

Ciencias de la Educación y Humanidades

Abordaje epistemológico, teórico y metodológico del Emprendimiento Universitario con Enfoque de Género

Epistemological, theoretical and methodological approach to University Entrepreneurship with a Gender Perspective

Sayda Yadira Flores Toruño¹

RESUMEN

El ensayo aborda el emprendimiento universitario desde una perspectiva epistemológica, teórica y metodológica, incorporando un enfoque de género que permite analizar cómo las diferencias de género influyen en las dinámicas de creación y gestión de empresas dentro del ámbito académico. Se parte de la premisa de que las experiencias y oportunidades de emprendimiento no son homogéneas y están determinadas por múltiples factores, entre ellos, el género, que puede configurar tanto barreras como facilitadores en el acceso a recursos, redes y capital social. Se examinan los marcos teóricos que sustentan el estudio del emprendimiento universitario, enfatizando cómo el enfoque de género desafía los modelos tradicionales y aporta una visión más inclusiva y diversa. A través de una revisión crítica de la literatura, se identifican las distintas formas en las que las mujeres y los hombres se relacionan con el emprendimiento, y cómo las estructuras sociales y culturales, en particular las normas de género, condicionan las oportunidades y las expectativas en este campo. El artículo también destaca la importancia de integrar el enfoque de género en las políticas públicas y programas educativos de emprendimiento universitario, para garantizar un desarrollo más equitativo e inclusivo. Como conclusión, el estudio propone que un abordaje epistemológico, teórico y metodológico del emprendimiento universitario con enfoque de género no solo amplía las comprensiones tradicionales, también abre nuevas oportunidades para mejorar la equidad y la inclusión en un ambiente emprendedor académico.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento universitario, Enfoque de género, Oportunidades, Equidad, Inclusión.

ABSTRACT

The essay addresses university entrepreneurship from an epistemological, theoretical and methodological perspective, incorporating a gender approach that allows us to analyze how gender differences influence the dynamics of business creation and management within the academic field. It is based on the premise that entrepreneurial experiences and opportunities are not homogeneous and are determined by multiple factors, including gender, which can configure both barriers and facilitators in access to resources, networks and social capital. The theoretical frameworks that support the study of university entrepreneurship are examined, emphasizing how the gender approach challenges traditional models and provides a more inclusive and diverse

¹ Universidad Nacional Francisco Luis Espinoza Pineda, UNFLEP-Estelí, Nicaragua. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7600-8399>. Correo electrónico: Sayda.flores@unflep.edu.ni

Ciencias de la Educación y Humanidades

vision. Through a critical review of the literature, the different ways in which women and men relate to entrepreneurship are identified, and how social and cultural structures, particularly gender norms, condition opportunities and expectations in this field. The article also highlights the importance of integrating the gender approach into public policies and educational programs on university entrepreneurship, to ensure a more equitable and inclusive development. In conclusion, the study proposes that an Epistemological, theoretical and methodological approach to university entrepreneurship with a gender focus not only broadens traditional understandings, but also opens up new opportunities to improve equity and inclusion in an academic entrepreneurial environment.

KEYWORDS: University entrepreneurship, Gender approach, Opportunities, Equity, Inclusion.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento universitario ha emergido como un fenómeno de gran relevancia en las últimas décadas, impulsado por la necesidad de innovación y el desarrollo económico en diversas regiones del mundo. Sin embargo, al abordar este tema desde una perspectiva de género, se revela un campo de estudio que aún enfrenta desafíos significativos. Este artículo explora el abordaje epistemológico, teórico y metodológico del emprendimiento universitario con un enfoque de género, resaltando la importancia de considerar las diferencias en las experiencias y oportunidades de los emprendedores y emprendedoras.

