



Evaluación Del Impacto Generado Por Un Proyecto Universitario En Emprendedores Y La Influencia De La Tecnología

Evaluation Of The Impact Generated By A University Project On Entrepreneurs And The Influence Of Technology

Marco Antonio Reyes Clavijo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5279-4234>

Afiliación Institucional: Universidad de Azuay, Cuenca Ecuador.

Dirección para la correspondencia: mreyes@uazuay.edu.ec

José Leonardo Vera Reino

Afiliación Institucional: Universidad de Azuay, Cuenca Ecuador.

Email: jvera@uazuay.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4972-7249>

Líneas de publicación: Administración, Turismo, Marketing, diseño, tecnología y comunicación Innovación Tecnológica

Fecha de recepción: 20 enero 2026

Fecha de aceptación: 13 de marzo 2026

Artículo revisado por doble pares ciegos

Resumen.

Crisis globales han intensificado el desempleo y la desigualdad, planteando desafíos para el sector empresarial, y más aún para emprendimientos, ya que son más susceptibles a efectos negativos del entorno; por ello, se hizo imprescindible el uso de herramientas digitales que les permitan ser más competitivas. Este estudio tuvo como objetivo identificar las variables que afectan a las decisiones de los emprendedores y analizar el nivel de satisfacción de un grupo de emprendedores, considerando la importancia de la tecnología como factor influyente en las variables. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y se consideró a 74 emprendimientos apoyados por el proyecto “Asesoría y asistencia técnica a micro, pequeñas empresas y organizaciones sociales en la Ciudad de Cuenca” (PAME), el cual es una iniciativa de la Universidad del Azuay. El 82,43% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la importancia de las variables identificadas que mayormente inciden en las decisiones de los emprendedores; las variables capacidad de adaptación y herramientas tecnológicas presentan un 87,84% y 83,78% de respuestas positivas respectivamente. Al relacionar la edad con herramientas tecnológicas, se destaca que 75,81% de las respuestas positivas corresponden a personas mayores de 40 años, y solamente 4,84% a personas menores de 29 años. Estos hallazgos

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



resaltan la importancia del Proyecto y el papel que desempeña la tecnología para mejorar la resiliencia de los emprendimientos.

Palabras clave: Emprendimiento, herramientas tecnológicas, capacidad de adaptación, satisfacción, Proyecto PAME.

Abstract

Global crises have intensified unemployment and inequality, posing challenges for the business sector, and even more so for startups, as they are more susceptible to negative environmental effects. Therefore, the use of digital tools to enable them to be more competitive is essential. This research aims to identify the variables that affect entrepreneurs' decisions and analyze the level of satisfaction of a group of entrepreneurs, considering the importance of technology as an influential factor in these variables. The research had a descriptive quantitative approach and considered 74 ventures supported by the project "Advice and Technical Assistance to Micro and Small Enterprises and Social Organizations in the City of Cuenca" (PAME), an initiative of the University of Azuay. 82,43% of respondents agreed with the importance of the identified variables that most influence entrepreneurs' decisions; the variables of adaptability and knowledge of technological tools presented 87,84% and 83,78% positive responses, respectively. When relating age to technological tool, it is notable that 75.81% of the positive responses corresponded to people over 40 years of age, and only 4,84% to people under 29 years of age. These findings highlight the importance of the Project and the role that technology plays in improving the resilience of businesses.

Key woks: Entrepreneurship, technological tools, adaptability, satisfaction, PAME Project.

Introducción

La disminución del empleo formal a nivel global ha impulsado el autoempleo. Crisis como la financiera de 2008 y la pandemia de COVID-19 han agravado el desempleo y la desigualdad en América Latina (Mora-Moreno and Peimbert-Duarte 2023; Chiatchoua and Ávila-Romero 2023). Aproximadamente el 80% de los pequeños negocios a nivel mundial tienen dificultades para obtener ingresos, lo que plantea desafíos para el crecimiento sostenible de las comunidades locales (Miñano, Valiente, y Morales 2023). A este contexto, se le debe agregar que las diferencias en educación y tecnología entre las economías avanzadas y las emergentes propician resultados diferentes en el crecimiento de nuevos emprendimientos (Del Pilar y García 2020). Este escenario no suena alentador para el sector empresarial, y más aún para emprendimientos, ya que son más susceptibles a efectos negativos del entorno. Backman et al. (2023) y Del Valle y Mezher (2015) destacan el esfuerzo que realizan los emprendedores para mantener sus negocios; en la mayoría de casos operan en

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espiritu Santo



condiciones de incertidumbre y con recursos limitados. De acuerdo a Avila (2021), el emprendimiento se reconoce como una respuesta emergente para que la sociedad pueda enfrentar épocas de crisis o incertidumbre. En el caso de Ecuador, es el país con la actividad emprendedora temprana (TEA) más alta de América Latina y el Caribe (Cedeño, Quijije, and Lozano 2019; Moina, Morales, y Cordova 2020), y el espíritu empresarial es parte fundamental del crecimiento del país (Calle, 2023), sin embargo, mucho de este énfasis por emprender se explica por las escasas oportunidades de un formal. También es importante mencionar el alto nivel de fracaso empresarial en los emprendimientos, debido principalmente al alto nivel de competitividad; de acuerdo a Noboa (2021), pese a que el país presenta una TEA superior en la región, la tasa de cierre de negocios también es elevada.

A pesar de lo antes mencionado, es interesante conocer que en las economías en desarrollo se observa mayor actividad emprendedora que en economías desarrolladas (Querejazu, 2019). Para Velasco et al. (2024), el uso de herramientas digitales ha facilitado la optimización de procesos y ha mejorado la eficiencia en las operaciones. Jiménez (2023) asevera que el uso de la tecnología digital ha representado un gran avance en el crecimiento de las pequeñas empresas. En el caso de las redes sociales, estas han facilitado la visualización de los emprendimientos, aumentando su competitividad (Mas et al., 2018). El marketing ha evolucionado e integrado nuevas herramientas digitales (García, Kishimoto, y Macarachvili 2021), las cuales debe ser aprovechadas por los emprendimientos. Para Ramón et al. (2017), el emprendedor requiere proporcionar identidad digital a su empresa, que se logra a través de redes sociales.

