar, o desde empresas emergentes (Sieger et al, 2018).

Por otro lado, el estudiantado universitario emprendedor posee características personales y rasgos psicológicos que pueden afectar o no sus procesos emprendedores y la forma en cómo evalúan las oportunidades para emprender (Chandra,2013), Lo anterior, al tiempo que el emprendimiento está condicionado, además, por contextos sociales y por las redes de apoyo de la persona estudiante, especialmente por su familia (Fonseca et al., 2015) sus amistades, e incluso, los y las compañeras de estudio (Criaco et al., 2017; Newman et al., 2019). Por ello el acompañamiento universitario es valioso para la sostenibilidad de las trayectorias emprendedoras dentro del contexto educativo. Dimensionar este acompañamiento es relevante. pues permitiría comprender mejor cómo factores como el universitario y el apoyo de las redes sociales inciden en la capacidad de las estudiantes para sostener sus proyectos en el tiempo.

El caso particular del emprendimiento universitario liderado por mujeres estudiantes presenta desequilibrios que apuntan hacia aspectos de género, tanto en su promoción desde las universidades como desde el campo de la investigación sobre emprendimiento universitario. Efectivamente, los esfuerzos por emprender de las estudiantes universitarias están condicionados por actitudes culturales y sociales especialmente marcadas por roles de género normados (Krauss et al., 2020). Estas condiciones provocan que el emprendimiento femenino universitario tienda a ser menor que el masculino (Vivel et al., 2011). Esta situación se agrava ante la disminución de estudios sobre el emprendimiento femenino universitario en el mundo, especialmente sobre aquellas condiciones y motivaciones particulares que lo determinan (Bonneville-Roussy et al., 2019), esto a pesar de que son bien concebidos los múltiples beneficios que las mujeres universitarias obtienen y generan al participar en iniciativas emprendedoras tales como el fortalecimiento de su confianza y autoeficacia, la construcción de una intención profesional emprendedora, la legitimación de su rol emprendedor desde su identidad de género o cultural, la contribución a un “pool” de talento femenino emprendedor, y el cuestionamiento de estereotipos según los cuales el emprendimiento sería dominio masculino (Azis et al., 2018).

Desde esta perspectiva, el emprendimiento femenino universitario se encuentra inmerso en un ecosistema amplio donde convergen el entorno universitario determinado por las interacciones que los individuos tienen entre sí a partir de las prácticas, políticas y comportamientos que se dan en él (Castillo et al; 2006) y el entorno social conformado por las relaciones, dinámicas y cambiantes entre aspectos físicos, naturales, sociales y culturales que rodean a las personas (Casper, 2001).

¿Qué se ha investigado sobre emprendimiento universitario femenino?
Algunas claves para la práctica

Para contestar esta pregunta, se realizó un análisis sistemático de la literatura¹, cuya revisión incluyó 175 artículos publicados en bases de datos internacionales, tales como Scopus y Web of Science (WoF) con el fin de identificar los principales enfoques teóricos, empíricos y metodológicos que sustentan el campo de investigación del emprendimiento femenino universitario. Este análisis tomó como base el enfoque metodológico conocido como TCCM (Teoría, Contexto, Características, Metodología) propuesto por Paul et al. (2023).

Esta aproximación evidencia que el conocimiento sobre este ámbito se ha construido sobre todo desde teorías conductuales y han enfatizado lo que las mujeres universitarias piensan y sienten antes de emprender, a partir de sus intenciones, actitudes y percepciones. Eso tiene un valor significativo, pues permite identificar los principales factores psicológicos y conductuales que inciden en las primeras etapas del emprendimiento; no obstante, esta tendencia es también limitante pues deja en segundo orden las condiciones que facilitan o dificultan su recorrido emprendedor y a pesar de que las decisiones de emprender se desarrollan en escenarios más complejos donde se relacionan sistemas y estructuras sociales, rasgos personales, así como la asignación de recursos, la innovación y aspectos del crecimiento económico (Baggio y Baggio, 2015). En otras palabras, se ha acumulado conocimiento especialmente sobre la intención y la actitud en el emprendimiento y no sobre consolidación, sostenibilidad, impacto social y desigualdades estructurales que se atraviesan siendo mujer universitaria emprendedora.

