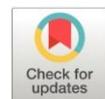


# El impacto de la inteligencia artificial en los espacios educativos virtuales. Casos emprendedores de la provincia de Guanacaste, Costa Rica

*The impact of artificial intelligence in virtual educational spaces. Entrepreneurs Case of the province of Guanacaste, Costa Rica*

- <sup>1</sup> Jorge Luis Loáiciga Gutiérrez  <https://orcid.org/0000-0002-0421-3906>  
Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Heredia, Costa Rica.  
[jorge.loaiciga.gutierrez@una.cr](mailto:jorge.loaiciga.gutierrez@una.cr)
- <sup>2</sup> Carlos Luis Chanto Espinoza  <https://orcid.org/0000-0002-3420-7259>  
Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Heredia, Costa Rica.  
[carlos.chanto.espinoza@una.cr](mailto:carlos.chanto.espinoza@una.cr)



## Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 11/04/2025

Revisado: 08/05/2025

Aceptado: 05/06/2025

Publicado: 25/09/2025

DOI: <https://doi.org/10.33262/ap.v7i3.464>

## Cítese:

Loáiciga Gutiérrez, J. L., & Chanto Espinoza, C. L. (2025). El impacto de la Inteligencia Artificial en los espacios educativos virtuales. Caso Emprendedores de la Provincia de Guanacaste, Costa Rica. *AlfaPublicaciones*, 7(3), 137–161.  
<https://doi.org/10.33262/ap.v7i3.464>



*ALFA PUBLICACIONES*, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://alfapublicaciones.com>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**Palabras claves:**

Capacitaciones,  
emprendedor,  
herramientas,  
inteligencia  
artificial,  
teleconferencia

**Resumen**

**Introducción:** El manejo de habilidades y capacidades para hacer frente al mundo de los negocios con Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un desafío que todo emprendedor debe conocer y manejar. Este proyecto fue desarrollado por el estudiantado del último nivel de la carrera de administración de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Campus Liberia, en donde se desarrollaron actividades académicas de capacitación en las áreas de mercadeo, finanzas y recursos humanos con IA. **Objetivo:** El objetivo de esta investigación consiste en examinar el impacto de la Inteligencia Artificial (IA) en los espacios educativos virtuales a través de la generación de conocimiento enfocado a emprendedores de la provincia de Guanacaste, Costa Rica. **Metodología:** El método de investigación se fundamenta en una metodología cuantitativa, con un diseño de tipo exploratorio-descriptivo. En el estudio participaron 600 emprendedores. El instrumento usado es el cuestionario validado con un Alpha de Cronbach de 0,86, la revisión bibliográfica y los *webinars* como medio de interacción durante las capacitaciones con implementación de herramientas IA. **Resultados:** Los resultados muestran debilidades en la población emprendedora que fueron mejoradas desde los espacios de aprendizaje virtual con IA enfocado en fortalecimiento de las capacidades en las áreas de mercadeo, recursos humanos y finanzas, además de la constitución legal de una empresa, por otra parte, aunque algunos emprendedores utilizan las redes sociales, no están explotando al máximo los beneficios de la tecnología con el uso de las IA. **Conclusión:** Se concluye que el proyecto genero un impacto muy satisfactorio en los participantes al obtener nuevos, variados y valiosos conocimientos acordes a las exigencias actuales del mercado y la posibilidad de que este tipo de actividades sean replicadas a nivel nacional e internacional por otras instancias a favor de las personas emprendedoras. **Área de estudio general:** Educación Virtual y Negocios. **Área de estudio específica:** Empredimientos. **Tipo de estudio:** Original.

**Keywords:**

Training,  
entrepreneur,  
tools, artificial

**Abstract**

**Introduction:** Managing skills and capabilities to face the business world with Artificial Intelligence (AI) has become a challenge that every entrepreneur must know and manage. This project was developed by the students of the last level of the administration

intelligence,  
teleconference.