El reconocimiento del emprendimiento como motor de innovación y desarrollo productivo es cada vez mayor, ya que es la principal herramienta para combatir el desempleo, la exclusión social, el estancamiento económico y la desigualdad (Vera, Vera, y Martínez 2023; Kantis, Federico, y Girandola 2021; Álava y Quinde 2023; M. Vargas y Uttermann 2020; Bruton, Zahra, y Cai 2018). Se ha demostrado a nivel mundial que el emprendimiento aumenta la productividad (Modrego y Foster 2021). De acuerdo a Avila (2021), el emprendimiento es significativo para el desarrollo de cualquier país, quienes, de acuerdo a Molina (2020) y Useche et al. (2021) buscan generar ingresos para mejorar el estilo de vida familiar. Pero también hay que reconocer que los emprendedores asumen riesgos y aplican sus conocimientos y habilidades adquiridos en la vida académica o de forma empírica (Chocobar, 2023). Sin embargo, la contingencia de salud presentada por el COVID-19 dejó al descubierto que los negocios que no tenían un factor de innovación están destinados a cerrar (Samperio y Navarrete 2024); este tipo de circunstancias resaltan aún más la importancia de la constante

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espiritu Santo



capacitación e innovación para ser más competitivos; bajo este escenario, el apoyo de entidades y del mismo Gobierno se hace fundamental. Sandoval (2024) asevera que la mayoría de los países han priorizado la promoción del emprendimiento en sus políticas públicas. De acuerdo a Izquierdo et al. (2021), incluso las universidades tienen la responsabilidad de apoyar a la sociedad en el desarrollo de emprendimientos. Bajo este contexto, y considerando la relevancia que puede tener el apoyo a emprendimientos por parte de entes externos, el presente estudio busca analizar el impacto del apoyo del Proyecto de Asesoría y Asistencia Técnica a Micro, Pequeñas Empresas y Organizaciones Sociales en la Ciudad de Cuenca (PAME), los cuales han recibido apoyo logístico en miras a mejorar su desempeño.

Revisión de literatura

“Según el ciclo de la invención de Tina Seelig, todo inicia desde la imaginación, la creatividad, la innovación, y el emprendimiento” (Montiel y Soto, 2020, p.362). El emprendimiento se lo puede definir como una decisión personal basada en una acción planificada (Usman y Sun 2022), o también, puede ser visto como el hecho de actuar sobre oportunidades inadvertidas, para crear un nuevo proceso o producto (Vargas y Uttermann, 2020). Una persona emprendedora es alguien que pone en marcha una nueva empresa, proyecto, o una idea en particular que genere ingresos (Aguilar et al. (2023); Franco 2023). De acuerdo a Pesántez et al. (2020), el emprendimiento es la iniciación de una idea que aparece frente a necesidades. De acuerdo a Palacios y Ruiz (2020), el emprendimiento puede ser creado por las oportunidades que brinda el mercado o creado por necesidad. Juliao et al. (2022) indica que el emprendimiento involucra actividades como el descubrimiento de oportunidades. Lozada et al. (2021) asevera que las tres claves de todo emprendimiento podrían resumirse en: idea, capital y emprendedor.

Existe una combinación de factores internos (experiencia, habilidades y motivación) y externos (aspectos económicos, sociales y tecnológicos) que influyen directamente en las decisiones de los emprendedores; la aversión al riesgo suele inhibir el comportamiento emprendedor (Gómez, Mendoza, y Gómez 2022). El miedo al fracaso surge del miedo a factores económicos, políticos, sociales e incluso ambientales (Juliao et al., 2022). De acuerdo a Caputo et al. (2025), los emprendedores deben estar dispuestos a aceptar riesgos, sin embargo, el miedo al fracaso puede representar un factor motivador, ya que, cuando los individuos se enfrentan a la posibilidad de fracasar, su motivación se activa para vencer obstáculos (Juliao et al., 2022). La motivación tiene cuatro motores que determinan las acciones de un emprendedor: ambición, determinación, energía y perseverancia (Miranda et al., 2023); la motivación es una

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



característica crítica que influye en la intención individual de emprender (Kong y Choo 2022). De acuerdo a Montiel (2022), también al hablar de motivación, para un emprendedor puede responder a criterios relacionados con el impacto que busca tener en la sociedad a través sus actividades.

Salimi y Vrouwdeunt (2025) enfatizan en que los emprendedores deben ofrecer productos o servicios lo suficientemente atractivos para satisfacer a los consumidores; Jingzu et al. (2024) indica que el comportamiento y las necesidades de los consumidores han cambiado: existe mayor confianza en plataformas de venta virtuales. Por esta razón, como indica Lahindah et al. (2020), las organizaciones deben ser capaces de desarrollar continuamente sus capacidades empresariales como la creatividad y la capacidad de gestionar recursos estratégicos; bajo este contexto, Rong et al. (2025) hace hincapié en que la constante innovación se hace imprescindible para el éxito de los emprendimientos. De igual forma, Naclerio (2023) recalca la estrecha relación entre la creatividad y el emprendimiento, ya que la capacidad de generar ideas innovadoras es fundamental para el éxito empresarial. Este factor se relaciona con estrategias relacionadas con marketing; Chaturvedi y Karri (2022), así como Contrera (2020) mencionan que las estrategias de marketing son un elemento importante para los emprendimientos para ser más competitivas. También Brown et al. (2020) y Stephan et al. (2023) destacan la importancia del financiamiento para la operatividad y crecimiento de los emprendimientos. Finalmente, un mundo globalizado y cada vez más competitivo, obliga a los emprendedores a desarrollar procesos innovadores y creativos, lo cual va de la mano del acceso a la tecnología; de acuerdo a Austin et al. (2006), la tecnología aporta con recursos valiosos para el desarrollo de las empresas. En esta área, algunos autores mencionan que existe una brecha entre hombres y mujeres, por ejemplo, Guzman y Kacperczyk (2019) mencionan que las mujeres siguen estando en gran medida subrepresentadas en el emprendimiento, y de acuerdo a Gupta et al. (2019) y Marlow (2020) enfrentan mayores barreras para emprender; sin embargo, se debe considerar que de acuerdo (Brush, de Bruin, y Welter 2009), las empresas en propiedad de mujeres constituyen una de las poblaciones de más rápido crecimiento en el mundo.