Coincidentemente, es evidente que la investigación global sobre el emprendimiento universitario femenino se da predominantemente desde enfoques de estudios cuantitativos, correlacionales y transversales, donde se pone el énfasis en explicaciones de corto plazo, sin capturar las trayectorias, narrativas e intersecciones estructurales que configuran la experiencia de las mujeres emprendedoras en el tiempo.

Adicional al uso primordial de teorías conductuales para comprender el fenómeno del emprendimiento en estudiantes universitarias, se observa que el principal corpus documental de estudios se concentró en Europa y Asia, con apenas unos cuantos estudios en América Latina, y muchos menos en Centroamérica. Es decir, se continúa analizando el fenómeno desde realidades ajenas a las mujeres estudiantes de nuestra región.

Lo que dicen las estudiantes: cómo los entornos universitarios y sociales impulsan su emprendimiento

Con el fin de mostrar justamente la conexión entre aquellos factores psicológicos y entornos sociales que actúan sobre el emprendimiento femenino universitario y para poder desarrollar un espacio propicio para escuchar las voces de las estudiantes universitarias emprendedoras de Latinoamérica, se desarrolló, adicionalmente, un estudio con alcance mixto (cuantitativo-cualitativo) que realiza las relaciones entre las percepción de las estudiantes emprendedoras sobre si los eventos de su vida son controlados por fuerzas internas (como el propio esfuerzo o habilidades) o por factores externos (como la suerte, el destino u otras personas) y los efectos de sus entornos social y universitario sobre su propia capacidad para tener

¹ Publicación en proceso de revisión editorial.

éxito en las tareas y desafíos relacionados con la creación y gestión de un negocio, fenómeno conocido con el nombre de Autoeficacia Emprendedora (Cascante-Gatgens et al., 2023).

El primer entorno analizado fue el universitario que actúa como un motor emprendedor según las oportunidades que ofrezca y las dinámicas y estrategias que desarrolle para promover habilidades en estudiantes como el trabajo en equipo, la generación de nuevas ideas y la resolución de problemas (Rovira et al., 2011), para facilitar espacios de transferencia de tecnología y conocimiento y para el fomento de emprendimientos con sentido social (Rojas et al., 2025). El desarrollo de las habilidades anteriores, además, potencia otras ligadas directamente con el pensamiento emprendedor como, la creación, la innovación y la iniciativa personal enfocadas al ámbito empresarial (Silva-León et al., 2025).

El entorno universitario es significativo para las mujeres estudiantes por las interacciones que ellas tienen entre sí y sus contrapartes a partir de prácticas, políticas y comportamientos que se dan en él y porque, además, el entorno universitario afecta positivamente la autoeficacia emprendedora de las mujeres estudiantes. Efectivamente la universidad tiene un efecto positivo y significativo sobre la autoeficacia emprendedoras de las estudiantes universitarias.

Al igual que el entorno universitario, el entorno social de la estudiante universitaria emprendedora puede ser apoyo, o puede llegar a ser un obstáculo para ellas, ya que este entorno es atravesado por condicionamiento sociales, estructurales y de género (Cruz-Sandoval et al., 2022). El entorno social es dinámico, cambiante y está determinado por las relaciones entre todos aquellos aspectos físicos, naturales, sociales y culturales que rodean a la persona (Wurth et al., 2021). Los hallazgos del estudio reconocen el efecto positivo del entorno social sobre la autoeficacia emprendedora de las estudiantes universitarias, lo cual es importante porque el entorno social, especialmente el grupo familiar, de amigos e incluso pares de estudio dentro de la universidad, juegan un rol significativo entre las mujeres emprendedoras.

