



25 a 28  
setembro  
2024  
Campus Central UEPG  
Ponta Grossa | PR

Explorando as Interseções das Inteligências  
Artificiais na Sociedade Atual

Realização:



Apoio:



COMTURPG



## BRECHA DE GÉNERO DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE TURISMO Y COMERCIO EXTERIOR EN BOLIVIA Y BRASIL

## GENDER GAP IN THE ENTREPRENEURIAL PROFILE IN UNIVERSITY STUDENTS OF TOURISM AND FOREIGN TRADE IN BOLIVIA AND BRAZIL

### INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO: INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

Juan Carlos Poveda Velasco, USFX, Bolivia, juanpoveda@gmail.com

Irlanda América España Irala, USFX, Bolivia, iespana62@gmail.com

Luiz Fernando de Souza, UEPG, Brasil, lufsouza23@gmail.com

Jhojan René Rivera Ríos, USFX, Bolivia, jhojan.r33@gmail.com

### Resumen

El objetivo fue determinar la brecha del género en el perfil emprendedor de estudiantes de último año de las carreras de Turismo y de Comercio Exterior, en universidades públicas de Bolivia y Brasil. El estudio fue de tipo explicativo, exploratorio, aplicado, cuantitativo y descriptivo. Se aplicó un cuestionario con escala Lickert en español y portugués, basado en el modelo Orientación hacia la Actitud Emprendedora. La muestra fue de 59 mujeres y 39 hombres estudiantes. El estudio muestra que, en una escala ascendente de desarrollo del 1 al 4, existe una brecha promedio en el Perfil Emprendedor favorable a estudiantes que pertenecen al género Masculino (3,22) respecto a las estudiantes que pertenecen al género Femenino (3,12).

**Palabras clave:** Género; Perfil Emprendedor; Emprendedor; Estudiantes; Universidad

### Abstract

The objective was to determine the gender gap in the entrepreneurial profile of final year students of Tourism and Foreign Trade majors in public universities in Bolivia and Brazil. The study was explanatory, exploratory, applied, quantitative and descriptive. A questionnaire with a Likert scale was applied in Spanish and Portuguese, based on the Orientation towards Entrepreneurial Attitude model. The sample was 59 women and 39 men students. The study shows that, on an ascending development scale from 1 to 4, there is an average gap in the Entrepreneurial Profile favorable to students who belong to the Male gender (3.22) compared to students who belong to the Female gender (3.12).

**Keywords:** *Gender; Entrepreneurial Profile; Entrepreneur; Students; University*

## 1. INTRODUCCIÓN

A nivel regional y mundial, el emprendimiento y su promoción, se ha convertido en un asunto de interés de gobiernos e instituciones académicas, considerando las múltiples oportunidades que ofrece para mejorar las condiciones socioeconómicas de los habitantes de los países (Castro et al., 2022; Vargas Valdiviezo & Uttermann Gallardo, 2020).

La creación de empresas como consecuencia de nuevos emprendimientos, tiene efecto en el aumento del empleo así como también en la competitividad de las regiones y países (Gómez Miranda, 2023). Los diferentes estudios que abordan el emprendimiento hacen mención a su efecto positivo multidimensional sobre el bienestar de las poblaciones y el desarrollo económico de los países (Morales Valero, 2019; Silva-Peralta et al., 2022). Diferentes concepciones teóricas indican que la competitividad y riqueza de los países están relacionados con la competitividad y crecimiento de las empresas al interior de los propios países (Borja et al., 2020).

La importancia del ser humano como factor esencial para el emprendimiento, en la concepción que sin emprendedor no puede haber emprendimiento, está generando que las políticas gubernamentales así como las instituciones de educación, especialmente las de educación superior, tomen cada vez mayor interés en la formación del talento humano como factor esencial para el proceso emprendedor (Morales Valero, 2019).

Por otro lado, especialmente en los países suramericanos se ha identificado que las desigualdades en razón de género se ha convertido en un factor que incide negativamente en el bienestar poblacional y el desarrollo de los países (Baalbaki & Guzman, 2016; Guzmán Ávila et al., 2020; Juárez Fonseca et al., 2022; Montaña Armendáriz et al., 2022). La intervención de la mujer en la economía y en específico en la actividad emprendedora tiene una doble dimensión en su análisis, por un lado la dimensión económica y por otro la dimensión social (Segarra et al., 2020).

Promover el emprendimiento a partir de la formación del emprendedor, asume también esa doble dimensión, no es factible promover la competitividad y desarrollo de los países excluyendo a una parte de la población en razón de su género, por ello es que existen diversos estudios que priorizan el enfoque de género en el proceso emprendedor (Juárez Fonseca et al., 2022; Montaña Armendáriz et al., 2022; Vila Sanchis, 2020).

Por otro lado, las universidades vienen realizando esfuerzos para adecuar sus programas de formación para promover una actitud emprendedora en sus estudiantes, esto como alternativa a las limitaciones de empleo existentes en los países suramericanos a las que deben enfrentarse los nuevos profesionales que son formados en sus aulas, pero también como parte de un compromiso social para disminuir las desigualdades socioeconómicas de sus países (Campuzano-Vásquez & Cedillo-Chalaco, 2021; Reyes Rosa & Molinero, 2022).

En los países suramericanos existen sectores económicos que han sido identificados como una oportunidad para superar los indicadores de pobreza de su población, entre ellos está el turismo y el comercio exterior como parte de cadenas internacionales de bienes y servicios; bajo este criterio las universidades tanto públicas como privadas han incorporado a su oferta de formación, las carreras de Turismo y Comercio Exterior con la orientación de formar talento humano especializado en el área (Campuzano-Vásquez & Cedillo-Chalaco, 2021; Reyes Rosa & Molinero, 2022).

La Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX) en Bolivia y la Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) en Brasil, han incorporado a su oferta académica de grado carreras orientadas a la formación de profesionales en la administración y gestión del Turismo y el Comercio Exterior; En la USFX las carreras de

“Turismo” y de “Comercio Exterior y Aduanas”, y en la UEPG las carreras de “Turismo” y de “Administración y Comercio Exterior”.

Ambas universidades son públicas y tienen como característica común que se encuentran localizada geográficamente en municipios con población menor a cuatrocientos mil habitantes, con potencialidades económicas orientadas al turismo y la inserción a cadenas comerciales y productivas internacionales. Sin embargo, así como estas instituciones educativas tienen similitudes, tienen también diferencias socio demográficas que podrían influir en el perfil emprendedor de sus estudiantes al concluir su proceso de formación.

Es en este ámbito el objetivo de la investigación fue determinar la brecha del género en el perfil emprendedor de estudiantes de último año de las carreras de Turismo y de Comercio Exterior, en universidades públicas de Bolivia y Brasil.

## **2. ESTADO DEL ARTE**

### **2.1. Emprendimiento**

El emprendimiento es un tema de amplio interés, sobre todo, como una alternativa para la disminución de desigualdades socioeconómicas, generadora de empleo, y como posibilidad para mejorar la economía de los países. El emprendimiento es fundamental para la innovación económica y social, fomenta la competencia y contribuye al crecimiento económico al introducir nuevos productos y servicios en el mercado, impulsando cambios sociales al abordar problemas como la desigualdad, la sostenibilidad ambiental y el acceso a servicios esenciales. (Montufar Melo, 2020; Rubio-Rodríguez et al., 2019; Vargas-Merino et al., 2022).

El emprendimiento es conceptualizado como un proceso que implica la identificación, creación y gestión de nuevas oportunidades con el objetivo de desarrollar una idea de negocio o proyecto innovador que busque insertarse en el mercado; de alguna manera implica la capacidad de reconocer oportunidades que tengan oportunidad de generar valor económico y social (Borja et al., 2020; Vargas-Merino et al., 2022; Vargas Valdiviezo & Uttermann Gallardo, 2020).

### **2.2. Emprendedor**

Aunque son variadas las definiciones sobre el concepto emprendedor, existen coincidencias en que la realización de una idea emprendedora requiere de un ser humano que tenga una combinación de habilidades, actitudes, intenciones y recursos diversos, al mismo tiempo de ser un visionario, capaz de concebir una idea e imaginar cómo ésta puede impactar positivamente en la vida de las personas, el mercado y la sociedad (Borja et al., 2020; Cordero et al., 2023).