Diversos estudios realizados en Ecuador recalcan la importancia, así como variables que influyen en las decisiones de los emprendedores. Vargas et al. (2020) analizaron el emprendimiento como un pilar clave para el desarrollo económico y local en Ecuador; los hallazgos indicaron que el emprendimiento potencia el tejido empresarial y mejora la calidad de vida de la población. Guamán -Carchipulla et al., (2021) estudiaron el aporte de los emprendimientos a la economía cuencana en tiempos de pandemia; el autor utilizó una metodología cuantitativa no experimental, y los principales resultados mostraron que las mujeres tienen una mayor participación en el emprendimiento que los

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espiritu Santo



hombres. Mayorga et al. (2020) analizaron la importancia y los factores influyentes en el emprendimiento femenino en Latinoamérica y Ecuador; en el estudio se destaca que existen impedimentos notables para las mujeres en este ámbito, como las barreras culturales y el miedo al fracaso. Cháves-Macias (2024) estudió el impacto de los emprendimientos en Portoviejo en el contexto de pandemia; se destacó que los emprendimientos fueron clave para el desarrollo económico local con estrategias como ventas en redes sociales y entregas a domicilio.

La tecnología es considerada por diversos autores como elemento fundamental para el crecimiento e incluso supervivencia de los emprendimientos. Lozada et al., (2021) realizaron un estudio en Manabí - Ecuador, y destacaron que el emprendimiento y la innovación han contribuido, cambiando los esquemas productivos tradicionales para generar nuevos procesos. Toala y Rengifo (2023) estudiaron los factores que inciden en el afianzamiento de emprendimientos ecuatorianos y su impacto bajo un enfoque cuantitativo; en el estudio se destacó que los encuestados respondieron 100% de manera positiva con respecto a la importancia de la innovación en los negocios. Useche-Aguirre, Pereira-Burgos, y Barragán-Ramírez (2021) estudiaron los retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia; se concluyó que la digitalización de los procesos y la alfabetización digital son las bases para el resurgimiento económico. Torres (2023) estudió las causas del cierre de los emprendimientos en Ibarra, Ecuador; se destacó que el emprendimiento es impulsado por el aumento de la tecnología, y el 68,2% de los encuestados indicó que no realizó un plan de negocio previo, lo que contribuye al fracaso de estos negocios. También, Khoo et al. (2024) analizaron oportunidades y desafíos de las competencias digitales para mujeres emprendedoras turísticas en México y Ecuador. Los resultados destacaron cómo las mujeres se encuentran en desventaja a la hora de adquirir competencias digitales.

Materiales y Métodos

La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y diseño no experimental transversal, con el objetivo de identificar los factores que afectan en las decisiones y el nivel de impacto en los emprendimientos que fueron parte del proyecto PAME. La población estuvo compuesta por todos los emprendimientos que fueron apoyados dentro del periodo 2022-2025, que corresponde a 74 emprendimientos de un total de 80 emprendimiento que formaron parte del Proyecto. Se aplicó un cuestionario de 15 preguntas: 7 generales y 8 de impacto, y además de incluyeron dos preguntas que engloban el criterio personal de los encuestados con respecto a su nivel de satisfacción con el apoyo de PAME. Para la elaboración del cuestionario se procedió a una revisión de literatura que permita identificar las

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0



principales variables mencionadas en las preguntas. Se Realizó una revisión sistemática de artículos por medio de la declaración Prisma (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses). Inicialmente fueron elegidos 131 artículos, de los cuales se seleccionaron 65 para la investigación, y su procedencia fue: Scielo (24), Redalyc (14), Scopus (16), Sage (7) y Google Scholar (4). Se pudieron identificar 15 variables, las cuales se mencionan en la Tabla 1.

Tabla 1: Variables identificadas para la elaboración del cuestionario

Variable	Autores
Adaptación	Guamán et al. (2021), Cháves (2024), Lozada et al. (2021), Montiel (2022)
Aversión al riesgo	Aguilar et al. (2023), Caputo et al. (2025), Gómez et al. (2022)
Temor al fracaso	Avila (2021), Juliao et al. (2022), Mayorga et al. (2020)
Educación financiera	Brown et al. (2020), Izquierdo et al. (2021), Stephan et al. (2023)
Cooperación	Backman et al. (2023), Del Valle y Mezher (2015)
Brecha de género	Guzman y Kacperczyk (2019), Brush et al. (2009), Gupta et al. (2019)
Tecnología	Austin et al. (2006), Jingzu et al. (2024), Lozada et al., (2021), Vera et al. (2023)
Ingresos	Aguilar et al. (2023), Álava y Quinde (2023), Bruton et al. (2018), Kantis et al. (2021)
Estilo de vida familiar	Molina (2020), Kantis et al. (2021), Useche et al. (2021)
Procesos y actividades	Aguilar et al. (2023), Bruton et al. (2018), Rong et al. (2025)
Motivación	Miranda et al. (2023), Montiel (2022), Kong y Choo (2022), Vargas et al. (2020)
Generación de empleo	Izquierdo et al. (2021), Cháves (2024), Vera et al. (2023)
Creatividad	Lahindah et al. (2020), Naclerio (2023), Querejazu (2019)
Satisfacción del consumidor	Avila (2021), Jingzu et al. (2024), Salimi y Vrauwdeunt (2025)
Marketing	Chaturvedi y Karri (2022), Contrera (2020), Naclerio (2023)

En la Tabla 2 se presentan las características demográficas de los emprendedores. La mayoría corresponde a mujeres emprendedoras (71,62%). Y el rango de edad que más participó fue entre 40 a 50 años (45,95%).

Tabla 2: Información demográfica de los encuestados

	Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje
		e		e
Edad	20 a 29 años	4.05%	Primaria incompleta	1.35%
	30 a 39 años	17.57%	Primaria completa	2.70%

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



Género	40 a 50 años	45.95%	Nivel educativo	Secundaria incompleta	4.05%
	Más de 50 años	32.43%		Secundaria completa	13.51%
Género	Masculino	28.38%	Nivel educativo	Técnico	9.46%
	Femenino	71.62%		Universitario incompleto	16.22%
Apoyo monetario	Si	41.89%	Nivel educativo	Universitario completo	33.78%
	No	58.11%		Posgrado	18.92%

Fuente: Elaborada por los autores

En la Tabla 3 se destaca que 50% de los encuestados emprendieron por necesidad, el área de mayor apoyo fue Marketing (37,84%).

