

ARTÍCULO DE REVISIÓN

El papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor: estrategias y buenas prácticas

RESUMEN

En la actualidad, el emprendimiento es crucial para el crecimiento económico y la innovación. Consecuentemente, se busca analizar el rol de las universidades en el fomento del espíritu emprendedor, además de conocer estrategias y buenas prácticas para promover el emprendimiento entre los estudiantes. Para ello, se realizó una revisión sistemática multimodal. Los resultados destacan que integrar el emprendimiento en el plan de estudios, proporcionar apoyo financiero y acceso a recursos, establecer incubadoras y espacios de coworking, construir redes con la industria y los ecosistemas emprendedores locales, y ofrecer mentoría y asesoramiento empresarial, son estrategias efectivas para promover el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios. Además, se identifican cinco elementos clave para crear un entorno propicio para el emprendimiento exitoso: fomentar una cultura emprendedora, brindar educación y capacitación, ofrecer apoyo financiero, y establecer alianzas para la mentoría y el asesoramiento empresarial. De esta forma, se recomienda asignar recursos, implementar programas de mentoría, fomentar la colaboración interdisciplinaria, transferencia de conocimiento y colaboración con el empresariado y la sociedad civil, así como evaluar y mejorar continuamente las estrategias de fomento del espíritu emprendedor. En suma, se ofrece una visión integral sobre el papel de las universidades en la promoción del espíritu emprendedor, proporcionando recomendaciones para su fomento.

Palabras Clave: Espíritu emprendedor; universidades; desarrollo empresarial; emprendimiento; mentalidad emprendedora.

Edgar Romario Aranibar Ramos

romario.aranibar@usp.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5926-8544>

Universidade de Sao Paulo, Instituto de Relações Internacionais, São Paulo, Brasil.

Presentado: 21/05/2023 - Aceptado: 01/08/2023 - Publicado: 31/12/2023

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha convertido en un motor clave para el crecimiento económico y la innovación en el mundo actual (Aranibar *et al.*, 2022a). Hoy en día, Perú cuenta con más de 1,159,373 estudiantes solo a nivel de pregrado (TUNI.pe Sistema de Información Universitaria, s.f.). En este contexto, las universidades desempeñan un rol esencial en el fomento del espíritu emprendedor e iniciativa emprendedora entre sus estudiantes, así como en la promoción de la creación y desarrollo de nuevas empresas (González y Mocha, 2017). La capacidad de las universidades para cultivar el emprendimiento y proporcionar las habilidades y apoyo necesario es crucial para fomentar la creatividad, iniciativa empresarial y éxito futuro (Redondo *et al.*, 2022).

En el ámbito administrativo, el espíritu emprendedor se refiere a la capacidad de identificar oportunidades, asumir riesgos y emprender acciones para crear valor y alcanzar resultados innovadores, lo que implica una mentalidad proactiva, orientada al logro de metas y búsqueda de soluciones creativas a problemas (Lazo *et al.*, 2020). Además de este concepto, se destaca la iniciativa emprendedora, que se refiere a la disposición y capacidad para generar ideas y concretarlas (García *et al.*, 2020). Se menciona así, que ambos términos tienden a ser utilizados erróneamente como sinónimos, pues su relación y necesidad para el fomento de la cultura emprendedora generan sesgos, pero difieren en su significado (Sánchez *et al.*, 2016).

Dentro de las teorías y enfoques relacionados con el fomento del espíritu emprendedor en la universidad, se destaca la teoría del capital humano emprendedor, que enfatiza la importancia del conocimiento, habilidades y experiencia de los individuos como factores clave para el emprendimiento (Abbas, 2018). En el contexto universitario, esto implica fortalecer la formación académica, desarrollar habilidades empresariales y fomentar la creatividad y la capacidad de resolución de problemas. Asimismo, el enfoque de la educación emprendedora se centra en enseñar habilidades emprendedoras e incorporar principios y conceptos empresariales en el currículo académico (Cho y Lee, 2018), con el objetivo de desarrollar

competencias como la identificación de oportunidades, la planificación estratégica, la gestión de riesgos y la capacidad de liderazgo.