Por otro lado, la autoeficacia emprendedora se relaciona, con factores cognitivos, rasgos de la personalidad emprendedora, factores sociales y educativos a partir de los cuales las mujeres deciden emprender (Newman et al., 2019; Chang, 2020). Para las mujeres, el contar con una alta autoeficacia emprendedora implica una mejor valoración de sus propias habilidades lo que potenciará su desarrollo emprendedor (Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010). Así pues, la creencia de una persona referente a sus características personales puede afectar los resultados de las tareas que ejecuta al emprender (fenómeno conocido como locus de control) (Islam, 2019). El estudio evidenció que esta característica individual es especialmente importante para la autoeficacia emprendedora en conjunto con las variables de entornos sociales y universitarios (Cascante-Gatgens et al., 2023).

El estudio evidencia así, que la autoeficacia emprendedora es un factor potente para entender el emprendimiento femenino universitario, sobre todo en su interacción con los distintos entornos y con otros rasgos psicológicos individuales. Por tanto, se desprende que el emprendimiento femenino universitario no solamente abarca el “quiero emprender”, sino que también qué necesitan las mujeres para hacerlo, tal y como estar en control de sus acciones emprendedoras porque tiene el

respaldo de su universidad y de sus pares.

Discusión. De los hallazgos a la acción

En relación con procesos de investigación, se propone una guía orientadora y más práctica para orientar tanto la investigación futura como la acción institucional con el fin de contrarrestar estos desequilibrios evidenciados por la investigación global en el campo. Esta guía está orientada a ampliar, diversificar y profundizar los estudios del emprendimiento femenino universitario mediante marcos teóricos, contextos y métodos diversos (Tabla 1).

Tabla1.

Enfoque Integral del Emprendimiento Femenino Universitario: Ámbitos y Acciones

Ámbito	Propósito	Acciones recomendadas
Teoría	Diversificar las líneas de investigación incluyendo teorías emergentes que permitan análisis críticos de las desigualdades estructurales, la representación y la influencia de los roles de género en el emprendimiento femenino universitario.	Incorporar teorías que van más allá de las actitudes e intenciones Ampliar los análisis del emprendimiento femenino universitario a todas las etapas emprendedoras desde la intención hasta su consolidación Integrar otras teorías relativas al género que funcionen como herramientas que permitan observar y analizar las desigualdades estructurales y de roles de género dentro del emprendimiento femenino universitario
Contexto	Incorporar nuevas perspectivas comparativas contextuales para reconocer que este fenómeno es atravesado por factores sociales, culturales, institucionales y económicos específicos	Ampliar e impulsar los análisis del emprendimiento femenino universitario a otras regiones menos exploradas como América Central Impulsar estudios comparativos entre países y regiones donde se incorporen las distintas realidades culturales, sociales, políticas y religiosas de las mujeres emprendedoras universitarias. Impulsar y diseñar análisis de política, institucional, pública que tome en cuenta los distintos ámbitos sociales, psicológicos,

estructurales y regionales del emprendimiento femenino universitario

Características o variables

Ampliar el campo de estudio hacia marcos de trabajo más, críticos, integrales e inclusivos que permitan, observar y plantear nuevas bases para las investigaciones futuras integrando no solo factores individuales, sino también incluyendo aquellos estructurales y contextuales que permitan comprender la complejidad de las experiencias de las mujeres emprendedoras en contextos universitarios.

Incorporar variables y categorías sociales, psicológicos, estructurales y regionales en las investigaciones enfocadas en el emprendimiento femenino universitario

Explorar trayectorias de crecimiento, consolidación e impacto social y económico de los emprendimientos liderados por estudiantes universitarias.

Utilizar enfoques interseccionales que integren género, clase, etnia, territorio y otros factores que afectan el emprendimiento femenino universitario

Metodología

Observar procesos relativos al emprendimiento en el tiempo y captar la complejidad de la interrelación de variables, en contraste con los estudios transversales predominantes. Avanzar hacia diseños mixtos para mejorar el entendimiento del emprendimiento femenino universitario

Diseñar e impulsar estudios longitudinales que capten procesos y trayectorias en el tiempo.