Existe una creciente literatura que analiza y discute la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, estimulada en buena medida por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), (Acs, Desai y Hessels 2008; Burke, FitzRoy y Nolan 2002; Naude 2010; Minniti y Nardone 2007; entre otros). Parte de los hallazgos que se han encontrado en estos estudios es que en los países en desarrollo el nivel de emprendimiento tiende a ser más alto que en los ya desarrollados debido a que el auto-empleo en estas naciones es mayor, no tanto por iniciativa de los individuos, como por las necesidades de generación de ingresos (Acs, Desai y Hessels 2008).

Algunos de estos estudios se han centrado en identificar los determinantes de la diferenciación en la tasa de creación de nuevos negocios entre hombres y mujeres. A partir de técnicas cuantitativas de análisis, en general, muestran que existen diferencias significativas en los niveles de creación de firmas por sexo y evidencian que el número de mujeres involucradas en el inicio de negocios es significativa y sistemáticamente menor que el de hombres. En la explicación sobre qué determina la iniciación de un negocio, se encuentran las variables socioeconómicas (edad, educación, recursos financieros, los ingresos individuales, etc.) y las características de percepción de los individuos (reconocimiento de la oportunidad de negocio, la autoconfianza, el temor al fracaso y el conocimiento de otros emprendedores, entre los más importantes) (Naude 2010).

(Minniti y Nardone 2007, 236), argumentan, que la percepción de oportunidad es un factor importante en explicar las diferencias de género. Esto es, el emprender nuevos negocios está basado en una habilidad individual para percibir oportunidades y actuar en ellas. Los resultados de estudios realizados, sugieren que si las mujeres sienten que tienen las capacidades y conocimientos para em-

Ciencias de la Educación y Humanidades

prender un negocio, y creen que sus habilidades las llevarán al éxito, ellas serán más propensas a iniciar su propio negocio. Esta corriente de estudios desde la teoría económica, si bien logra evidenciar diferencias de género en los procesos de emprendimiento, ha abierto un importante campo de estudio donde el género presenta limitaciones propias de su abordaje teórico y epistemológico para una satisfactoria explicación desde una teoría de género.

En este artículo se presenta una síntesis de una revisión de literatura sobre la relación entre emprendimiento y género, la cual es producto del impacto de los estudios de género sobre las teorías del emprendimiento en la economía y la administración. Esta revisión no pretende ser total, pero sí rescatar las principales críticas de la mujer al concepto de emprendimiento y algunas de las investigaciones que a nivel internacional, nacional y local, se han realizado desde un enfoque de género. También se presenta la metodología de investigación que brinda la información relevante para la sustentación de las teorías planteadas. Finalmente, se realizan algunas reflexiones de conclusión.

DESARROLLO

2.1. Abordaje Epistemológico

El abordaje epistemológico se refiere a cómo se construye y valida el conocimiento dentro de un campo específico. En el ámbito del emprendimiento, la investigación ha estado predominantemente centrada en modelos masculinos de emprendimiento, lo que limita la comprensión de las realidades de las mujeres emprendedoras. Según Bruni, Gherardi y Poggio (2004), este enfoque androcéntrico ha resultado en una "ceguera" hacia las contribuciones de las mujeres en el emprendimiento, perpetuando la idea de que el éxito empresarial está intrínsecamente ligado a características masculinas.

Un enfoque de género en la epistemología del emprendimiento permite ampliar la concepción del conocimiento, incorporando las voces y experiencias de las mujeres. Además, reconoce que las mujeres no solo enfrentan barreras estructurales y culturales en el acceso a recursos y oportunidades, sino que también aportan una perspectiva única que enriquece el campo del emprendimiento (Ahl, 2006). Así, la incorporación de teorías feministas y enfoques interseccionales resulta crítico para una comprensión más completa del fenómeno.