Boza *et al.* (2020) aprecian que, para crear un entorno propicio al emprendimiento en la universidad, se requiere implementar estrategias y programas efectivos. Esto puede incluir la integración del emprendimiento en el currículo académico mediante la creación de asignaturas y programas específicos para el desarrollo de habilidades emprendedoras. Adicionalmente, es importante proporcionar apoyo financiero y acceso a recursos para los emprendedores universitarios (Recalde *et al.*, 2022), así como establecer incubadoras y espacios de *coworking* como ecosistemas emprendedores en la universidad. Por otro lado, las redes y conexiones con la industria y ecosistema emprendedor local desempeñan un papel crucial al brindar oportunidades de colaboración y aprendizaje (Segura *et al.*, 2019). Palomeque y Loor (2022), también destacan a los mentores y al asesoramiento empresarial como recursos valiosos para los estudiantes emprendedores, brindándoles orientación y apoyo durante su proceso de desarrollo empresarial.

De esta forma, el presente trabajo se centrará en el análisis de tres aspectos clave: El papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor; el análisis de estrategias y buenas prácticas en el fomento del espíritu emprendedor, y la evaluación del impacto y los desafíos asociados. Cabe mencionar que se utilizó una metodología de revisión sistemática multimodal para recopilar información de artículos en bases de datos indexadas y documentos oficiales nacionales e internacionales, garantizando así una amplia perspectiva en el desarrollo de la presente investigación.

OBJETIVO DEL ARTÍCULO

El objetivo de esta revisión bibliográfica es analizar el papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor, centrándose en el análisis de estrategias y buenas prácticas implementadas en diferentes instituciones educativas. Se explorarán las diversas formas en que las universidades pueden promover el emprendimiento, desde su integración en el currículo académico hasta la creación de programas específicos y la provisión de recursos financieros

y apoyo empresarial. De este modo, se busca proporcionar una visión integral y actualizada del papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor, ofreciendo a académicos, profesionales y responsables políticos una base sólida para el diseño e implementación de estrategias eficaces en el ámbito universitario.

ARGUMENTACIÓN

El papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor

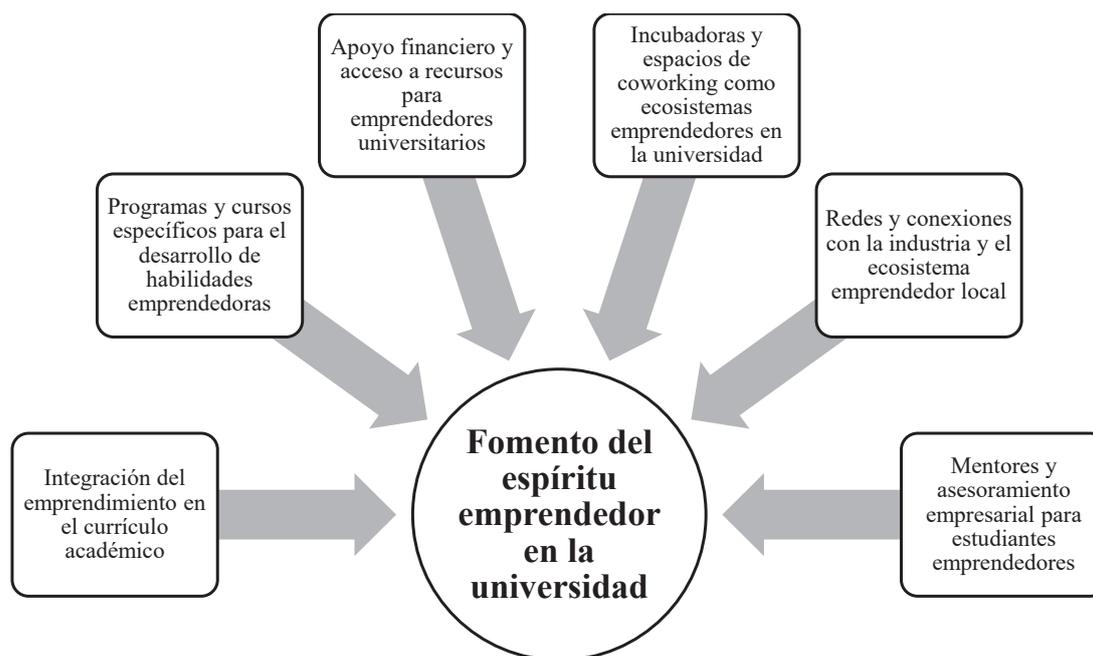
La universidad desempeña un papel esencial en el fomento del espíritu emprendedor al ofrecer una serie de iniciativas y recursos. La integración del emprendimiento en el currículo académico, provisión de programas y cursos específicos, apoyo financiero y acceso a recursos, incubadoras y espacios de *coworking*, redes y conexiones con la industria, y asesoramiento empresarial y mentoría, son elementos clave que impulsan este espíritu entre los estudiantes. Se pueden apreciar los modos de involucramiento de la universidad en fomento del emprendimiento universitario en la Figura 1.