Tabla 3: Información relacionada a los emprendimientos

Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje		
Motivación	Necesidad	50.00%	Alimentación	25.68%	
	Oportunidad de negocio	35.14%	Comercio	9.46%	
	Trayectoria Familiar	8.11%	Construcción	2.70%	
	Disponibilidad de recursos	1.35%	Sector	Manufactura	35.14%
	Otro	5.41%		Salud	4.05%
Empleados	0 (Emprendimiento unipersonal)	40.54%	Servicios	20.27%	
	11-25 empleados	9.46%	Tecnología	2.70%	
	1-3 empleados	29.73%	Área de apoyo	Contabilidad y finanzas	16.22%
	4-10 empleados	17.57%		Estudio de mercado	17.57%
	Más de 25 empleados	2.70%		Internacionalización	2.70%
				Marketing	37.84%
				Planificación estratégica	13.51%
				Procesos	5.41%
				Recursos Humanos	1.35%
				Ventas	5.41%

Fuente: Elaborada por los autores



En la Tabla 4 y Tabla 5 se presentan las variables y preguntas que se consideraron como influyentes en las decisiones de los emprendedores, y las que se consideraron para medir el nivel de satisfacción del apoyo del Proyecto.

Tabla 4: Variables que influyen en decisiones de emprendedores

Variable	Pregunta	Código
Adaptación	1. ¿Considera que la capacidad de adaptación es un factor crucial para el éxito del emprendimiento, especialmente al enfrentar cambios y desafíos en el entorno empresarial?	P1
Riesgo	2. ¿Considera que la aversión al riesgo (actitud de rechazo o desagrado por asumir riesgo) es un factor que influye en las decisiones de los emprendedores?	P2
Temor a fracaso	3. ¿Considera que el temor al fracaso debido a la incertidumbre del entorno influye en las decisiones de inversión de los emprendedores?	P3
Educación financiera	4. En su opinión ¿la educación o formación financiera son importantes para el éxito de su emprendimiento?	P4
Cooperación	5. ¿Está de acuerdo en que la cooperación entre emprendedores representa un factor importante para el éxito de su emprendimiento?	P5
Género	6. ¿Considera que las mujeres enfrentan más obstáculos que los hombres al emprender?	P6
Tecnología	7. ¿Cree usted que la falta de conocimiento de herramientas tecnológicas (dispositivos tecnológicos y programas) es un obstáculo significativo para el éxito de los emprendimientos?	P7

Fuente: Elaborada por los autores

Tabla 5: Variables que miden el nivel de satisfacción del Proyecto

Variable	Pregunta	Código
Ingresos	1. ¿Considera que el apoyo proporcionado por el proyecto repercutirá positivamente en los ingresos de su emprendimiento?	P8
Estilo de vida familiar	2. ¿Está de acuerdo que el apoyo al emprendimiento proporcionado por el Proyecto permitirá mejorar su estilo de vida familiar?	P9
Actividades	3. ¿El apoyo del Proyecto ha mejorado la organización de las actividades de su emprendimiento?	P10
Motivación	4. ¿Sostiene que el apoyo del Proyecto ha influido positivamente en su motivación para emprender?	P11

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espiritu Santo



Empleo	5. ¿El apoyo recibido por el Proyecto potenciará el desarrollo de generación de empleo?	P12
Creatividad	6. ¿Considera que el apoyo del Proyecto ha fomentado su creatividad en el desarrollo de su emprendimiento?	P13
Satisfacción del consumidor	7. ¿Está de acuerdo que el apoyo del Proyecto ha llevado a una mayor satisfacción del consumidor?	P14
Marketing	8. ¿El apoyo del Proyecto ha mejorado sus estrategias de marketing y promoción para su emprendimiento?	P15

Fuente: Elaborada por los autores

Resultados

La confiabilidad interna de las preguntas es alta (Alfa de Cronbach de 0.949); de esta manera se destaca la consistencia interna de los ítems que componen el cuestionario. (ver Tabla 6)

Tabla 6: Análisis de fiabilidad de la encuesta

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Válido	74	43,8
Excluido	95	56,2
Total	169	100,0
Estadísticas de fiabilidad		
	N de elementos:	
Alfa de Cronbach: 0.949	17	

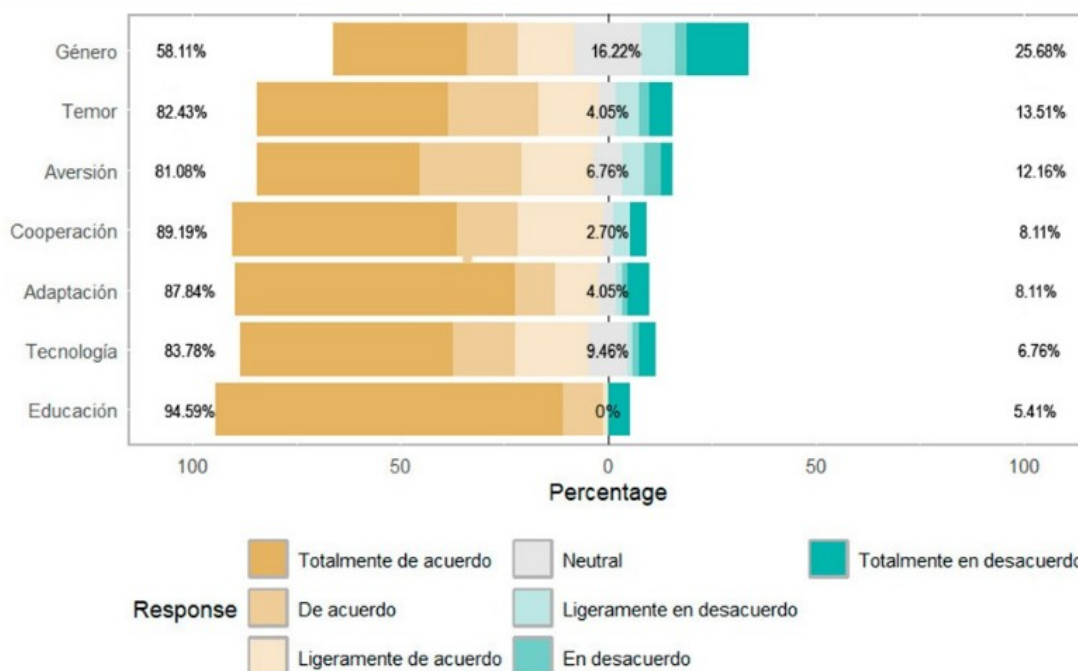
Fuente: Elaborada por los autores

Análisis de variables que inciden en las decisiones de los emprendedores

En la Figura 1 se observa que las 7 variables identificadas en el estudio que incidieron en las decisiones de los emprendedores presentaron respuestas positivas, en donde educación financiera (94,59%) fue la mejor posicionada, seguida de cooperación entre emprendedores (89,19%), capacidad de adaptación (87,84%) y conocimiento de herramientas tecnológicas (83,78%); el alto nivel de respuestas positivas en estas dos últimas variables evidencian la importancia de la tecnología para los emprendedores encuestados. La variable género, a pesar que tuvo 58% de respuestas positivas, se posicionó en último lugar de las variables.