El emprendedor debe ser líder y gestor eficiente, capaz de movilizar recursos humanos, financieros y técnicos para llevar a cabo su visión; tener alta tolerancia al riesgo, asumir riesgos financieros, personales y profesionales al perseguir sus ideas, ya que el éxito no está garantizado, sin embargo, también buscar mitigar estos riesgos mediante la investigación exhaustiva, la planificación estratégica, la innovación y la adaptación continua a medida que evolucionan las circunstancias (Cordero et al., 2023; Vargas-Merino et al., 2022).

Un emprendedor empresarial es alguien que se embarca en la creación y gestión de empresas, demostrando una combinación única de creatividad, valentía, visión estratégica y habilidades de liderazgo para lograr el éxito en un entorno empresarial competitivo y en constante cambio (Borja et al., 2020; Castro et al., 2022; Cordero et al., 2023; Romero-Parra et al., 2022; Vargas-Merino et al., 2022), además de, según estos autores, tener las siguientes características: Creatividad e Innovación, Toma de Riesgos, Persistencia y Resiliencia, Visión y Planificación Estratégica, Habilidades de Liderazgo, Habilidad para Obtener Financiamiento, Conexiones y Redes, Adaptabilidad, Enfoque en el Cliente y Crecimiento Sostenible.

### 2.3. Perfil emprendedor

El perfil emprendedor se refiere a las características, habilidades, actitudes y cualidades que una persona posee y que son propicias para la iniciativa empresarial y la creación de nuevos negocios. Estas cualidades varían en función de las circunstancias y el contexto, pero en general, un emprendedor exitoso suele exhibir una combinación de rasgos y capacidades que lo diferencian de otras personas (Cordero et al., 2023; Robinson et al., 1991; Rubio-Rodríguez et al., 2019; Vargas-Merino et al., 2022).

Las empresas, universidades e investigadores tienen interés por identificar las potencialidades emprendedoras de las personas, ya sea que estén en el mercado laboral, formándose como profesionales e incluso entre los mismos empresarios, con ese criterio se han desarrollado diversos modelos con sus escalas para medir el perfil emprendedor, cada uno enfocado en diferentes aspectos y características del emprendimiento. Según (Borja et al., 2020; Cordero et al., 2023; de Gregori, 2014; Guzmán Ávila et al., 2020; Martínez-Martínez & Ventura, 2020; Montufar Melo, 2020; Mussons-Torras & Tarrats-Pons, 2018; Rubio-Rodríguez et al., 2019), Algunos de los modelos más empleados, junto con los autores y años de su publicación son los que se muestran en la Tabla 1:

Modelo	Autor(es)	Año Publicación	Descripción
Escala de Personalidad Emprendedora (Entrepreneurial Personality Scale)	Vipin Gupta y Vijay Govindarajan	1984	Esta escala evalúa las características de personalidad asociadas con el espíritu emprendedor, como la necesidad de logro, la necesidad de autonomía, la creatividad y la toma de riesgos.
Perfil Emprendedor de McClelland	David McClelland	1987	Esta escala se basa en la teoría de la motivación de logro y evalúa el grado en que una persona posee características como la necesidad de logro, la necesidad de poder y la necesidad de afiliación, que se consideran importantes para el éxito en el emprendimiento.
Orientación hacia la Actitud Emprendedora (EAO)	Robinson Peter, Stimpson David, Huefner Jonathan y Hunt Keith	1991	Esta escala evalúa la actitud emprendedora de estudiantes y empresarios, tomando como referencia factores de logro, control personal, innovación y autoestima.
Orientación Emprendedora (EOE)	G.T. Lumpkin y G.G. Dess	1996	Esta escala evalúa la orientación emprendedora en las organizaciones, midiendo características como la innovación, la asunción de riesgos, la proactividad y la competitividad.
Actitudes y Normas Sociales hacia el Emprendimiento (SEAN)	Norris F. Krueger Jr., Patricia D. Reilly y Alan L. Carsrud	2000	Esta escala se centra en medir las actitudes y normas sociales relacionadas con el emprendimiento, incluyendo factores como la opinión social, la valoración del emprendimiento por parte de la sociedad y las normas percibidas.
Actitudes hacia el Emprendimiento (TEA)	Francisco Liñán y Yi-Wen Chen	2009	Esta escala se centra en medir las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento, incluyendo factores como la percepción de oportunidades, el miedo al fracaso, la autopercepción de habilidades y la intención emprendedora.

Tabla 1. Modelos para medir el perfil emprendedor

Es importante tener en cuenta que estos modelos al ser aplicados por diferentes investigadores, pueden haber sido objeto de revisión, adecuación y actualización a lo largo del tiempo. Además, de existir otras escalas y modelos desarrollados por diferentes investigadores que también abordan el perfil emprendedor, pero que de alguna manera toman como referencia uno o varios de los modelos mencionados.

#### **2.4. Educación Superior y Perfil Emprendedor**

Las investigaciones sobre la relación entre la Educación orientada al Emprendimiento con el Perfil Emprendedor no son definitivas ni categóricas en sus conclusiones, los resultados son variados e incluso contradictorios, sin embargo, existe consenso que la educación superior puede influir en el perfil emprendedor al proporcionar conocimientos, habilidades, redes y una mentalidad adecuada para emprender, pero el espíritu emprendedor también puede desarrollarse a través de experiencias prácticas, autoaprendizaje y la disposición personal para asumir riesgos y buscar la innovación (López-Nuñez et al., 2021; López Torres et al., 2021; Portuguez Castro & Gómez Zermeño, 2021; Vall-Ilosera Casanovas, L. Renart Vicens et al., 2022).

Según (Alava-Atience & Quinde-Lituma, 2023; Jardim, 2021; López-Nuñez et al., 2021; López Torres et al., 2021; Santos-Jaén et al., 2022; Valenzuela-Keller et al., 2021; Vall-Ilosera Casanovas, L. Renart Vicens et al., 2022), la educación superior en general puede influir en el desarrollo de algunos factores que contribuyan a fortalecer una actitud emprendedora, a decir: Conocimientos y Habilidades Empresariales, Redes y Conexiones, Mentalidad y Actitud Emprendedora, Recursos y Apoyo Institucional, Experiencia Práctica, Conciencia del Mercado y Formación en Innovación.

#### **2.5. Género y Perfil Emprendedor**

La relación entre el perfil emprendedor y el género es un tema vigente de debate e investigación tanto en el ámbito académico como en el empresarial, se han desarrollado diferentes estudios al respecto, observando diferencias en la participación y el éxito de los emprendedores según su género, sin embargo, estos estudios no son concluyentes en cuanto a determinar si el género es el factor diferenciador. Lo que sí, entre los diversos autores existe consenso en destacar que estas diferencias están influenciadas por una variedad de factores relacionados con el contexto socio – económico – cultural, así (Aranibar Ramos et al., 2022; Encina Ayala & López Méndez, 2021; Guzmán Ávila et al., 2020; Juárez Fonseca et al., 2022; Lladós-Masllorens & Ruiz-Dotras, 2022; Paredes Hernández et al., 2019; Sánchez-Torné et al., 2021; Santos-Jaén et al., 2022; Segarra et al., 2020; Vera Muñoz et al., 2021; Vila Sanchis, 2020); identifican los siguientes factores relevantes a considerar: Normas culturales y sociales, Acceso a recursos, Experiencia laboral previa, Motivaciones y objetivos, Redes de apoyo, Mentoría y modelos a seguir, Percepción del riesgo y Educación - formación.

### **3. METODOLOGÍA**

La investigación fue de tipo explicativa, exploratoria, aplicada, cuantitativa y descriptiva, permitió describir, medir y ampliar el conocimiento sobre la relación que existe entre el género y el perfil emprendedor (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018; Sánchez-Torné et al., 2021; Santos-Jaén et al., 2022).

Para determinar el Perfil Emprendedor de los estudiantes, se tomó como referencia los test psicométricos aplicados en investigaciones previas por (Alda, 2010; Ibañez, 2012; Vargas-Merino et al., 2022) basados en el modelo Orientación hacia la Actitud Emprendedora (EAO – Entrepreneurial Attitude Orientation) propuesto por (Robinson et al., 1991), adecuando la redacción del cuestionario para que tenga el mismo significado para los estudiantes de Bolivia y Brasil considerando que fue aplicado en español y portugués. Las dimensiones y preguntas para cada una de ellas se muestran en la Tabla 2.