Una forma efectiva en que las universidades pueden fomentar el espíritu emprendedor es a través de la integración del emprendimiento en el currículo académico (Veléz *et al.*, 2020), lo que implica diseñar y ofrecer cursos y asignaturas relacionadas con el emprendimiento en diferentes disciplinas y áreas de estudio. Estos cursos pueden abordar temas como la ideación empresarial, desarrollo de planes de negocio, gestión financiera para emprendedores, marketing y estrategia empresarial. La integración del emprendimiento en el currículo académico permite que los estudiantes adquieran conocimientos fundamentales sobre el mundo empresarial y desarrollen habilidades prácticas necesarias para iniciar y gestionar sus propios negocios.

Además de la integración al currículo, se pueden ofrecer programas y cursos específicos de educación no formal que se centren en el desarrollo de habilidades emprendedoras (Ahmed *et al.*, 2021). Por ejemplo, talleres, seminarios y programas de capacitación que profundicen los principios empresariales y brinden

Figura 1

Modos de involucramiento de la universidad en el fomento del emprendimiento universitario



Nota. Elaboración propia, 2023.

la oportunidad de aplicar los conocimientos en proyectos empresariales reales. Estos programas también pueden involucrar a empresarios y expertos de la industria como conferenciantes o mentores, brindando a los estudiantes la oportunidad de aprender de profesionales con experiencia en el campo empresarial (Nicholls *et al.*, 2022a).

Por otro lado, puede desempeñar un papel crucial al proporcionar apoyo financiero y acceso a recursos mediante la creación de fondos de inversión para respaldar proyectos empresariales estudiantiles, facilitación de préstamos o subvenciones, y establecimiento de programas de becas para emprendedores destacados (O'Donnell, 2022). Adicionalmente, las universidades pueden establecer alianzas estratégicas con organizaciones financieras y de capital de riesgo para ampliar las oportunidades de financiamiento para los emprendedores universitarios, sin olvidar el acceso a recursos como espacios de trabajo, equipos tecnológicos, laboratorios y bibliotecas especializadas que respalden el desarrollo y la implementación de ideas empresariales (Pitaway *et al.*, 2020).

Concomitantemente, las incubadoras y espacios de *coworking* son entornos físicos que brindan apoyo y recursos a los emprendedores universitarios; se crean para fomentar la colaboración, intercambio de conocimientos e interacción con otros emprendedores y profesionales de la industria (Redondo *et al.*, 2022). De esta forma, las universidades pueden establecer sus propias incubadoras o asociarse con incubadoras externas para ofrecer a los estudiantes acceso a estos ecosistemas emprendedores, asesoramiento, capacitación y conexión con mentores, contribuyendo a desarrollar sus ideas en un entorno de apoyo y estimulante (Karahana *et al.*, 2022).

Asimismo, las universidades pueden desempeñar un papel fundamental al establecer redes y conexiones con la industria y el ecosistema emprendedor local (Kiran y Bose, 2022). Estas relaciones brindan a los estudiantes emprendedores oportunidades para interactuar con profesionales, empresarios y líderes de la industria. Un medio para ello es organizar eventos, conferencias y ferias empresariales donde

los estudiantes puedan establecer contactos, presentar sus ideas y recibir retroalimentación constructiva de expertos en el campo. Por otro lado, estas colaboraciones pueden proporcionar oportunidades de pasantías, proyectos conjuntos y mentoría por parte de profesionales con experiencia, lo que enriquece la formación emprendedora de los estudiantes y les brinda una visión práctica del mundo empresarial.