degree at the National University of Costa Rica (UNA), Liberia Campus, where academic training activities were developed in the areas of marketing, finance, and human resources with AI. **Objective:** The objective of this research is to examine the impact of Artificial Intelligence (AI) in virtual educational spaces through the generation of knowledge focused on entrepreneurs in the province of Guanacaste, Costa Rica. **Methodology:** The research method is based on quantitative methodology, with an exploratory-descriptive design. 600 entrepreneurs participated in the study. The instrument used is the questionnaire validated with a Cronbach's Alpha of 0.86, the bibliographic review and the webinars as a means of interaction during the training with implementation of AI tools. **Results:** The results show weaknesses in the entrepreneurial population that were improved from virtual learning spaces with AI focused on strengthening capabilities in the areas of marketing, human resources, and finance, in addition to the legal constitution of a company, on the other hand. Although some entrepreneurs use social networks, they are not fully exploiting the benefits of technology with the use of AI. **Conclusion:** It is concluded that the project generated a very satisfactory impact on the participants by obtaining new, varied, and valuable knowledge in accordance with the current demands of the market and the possibility of this type of activity being replicated at a national and international level by other instances. favor of entrepreneurial people. **General Area of Study:** Virtual Education and Business. **Specific Area of Study:** Entrepreneurship. **Type of Study:** Original.

## 1. Introducción

Dado que la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta crucial para mejorar la eficiencia y la competitividad de las empresas, los espacios educativos virtuales con IA es un tema cada vez más importante para los negocios. En consecuencia, comprender los conceptos fundamentales y desarrollar habilidades es esencial para aprovechar al máximo el potencial de la IA en el entorno empresarial.

Los espacios educativos virtuales con inteligencia artificial se refieren a la capacidad de una persona o empresa para comprender los conceptos, aplicaciones y técnicas de inteligencia artificial. Es necesario aprender los fundamentos de la IA, como el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural, y adquirir la capacidad

de aplicar estos conocimientos a la resolución de problemas comerciales y la toma de decisiones. “el mundo está inmerso en una revolución digital y de datos que hace unos años ni siquiera se nos hubiera pasado por la mente” (TP-link, 2020, párr. 1).

En este contexto, el emprendimiento es visto como; ¿Opciones de autoempleo y nuevas formas de ingresar al mercado laboral? Muchas generaciones se enfrentan al dilema de ser reclutadas por alguna compañía ya sea privada o pública o emprender un negocio propio. Ahora bien, si deciden emprender, ¿Qué tan maduros están al realizar emprendimiento en un contexto tan vulnerable como el actual?

En su defecto Borrayo et al. (2019) mencionan: “emprendedor es una persona que inicia su propio negocio, genera empleos y aporta valor, mismo que beneficia a la sociedad. Quien descubre o identifica una oportunidad o idea de negocio, poniéndola en operación con pasión, entusiasmo y determinación” (p. 72). De igual forma Montiel et al. (2021) “el emprendedor se caracteriza por generar ideas, detectar oportunidades, es afín a los cambios al cambio, y se adapta con responsabilidad y entrega a distintos escenarios que le plantea el mercado o su propia organización” (p. 69).

### *1.1. El emprendimiento en tiempos de post pandemia*

La Inteligencia Artificial (IA) es crucial para el entorno empresarial porque permite comprender y controlar los algoritmos que emplean las empresas. Estos conocimientos no se limitan a la creación de algoritmos, sino también a la creación de regulaciones que supervisen su uso. Desarrollar espacios educativos virtuales con IA se vuelve esencial en el ámbito empresarial y laboral para evaluar cómo los sistemas afectan a las personas emprendedoras, identificar quiénes se ven beneficiados o afectados y garantizar que los sistemas de IA funcionen correctamente. Dado que la IA está cada vez más presente en diversos aspectos de la vida laboral y cotidiana, es fundamental mejorar la implementación de la tecnología en la sociedad y en las empresas.

Hasta cierto punto, los países a menudo enfrentan crisis económicas, sociales y ambientales que afectan a un país o al mundo en su conjunto. Tal y como lo menciona Parra (2014) “en estas circunstancias se considera que el emprendimiento es relevante porque sirve como un mecanismo que ayuda a procesar las crisis económicas, al reubicar recursos de tal manera que, prometen nuevas actividades que remplazan a las que están obsoletas” (p. 2). Estas empresas surgieron principalmente para brindar un mejor apoyo a las familias y mejores ingresos, aunque la crisis es una oportunidad de negocio cuando el desempleo, la pobreza, la escasez de recursos naturales, la contaminación y otros problemas se han solucionado parcialmente.