Apoyar y fortalecer las investigaciones cualitativas con metodologías narrativas, fenomenológicas y de teoría fundamentada.

Avanzar hacia diseños mixtos que integren lo cuantitativo y lo cualitativo para un análisis más robusto.

Nota. Elaboración propia a partir de los hallazgos del estudio, organizada

según las dimensiones del marco TCCM Teoría, Contexto, Características y Metodología propuesto por Paul, Khatri y Kaur (2023).

La utilidad de esta propuesta radica en que no se trata solo de una lista aislada de recomendaciones, si no de una síntesis construida a partir de las dimensiones propuesto por el marco TCCM –Teoría, Contexto, Características y Metodología– propuesto por Paul, Khatri y Kaur (2023). La organización de la tabla desde esta perspectiva permite aprovechar de manera más práctica los hallazgos de las investigaciones descritas ya que cada dimensión recoge un vacío identificado en la literatura global y lo traduce en orientaciones concretas para futuros estudios y decisiones institucionales. La dimensión Teórica responde a la predominancia de los enfoques conductuales y por consiguiente a la necesidad de integrar perspectivas emergentes; el Contexto permite visibilizar la baja representación, especialmente, de regiones latinoamericanas y la importancia de incluir realidades socioculturales diversas. Las Características o Variables sugiere la oportunidad para ampliar el análisis a trayectorias, impactos del emprendimiento y factores interseccionales, lo anterior permite ir más allá de la caracterización del emprendimiento femenino universitario a partir, principalmente, de factores individuales. Por último, la dimensión Metodología abre las posibilidades de repensar diseños más situados, longitudinales, cualitativos y mixtos más allá de procedimientos transversales y correlacionales.

Con esta guía se pretende que las personas involucradas en el fomento, desarrollo y ejecución de investigaciones académicas desde las universidades, con el apoyo de sectores empresariales modelos, tengan a mano una orientación que les permitan generar conocimiento más inclusivo, situado y útil para orientar sus políticas y programas de apoyo para las mujeres estudiantes.

Esto supone, además, reconocer que el emprendimiento femenino universitario no depende de una sola intervención, sino de una articulación sostenida entre investigación, formación, acompañamiento y vinculación externa. Por esta razón el sector empresarial podría pasar de ser un actor receptor de talento a convertirse en un agente que participa en el desarrollo de oportunidades para el emprendimiento femenino universitario. Además, las universidades, por su parte, desempeñan un papel clave en la transferencia de conocimiento por medio de la evidencia derivada de sus investigaciones, programas educativos, redes con sectores productivos, incubadoras y alianzas que respondan a las necesidades de las estudiantes.

En este sentido, el fortalecimiento de la investigación universitaria también requiere atender las formas en que el conocimiento se gestiona, circula y adquiere visibilidad dentro y fuera de las instituciones. La gestión del conocimiento desde la docente, la innovación y la colaboración académica resultan relevantes para consolidar capacidades institucionales orientadas a la producción de conocimiento pertinente (Estrada Domínguez et al., 2024). Asimismo, la visibilidad de la producción científica universitaria constituye un aspecto clave para ampliar el alcance de los aportes académicos y favorecer su incidencia en los procesos de toma de decisiones institucionales y sociales (Camposeco Pérez et al., 2024).

Para incentivar el trabajo conjunto entre investigación universidad-empresa se pretende estimular un mayor número de estudios en el tiempo que permitan una

mejor observancia de las trayectorias emprendedoras femeninas posgraduaciones. Esta articulación puede fortalecerse mediante estrategias de cooperación académica, movilidad, vinculación e intercambio de experiencias entre empresas y universidades, las cuales favorecen la apertura de las organizaciones y el desarrollo de capacidades para responder a desafíos educativos y sociales contemporáneos (Espinosa Fernández et al., 2024).