En esa línea, se refuerza que el papel de los mentores y el asesoramiento empresarial son invaluable en el fomento del espíritu emprendedor (Nicholls y Maxheimer, 2022b). Las universidades pueden establecer programas de mentoría donde emprendedores exitosos o profesionales con experiencia brinden orientación y asesoramiento a los estudiantes emprendedores por medio de su conocimiento, experiencias y contactos, y brindar orientación estratégica en el desarrollo e implementación de ideas empresariales. También se puede contar con servicios de asesoramiento empresarial dentro de la universidad y de forma remota o virtual (Chan *et al.*, 2022); sin la necesidad de tener una incubadora, pueden proporcionar asistencia técnica, consultoría y apoyo en áreas clave como planificación estratégica, desarrollo de modelos de negocio, gestión financiera y marketing.

Al proporcionar estas oportunidades, las universidades pueden cultivar una cultura emprendedora, promover la innovación y el crecimiento económico, y preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo empresarial.

Análisis de estrategias y buenas prácticas en el fomento del espíritu emprendedor

A lo largo de los años, se han implementado diversas estrategias y se han identificado buenas prácticas que han demostrado ser efectivas en la promoción del emprendimiento en las universidades. De este modo, se mencionan cinco puntos esenciales para desarrollar un entorno propicio para la creación y el crecimiento de emprendimientos exitosos.

Cultura emprendedora

De acuerdo con Vélez *et al.* (2020) el establecimiento de una cultura emprendedora es

fundamental para promover el espíritu emprendedor. Esto conlleva a crear conciencia sobre las oportunidades empresariales, fomentar la creatividad y el pensamiento innovador, y celebrar los éxitos empresariales. Las universidades deben desarrollar programas de sensibilización, eventos y actividades que fomenten una mentalidad emprendedora en todos los niveles de la institución (Morales *et al.*, 2022).

Formación y capacitación

La incorporación de cursos y programas de educación emprendedora en el currículo académico es esencial para dotar a los estudiantes de habilidades y conocimientos prácticos en emprendimiento (Ahmed *et al.*, 2021); debiéndose incluir aspectos como la generación y evaluación de ideas de negocio, planificación estratégica, gestión financiera y comercialización. Además, se debe procurar brindar oportunidades de capacitación adicional, como talleres y programas de mentoría, para fortalecer las habilidades empresariales de los estudiantes (Nicholls *et al.*, 2022b). En este apartado, Chan *et al.* (2022) puntúan la no necesidad u obligatoriedad de trabajo presencial.

Evaluación y mejora continua

Maula y Stam (2020) sostienen que realizar evaluaciones periódicas del impacto de las estrategias de fomento del espíritu emprendedor y ajustarlas según los resultados y las necesidades identificadas, es un requisito para la adecuada promoción del emprendimiento. Secundo *et al.* (2021) añaden que esta característica es indispensable para afrontar tiempos controvertidos y, consecuentemente, la sostenibilidad.

Colaboración interdisciplinaria

Fomentar la colaboración entre diferentes disciplinas y facultades dentro y fuera de la universidad es clave para impulsar la innovación y creación de soluciones empresariales disruptivas (D'Este *et al.*, 2019). Esto promueve la diversidad de perspectivas, otorgando espacio a la creatividad. La formulación de programas conjuntos, organización de eventos interdisciplinarios y colaboración en proyectos son estrategias efectivas para promover esta colaboración (Aranibar *et al.*, 2022b).

Transferencia de conocimiento y colaboración con el sector empresarial

Establecer alianzas sólidas con empresas y otras organizaciones es beneficioso tanto para los estudiantes y universidad, como para la sociedad (Kiran y Bose, 2022). Dado que estas interacciones promueven un tipo de aprendizaje distinto al formal y generan un mayor vínculo con la sociedad, es plausible algún aprendizaje práctico más prolongado como pasantías o asesorías.

Evaluación de resultados, impacto y desafíos

Como parte del análisis de la efectividad de las estrategias y prácticas implementadas, resulta imperante realizar una evaluación de los resultados e impacto, en aras de determinar hechos positivos y posibles desafíos (Bauman y Lucy, 2021). Para medir los resultados e impacto se deben emplear métricas y métodos adecuados como el número de *startups* creadas, generación de empleo, crecimiento económico y/o satisfacción de los estudiantes y egresados (Maula y Stam, 2020). Además, es esencial evaluar la transferencia de conocimiento y colaboración con el sector empresarial. Esta evaluación puede ser realizada a través de diferentes enfoques como encuestas, entrevistas, análisis de indicadores cuantitativos y cualitativos, y seguimiento de casos de éxito empresarial, permitiendo recopilar datos sobre la participación de los estudiantes en actividades emprendedoras, desarrollo de habilidades y competencias, surgimiento de nuevas empresas y su contribución al desarrollo económico tanto a nivel individual como en el entorno empresarial en general (Bakry *et al.*, 2022).