Dimensión	Preguntas del Cuestionario
<b>Autoconocimiento</b>	11) Soy realista respecto de mis capacidades. / Sou realista quanto às minhas capacidades. 2) Soy consciente de mis principales fortalezas y debilidades. / Estou ciente dos meus principais pontos fortes e fracos. 22) Estoy abierto a que los demás me evalúen para mejorar. / Estou aberto a que outros me avaliem para melhorar. 33) Considero mis errores una oportunidad para aprender. / Considero meus erros uma oportunidade de aprender.
<b>Autoestima</b>	28) Me considero una persona competente. / Considero-me uma pessoa competente. 35) Estoy satisfecho con mis contribuciones a los proyectos en que estoy involucrado. / Estou satisfeito com minhas contribuições aos projetos em que estou envolvido. 36) Me siento seguro cuando estoy con personas que son muy capaces. / Sinto-me seguro quando estou com pessoas muito capazes. 4) Estoy seguro/a de mis propias ideas y capacidades. / Tenho certeza de minhas próprias idéias e habilidades.
<b>Esfuerzo y Perseverancia</b>	19) Cuando algo me va a afectar, aprendo todo lo que puedo sobre ello. / Quando algo vai me afetar, aprendo tudo o que posso sobre isso. 23) Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo. / Se eu quero algo, trabalho duro para consegui-lo. 27) Dedico una considerable cantidad de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor. / Eu gasto uma quantidade considerável de tempo fazendo com que as coisas com as quais me comprometi funcionem melhor. 7) Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros. / Sempre trabalhei muito para estar entre os primeiros.
<b>Innovación</b>	14) Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen mi trabajo como estudiante. / O que realmente me motiva é pensar em novas ideias que estimulem meu trabalho como estudante. 25) Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas. / Gosto de procurar novas abordagens para ideias familiares. 3) Me divierto más tratando de hacer tareas nuevas que tareas rutinarias. / Eu me divirto mais tentando fazer novas tarefas do que tarefas rotineiras. 32) Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales. / Estou animado para fazer coisas novas e incomuns.
<b>Intención Emprendedora</b>	15) Ya tengo una idea de negocio en mente / Já tenho uma ideia de negócio em mente 21) Tengo la firme intención de iniciar mi propio negocio / Tenho a firme intenção de iniciar meu próprio negócio 30) Abriré mi propio negocio ni bien termine mis estudios / Abrirei meu próprio negócio assim que terminar meus estudos 6) Me gusta la idea de crear mi propio negocio / Gosto da ideia de criar meu próprio negócio
<b>Motivación de Logro</b>	12) Dar-me cuenta de lo que voy consiguiendo es un estímulo para avanzar. / Perceber o que estou conseguindo é um estímulo para seguir em frente. 17) Cometer errores en el proceso es una oportunidad para mejorar en el camino hacia la meta. / Cometer erros no processo é uma oportunidade de melhorar no caminho para o objetivo. 24) Lograr lo que me propongo me motiva a trabajar. / Alcançar o que me propus a fazer me motiva a trabalhar. 5) Si me interesa conseguir algo, me entusiasmo y me involucro para lograrlo. / Se estou interessado em alcançar algo, fico entusiasmado e me envolvo para alcançá-lo.

Dimensión	Preguntas del Cuestionario
<b>Planificación y Visión</b>	10) Para resolver un problema es importante replantearse la situación de partida. / Para resolver um problema é importante reconsiderar a situação inicial.
	26) Es importante tener claros objetivos para luego valorar los resultados. / É importante ter objetivos claros e depois avaliar os resultados.
	34) Para tener éxito es importante dedicar tiempo a explorar nuevas oportunidades. / Para ter sucesso é importante gastar tempo explorando novas oportunidades.
	9) Es necesario dedica tiempo a planificar el trabajo. / É necessário gastar tempo planejando a obra.
<b>Responsabilidad</b>	16) Reconozco mi parte de responsabilidad en los errores. / Reconheço minha parte de responsabilidade nos erros.
	20) Cumpro con las tareas y plazos que me asignan mis profesores. / Cumpro as tarefas e prazos que me foram atribuídos pelos meus professores.
	31) Asumo las funciones y tareas que me corresponden cuando trabajo en grupo. / Assumo as funções e tarefas que me competem quando trabalho em grupo.
	8) Asumo mi grado de responsabilidad en cada situación. / Assumo meu grau de responsabilidade em cada situação.
<b>Riesgo</b>	1) El riesgo forma parte de la vida y hay que asumirlo. / O risco faz parte da vida e você tem que assumi-lo.
	13) Me enfrento a las situaciones que temo en lugar de evitarlas. / Enfrento as situações que temo em vez de evitá-las.
	18) Me adapto bien a situaciones cambiantes. / Eu me adapto bem a situações de mudança.
	29) Me gusta el riesgo. / Eu gosto de risco.

Tabla 2. Dimensiones y preguntas para determinar el perfil emprendedor

El cuestionario tuvo dos grupos de preguntas, las que proporcionan información general en relación a características socio económicas y las específicas para el perfil emprendedor que fueron preguntas cerradas de respuestas delimitadas, de selección múltiple y escala de Likert numeradas del 1 (Muy en Desacuerdo / Discordo Totalmente) al 4 (Muy de Acuerdo / Concordo Totalmente), según valoración de importancia. (Alda, 2010; Ibañez, 2012; Lerma Meza et al., 2021; Morone, 2015; Ñaupas Paitán et al., 2018; Vargas-Merino et al., 2022).

Se realizó el análisis de fiabilidad y validez de los datos proporcionados por el cuestionario con el software SmartPLS versión 4.

El universo poblacional del estudio fue de los estudiantes matriculados durante la gestión 2023 en el último nivel académico de las carreras de Turismo y de Comercio Exterior de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca de Bolivia (USFX) y la Universidade Estadual de Ponta Grossa de Brasil (UEPG). Como la población estudiada corresponde a dos universidades en países diferentes con número de estudiantes matriculados diferentes, el tamaño de muestra se realizó con apoyo del software GPower 3.1.9.6, fue calculada según muestro aleatorio simple para poblaciones finitas a partir de la prueba t-students, considerando un 95% de nivel de confianza, error muestral del 5% y tamaño de efecto de 0,8 (Cabero-Almenara et al., 2022; Cárdenas Castro, 2014; Tarapuez Chamorro et al., 2021). El número de encuestados fue de 98 estudiantes en total, correspondiendo 61 a la USFX Bolivia y 37 a la UEPG Brasil. (Ver Tabla 3).

Universidad	Estudiantes Matriculados			Muestra		
	Femenino	Masculino	Total Estudiantes	Femenino	Masculino	Total Encuestados
UEPG - Brasil	45	20	65	15	7	22
USFX - Bolivia	107	88	195	44	32	76
<b>Total general</b>	<b>152</b>	<b>108</b>	<b>260</b>	<b>59</b>	<b>39</b>	<b>98</b>

Tabla 3. Población y Muestra. Estudiantes último nivel Comercio Exterior y Turismo

#### 4. RESULTADOS

Para el cotejo de los resultados, primero se verificó la consistencia y fiabilidad de los datos obtenidos, para después hacer el análisis cuantitativo y cualitativo de los mismos.

##### 4.1. Consistencia y fiabilidad de los Datos Obtenidos

Según el modelo la dimensión “Intención Emprendedora” es considerada como la variable dependiente explicada por las otras dimensiones que componen el Perfil Emprendedor (Ver Gráfico 1).