Desde una perspectiva epistemológica, el emprendimiento se entiende como una práctica empresarial, y como un proceso de generación de nuevas ideas, enfoques y formas de interactuar con el entorno socioeconómico y cultural. Esta perspectiva pone énfasis en el conocimiento tácito y explícito que los estudiantes y académicos adquieren en sus experiencias de emprender, subrayando que el emprendimiento universitario es una práctica socialmente construida que se ve influenciada por los contextos educativos, culturales y políticos (Fayolle & Liñán, 2014). Además, se plantea que el proceso de emprendimiento en las universidades debe ser abordado de forma holística, considerando no solo los aspectos económicos o financieros, sino también las dimensiones cognitivas, emocionales y relacionales que afectan las decisiones y comportamientos de los emprendedores en formación (Neck & Greene, 2011).

Desde una epistemología crítica, el emprendimiento universitario también se analiza como una

Ciencias de la Educación y Humanidades

herramienta para cuestionar y transformar las estructuras existentes dentro de las universidades y la sociedad (Figura 1). El enfoque epistemológico permite investigar cómo las universidades contribuyen a la creación de un conocimiento que, si bien tiene un fuerte componente técnico y práctico, debe estar también influido de un compromiso con la innovación social y la solución de problemas globales (Kuratko, 2005). De este modo, el emprendimiento no solo es visto como una actividad económica, sino como un campo de conocimiento que debe requerir y cuestionar las relaciones de poder y las estructuras normativas dentro de las instituciones educativas. Al integrar una mirada crítica y reflexiva, se abre la posibilidad de redefinir el rol del emprendimiento universitario en el fomento de un desarrollo más inclusivo y sostenible, tanto a nivel local como global (Rae, 2006).