Se considera que las universidades, en conjunto con sectores empresariales diversos, deben asumir el compromiso de impulsar programas emprendedores diferenciados que apoyen las ideas emprendedoras de las mujeres estudiantes. Estos programas deben incorporar perspectiva de género, que fortalezcan la autoeficacia emprendedora y la confianza de las estudiantes en sus acciones empresariales. También resulta clave que estos programas de emprendimiento incorporen enfoques interseccionales, que reconozcan las condiciones específicas de las mujeres según su territorio, clase social o etnia, y la pertinencia de entornos universitarios y sociales propicios.

Por su lado, las empresas y los gobiernos institucionales, nacionales y locales tienen enfrente la oportunidad de convertirse en aliados valiosos para las trayectorias emprendedoras de las estudiantes y no solamente en beneficiarios. Entendiendo los desafíos expuestos, las empresas pueden estimular el emprendimiento universitario femenino por medio de alianzas estratégicas con las universidades, abriendo espacios de exploración para las mujeres estudiantes donde encuentren modelos a seguir reales y visibles respetando sus particularidades contextuales, culturales, fortaleciendo, de este modo, tanto los entornos universitarios especializados hacia el emprendimiento femenino como sumarse en el desarrollo de entornos sociales empresariales de apoyo.

Por consiguiente, la creación de fondos exclusivos para el emprendimiento femenino universitario, incubadoras, redes de apoyo y mecanismos de vinculación universidad-empresa-comunidad, así como programas transversales de educación emprendedora en las diferentes carreras, son esenciales para disminuir las brechas de género y garantizar que las mujeres no se queden únicamente en la etapa de emprendimiento naciente, sino que logren consolidar sus negocios y generar un verdadero impacto económico y social en la región.

Este enfoque integral permite pasar del diagnóstico al diseño de políticas y acciones institucionales concretas, orientando los esfuerzos de investigación, formación y transferencia hacia la transformación del contexto emprendedor universitario femenino.

Conclusiones

El emprendimiento femenino universitario va más allá de las intenciones inmediatas de emprender. La evidencia de los estudios realizados por el equipo de investigación confirma que el emprendimiento femenino universitario está determinado por factores individuales como la autoeficacia, pero también por entornos sociales y universitarios que pueden potenciar o limitar sus capacidades.

Estos hallazgos muestran que el emprendimiento femenino universitario es un fenómeno complejo, en el que convergen relaciones entre el género, entornos sociales y recursos institucionales y donde aún existen grandes campos de

oportunidades tanto para las mujeres estudiantes, las universidades, las empresas y las comunidades. Para las universidades y, desde el plano de la generación y transferencia del conocimiento, implica pensar en proyectos de investigaciones que tomen en cuenta la perspectiva de género, que se centren en fortalecer la autoeficacia, y en conocer cómo las mujeres estudiantes construyen sus trayectorias emprendedoras. Desde un plano más práctico, estas oportunidades se traducen en que las universidades revisen sus estrategias de formación y acompañamiento y en generar incubadoras inclusivas.

En cuanto al campo empresarial, estas oportunidades pueden abordarse desde un papel más activo en el acompañamiento de las trayectorias emprendedoras de las mujeres estudiantes; esto implica abrir espacios de mentoría y colaboración de aprendizaje compartido con mujeres emprendedoras y estudiantes, facilitar redes de contacto, participar en conjunto con las universidades en la generación de espacios que le permitan a las estudiantes acercarse a experiencias reales de innovación, gestión, y desarrollo de negocios y de forma relevante visibilizar modelos de referencia más contextualizado. De esta forma las empresas contribuyen significativamente en los procesos de transición de la formación universitaria a proyectos liderados por mujeres.

Por su parte, para los gobiernos, la oportunidad radica en diseñar y gestionar políticas, programas y fondos específicos que reduzcan las brechas estructurales que afectan el emprendimiento femenino universitario, lo anterior supone promover medidas que reconozcan las condiciones diferenciadas desde las que emprenden las mujeres estudiantes, fortalecer ecosistemas de apoyo más inclusivos y ser un ente articulador entre empresa, universidad y comunidades.