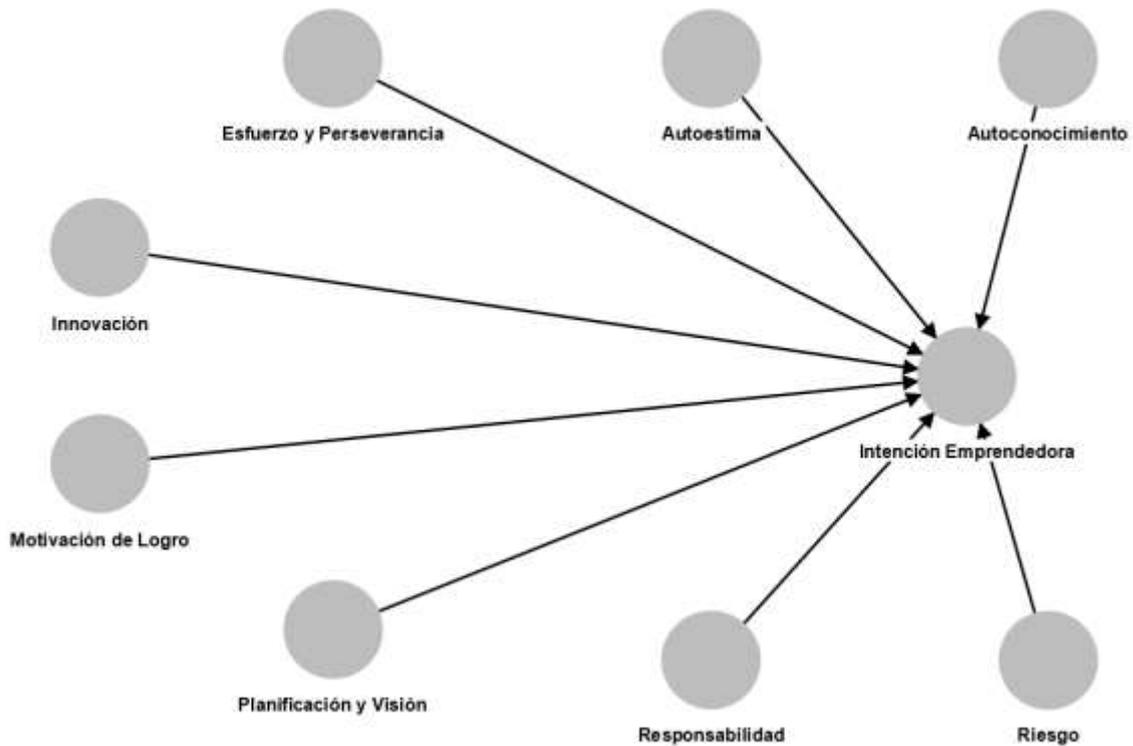


Gráfico 1. Modelo gráfico del Perfil Emprendedor

El Coeficiente  $\beta$  del modelo obtenido es igual a 0,5931 (59,31%), esto es que las variables explican en 59,31% a la dimensión Intención Emprendedora (Cabero-Almenara et al., 2022; Ramirez-Correa & Mariano, 2014).

Los factores de validez y fiabilidad se encuentran en los parámetros establecidos como aceptables para todas las variables estudiadas (Cabero-Almenara et al., 2022; López Torres et al., 2021; Moral de la Rubia, 2019; Ramirez-Correa & Mariano, 2014), tal como se muestran en la Tabla 4.

Dimensiones	Cronbach's alpha $\geq 0,7$	Composite reliability (rho_a) $\geq 0,7$	Composite reliability (rho_c) $\geq 0,7$	Average variance extracted (AVE) $\geq 0,5$
Autoconocimiento	0,82	0,83	0,88	0,66
Autoestima	0,78	0,79	0,86	0,60
Esfuerzo y Perseverancia	0,80	0,81	0,87	0,62
Innovación	0,77	0,79	0,85	0,59

Intención Emprendedora	0,83	0,84	0,89	0,66
Motivación de Logro	0,82	0,83	0,88	0,65
Planificación y Visión	0,86	0,86	0,90	0,70
Responsabilidad	0,83	0,85	0,89	0,67
Riesgo	0,74	0,77	0,84	0,56

Tabla 4. Factores de validez y fiabilidad

En relación a la validez del modelo a partir del estadístico de co-linealidad entre las variables independientes con la dependiente, los valores se encuentran por debajo de 10, aceptándose la validez del modelo (Cabero-Almenara et al., 2022; López Torres et al., 2021; Moral de la Rubia, 2019; Ramirez-Correa & Mariano, 2014). Ver Tabla 5.

Dimensiones Independiente>Dependiente	VIF < 10
Autoconocimiento -> Intención Emprendedora	5,72
Autoestima -> Intención Emprendedora	3,76
Esfuerzo y Perseverancia -> Intención Emprendedora	3,56
Innovación -> Intención Emprendedora	4,44
Motivación de Logro -> Intención Emprendedora	5,65
Planificación y Visión -> Intención Emprendedora	4,56
Responsabilidad -> Intención Emprendedora	4,6
Riesgo -> Intención Emprendedora	3,03

Tabla 5. Validez del modelo, estadístico de co-linealidad

Adicionalmente, se realizó la prueba de validez discriminante del criterio de Fornell-Larcker, concluyendo que el modelo y los datos analizados son aceptables (Cabero-Almenara et al., 2022; López Torres et al., 2021; Moral de la Rubia, 2019; Ramirez-Correa & Mariano, 2014). Ver Tabla 6.

VARIABLES	Autoconocimiento	Autoestima	Esfuerzo y Perseverancia	Innovación	Intención Emprendedora	Motivación de Logro	Planificación y Visión	Responsabilidad	Riesgo
Autoconocimiento	<b>0,7926</b>								
Autoestima	0,7537	<b>0,7695</b>							
Esfuerzo y Perseverancia	0,7120	0,7251	<b>0,7754</b>						
Innovación	0,7564	0,6823	0,7419	<b>0,7634</b>					
Intención Emprendedora	0,4765	0,4336	0,4274	0,5478	<b>0,8405</b>				
Motivación de Logro	0,7455	0,7686	0,7614	0,7322	0,4016	<b>0,8163</b>			
Planificación y Visión	0,7863	0,7631	0,7179	0,7429	0,4566	0,8073	<b>0,8360</b>		
Responsabilidad	0,7100	0,7656	0,7195	0,6998	0,4531	0,8032	0,7964	<b>0,8214</b>	
Riesgo	0,6570	0,5490	0,6660	0,7031	0,5372	0,6096	0,5710	0,5665	<b>0,7895</b>

Tabla 6. Validez discriminante Criterio de Fornell-Larcker

## 4.2. Dimensiones del Perfil Emprendedor

A continuación, se presentan los resultados de los datos obtenidos a través del cuestionado aplicado, presentados según las dimensiones que explican el perfil emprendedor.

El valor de cada dimensión es el promedio del valor asignado por todos los estudiantes a cada una de las afirmaciones del cuestionario. Cada dimensión tiene valores que van de uno (1) hasta cinco (5), siendo uno 1 el menor y cinco 5 el mayor valor que representa el desarrollo de las dimensiones que explican el perfil emprendedor (Autoestima, Autoconocimiento, Esfuerzo y Perseverancia, Innovación, Motivación de Logro, Planificación y Visión, Responsabilidad, Riesgo, Intención Emprendedora).

### *Dimensión Autoestima*

En relación a la Dimensión Autoestima, en el Gráfico 2, se identifica que de manera general para el total de estudiantes, los de la UEPG tienen mayor desarrollo de la autoestima con un 3,36 mientras que los de la USFX tienen un valor de 3,23.

Comparando los valores de esta dimensión, según el género, se observa que el valor promedio, de los estudiantes, del género Masculino es 3,3 siendo superior a las del género femenino, con 3,23. Esto indica que los hombres tienen un mayor desarrollo en la dimensión Autoestima que las mujeres en ambas universidades.

Considerando el género femenino, se observa que las estudiantes de la UEPG, con 3,32, tienen mayor desarrollo en la dimensión de Autoestima que las estudiantes de la USFX, con 3,19.

En relación al género Masculino, los estudiantes de la UEPG, con 3,5, tienen mayor desarrollo en la dimensión Autoestima que los estudiantes de la USFX, con 3,27.

Comparativamente, los varones de la UEPG tienen mayor desarrollo de la dimensión Autoestima, seguidos por las mujeres de la UEPG, después están los varones de la USFX y finalmente las mujeres de la USFX.