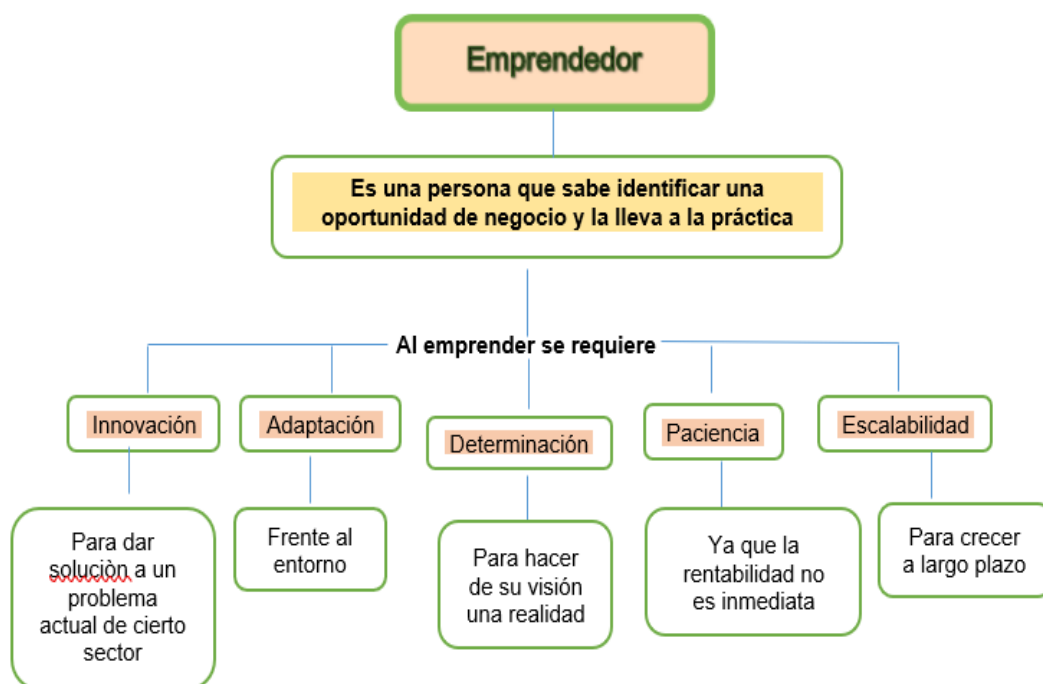


Figura 1. Características de un emprendedor universitario

Fuente: Elaboración propia

2.2. Abordaje Teórico

El abordaje teórico del emprendimiento universitario se fundamenta en diversas corrientes académicas que buscan explicar el proceso de creación y desarrollo de empresas desde un contexto educativo. Uno de los marcos teóricos más influyentes es el modelo de competencias emprendedoras, que se centra en identificar y desarrollar las habilidades y capacidades necesarias para emprender, tales como la creatividad, la toma de decisiones y la resiliencia (Gartner, 1988). Este enfoque destaca la importancia de que las universidades no solo proporcionen conocimientos técnicos, sino que también fomenten el desarrollo de capacidades emocionales y sociales que permiten a los estudiantes identificar y aprovechar oportunidades de negocio. En este sentido, se sostiene que el emprendimiento universitario debe verse como un proceso continuo de aprendizaje y adaptación, en el que los estudiantes son actores activos que integran tanto sus conocimientos académicos como sus experiencias personales para innovar y crear valor (Educación para el emprendimiento, 2009).

Ciencias de la Educación y Humanidades

Por otro lado, algunos enfoques teóricos enfatizan la dimensión institucional y estructural del emprendimiento universitario, entendiendo que el entorno educativo desempeña un papel clave en la promoción o limitación de la actividad emprendedora. La teoría institucional, por ejemplo, sugiere que las normas, reglas y culturas dentro de las universidades pueden facilitar o restringir el emprendimiento, dependiendo de cómo las instituciones valoren y apoyen la innovación empresarial (Scott, 2008). Este enfoque subraya que, para fomentar un ecosistema emprendedor robusto, es necesario que las universidades no solo ofrezcan formación técnica, sino que también creen entornos institucionales que apoyen la creatividad, la colaboración interdisciplinaria y el acceso a recursos como el capital social y financiero. De esta manera, el emprendimiento universitario se conceptualiza como una habilidad individual, y como un fenómeno social que depende en gran medida de los recursos y apoyos institucionales proporcionados por las universidades y otros actores del ecosistema (Rae, 2007).

En las teorías de Schumpeter (1939), por ejemplo, el rasgo distintivo de la actividad emprendedora es la capacidad de innovación. Esto, sin embargo, es considerado esencialmente como una cualidad intrínseca de la persona, dotada de cualidades excepcionales, y no como un conjunto de prácticas que se adquieren en contextos socioculturales e históricos específicos. Los discursos sobre emprendimiento tienden a marginalizar aquellos hombres que no encajan en la construcción del hombre racional y calculador del riesgo, o aquellas (históricamente mujeres) que son incapaces de tomar parte porque están involucradas en actividades domésticas. La dicotomía entre hogar y trabajo es tomada, por supuesto, con el valor colocado en la naturaleza única y racional del trabajo, mientras el componente emocional necesario para manejar las relaciones interpersonales es ignorado.

2.2.1. Teoría del Capital Humano

La teoría del capital humano, desarrollada por economistas como Gary Becker, sugiere que la educación y la formación aumentan las habilidades y la productividad de las personas, lo que a su vez mejora sus oportunidades de empleo y potencial de ingresos. En el contexto del emprendimiento universitario, las universidades desempeñan un papel importante en la formación de emprendedores competentes y en la provisión de conocimientos y habilidades necesarias para la creación y gestión de nuevas empresas.

Además esta teoría, sostiene que las habilidades, conocimientos, experiencias y competencias adquiridas por los individuos a lo largo de su vida representan un activo valioso que puede generar valor económico tanto para el individuo como para la sociedad en general. En el contexto del emprendimiento, esta teoría postula que los emprendedores no solo dependen de recursos financieros y materiales, sino también de su capacidad para aplicar su capital humano en la identificación de oportunidades, la innovación y la gestión de riesgos (Becker, 1964).