Figura 1: Variables que influyen en las decisiones de los emprendedores



Fuente: Elaborada por los autores

En la Tabla 7 se analiza de manera global el nivel de respuestas de las variables identificadas en el estudio que inciden en las decisiones de los emprendedores, en donde se destacó que 82,43% de las respuestas son positivas. La opción “Totalmente de acuerdo” fue la más popular con 53,47% de participación.

Tabla 7: Análisis de respuestas variables que inciden en las decisiones de los emprendedores

Opciones	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	%	
								Total	Participación
Totalmente de acuerdo	50	29	34	62	40	24	38	277	53.47%
De acuerdo	7	18	16	7	11	9	11	79	15.25%
Ligeramente de acuerdo	8	13	11	1	15	10	13	71	13.71%
Neutral	3	5	3	0	2	12	7	32	6.18%
Ligeramente en desacuerdo	1	4	4	0	3	6	1	19	3.67%
En desacuerdo	1	3	2	0	0	2	1	9	1.74%
Totalmente en desacuerdo	4	2	4	4	3	11	3	31	5.98%
Total	74	74	74	74	74	74	74	518	100.00%

Fuente: Elaborada por los autores

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

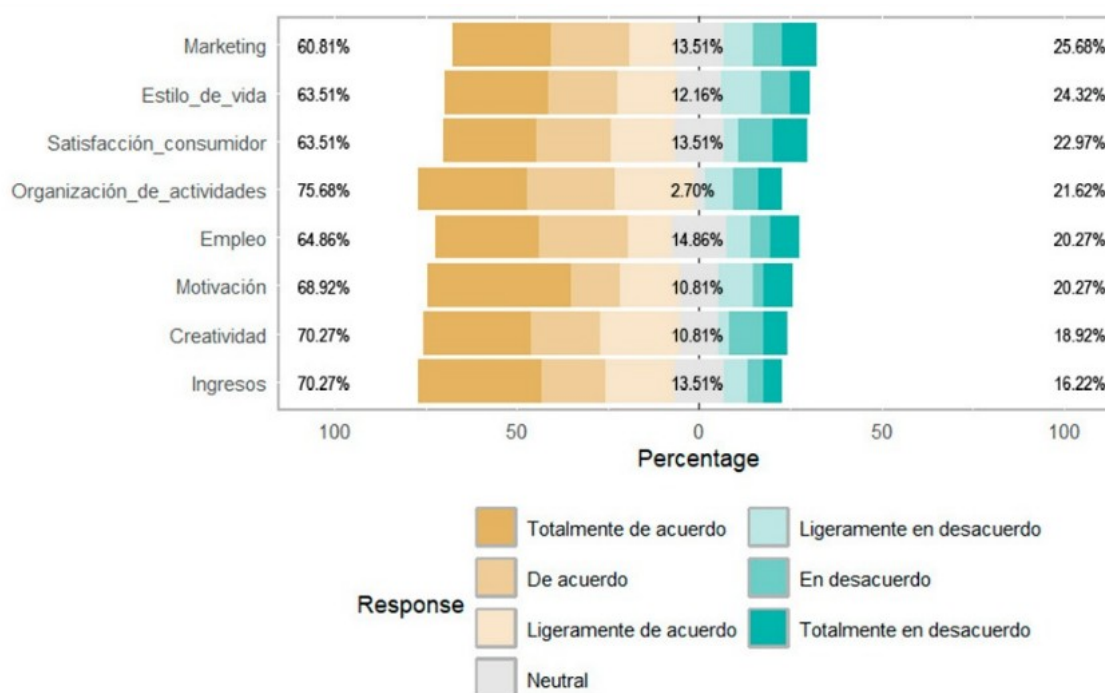
International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



Análisis de variables que miden el nivel de satisfacción del Proyecto

En la Figura 2 se observa que las 8 variables consideradas para medir el nivel de satisfacción presentan respuestas positivas, en donde la que causó mayor impacto fue el área de organización de actividades (75,68). El apoyo en el área de marketing obtuvo un 60,81% de respuestas positivas; en esta área, el apoyo del Proyecto en el uso de redes sociales fue importante, considerando el escaso conocimiento y acceso a tecnología de muchos de los emprendedores.

Figura 2: Variables que miden el nivel de satisfacción del Proyecto



Fuente: Elaborada por los autores

En la Tabla 8 se analiza de manera global el nivel de respuestas de las variables consideradas para medir el nivel de satisfacción del Proyecto; se destacó que 67,23% de las respuestas fueron positivas. La opción “Totalmente de acuerdo” fue la más popular con 30,24 % de participación. La variable que presentó mayores niveles de respuestas positivas fue “organización de actividades – P10” (75,68%). Marketing – P15 obtuvo un 60,81% de respuestas positivas.

Tabla 8: Análisis de respuestas variables que inciden en las decisiones de los emprendedores

Opciones	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	%	
									Total	Participación
Totalmente de acuerdo	25	21	22	29	21	22	19	20	179	30.24%
De acuerdo	13	14	18	10	18	14	15	16	118	19.93%

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



Ligeramente de acuerdo	14	12	16	12	9	16	13	9	101	17.06%
Neutral	10	9	2	8	11	8	10	10	68	11.49%
Ligeramente en desacuerdo	5	8	6	7	5	2	3	6	42	7.09%
En desacuerdo	3	6	5	2	4	7	7	6	40	6.76%
Totalmente en desacuerdo	4	4	5	6	6	5	7	7	44	7.43%
Total	74	74	74	74	74	74	74	74	592	100.00%

Fuente: Elaborada por los autores

Al relacionar el género con tecnología, tanto mujeres (83.02%) como hombres (85.71%) destacaron su importancia. Ambos géneros recalcaron la importancia de la capacidad de adaptación, 84.91% y 95.24% de mujeres y hombres respectivamente. Al relacionar la edad con tecnología, se destacó que, de 62 respuestas positivas, 75,81% correspondieron a personas mayores de 40 años, y solamente 4,84% a menores de 29 años. Se mantuvo esta relación para capacidad de adaptación, 75,38% (mayores de 40 años) y 4,62% (menores de 29 años). Con respecto a barreras de género, estuvieron de acuerdo 69.81% de mujeres y 28.57% de hombres.