El proyecto de espacios educativos virtuales para capacitar y mejorar habilidades en la población emprendedora es una propuesta innovadora que nació de las prácticas

profesionales de la carrera de administración de la UNA, Campus Liberia, la que reunió grupos de emprendedores de la zona de Guanacaste con algún tipo de negocio propio en el corto, mediano o largo plazo y que además carecían de conocimientos necesarios para poder hacer frente a todo el proceso que conllevan las operaciones del mercado y a sus dinámicas variantes.

Los espacios educativos virtuales con IA en el ámbito educativo y empresarial ayuda a las organizaciones a adaptarse a los avances tecnológicos y maximizar su eficiencia al comprender mejor cómo la IA transforma los procesos de negocios. Además, esta alfabetización ayuda a identificar y reducir los peligros relacionados con la implementación de la IA, como la falta de transparencia en los sistemas, los prejuicios algorítmicos y las preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos. En resumen, estos espacios educativos en inteligencia artificial es una herramienta crucial para fomentar la innovación, mejorar la toma de decisiones y garantizar que la inteligencia artificial se utilice de manera ética y efectiva en el entorno empresarial.

En relación a lo descrito en los párrafos anteriores, esta investigación tendrá como propósito principal, brindar la información pertinente, necesaria y requerida para que los lectores conozcan de primera mano el proceso de los espacios educativos virtuales con Inteligencia Artificial y su impacto empresarial llevado a cabo por estudiantes del V nivel de la carrera de administración de la Universidad Nacional de Costa Rica, Campus Liberia para con los emprendedores de la provincia de Guanacaste generando herramientas básicas de información y técnicas que facilitan el proceso administrativo de lo que conlleva a aperturas o dar continuidad algún tipo de negocio en la actualidad.

Este proyecto denominado “Espacios educativos virtuales” tiene como finalidad detectar a personas emprendedoras que tengan la necesidad de fortalecer sus conocimientos en las disciplinas de mercadeo, recursos humanos y finanzas empresariales para así generar espacios de aprendizaje mediante webinars, todo con el fin de que los emprendedores reciban las capacitaciones necesarias para que su negocio pueda mantenerse a flote en un mercado tan cambiante y además, se adapten a la nueva forma de trabajo que implica importantes medidas, y por supuesto la virtualización de muchos de los procedimientos de atención a la clientela.

### *1.2. Fundamentación teórica*

En Costa Rica las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) forman parte importante dentro del desarrollo socioeconómico, local, regional, nacional e internacional “la actividad del emprendimiento empresarial tiende a afectar de modo favorable al crecimiento económico” (Villalba, 2020, p. 149), lo que tiene un papel protagónico que representa la calidad, rescata y transforma tradiciones, innovación de los productos y servicios. Por ejemplo: “Los Paleteros se basaron en el tradicional Churchill (granizado)

y lo convirtieron en la Churchileta” (Bonilla, 2020, párr. 1). En este sentido Paula et al. (2024) mencionan que “el crecimiento acelerado de la tecnología ha generado un cambio en la forma como las PYMES realizan negocios...” (p. 121).

En el contexto de este pensamiento Martínez & Rubio (2020) establecen que la crisis ha hecho de la digitalización una prioridad para abordar los problemas y oportunidades asociados con las secuelas de la pandemia. Hoy en día, al margen de la realidad, el uso de plataformas digitales es la principal estrategia de promoción de productos. En este sentido “la tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio en todo el mundo, su uso se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial” (Ayala et al., 2024). Las empresas necesitan innovar y digitalizarse para llegar a los usuarios y mantener una presencia comercial. Estas plataformas digitales ayudan a cualquier negocio a adaptarse y aprovechar mejor las oportunidades que presenta este medio. Estos, a su vez, ayudan a planificar e impulsar el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos.

Tal y como lo menciona Campuzano-Vásquez & Cedillo-Chalaco, (2021):

Las motivaciones para emprender están presentes en la necesidad de acumular riqueza, hacer la diferencia, escasez de empleo y tradición familiar en función de la tasa de emprendimiento temprano, objetivos que no se pueden determinar con certeza en los estudiantes universitarios... (p. 50).