Las universidades juegan un papel fundamental en este proceso, ya que son espacios donde se forma el capital humano mediante la educación formal y la capacitación en habilidades emprendedoras. Según esta perspectiva, cuanto mayor es el nivel de educación y las capacidades adquiridas por los estudiantes, mayores serán sus probabilidades de éxito en la creación y gestión de nuevas empresas (Schultz, 1961). Así, la Teoría del Capital Humano destaca la importancia de invertir en la formación de los estudiantes como un medio para fomentar el emprendimiento, dado que el conocimiento y las habilidades son fundamentales para tomar decisiones informadas, innovar y competir en un mercado globalizado.

Ciencias de la Educación y Humanidades

2.2.2. Teoría del Capital Social

El capital social, definido por sociólogos como Pierre Bourdieu y Robert Putnam, se refiere a los recursos disponibles a través de las redes de relaciones sociales. En el ámbito del emprendimiento, las redes y conexiones sociales son fundamentales para acceder a recursos financieros, información, y apoyo. Esta teoría, se centra en la importancia de las relaciones sociales y las redes de apoyo en el desarrollo individual y colectivo, considerando que los vínculos entre personas, grupos y organizaciones pueden generar recursos valiosos como información, confianza y oportunidades (Bourdieu, 1986).

En el ámbito del emprendimiento, esta teoría sostiene que los emprendedores no solo dependen de sus habilidades individuales, sino también de las conexiones y recursos a los que tienen acceso a través de sus redes sociales. En este sentido, las universidades juegan un papel clave al facilitar la creación de redes de contacto, tanto entre estudiantes como con empresarios, mentores y otros actores del ecosistema emprendedor

El capital social puede influir significativamente en el éxito de los emprendedores, ya que proporciona acceso a oportunidades laborales, financiación y conocimientos especializados que son fundamentales en las primeras etapas de una empresa (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Además, la confianza y la colaboración que se desarrollan en estas redes permiten a los emprendedores superar obstáculos, compartir riesgos y acceder a recursos que de otro modo serían inalcanzables, haciendo del capital social un factor clave para la sostenibilidad y el crecimiento de las iniciativas emprendedoras.

2.2.3. Teoría de la Triple Hélice

La Teoría de la Triple Hélice, propuesta por Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff (1995), postula, que el proceso de innovación y emprendimiento se produce a través de la interacción dinámica entre tres actores clave: las universidades, el sector empresarial y el gobierno (Figura 2). Esta teoría sostiene que la colaboración entre estos tres sectores es esencial para crear un entorno propicio para la innovación y el emprendimiento, ya que cada uno aporta recursos y conocimientos complementarios.

Las universidades, como generadoras de conocimiento académico y tecnológico, juegan un papel fundamental en la formación de capital humano y en la investigación que impulsa nuevas ideas y tecnologías. Por otro lado, las empresas son las que transforman este conocimiento en productos y servicios comercializables, mientras que el gobierno facilita el entorno regulatorio y ofrece apoyo financiero y político que fomente la colaboración y la transferencia de tecnología.

El autor Per Blenker (2006) propone el siguiente esquema, en el cual la Universidad juega un rol sumamente importante en el desarrollo del espíritu emprendedor.

Ciencias de la Educación y Humanidades



Figura 2. El rol de la Universidad en la formación emprendedora.
Fuente: P. Blenker (2006)

En el contexto del emprendimiento universitario, la Teoría de la Triple Hélice sugiere que un ecosistema de innovación exitoso depende de la sinergia entre estos tres actores, permitiendo la generación de valor a través de la creación de nuevas empresas, la transferencia de tecnología y el impulso de políticas públicas que favorezcan el emprendimiento (Etzkowitz, 2008). Así, la universidad se convierte no solo en un lugar de formación académica, sino también en un actor clave en el desarrollo económico y social mediante su conexión con los sectores empresarial y gubernamental.