Análisis global del Proyecto

Al final de la encuesta se realizaron 2 preguntas, para conocer en términos general el criterio de los encuestados con respecto al apoyo, obtenido los siguientes resultados:

Pregunta: ¿El apoyo del Proyecto cumplió con sus expectativas y requerimientos para el emprendimiento? Se presentó el 68,92% de respuestas positivas. (ver Tabla 9)

Tabla 9: Pregunta general 1

Opciones	Respuestas	% Participación
1	8	10.81%
2	6	8.11%
3	2	2.70%
4	7	9.46%
5	9	12.16%
6	18	24.32%
7	24	32.43%

Fuente: Elaborada por los autores

Pregunta: ¿Recomendaría el apoyo generado por el Proyecto a otros emprendedores? Se presentó el 75,68% de respuestas positivas. (ver Tabla 10)



Tabla 10: Pregunta general 2

Opciones	Respuestas	%
		Participación
1	7	9.46%
2	3	4.05%
3	5	6.76%
4	3	4.05%
5	9	12.16%
6	10	13.51%
7	37	50.00%

Fuente: Elaborada por los autores

Discusión

Es innegable el reconocimiento y el aporte del emprendimiento en el dinamismo económico de los países, y también como motor de innovación y desarrollo productivo en los distintos sectores económicos, esto lo destacan diversos autores (Álava y Quinde, 2023; Bruton et al., 2018; Kantis et al., 2021; M. Vargas y Uttermann, 2020; Vera et al., 2023; Modrego y Foster, 2021; Ávila, 2021). Sin embargo, se debe reconocer también las brechas existentes entre países en vía de desarrollo como Ecuador, y países desarrollados en ámbitos de oportunidades de desarrollo de emprendimientos. Esta situación se manifiesta en el resultado del estudio, en donde el 50% de los encuestados decidieron emprender por motivos de necesidad, lo cual concuerdan autores como por Guamán -Carchipulla et al., (2021) y Ávila (2021, quienes indicaron que el principal motivante para emprender es la falta de oportunidades o acceso a un empleo formal. Además, estas diferencias de oportunidades se evidencian mayormente, como destaca Del Pilar y García (2020), en el ámbito de educación y tecnología, situación que propicia resultados diferentes en el crecimiento de nuevos emprendimientos. Lozada et al., (2021), Toala y Rengifo (2023), Useche-Aguirre et al. (2021) y Torres (2023) destacan la importancia de la tecnología para el éxito de los emprendimientos, y como herramienta para generar una mayor competitividad. En el estudio, esto se refleja en los resultados, en donde las variables capacidad de adaptación y conocimiento de herramientas tecnológicas presentaron resultados positivos (87,84% y 83,78% respectivamente), destacando la importancia para los emprendedores de adaptarse y adquirir mayores conocimientos de herramientas tecnológicas en sus emprendimientos.

Autores como Mayorga et al. (2020), Guzman y Kacperczyk (2019), Brush et al. (2009) y Gupta et al. (2019), aseveran que las mujeres presentan barreras culturales que les impiden progresar al mismo nivel de los hombres; Khoo et al. (2024) asevera que incluso las mujeres se encuentran en desventaja a la hora de adquirir competencias

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



digitales debido a la brecha digital de género. Sin embargo, en el estudio, a pesar que la mayoría de encuestados correspondía a mujeres emprendedoras (71,62%), esta variable tuvo respuestas positivas, pero se posicionó en último lugar de las variables. Cabe destacar que en el estudio realizado por Guamán -Carchipulla et al., (2021) sobre el aporte de los emprendimientos a la economía cuencana, también las mujeres tuvieron una mayor participación en el emprendimiento que los hombres.

Conclusiones

El proyecto PAME es una iniciativa de la Universidad del Azuay, el cual ha brindado asesoría y asistencia técnica en las necesidades que tengan las empresas más vulnerables coordinadas por profesores y estudiantes desde 2022, esto considerando las grandes necesidades de apoyo que tiene este grupo. El apoyo otorgado busca potenciar y hacer más competitivos a los emprendimientos, los cuales, en la mayoría de casos, carecen de conocimiento en herramientas tecnológicas y gestión de procesos que les permitan ser más competitivos. Para el Proyecto es importante conocer las variables y áreas de apoyo más significativas y que causen un mayor bienestar en sus emprendimientos. Por esta razón, es relevante destacar que las 7 variables identificadas para determinar la incidencia en las decisiones de los emprendimientos presentaron respuestas positivas, y que las variables “capacidad de adaptación” y “conocimiento de herramientas tecnológicas” tuvieron altos niveles de respuestas positivas, ya que estos factores se relacionan directamente con la importancia del uso de herramientas tecnológicas. El apoyo que más requerimiento tuvo fue el área de “marketing”, siendo el apoyo del Proyecto muy importante para los emprendedores, considerando el escaso conocimiento y acceso a tecnología de muchos de los emprendedores, situación que dificulta a este grupo de personas a mostrar de mejor manera las bondades de sus productos o servicios. El apoyo otorgado por PAME ha sido recibido satisfactoriamente, lo cual se refleja en que las 8 variables consideradas para medir el nivel de satisfacción presentan respuestas positivas. Además, el 68,92% de los encuestados indicaron que el Proyecto cumplió con sus expectativas y requerimientos para el emprendimiento, y el 75,68% dijeron que recomendarían el apoyo a otros emprendimientos. Esta información sirve como referencia para el Proyecto, para de esta manera seguir con el apoyo y analizar áreas las cuales requieran un mayor enfoque. El apoyo de los proyectos universitarios a emprendedores es fundamental para fomentar la innovación y el desarrollo económico, considerando la importancia de los emprendimientos para la economía de los países.

Referencias Bibliográficas

Aguilar Barceló, J. G., Mungaray Lagarda, A., & Severiano Quintana, E. N. (2023). Un análisis de las actitudes, percepciones e intenciones que llevan a emprender en los países de la Alianza del Pacífico. *Ensayos. Revista de Economía*, 42(1), 33–56. <https://doi.org/10.29105/ensayos42.1-2>.