El emprendimiento femenino universitario amplía las oportunidades para las mujeres y también puede ser el foco que reorienta el propósito de vinculación entre las universidades y las empresas como actores del desarrollo social integrando el conocimiento, la experiencia y la productividad. Fortalecerlo significa contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de nuestras sociedades, donde juntas las empresas, las mujeres emprendedoras y las universidades sean protagonistas de la innovación, la creación de valor y la transformación social.

Referencias

- Azis, M., Haeruddin, M., & Azis F. (2018). Entrepreneurship education and career intention: The perks of being a woman student. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), pp. 1-10. <https://www.abacademies.org/articles/Entrepreneurship-education-and-career-intention-1528-2651-21-1-145.pdf>
- Baggio, A., and Baggio, K. (2015). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), pp. 25-38. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>
- Bonneville-Roussy, A., Bouffard, T., Palikara, O., and Vezeau, C. (2019). The role of cultural values in teacher and student self-efficacy: Evidence from 16 nations. *Contemporary Educational Psychology*, 59, 101798. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101798>



- Camposeco Pérez, J. F., Marichal Guevara, O. C., y Moscoso Portillo, O. M. (2024). Visibilidad de la producción científica en la Universidad de San Carlos de Guatemala. *Revista Estrategia y Gestión Universitaria*, 12(2), e8637. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14366339>
- Cascante-Gatgens, A., Mora-Esquivel, R., & Leiva, J. C. (2023). Entrepreneurial self-efficacy in female Latin American university students. *International Journal of Intellectual Property Management*, 13(2), pp. 199-222. <https://doi.org/10.1504/IJIPM.2023.130460>
- Casper, M. (2001). A definition of “social environment”. *American journal of public health*, 91(3), 465-470. <https://www.proquest.com/docview/215117385?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Castillo, L. G., Conoley, C. W., Choi-Pearson, C., Archuleta, D. J., Phoummarath, M. J., and Van Landingham, A. (2006). University environment as a mediator of Latino ethnic identity and persistence attitudes. *Journal of Counseling Psychology*, 53(2), 267. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.53.2.267>
- Chandra, Y. (2013). Mapping the evolution of entrepreneurship as a field of research (1990-2013): A scientometric analysis. *PLoS One*, 13(1), e0190228. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0190228>
- Chang, S., Shu, Y., Wang, C., Chen, M., & Ho, W. (2020). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in non-IT students? *Computers in Human Behavior*, 107, 105975. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.039>
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., and Minola, T. (2017). Parents’ performance in entrepreneurship as a “double-edged sword” for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 841-864. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9854-x>
- Cruz-Sandoval, M., Vázquez-Parra, J., and Alonso-Galicia, P. (2022). Student perception of competencies and skills for social entrepreneurship in complex environments: An approach with Mexican university students. *Social Sciences*, 11(7), 314. <https://doi.org/10.3390/socsci11070314>
- Díaz-García, M., and Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- Espinosa Fernández, B., Marichal Guevara, O. C., Moscoso Portillo, O. M., y Barrientos Piñeiro, C. A. (2024). Gestión de la movilidad internacional: progresos y desafíos. *Revista Estrategia y Gestión Universitaria*, 12(1), 1-12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11187883>
- Estrada Domínguez, A. L., Marichal Guevara, O. C., y Moscoso Portillo, O. M. (2024). Estrategias para la gestión del conocimiento docente en la Facultad de Humanidades: innovación y colaboración académica. *Educación y ciencia*, 13(62), 236-250.

<https://revistaeducacionyciencia.uady.mx/index.php/educacionyciencia/article/view/825>