La integración de un enfoque de género en el estudio del emprendimiento universitario no solo enriquece el conocimiento académico, sino que también tiene implicaciones prácticas significativas; ya que las universidades pueden diseñar programas de emprendimiento que aborden específicamente las necesidades de las mujeres, proporcionando acceso a mentorías, financiamiento y redes de contacto (Brush et al., 2006). Además, la promoción de una cultura inclusiva que celebre las contribuciones de las mujeres en el ámbito empresarial desafía las normas sociales tradicionales y fomenta un entorno más equitativo.

La diversidad de género además de enriquecer el proceso de innovación también amplía las perspectivas y la creatividad en la solución de problemas. Las investigaciones han demostrado que los equipos diversos tienden a ser más innovadores y capaces de generar ideas disruptivas debido a las distintas experiencias y enfoques que cada miembro aporta (Catalyst, 2019).

Además, al incentivar la igualdad de género en el emprendimiento, se contribuye a la reducción de las brechas de oportunidad entre mujeres y hombres, permitiendo que las mujeres, que históricamente han tenido menos acceso a recursos y redes, puedan acceder a las mismas oportunidades para emprender, innovar y liderar. Esto no solo mejora la equidad en el ambiente emprendedor, sino que también fomenta una economía más inclusiva y equitativa, en la que tanto mujeres como hombres puedan aportar sus talentos y habilidades para el desarrollo social y económico.

Ciencias de la Educación y Humanidades

Integrar el enfoque de género en las políticas públicas y programas educativos de emprendimiento universitario es esencial para crear un entorno más inclusivo y equitativo que permita a todos los emprendedores, independientemente de su género, acceder a las mismas oportunidades de desarrollo y éxito. Las barreras de género han sido históricamente un obstáculo para las mujeres en el ámbito emprendedor, limitando su acceso a recursos, redes y financiamiento.

Al incorporar un enfoque de género en las políticas y programas educativos, se reconoce la necesidad de desafiar estereotipos de género, eliminar sesgos en la formación y asegurar que tanto hombres como mujeres tengan las mismas posibilidades de desarrollar sus ideas emprendedoras. Además, el enfoque de género promueve la diversificación en los modelos de negocio y en los equipos emprendedores, lo cual puede generar una mayor innovación y contribuir al desarrollo de soluciones más inclusivas y sostenibles, fomentando una cultura que valore la equidad de género y que proporcione un entorno más justo y accesible para todos los emprendedores, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico y social de manera más balanceada y justa.

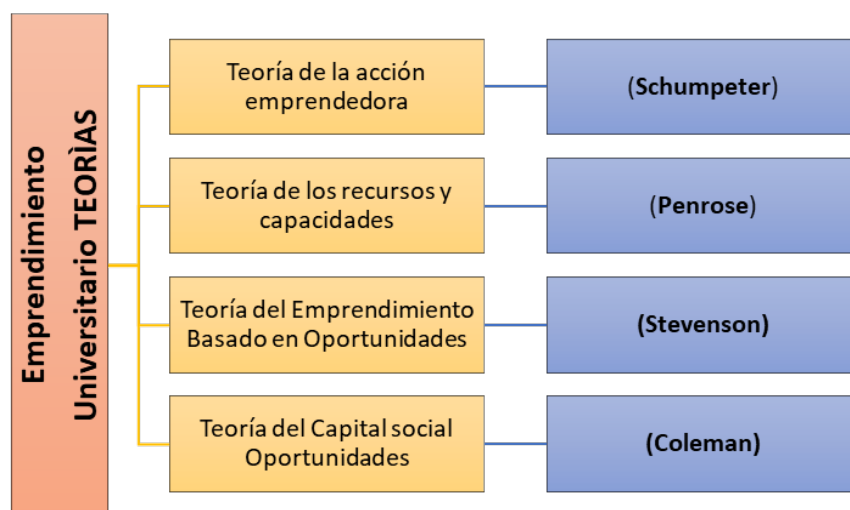


Figura 3. Teorías del emprendimiento universitario.