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



Álava, Nubia, and María Quinde. 2023. "Explanatory Analysis of Transformational Leadership in the Social Entrepreneurial Profile of University Students." *Formacion Universitaria* 16 (2): 49–60. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062023000200049>.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>

Ávila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 14(23), 32–48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Backman, M., Hagen, J., Kekezi, O., Naldi, L., & Wallin, T. (2023). In the eye of the storm: Entrepreneurs and well-being during the COVID-19 crisis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(3), 751–787. <https://doi.org/10.1177/10422587211057028>

Betancourt Velásquez, A. C., & Caviedes Niño, I. L. (2018). Metodología de correlación estadística de un sistema integrado de gestión de la calidad en el sector salud. *SIGNOS. Investigación en Sistemas de Gestión*, 10(2), 119–139. <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0002.07>

Brown, R., Rocha, A., & Cowling, M. (2020). Financing entrepreneurship in times of crisis: Exploring the impact of COVID-19 on the market for entrepreneurial finance in the United Kingdom. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38(5), 380–390. <https://doi.org/10.1177/0266242620937464>

Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>

Bruton, G. D., Zahra, S. A., & Cai, L. (2018). Examining entrepreneurship through indigenous lenses. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/1042258717741129>

Calle, M., & Tenesaca, J. (2023). Identificación de oportunidades y su impacto en las intenciones de emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, 22, 1–12. <https://doi.org/10.24215/23143738e124>

Caputo, A., Nguyen, V. H. A., & Delladio, S. (2025). Risk-taking, knowledge, and mindset: Unpacking the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21, 48. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01064-3>

Cedeño, W., Quijije, B., & Lozano, C. (2019). Breve esquema de los emprendedores con niveles de discapacidad en la provincia del Guayas. *Espirales*, 3(31). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573263330008>

Chaturvedi, R., & Karri, A. (2022). Entrepreneurship in the times of pandemic: Barriers and strategies. *FIIIB Business Review*, 11(1), 52–66. <https://doi.org/10.1177/23197145211043799>

Chaves, S. (2024). Impacto de los emprendimientos en el desarrollo económico en el cantón Portoviejo, en contexto de pandemia por COVID-19 año 2020. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 303–312. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2186>

Chiatchoua, C., & Ávila-Romero, R. (2023). Digital entrepreneurship and micro and small enterprises in times of COVID-19 in Mexico. *Economía y Negocios*, 14(2), 39–53. <https://doi.org/10.29019/eyn.v14i2.1158>

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0

International (CC BY-NC 4.0) Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espiritu Santo



Chocobar Reyes, E. (2023). Emprendedores y sus habilidades. *Revista Científica de la UCSA*, 10(2), 32–42. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2023.010.02.032>

Contrera-Zambrano, Á., Velásquez-Reyes, G., & Becerra-Ávila, M. (2020). Tendencias del marketing del siglo XXI aplicadas al emprendimiento social. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 4(6), 31–39. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=685872907005>

Franco, G. (2023). El emprendimiento en la economía social y solidaria. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, (13), 173–192. <https://doi.org/10.32719/25506641.2023.13.8>

Gao, J., Long, S., Wu, M., Yang, Q., Al Mamun, A., & Hayat, N. (2024). Sustainable entrepreneurship through customer satisfaction and reuse intention of online food delivery applications: Insights from China. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, 32. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00399-z>

García, C, L Kishimoto, and A Macarachvili. 2021. “INBOUND MARKETING Como Enfoque Estratégico En El Constexto de Las Start-Ups Tecnológicas Dirigidas a Negocios.” *Universidad y Sociedad* 13. <https://orcid.org/0000-0002-3581-435X>.

García Mendoza, C., Kishimoto Pinillos, L., & Macarachvili, A. (2021). Inbound marketing como enfoque estratégico en el contexto de las start-ups tecnológicas dirigidas a negocios. *Universidad y Sociedad*, 13(5), 526–533. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500526

Gómez Díaz, M. del R., Mendoza González, A., & Gómez Díaz, A. E. (2022). Formación para el emprendimiento social: Una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. *Revista Educación*, 46(2), 192–208. <https://doi.org/10.15517/revedu.v46i2.47914>

Guamán-Carchipulla, G., Asanza-Rivera, K., & Orellana-Quezada, D. (2021). El aporte de los emprendimientos a la economía cuencana en tiempos de pandemia. *Boletín de Coyuntura*, 31, 5–13. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1460>

Gupta, V. K., Wieland, A. M., & Turban, D. B. (2019). Gender characterizations in entrepreneurship: A multi-level investigation of sex-role stereotypes about high-growth, commercial, and social entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 131–153. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12495>

Guzman, J., & Kacperczyk, A. (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Research Policy*, 48(7), 1666–1680. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.012>

Izquierdo, A., Baque, L., & Álvarez, L. (2021). Desarrollo de emprendimientos en Ecuador a través de la Universidad UNIANDES con la sociedad. *Revista Conrado*, 17(82). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000500293

Jiménez Candete, L. (2023). El uso de las nuevas tecnologías en los emprendimientos como consecuencia de pandemia dentro de las pymes. *Cofin Habana*, 17(2), 1–13. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612023000200016

Juliao-Esparragoza, D., Guerrero-Storino, M. L., Muñoz-Meza, D. J., Llinás Montes, J. R., & López-Lambraño, M. (2022). Temor al fracaso e identificación de

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0



oportunidades de negocio: Diferencias entre géneros en el marco del COVID-19. *Revista Nacional de Administración*, 13(2), e4453. <https://doi.org/10.22458/rna.v13i2.4453>

Kantis, H., Federico, J., & Girandola, M. S. (2021). Tensions and challenges evaluating the impact of entrepreneurship policies. *TEC Empresarial*, 15(1), 36–55. <https://doi.org/10.18845/te.v15i1.5392>

Khoo, C., Yang, E. C. L., Tan, R. Y. Y., Alonso-Vazquez, M., Ricaurte-Quijano, C., Pécot, M., & Barahona-Canales, D. (2024). Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: A gendered perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 519–539. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>

Kong, H., & Choo, S. (2022). *Gender differences in the relationship between achievement motivation and entrepreneurial intention: A conditional process model of entrepreneurship and gender*. **SAGE Open**, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221097897>