No obstante, como es previsible, la implementación de estrategias emprendedoras en el ámbito universitario puede enfrentar diversos desafíos y obstáculos (Pérez, 2012). Algunos de ellos son la falta de recursos financieros, resistencia al cambio institucional, brecha entre teoría y práctica, falta de apoyo interdisciplinario, y falta de participación estudiantil (Aranibar *et al.*, 2022a). Adicionalmente, es posible que existan barreras culturales y normativas que dificulten la adopción de enfoques emprendedores en el currículo académico y en la mentalidad de la comunidad universitaria (Morales *et al.*, 2022). Estos desafíos y obstáculos deben ser

abordados de manera integral para asegurar el éxito de las estrategias emprendedoras en el ámbito universitario.

En líneas generales, para afrontar estos resultados e impactos y afrontar los desafíos es necesario evaluar y adaptar constantemente las estrategias de fomento del espíritu emprendedor, analizando periódicamente su impacto y ajustándolas según los resultados y las necesidades identificadas. Al abordar estos puntos se fortalecerán las estrategias de fomento del espíritu emprendedor en la universidad, promoviendo un entorno propicio para la creación y el crecimiento.

CONCLUSIONES

En este estudio se ha examinado el papel de las universidades en el fomento del espíritu emprendedor, así como las estrategias y buenas prácticas asociadas, y se ha evaluado su impacto y los desafíos que enfrentan. De esta forma, se han expuesto seis roles de la universidad vinculados con el emprendimiento: Integración del emprendimiento en el currículo académico, provisión de programas y cursos específicos, apoyo financiero y acceso a recursos, incubadoras y espacios de *coworking*, redes y conexiones con la industria, y asesoramiento empresarial y mentoría. Se han identificado varios obstáculos que deben ser abordados de manera integral para garantizar el éxito de las estrategias emprendedoras en el ámbito universitario, como la escasez de recursos financieros, resistencia al cambio institucional, brecha entre teoría y práctica, falta de apoyo interdisciplinario y falta de participación estudiantil.

Referente a las estrategias, se ha determinado que la construcción de una cultura emprendedora, colaboración interdisciplinaria, transferencia de conocimiento, colaboración con el sector empresarial y, evaluación y mejora continua son estrategias efectivas para promover el espíritu emprendedor en las universidades.

Finalmente, se recomienda que las universidades asignen recursos adecuados y fomenten la colaboración interdisciplinaria para el desarrollo e implementación de programas emprendedores. Además, se insta a establecer alianzas con el sector empresarial y la sociedad civil, fortalecer la formación en emprendimiento,

crear redes de apoyo y establecer fondos de inversión, becas y concursos para respaldar proyectos emprendedores.

REFERENCIAS

- Abbas, S. (2018). Entrepreneurship and information technology businesses in economic crisis. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 5(3), 682-692. [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.3\(20\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.3(20))
- Ahmed, M., Sultana, N., Astri, S., Mardoni, Y. y Helmiatin, H. (2021). Attitude towards entrepreneurship development courses of MOOCs. *Asian Association of Open Universities Journal*, 16(1), 129-141. <http://doi.org/10.1108/AAOUJ-09-2020-0081>
- Aranibar, E., Huachani, D. y Zúñiga, M. (2022a). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *FIDES ET RATIO*, 23(23), 199 - 223. <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>
- Aranibar, E., Villavicencio, E., Tantaleán F., Ríos, K. y Zanabria, L. (2022b). Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico. *Comuni@cción*. 13(4), 310-322. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>
- Bakry, D., Daim, T., Dabic, M. y Yesilada, B. (2022). An evaluation of the effectiveness of innovation ecosystems in facilitating the adoption of sustainable entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2088775>
- Bauman, A. y Lucy, C. (2021). Enhancing entrepreneurial education: Developing competencies for success. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100293. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.005>
- Boza, J., Mendoza, E. e Intriago, E. (2020). La educación en emprendimiento de los estudiantes de las carreras empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. *Revista Conrado*, 16(72), 7-14. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1201>
- Chan, Y., Krishnamurthy, R. y Sadreddin, A. (2022). Digitally-enabled university incubation processes. *Technovation*, 118, 102560. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102560>
- Cho, Y. y Lee, J. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134. <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0028>