Fuente: Elaboración propia

3. Abordaje Metodológico

Garavito-Hernández et al (2021) realiza un análisis exhaustivo sobre las investigaciones previas relacionadas con el emprendimiento entre mujeres y jóvenes, centrándose principalmente en identificar las barreras, los desafíos y las oportunidades específicas que enfrentan estos grupos en el ámbito emprendedor. El enfoque metodológico de este artículo es cualitativo y bibliográfico. Se trata de una revisión de la literatura, lo que implica un análisis sistemático de las investigaciones previas relacionadas con el tema del emprendimiento en mujeres y jóvenes. El artículo no realiza una investigación empírica directa, sino que hace un esfuerzo por sintetizar y organizar el conocimiento existente, con el fin de presentar una visión crítica y comprensiva de los temas tratados en las investigaciones previas.

Ciencias de la Educación y Humanidades

Bruni et al. (2004) han trabajado en la intersección de género y emprendimiento, enfatizando cómo las experiencias de las mujeres emprendedoras son influenciadas por normas sociales y estructuras organizativas. Este innovador estudio considera tanto el género como el emprendimiento como formas simbólicas, observando sus diversos patrones y representación social. Este trabajo presenta un estudio etnográfico de la estructuración de género del emprendimiento y emplea tres estrategias: una revisión crítica de los estudios de género que sostiene que el emprendimiento es un modelo cultural de masculinidad que obstruye la expresión de otros modelos; una observación etnográfica "reflexiva" realizada en cinco pequeñas empresas que describe cómo las culturas empresariales están "generizadas" y cómo el género es el producto de una práctica social; y un análisis de cómo las prácticas discursivas y narrativas en las culturas empresariales constituyen el género y el emprendimiento.

Vera et al. (2023) analiza si entre los estudiantes de educación superior existe un impacto relevante en la intención emprendedora que sea atribuible a la diferencia de género, en la parte metodológica se tomó una muestra a un grupo de estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública (FCP) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), con estos datos se realizó un análisis descriptivo que se complementó con una prueba de hipótesis para muestras apareadas. El principal resultado a nivel descriptivo, el promedio de los estudiantes fue superior al promedio de las estudiantes en cada una de las variables del modelo de Vamvaka et al. (2020). Sin embargo, las pruebas de hipótesis arrojaron que únicamente en la variable control conductual percibido, se encontró evidencia estadística significativa para suponer que los promedios de los estudiantes varones son superiores a los promedios de las estudiantes mujeres.

Lechuga-Nevárez et al. (2022) analiza el Emprendimiento Universitario y el Impacto Socioeconómico con perspectiva de género en egresados de las diferentes especialidades de una Institución de Educación Superior en Victoria de Durango, Durango - México. Es un estudio con enfoque cuantitativo, no experimental, con un diseño descriptivo, transversal y correlacional. Basado en la Teoría del Comportamiento Planificado. La muestra fue de 152 empresas creadas por mujeres y hombres universitarios egresados que emprenden. Los resultados muestran que no hay diferencias significativas entre mujeres y hombres universitarios egresados analizados y sus emprendimientos, concluyendo que una vez que el emprendedor decide realizar la actividad emprendedora no hay diferencias importantes con perspectiva de género durante la creación, desarrollo, consolidación y permanencia de los mismos.

Paredes et al. (2024) analiza desde una perspectiva multidisciplinaria, el desarrollo del emprendimiento social, como el enfoque económico de la innovación social, pero con una perspectiva de género centrada en el emprendimiento femenino, como una de las estrategias para la igualdad económica de las mujeres que más fuerza han cobrado en las últimas décadas.