- Franke, N., and Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288. <https://doi.org/10.1142/S0219877004000209>
- Fonseca Oliveira, B. M., Moriano, J. A., Laguía, A., y Soares, V. J. S. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: Un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología/The UB Journal of Psychology*, 45(3), 301-315. <https://www.redalyc.org/pdf/970/97044008004.pdf>
- Islam, T. (2019). Cultivating entrepreneurs: Role of the university environment, locus of control and self-efficacy. *Procedia Computer Science*, 158, 642-647. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.098>
- Krauss, C., Bonomo, A., and Volfovicz, R. (2020). Empoderar el emprendimiento femenino universitario. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(2), 71-80. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071%20>
- Lo, C., Sun, H., & Law, K. (2012). Comparing the entrepreneurial intention between female and male engineering students. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, (1-2), 28-51. <http://35.240.28.64/id/eprint/496>
- Mars, M. M., Slaughter, S., & Rhoades, G. (2008). The state-sponsored student entrepreneur. *The Journal of Higher Education*, 79(6), 638-670. <https://doi.org/10.1080/00221546.2008.11772122>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., and Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review. *Journal of Vocational Behavior*, 110(B), 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Paul, J., Khatri, P., and Kaur, H. (2023). Frameworks for developing impactful systematic literature reviews and theory building: What, why and how? *Journal of Decision Systems*, 33(4), 537-550. <https://doi.org/10.1080/12460125.2023.2197700>
- Politis, D., Winborg, J., and Dahlstrand, Å. (2011) Exploring the resource logic of student entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 30(6), 659-683. <https://doi.org/10.1177/0266242610383445>
- Rojas-Segura, J., Viquez-Paniagua, A., Cascante-Gatgens, A., Amador, M., & Ferreto-Gutiérrez, E. (2025). Determinants of social entrepreneurship in Central American university students. *Tec Empresarial*, 19(3), 141-160. <https://doi.org/10.18845/te.v19i3.8139>
- Rovira, J., Casares, G., Martín, X., & Serrano, L. (2011). Aprendizaje-servicio y educación para la ciudadanía. *Revista de Educación*, 1, 45-67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3734930>
- Saavedra-García, M. L., and Camarena-Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Revista Criterio Libre*, 13, 22, 129-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6675960>



- Schimperna, F., Nappo, F., and Marsigalia, B. (2021). Student entrepreneurship in universities: The state-of-the-art. *Administrative Sciences*, 12(1), 5. <https://doi.org/10.3390/admsci12010005>
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., and Breitenecker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training*. 51(4), 272-291. <https://doi.org/10.1108/00400910910964566>
- Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10-20. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0078>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., and Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., and Braun, I. (2018). Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf
- Silva-León, P. M., Cruz Salinas, L. E., Farfán Chilicaus, G. C., Castro Ijiri, G. L., Chuquitucto Cotrina, L. K., Heredia Llatas, F. D., ... and Pérez Nájera. (2025). Digital technologies for young entrepreneurs in Latin America. *Social Sciences*, 14(9), 537. <https://doi.org/10.3390/socsci14090537>
- Vivel, M., Fernández-López, S., and Rodeiro, D. (2011). El sistema universitario: ¿motor o freno del emprendimiento académico femenino? *Jornadas La Mujer en la Ingeniería*, pp. 15-40. <https://ruc.udc.es/rest/api/core/bitstreams/48411976-dcdc-4b93-b200-31d5f0f6336c/content>
- Wurth, B., Stam, E. and Spigel, B. (2022). Toward an entrepreneurial ecosystem research program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 729-778. <https://doi.org/10.1177/104225872199894>



GLOBAL PERSPECTIVES
IN EDUCATIONAL LEADERSHIP AND INNOVATION

Sobre el autor principal

Adriana Cascante-Gatgens: Es candidata doctoral en Dirección de Empresas por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, máster en Investigación Empresarial. Se desempeña Vicerrectoría de Vida Estudiantil de la Universidad Estatal a Distancia. Sus líneas de investigación incluyen emprendimiento universitario y femenino, transformación digital, educación a distancia, inclusión, interculturalidad y gestión universitaria.

Declaración de responsabilidad autoral

Adriana Cascante-Gatgens 1: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología, Recursos, Software, Supervisión, Validación/Verificación, Visualización, Redacción/borrador original y Redacción.

Ronald Mora-Esquivel 2: Metodología, Recursos, Supervisión, Validación/Verificación, Visualización.

Juan Carlos Leiva 3: Metodología, Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización.

Agradecimientos

Financiación