- D'Este, P., Llopis, O., Rentocchini, F. y Yegros, A. (2019). The relationship between interdisciplinarity and distinct modes of university-industry interaction. *Research Policy*, 48(9), 103799. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.05.008>
- García, Y., García, J., Ramírez, A. y Amador, M. (2020). Formación académica e iniciativa emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica. *Podium*, (38), 123-138. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.8>
- González, C. y Mocha, M. (2017). Actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Metropolitana, Sede Machala. *Revista Conrado*, 13(1), 6-17. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/643>
- Karahan, M., Rashid, L., Kratzer, J. (2022). Gearing-up for purpose: The relationship between entrepreneurs' usage of incubation support services and sustainable impacts, *Journal of Cleaner Production*, 377,134315. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134315>
- Kiran, R. y Bose, S. (2020). Stimulating business incubation performance: Role of networking, university linkage and facilities. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(12), 1407-1421. <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1772967>
- Lazo, Y., García, M. y Rojas, A. (2020). La comunicación como factor clave en el espíritu emprendedor del contexto universitario. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 8(3), 1-12. <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v8n3/2308-0132-reds-8-03-2.pdf>
- Maula, M. y Stam, W. (2020). Enhancing rigor in quantitative entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(6), 1059-1090. <https://doi.org/10.1177/1042258719891388>
- Morales, G., Aguilar, J. y Morales, K. (2022). Culture as an obstacle for entrepreneurship. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00230-7>
- Nicholls, C. y Maxheimer, M. (2022b). How coaching services help early stage entrepreneurs: an exploration of gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(5), 742-763. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2021-0355>
- Nicholls, C., Valliere, D., Singh, R. y Hassannezhad, Z. (2022a). How incubation creates value for early-stage entrepreneurs: the People-Place nexus. *Entrepreneurship and Regional Development*, 34(10), 868-889. <https://doi.org/10.1080/0895626.2022.2121858>
- O'Donnell, J. (2022). Administration of crowdfunding at Australian universities. *Business Horizons*, 65(1), 33-42. <http://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.09.001>
- Palomeque, S. y Loor, I. (2022). Pedagogía de la efectividad: una tarea pendiente en la enseñanza de emprendimiento. *Revista San Gregorio*, 1(51), 156-170. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i51.2208>
- Pérez, E. (2012). ¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento? *Gestión en el Tercer Milenio*, 15(29), 52-57. <https://doi.org/10.15381/gtm.v15i29.8790>
- Pittaway, L., Aissaoui, R., Ferrier, M. y Mass, P. (2020). University spaces for entrepreneurship: a process model. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 911-936. <http://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2018-0584>
- Recalde, C., Araujo, C., Londo, N. y Gavilanez, L. (2022). Métodos estadísticos predictivos para el análisis de riesgo financiero en proyectos de emprendimiento. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 1154-1168. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2628>
- Redondo, M., Camarero, C. y van der Sijde, P. (2022). Exchange of knowledge in protected environments. The case of university business incubators. *European Journal of Innovation Management*, 25(3), 839-859. <http://doi.org/10.1108/EJIM-08-2020-0341>
- Sánchez, S., Hernández, C. y Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta universitaria*, 26(6), 70-82. <https://doi.org/10.15174/au.2016.1016>
- Secundo, G., Gioconda, M., Del Vecchio, P., Gianluca, E., Margherita, A. y Valentina, N. (2021). Threat or opportunity? A case study of digital-enabled redesign of entrepreneurship education in the COVID-19 emergency. *Technological forecasting and social change*, 166, 120565. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120565>
- Segura, U., Novoa, H. y Burbano, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista EAN*, (87), 173-191. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2420>
- Superintendencia Nacional Educación Universitaria del PerúTUNI.pe Sistema de Información Universitaria. (2023s.f.). Comunidad estudiantil. <https://www.tuni.pe/comunidad/estudiantes>

Vélez, C., Bustamente, M., Loor, B. y Afcha, S. (2020).

La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*, 13(2), 63-72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>

Conflicto de intereses

El autor declara que no existe conflicto de intereses.

Contribución de los autores

Edgar Romario Aranibar Ramos (autor principal): conceptualización, curación de datos, análisis formal, adquisición de fondos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción (borrador original, revisión y edición).