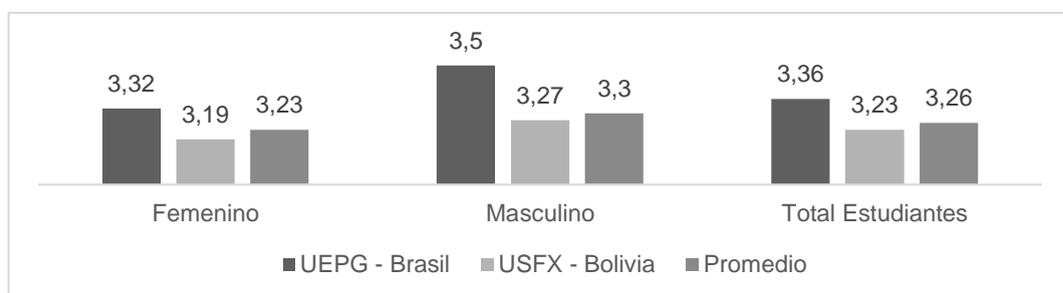


Gráfico 2. Dimensión Autoestima

### *Dimensión Autoconocimiento*

En la Dimensión Autoconocimiento, en el Gráfico 3 se observa que, considerando el total de estudiantes, los de la USFX (3,21) tienen mayor desarrollo que los de la UEPG (3,19).

Según el género, el promedio de los del género Masculino (3,28) es mayor que las del género Femenino (3,16); indicando que los varones tienen un mayor desarrollo en esta dimensión que las mujeres.

Comparando los resultados solo de las estudiantes mujeres, se observa que quienes estudian en la USFX (3,17) tienen un mayor desarrollo de la dimensión Autoconocimiento que sus similares en la UEPG (3,15).

En el caso de los varones, los estudiantes de la UEPG (3,38) tienen un mayor desarrollo de la dimensión que los estudiantes de la USFX (3,27).

Comparativamente en relación al desarrollo de la dimensión Autoestima, los varones de la UEPG (3,38) tienen el mayor desarrollo, le siguen los varones de la USFX (3,27), las estudiantes mujeres de la USFX (3,17) y finalmente las estudiantes de la UEPG (3,15).

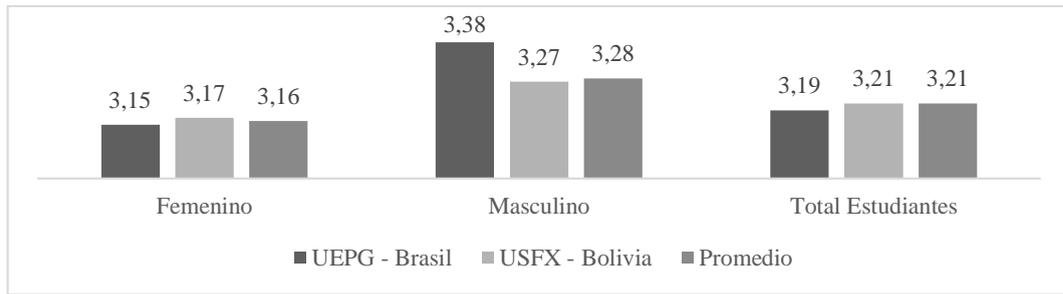


Gráfico 3. Dimensión Autoconocimiento

### ***Dimensión Esfuerzo y Perseverancia***

En la Dimensión Esfuerzo y Perseverancia, en el Gráfico 4, considerando el total de estudiantes, los de la UEPG (3,29) tienen mayor desarrollo de la dimensión que los estudiantes de la USFX (3,06).

Así mismo, se evidencia que en promedio los estudiantes del género Masculino (3,18) tienen mayor desarrollo de la dimensión Esfuerzo y Perseverancia que las estudiantes del género Femenino (3,07).

Tomando sólo a las estudiantes del género Femenino, se observa que quienes pertenecen a la UEPG (3,24) tienen mayor desarrollo de esta dimensión que las que pertenecen a la USFX (3,01).

En los estudiantes del género Masculino, los de la UEPG (3,50) tienen mayor desarrollo de la dimensión que los de la USFX (3,14).

Los estudiantes varones de la UEPG (3,50) tienen el mayor desarrollo de la dimensión Esfuerzo y Perseverancia, seguidos de las estudiantes mujeres de la UEPG (3,24), los varones de la USFX (3,14) y finalmente las mujeres de la USFX (3,01).

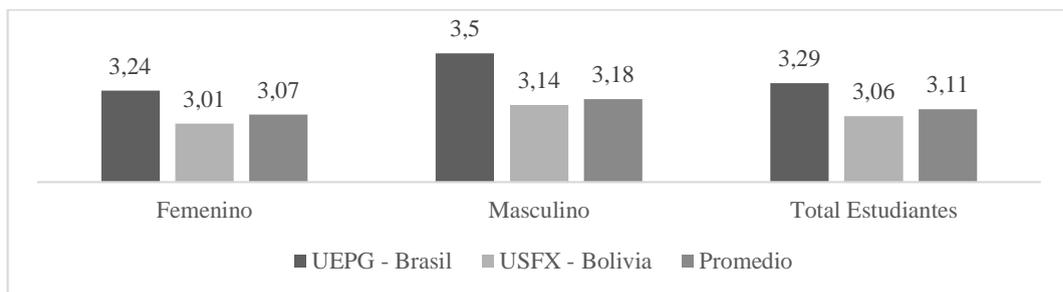


Gráfico 4. Dimensión Esfuerzo y Perseverancia

### ***Dimensión Innovación***

En el Gráfico 5, sobre la Dimensión Innovación, tomando en cuenta el total de estudiantes, los que corresponden a la USFX (3,13) tienen mayor desarrollo en esta dimensión que los estudiantes de la UEPG (2,94).

Comparando ambos géneros, el desarrollo promedio de la dimensión Innovación en los varones (3,16) es mayor que el de las mujeres (3,05).

En las estudiantes del género femenino, las que pertenecen al USFX (3,10) tienen mayor desarrollo de la dimensión que sus similares que pertenecen a la UEPG (2,90).

En los varones, los estudiantes de la USFX (3,17) tienen mayor desarrollo de la dimensión Innovación que los estudiantes de la UEPG (3,13).

Comparativamente, los estudiantes varones de la USFX (3,17) tienen el mayor desarrollo en la dimensión Innovación, seguidos por los estudiantes varones de la UEPG (3,13), las estudiantes mujeres de la USFX (3,10) y finalmente las estudiantes mujeres de la UEPG (2,90).

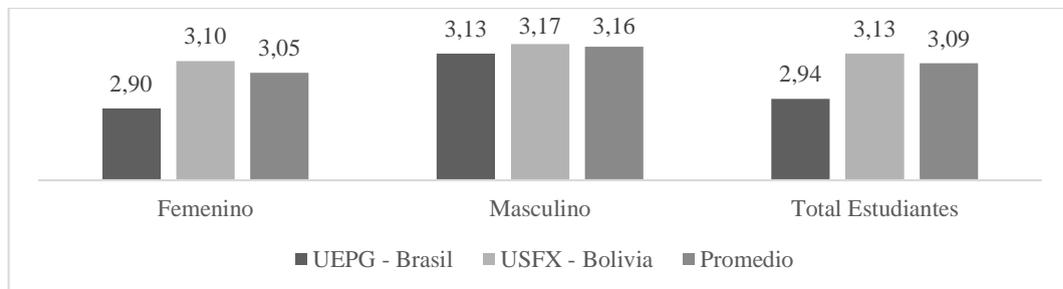


Gráfico 5. Dimensión Innovación

### ***Dimensión Motivación de Logro***

En relación a la Dimensión Motivación de Logro, en el Gráfico 6, se observa que del total de estudiantes, los que pertenecen a la UEPG (3,60) tienen mayor desarrollo que los estudiantes de la USFX (3,24).

Comparando el desarrollo promedio de la dimensión según género, se identifica que, los que pertenecen al género Masculino (3,34), tienen mayor desarrollo que las que pertenecen al género Femenino (3,31).

Entre las estudiantes del género Femenino, las que estudian en la UEPG (3,54) tienen mayor desarrollo de la dimensión Motivación de Logro que las estudiantes de la USFX (3,22).

En los estudiantes varones, los que estudian en la UEPG (3,81) tienen mayor desarrollo en esta dimensión que los que estudian en la USFX (3,28).

En la dimensión Motivación de Logro, los estudiantes varones de la UEPG (3,81) tienen el mayor desarrollo, seguidos por las estudiantes mujeres de la UEPG (3,54), después los varones de la USFX (3,28) y finalmente las estudiantes mujeres de la USFX (3,22).