CONCLUSIONES

El abordaje epistemológico, teórico y metodológico del emprendimiento universitario con enfoque de género es fundamental para comprender y promover un ecosistema emprendedor más equitativo, reconociendo las diversas experiencias de las mujeres y utilizar métodos de investigación que capten su realidad puede conducir a un conocimiento más profundo y a la creación de políticas efectivas. Al adoptar una perspectiva de género en el emprendimiento, no solo se beneficia a las mujeres, sino que se enriquece el tejido social y económico, promoviendo

Ciencias de la Educación y Humanidades

un desarrollo sostenible e inclusivo.

Un análisis metodológico de los artículos de emprendimiento universitario con enfoque de género revela que, aunque hay una creciente atención al tema, persisten desafíos tanto metodológicos como conceptuales. Los enfoques cualitativos permiten una comprensión profunda de las experiencias personales, mientras que los enfoques cuantitativos ayudan a identificar patrones generales. Sin embargo, la falta de marcos estandarizados para medir las desigualdades de género en el emprendimiento y las dificultades para acceder a muestras representativas siguen siendo barreras para generar conclusiones más sólidas y generalizables.

REFERENCIAS

- Ahl, H. (2006). Por qué la investigación sobre mujeres empresarias necesita nuevas direcciones. *Teoría y práctica del emprendimiento*, 30(5), 595-621.
- Becker, G. S. (1964). *Capital humano: un análisis teórico y empírico, con especial referencia a la educación*. University of Chicago Press.
- Bourdieu, P. (1986). Las formas del capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Manual de teoría e investigación para la sociología de la educación* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Género y espíritu empresarial: An Ethnographic Approach. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 24-36.
- Brush, C. G., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2006). The Role of Women Entrepreneurs in Economic Growth (El papel de las mujeres empresarias en el crecimiento económico). *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 7(1), 23-35.
- Creswell, J. W. (2014). *Diseño de investigación: enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos* (4.ª ed.). Sage Publications.
- Educación para el emprendimiento (2009). *Educación para el emprendimiento: una visión global*. Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Etzkowitz, H., y Leydesdorff, L. (1995). La triple hélice: relaciones universidad-industria-gobierno: un laboratorio para el desarrollo económico basado en el conocimiento. *E. J. of Knowledge Management*, 8(1), 78-87.
- Etzkowitz, H. (2008). *La triple hélice: innovación en acción entre universidades, industrias y gobiernos*. Routledge.
- Garavito-Hernández, Y.; Calderón-Campos, J. & Ramírez-Torres, W. (2021). *Emprendimiento en mujeres y jóvenes: una revisión de la literatura*. *Lúmina*, 22(2).
- Gartner, W. B. (1988). “¿Quién es un emprendedor?” es la pregunta equivocada. *American Journal of Small*

Ciencias de la Educación y Humanidades

Business, 12(4), 11-32.

GEM (2019). Global Entrepreneurship Monitor: Informe sobre emprendimiento femenino 2018/2019. Obtenido de [sitio web de GEM].

Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). Fundamentación teórica del emprendimiento corporativo: el papel de los factores individuales, organizacionales y ambientales. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 252-274.

Kuratko, D. F. (2005). El surgimiento de la educación empresarial: desarrollo, tendencias y desafíos. *Teoría y práctica del emprendimiento*, 29(5), 577-597.

Lichtenstein, GA y Lyons, TS (2006). El papel del espíritu empresarial en el desarrollo económico. *Revista Internacional de Gestión del Emprendimiento y la Innovación*, 6(2), 123-138.

Nahapiet, J., y Ghoshal, S. (1998). Capital social, capital intelectual y ventaja organizacional. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

Neck, H. M., y Greene, P. G. (2011). Educación para el emprendimiento: mundos conocidos y nuevas fronteras. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.

Rae, D. (2006). *Emprendimiento: de la oportunidad a la acción*. Palgrave Macmillan.

Schultz, T. W. (1961). Inversión en capital humano. *American Economic Review*, 51(1), 1-17.

Scott, W. R. (2008). *Instituciones y organizaciones: ideas e intereses*. Publicaciones SAGE.