Lahindah, L., Sudirman, I. D., Bahri, R. S., & Rahmatillah, I. (2020). Facing the new normal by increasing company performance with orientation on innovation, entrepreneurship and creativity. *Management Science Letters*, 10 (16), 4033–4038. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.006>

Lozada, F., Cedeño, J., Chinga, E., & Flores, T. (2021). Factores que motivan el emprendimiento: Nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. *ReHuSo*, 6(1), 77–86. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5513102>

Marlow, S. (2020). Gender and entrepreneurship: Past achievements and future possibilities. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 39–52. <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2019-0090>

Mas, M., Íñiguez, G., & Botero, H. (2018). Red local inalámbrica en la comunidad indígena de Otavalo, Ecuador, 2018. *RCIM*, (2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18592018000200008

Mayorga, J., Morales, D. C., & Carvajal, R. P. (2020). Entrepreneurship and gender: A comparative perspective of Latin America and Ecuador / Emprendimiento y género: Una perspectiva comparada de Latinoamérica y Ecuador. *Espacios*, 41(3). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410315.html>

Miranda, J., Sandoval, M., & Bertolini, G. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *Región y Sociedad*, 35. <https://doi.org/10.22198/rys2023/34/1712>

Miñano, J., Valiente, Y., & Morales, P. (2023). Cultura de emprendimiento y su relación con el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 184–202. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i16.2543>

Modrego, F., & Foster, W. (2021). Innovative rural entrepreneurship in Chile. *International Journal of Agriculture and Natural Resources*, 48(3), 149–170. <https://doi.org/10.7764/ijanr.v48i3.2324>

Moina, P., Morales, L., & Cordova, A. (2020). Economic growth in an enterprising region in Ecuador. *Retos (Ecuador)*, 10(19), 65–80. <https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.04>



Molina, J. A. (2020). Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results. *Journal of Family and Economic Issues*. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09667-y>

Montiel, H. (2022). Pasión empresarial, capacidad de adaptación y orientación estratégica. *Investigación Administrativa*, 51(130), 1. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

Montiel, O., & Soto. (2020). An exploratory framework for entrepreneurship from an evolutionary perspective. *Retos (Ecuador)*, 10(20), 361–373. <https://doi.org/10.17163/RET.N20.2020.10>

Mora-Moreno, E., & Peimbert Duarte, A. J. (2023). Trabajo decente: Mujeres microempresarias, sostenibilidad económica y laboral en Mexicali, México. *Revista Reflexiones*, 102(2), 1–29. <https://doi.org/10.15517/rr.v10i2.50162>

Naclerio, E. (2023). Self-entrepreneurship in uncertain futures: The case of performing artists in Italy. *International Sociology*, 38(1), 142–160. <https://doi.org/10.1177/02685809221139111>

Noboa, F. (2021). Fuerza de carácter y continuidad emprendedora: Evidencia de Ecuador. *Ciencias Administrativas*, e091. <https://doi.org/10.24215/23143738e091>

Palacios, E., & Ruiz, S. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, 11(2), 47–59. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2115

Pesántez, B., Erazo, J., Narváez, C., & Moreno, V. (2020). Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 806–826. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.717>

Pilar, M. del, & Rodríguez García. (2020). Ecosistema global del emprendedor desde una perspectiva financiera y tecnológica. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas (REMEF)*, 15(2). <https://doi.org/10.21919/remef.v15i0.p>

Querejazu, C. (2019). Theoretical approach to the causes of entrepreneurship. *Economía Teoría y Práctica*, 28(52), 69–98. <https://doi.org/10.24275/ETYP/AM/NE/522020/Querejazu>

Ramón, R., Salinas, J., López, A., & Herrera, J. (2017). La tecnología: Una herramienta de apoyo para pymes y emprendedores desde el entorno universitario. *Ciencia Ergo-Sum*, 24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

Rong, C., Espinosa Cristia, J. F., Liviu Marian, M., Alzuman, A., & Comite, U. (2025). Does green entrepreneurial orientation impact entrepreneurial success through green innovation capability in the manufacturing and services sector of emerging economies? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1). <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01059-0>

Salimi, N., & Vrauwdeunt, T. (2025). Sustainability: Does it contribute to the survival of entrepreneurship? *Journal of Environmental Management*, 373. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.123454>

Samperio, J., & Navarrete, F. (2024). Reflexiones sobre el contexto del futuro del emprendedor. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, (15), 29–53. <https://doi.org/10.32719/25506641.2024.15.2>



Sandoval, C. (2024). Perceived behavioral traits as key determinants of entrepreneurial intention in higher education institutions. *TEC Empresarial*, 18(1), 1–22. <https://doi.org/10.18845/te.v18i1.6935>

Stephan, U., Zbierowski, P., Pérez-Luño, A., Wach, D., Wiklund, J., Alba Cabañas, M., Barki, E., et al. (2023). Act or wait-and-see? Adversity, agility, and entrepreneur wellbeing across countries during the COVID-19 pandemic. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 47(3), 682–723. <https://doi.org/10.1177/10422587221104820>

Toala, L., & Rengifo, K. (2023). Factores que inciden en el afianzamiento de emprendimientos y su impacto en la economía ecuatoriana. *ECA Sinergia*, 14(3), 142–155. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5930>

Torres, O. (2023). Causas y consecuencias del cierre de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, Ecuador. *Uniandes Episteme*, 10(3). <https://www.redalyc.org/journal/5646/564676369010/564676369010.pdf>

Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). Challenges of Ecuadorian entrepreneurship, transcending to post-pandemic times. *Retos (Ecuador)*, 11(22), 265–280. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>

Usman, M. A., & Sun, X. (2022). Global pandemic and entrepreneurial intention: How adversity leads to entrepreneurship. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221123421>

Valle, A. del, & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad social. *Opción*, 31, 162–175. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045568011.pdf>

Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

Vargas, P., Zúñiga, M., & Mullo, M. (2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 242–258. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1802>

Velasco, O. B., Veintimilla, J. E., Moreano, L. D., & Armas, I. R. (2024). Analysis of innovation competencies and the creation of entrepreneurship. *Data and Metadata*, 3. <https://doi.org/10.56294/dm2024.216>

Vera Muñoz, J. G. S., Vera Muñoz, M. A. M., & Martínez Méndez, R. (2023). Emprendimiento y género: Su análisis desde la perspectiva de la Teoría de la Conducta Planificada. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 11(25), e2583060. <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2023.25.83060>