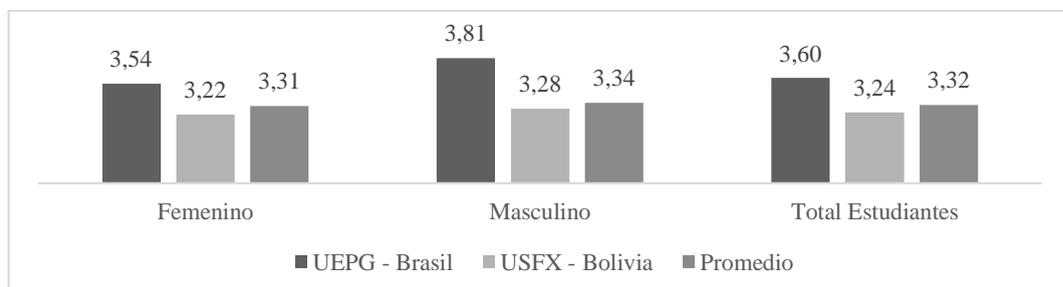


Gráfico 6. Dimensión Motivación de Logro

### ***Dimensión Planificación y Visión***

En el Gráfico 7, se muestra el desarrollo de la Dimensión Planificación y Visión, mostrando que en el total de estudiantes, los que pertenecen a la UEPG (3,50) tienen mayor desarrollo que los estudiantes de la USFX (3,26).

Comparando ambos géneros, se observa que los del género Masculino (3,32) tienen un ligero mayor desarrollo de la dimensión que las del género Femenino (3,31).

Entre las estudiantes del género Femenino, las que pertenecen a la UEPG (3,47) tienen mayor desarrollo de la dimensión que las estudiantes de la USFX (3,25).

Entre los del género Masculino, los estudiantes de la UEPG (3,63) tienen mayor desarrollo de esta dimensión que los estudiantes de la USFX (3,28).

De manera general, los estudiantes hombres de la UEPG (3,63) son quienes tienen un mayor desarrollo de la dimensión Planificación y Visión, seguidos de las mujeres de la UEPG (3,47), los hombres de la USFX (3,28) y finalmente las estudiantes mujeres de la USFX (3,25).

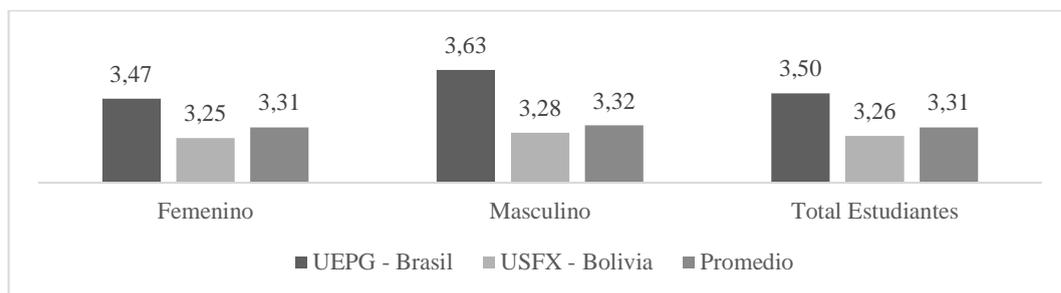


Gráfico 7. Dimensión Planificación y Visión

### ***Dimensión Responsabilidad***

Sobre la Dimensión Responsabilidad, el Gráfico 8 muestra que del total de estudiantes consultados, los de la UEPG (3,23) tienen un mayor desarrollo de esta dimensión que sus similares que estudian en la USFX (3,17).

Según el género, tanto Mujeres (3,18) como Hombres (3,18) tienen un mismo desarrollo promedio de la dimensión Responsabilidad.

Entre las estudiantes del género Femenino, se observa que las estudiantes de la UEPG (3,25) tienen mayor desarrollo de esta dimensión que las estudiantes de la USFX (3,15).

Entre los hombres, se identifica que los estudiantes de la USFX (3,18) tienen un mayor desarrollo de esta dimensión que sus similares de la UEPG (3,13).

Comparativamente, las estudiantes Mujeres de la UEPG (3,25) tienen el mayor desarrollo de la dimensión Responsabilidad, le siguen los estudiantes Hombres de la USFX (3,18), las estudiantes Mujeres de la USFX (3,15) y finalmente los estudiantes Hombres de la UEPG (3,13).

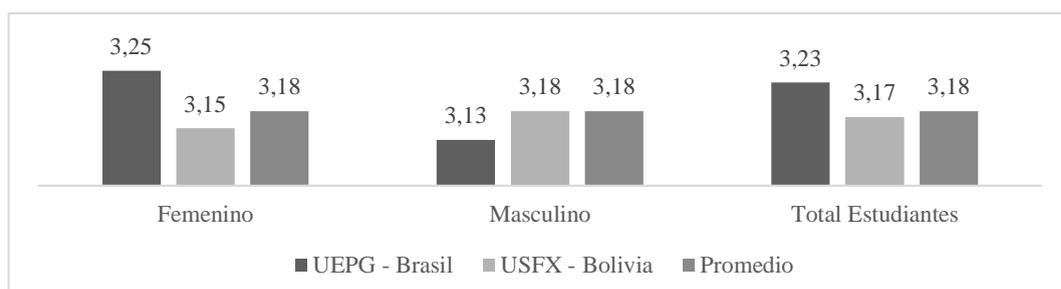


Gráfico 8. Dimensión Responsabilidad

**Dimensión Riesgo**

En el Gráfico 9, en relación a la Dimensión Riesgo, se verifica que del total de estudiantes, los que pertenecen a la USFX (2,98) tienen mayor desarrollo de esta dimensión que los estudiantes de la UEPG (2,81).

Comparando ambos géneros, los estudiantes del género Masculino (3,08) tienen mayor desarrollo promedio de la dimensión que las estudiantes del género Femenino (2,86).

Entre las estudiantes Mujeres, se observa que las que estudian en la USFX (2,90) tienen mayor desarrollo de la dimensión Riesgo que las estudiantes Mujeres de la UEPG (2,76).

En los Hombres, los estudiantes de la USFX (3,09) tienen mayor desarrollo de la dimensión que los estudiantes de la UEPG (3,00).

Los estudiantes Hombres de la USFX (3,08) tienen el mayor desarrollo en la dimensión Riesgo, seguidos por los Hombres de la UEPG (3,00), las Mujeres de la USFX (2,90) y por último las estudiantes Mujeres de la UEPG (2,76).

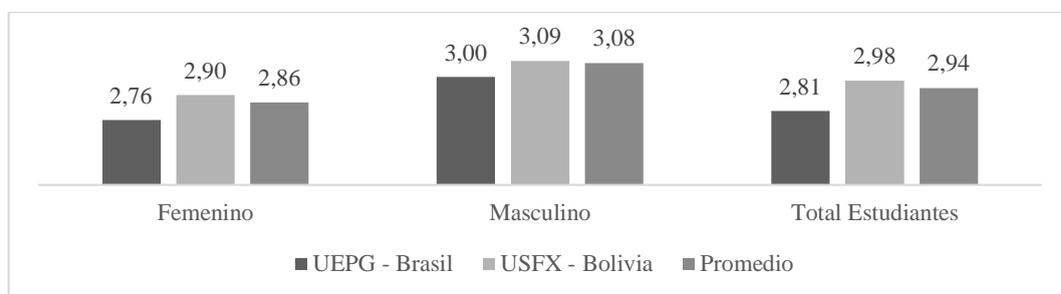


Gráfico 9. Dimensión Riesgo

**Dimensión Intención Emprendedora**

Sobre la Dimensión Intención Emprendedora, los resultados se muestran en el Gráfico 10, donde se puede observar que del total de estudiantes, los que pertenecen a la USFX (3,15) tienen mayor desarrollo que los estudiantes de la UEPG (2,35).

Según el género, los estudiantes del género Masculino (3,16) tienen mayor desarrollo en esta dimensión que las estudiantes del género Femenino (2,87).

Entre las estudiantes del género Femenino, las estudiantes de la USFX (3,08) tienen mayor desarrollo en esta dimensión que las estudiantes de la UEPG (2,34).

Tomando como referencia a los del género Masculino, los estudiantes de la USFX (3,25) tienen mayor desarrollo en la dimensión Intención Emprendedora que los estudiantes de la UEPG (2,38).

Se observa que los estudiantes que mayor desarrollo de esta dimensión tienen son los Hombre de la USFX (3,25), le sigue las Mujeres de la USFX (3,08), los estudiantes Hombres de la UEPG (2,38) y finalmente las estudiantes Mujeres de la UEPG (2,34).

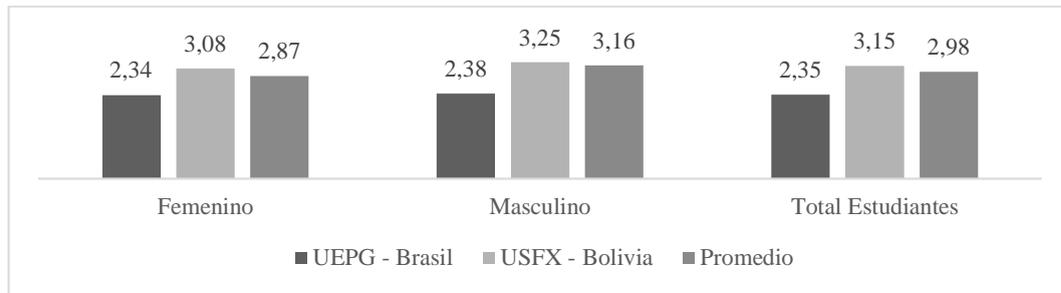


Gráfico 10. Dimensión Intención Emprendedora

### *Dimensiones del Perfil Emprendedor según Género*

Finalmente, en el Gráfico 11, se muestran los valores de las dimensiones que hacen al Perfil Emprendedor del total de estudiantes de ambas universidades según el género.

A excepción de la dimensión Responsabilidad, donde el valor entre mujeres y hombres es el mismo, en todas las otras dimensiones, los hombres tienen mayor desarrollo que las mujeres.

Las dimensiones Riesgo e Intención Emprendedora tienen el menor desarrollo tanto en hombres como en mujeres.

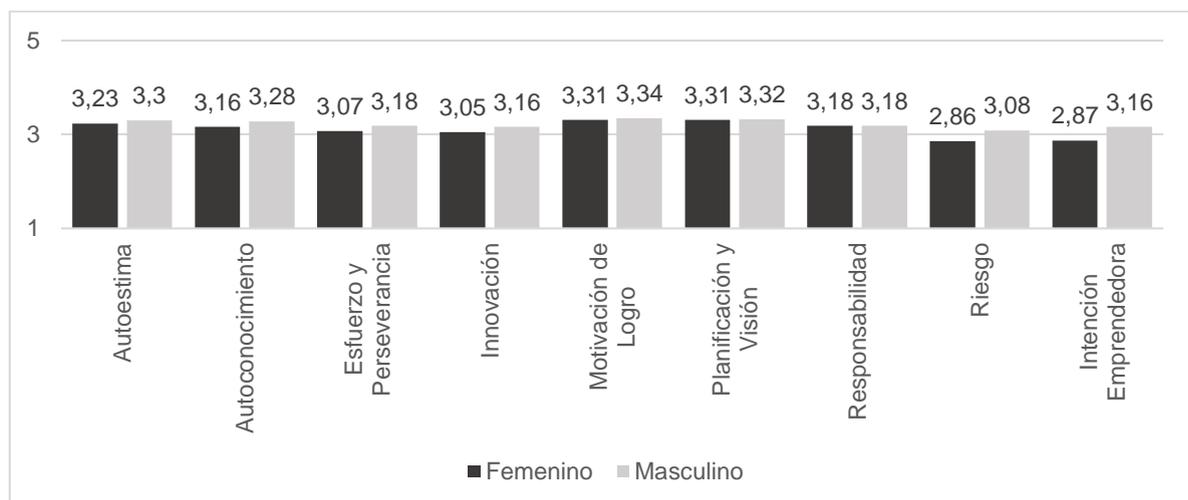


Gráfico 11. Perfil Emprendedor dimensiones según Género

## CONCLUSIONES

El test aplicado demostró ser válido, confiable y fiable para la muestra aplicada, en razón de los indicadores obtenidos, alpha de Cronbach's, fiabilidad compuesta, fiabilidad compuesta ajustada, varianza media extraída AVE, inflación de la varianza VIF y el criterio de Fornell-Larcker.

La valoración del Perfil Emprendedor tiene una perspectiva multidimensional, es explicado a partir de la valoración promedio de las autopercepciones respecto al desarrollo en las dimensiones: Autoestima, Autoconocimiento, Esfuerzo y Perseverancia, Innovación, Motivación de Logro, Planificación y Visión, Responsabilidad, Riesgo y finalmente Intención Emprendedora.

Dimensión	UEPG - USFX		Femenino		Masculino	
	Femenino	Masculino	UEPG	USFX	UEPG	USFX

Autoestima	3,23	3,3	3,32	3,19	3,5	3,27
Autoconocimiento	3,16	3,28	3,15	3,17	3,38	3,27
Esfuerzo y Perseverancia	3,07	3,18	3,24	3,01	3,5	3,14
Innovación	3,05	3,16	2,90	3,10	3,13	3,17
Motivación de Logro	3,31	3,34	3,54	3,22	3,81	3,28
Planificación y Visión	3,31	3,32	3,47	3,25	3,63	3,28
Responsabilidad	3,18	3,18	3,25	3,15	3,13	3,18
Riesgo	2,86	3,08	2,76	2,90	3,00	3,09
Intención Emprendedora	2,87	3,16	2,34	3,08	2,38	3,25
<b>Perfil Emprendedor</b>	<b>3,12</b>	<b>3,22</b>	<b>3,11</b>	<b>3,12</b>	<b>3,27</b>	<b>3,21</b>

Tabla 7. Perfil Emprendedor y sus Dimensiones

Considerando los resultados de ambas universidades, en la Tabla 7, se observa que el Perfil Emprendedor de los estudiantes que pertenecen al género Masculino (3,22) tiene un mayor desarrollo promedio que las estudiantes que pertenecen al género Femenino (3,12); existiendo proporcionalidad en la brecha según el desarrollo promedio de cada una de las Dimensiones que explican al Perfil Emprendedor. Esta diferencia en el Perfil Emprendedor, entre el género Masculino y Femenino, se refleja en los resultados al interior de cada Universidad, así en la UEPG (Brasil), los estudiantes del género Masculino tienen un promedio de 3,27 frente al 3,11 de las estudiantes del género Femenino en la misma universidad. En la USFX, ocurre algo similar, donde los estudiantes del género Masculino tienen un valor de 3,21 en relación al 3,12 de las estudiantes del género femenino en la misma universidad.

El estudio realizado en las Universidades Públicas, Estadual de Ponta Grossa en Brasil y San Francisco Xavier de Chuquisaca en Bolivia, indican que entre los estudiantes de las carreras de Comercio Exterior y de Turismo, existe una brecha en el Perfil Emprendedor según género, siendo los estudiantes de género Masculino quienes tienen mayor desarrollo que las estudiantes de género Femenino.

## REFERENCIAS

- Alava-Atience, N. G., & Quinde-Lituma, M. E. (2023). Análisis explicativo del liderazgo transformacional en el perfil emprendedor social de jóvenes universitarios. *Formacion Universitaria*, 16(2), 49–60. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062023000200049> Álava-Atience Análisis
- Alda, R. (2010). Perfil Emprendedor de los Estudiantes de la Facultad de Economía y Administración, de la Universidad Católica del Norte, Antofagasta, Chile. In *Universidad de Deusto*. <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=Imep47z1%2BCK%3D>
- Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licon, D. Y., & Zúñiga Chávez, M. Y. (2022). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *Fides Et Ratio*, 22, 199–223. <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>
- Baalbaki, S., & Guzman, F. (2016). Chapter 3 - Consumer-based brand. In *The Routledge Companion to Contemporary Brand Management* (Issue Julio, pp. 32–47).
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). Modelo de Emprendimiento y Análisis de los Factores Determinantes para su Sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183–196. <https://www.revistaespacios.com>
- Cabero-Almenara, J., Barroso-Osuna, J., Llorente-Cejudo, C., & Palacios-Rodríguez, A. (2022). Validación Del Marco Europeo De Competencia Digital Docente Mediante Ecuaciones Estructurales. *Revista Mexicana de Investigacion Educativa*, 27(92), 185–208.
- Campuzano-Vásquez, J. A., & Cedillo-Chalaco, L. F. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala en presencia del COVID-19. *INNOVA Research Journal*, 6(3.2), 47–62. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2.2021.1939>
- Cárdenas Castro, J. M. (2014). Potencia estadística y cálculo del tamaño del efecto en G\*Power: complementos a las pruebas de significación estadística y su aplicación en psicología. *Salud & Sociedad*, 5(2), 210–244. <https://doi.org/10.22199/s07187475.2014.0002.00006>

- Castro, A. B., Saavedra García, M. L., & Vargas Vega, T. de J. (2022). El perfil emprendedor de los microempresarios en los estados de México y Chiapas. *Apuntes Del Cenes*, 41(73). <https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13019>
- Cordero, D., Astudillo, S., & Cisneros, D. (2023). Attributes and Entrepreneurial Intention in University Students of Electrical Engineering and Computing Sciences. *IEEE Transactions on Education*, PP, 1–7. <https://doi.org/10.1109/TE.2023.3253839>
- de Gregori, W. (2014). Neuroeducación para el Éxito: Educación, Neuroeducacion. *UIN Maulana Malik Ibrahim*, 39(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature10402%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nature21059%0Ahttp://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577%0Ahttp://>
- Encina Ayala, L. M., & López Méndez, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1642–1659. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i2.374](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374)
- Gómez Miranda, O. M. (2023). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios: caso de una institución de educación superior en Colombia. *TENDENCIAS*, XXIV(1), 174–197. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.220>
- Guzmán Ávila, J. A., Reyes Reinoso, J. R., Castillo Castillo, D. C., & Cantos Ochoa, M. E. (2020). Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(37), 97–110. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In M. G. Hill (Ed.), *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. [shorturl.at/mwS39](http://shorturl.at/mwS39)
- Ibañez, A. (2012). Medición y Propuestas de Actuación ACTITUDES EMPRENDEDORAS ICE Medición y Propuestas de Actuación. In E. Mensajero (Ed.), *ICE de la Universidad de Deusto*.
- Jardim, J. (2021). Entrepreneurial Skills to Be Successful in the Global and Digital World: Proposal for a Frame of Reference for Entrepreneurial Education. *Education Sciences*, 11(7), 356. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/educsci11070356>
- Juárez Fonseca, V., Pérez Paredes, A., & García Vázquez, J. M. (2022). El papel de la mujer en el emprendedurismo social: El caso de Nektitsin-Tekitini. *Nueva Época*, 53(16), 70–94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8845244>
- Lerma Meza, A., Vásquez Araujo, J., Martínez Vasquez, M., González Cisneros, L., Coronado Manqueros, J., & Barraza Macias, M. (2021). Manual de Temas nodales de la investigación cuantitativo. In *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. un abordaje didáctico*. <http://www.upd.edu.mx/PDF/Libros/Nodales.pdf#page=82>
- Lladós-Maslloréns, J., & Ruiz-Dotras, E. (2022). Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 69–94. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2021-0017>
- López-Nuñez, M. I., Rubio Valdehita, S., Díaz Ramiro, E., & Martín-Seoane, G. (2021). Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo. *Revista de Educación*, 2021(392), 11–32. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2021-392-477>
- López Torres, V. G., Sánchez Tovar, Y., Moreno Moreno, L. R., & Pérez Rivas, D. A. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(SpecialIssue 4), 127–146. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i.36998>
- Martínez-Martínez, S. L., & Ventura, R. (2020). Entrepreneurial Profiles at the University: A Competence Approach. *Frontiers in Psychology*, 11(December), 1–20. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.612796>

- Montaño Armendáriz, A., Pérez Concha, J. C., & Martínez Sidón, G. (2022). Economía social y empoderamiento de la mujer a partir del turismo en zonas rurales: el caso de la ribera, Baja California Sur. In Escenarios territoriales ante la reconfiguración del orden mundial (pp. 601–614). <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/5911>
- Montufar Melo, A. R. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y Ciencias Del Comportamiento de La Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(2), 132–146. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20201215-121>
- Moral de la Rubia, J. (2019). Revisión de los criterios para validez convergente estimada a través de la Varianza Media Extraída. *Psychologia*, 13(2), 25–41. <https://doi.org/10.21500/19002386.4119>
- Morales Valero, M. (2019). Gestión del capital intelectual como factor clave en el diseño estratégico de un proyecto de desarrollo turístico (Cúllar, Granada, España). *Ager: Revista de Estudios Sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 28, 43–73. <https://doi.org/10.4422/ager.2019.03>
- Morone, G. (2015). *Métodos y técnicas de la investigación científica* (p. 18).
- Mussons-Torras, M., & Tarrats-Pons, E. (2018). Instrumento evaluador de la credibilidad emprendedora en estudiantes de educación postobligatoria. *Aula Abierta*, 47(2), 203–210. <https://doi.org/https://doi.org/10.17811/rifie.47.2.2018.203-210>
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Quinta, Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Paredes Hernández, S. P., Castillo Leal, M., & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158–167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- Portuguez Castro, M., & Gómez Zermeño, M. G. (2021). Identifying entrepreneurial interest and skills among university students. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13), 19. <https://doi.org/10.3390/su13136995>
- Ramírez-Correa, P. E., & Mariano, A. M. (2014). Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS: El caso del uso de bases de datos científicas en estudiantes universitarios. *Revista ADMpg Gestão Estratégica*, 7(2), 133–139. <https://www.researchgate.net/publication/276410281%0APropuesta>
- Reyes Rosa, N. I., & Molinero, M. (2022). Perfil emprendedor de un grupo de estudiantes universitarios de UNITEC y CEUTEC. *INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología*, 11(1), 23–27. <https://doi.org/10.5377/innovare.v11i1.14076>
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32.
- Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J. L., & Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relationship between profile and entrepreneurial vision of university students. *Retos(Ecuador)*, 12(23), 67–82. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>
- Rubio-Rodríguez, G. A., Rodríguez Barrero, M. S., Flórez Guzmán, M. H., & Molina Ramírez, A. R. (2019). Perfil emprendedor en estudiantes: divergencias entre dos universidades colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, N° 2, 456–473. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31503>
- Sánchez-Torné, I., Pérez-Suárez, M., García-Río, E., & Baena-Luna, P. (2021). ¿Cómo influye el género en la Intención Emprendedora? Un análisis del estudiantado universitario. *Revista de Investigación Educativa*, 39(2), 427–444. <https://doi.org/10.6018/rie.428451>
- Santos-Jaén, J. M., Iglesias-Sánchez, Pa. P., & Jambrino-Maldonado, C. B. (2022). The role of gender and connections between entrepreneurship and employability in higher education. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100708>
- Segarra, H. P., Chabusa, J. L., Legarda, C. M., & Espinoza, E. I. (2020). Perfil de la Mujer Emprendedora en Latinoamérica: un Marco Referencial para Ecuador. *Espacios*, 41(19), 2. <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p25.pdf>

- Silva-Peralta, Y., Rompato, M. E., Pesce, N., Tassier, D., & Castaño, A. (2022). Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios. *Revista de Estudios y Experiencias En Educación*, 21(46), 328–344. <https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>
- Tarapuez Chamorro, E. I., Aristizábal Tamayo, J. M., & Uribe Urán, A. P. (2021). Intención Empresarial y Dimensiones Culturales en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *TENDENCIAS*, XXII(1), 120–144.
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Contreras, D. R., & Parraguez, F. P. (2021). Analysis of entrepreneurial profile to train new generations of young Chileans. *Informacion Tecnologica*, 32(1), 209–216. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000100209>
- Vall-Ilosera Casanovas, L. Renart Vicens, G., Saurina Canals, C., & Serra, L. (2022). Entrepreneurial skills in university degrees. *Intangible Capital*, 18(2), 182–194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3926/ic.1542>
- Vargas-Merino, J. A., Vicente, J. S. Y., Lozano, M. L., & Dávalos, M. A. V. (2022). Entrepreneurial Profile. A Confirmatory Factor Analysis of Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) in Peruvian University Students. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 18, 595–603. <https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.58>
- Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709–720. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>
- Vera Muñoz, J. G. S., Vera Muñoz, M. A. M., & Martínez Méndez, R. (2021). ¿Es el género un factor diferenciador en la intención emprendedora? In U. de C. Rica (Ed.), *25 Congreso Internacional de Ciencias Administrativas* (pp. 1–23).
- Vila Sanchis, E. (2020). El papel de la mujer en el emprendimiento turístico rural: El caso de Montesa (Valencia). Universidad de Alichante.