En esta perspectiva, se impulsa el dinamismo económico: creación de empleos, nuevas ideas de inversión, reducción de la desigualdad, desarrollo social y crecimiento económico. El gobierno central y los locales tienen el deber de estudiar las problemáticas sociales para la acción política, que permita determinar orígenes y las soluciones de las diversas desigualdades sociales que acechan a muchas familias a nivel nacional.

Para Febriyantoro (2019) es un desafío para las universidades el producir graduados que puedan contribuir a la creación de empleo necesario, con el objetivo de desarrollar el espíritu empresarial de los estudiantes a través de la educación empresarial.

De este modo el proyecto de espacios educativos virtuales permitirá impactar positivamente a diferentes emprendimientos en la zona de Guanacaste. De ahí que según Alfabetización Digital (2021) menciona: “es una alfabetización empresarial en la que están presentes personas que no manejaban su negocio con una mentalidad de empresa adecuada a sus necesidades” (párr. 5). Es decir las universidades tienen que promover entre sus educandos algunos comportamientos que se identifican con un emprendedor, como es el ser un individuo líder, tomador de decisiones, identificar y controlar los riesgos, que auto aprende, ser un evaluador de oportunidades, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

En otras palabras, seguir una ruta de desarrollo empresarial de acuerdo con las necesidades que tengan los negocios y en términos del alcance del proyecto se tratan de videoconferencias (*webinars*) cortas, pero de alto impacto por su alcance con estrategias digitales de aprendizaje adaptables al distanciamiento social de la actualidad y que buscan fortalecer las habilidades de los emprendedores permitiendo el desarrollo sus destrezas en la gestión empresarial ante situaciones extremas.

En relación con el párrafo anterior Pasache & Posso (2018) señalan:

El uso de herramientas tecnológicas ha ido evolucionando y extendiéndose a lo largo del tiempo, hoy en día resulta indispensable que las personas desarrollen conocimientos y competencias en espacios digitales para una mayor productividad en sus actividades, alcanzando mejores niveles de vida y transformando organizaciones que se adapten a los constantes cambios del sector. (p. 3).

Es decir, los cambios exponenciales en materia tecnológica han transformado la manera de cómo se mueven las empresas y la forma de cómo hacer llegar el conocimiento a los distintos actores en nuestra sociedad. Si las personas no se adaptan a este cambio corren el riesgo de no ser competentes ni productivos para el sector negocios, por lo tanto, deben aprovechar las oportunidades que las instituciones autónomas como las universidades les facilitan cuando de capacitarse se trata.

Torres et al. (2021) señalan:

La importancia y el interés suscitado por la creación de empresas se vuelve prioridad en la sociedad actual golpeada por la crisis. Es indudable que los beneficios sociales y económicos que aporta el crear empresas en una sociedad post crisis, los empleos directos e indirectos, los tributos que crea, punto al dinamismo empresarial son motivos suficientes para pensar en la promoción del emprendimiento desde las aulas de enseñanza superior.

De igual forma Moreno et al. (2017) afirman que “es evidente el valor de la educación en el fortalecimiento del desarrollo del ser humano, por lo que es primordial acoger este recurso para enfrentar de manera óptima las exigencias de un nuevo mundo de nuevas generaciones “nativas digitales” (p. 17). El generar espacios educativos entre estudiantes practicantes del último nivel universitario el profesorado y los emprendedores permite llevar a la práctica el conocimiento adquirido todos los años en la universidad encausando como forma de interacción más activa dentro de las estrategias de fortalecimiento al sector empresarial.

En esta perspectiva se considera en el ejercicio profesional que la efectividad de la educación empresarial para aumentar la conciencia empresarial y aumentar el número de empresas. Sugieren cambios en los programas de manera que estos deberían centrarse en

las habilidades blandas en lugar de como iniciar un negocio. Es decir los programas deben enfatizar en las habilidades sociales y no cómo iniciar un negocio.

Asimismo “las herramientas actuales de formación como la modalidad de tele formación y la modalidad e-learning ofrecen ventajas que los mayores no serán capaces de apreciar si no se sienten capaces y motivados para emprender el reto de seguir formándose...” (Gómez, 2016, p. 25). Esto significa que el proceso de los espacios educativos virtuales no es nada más recibir uno, dos o hasta tres *webinars*, capacitaciones, talleres en línea, entre otros...Sino se mantiene una actitud de aprendizaje constante y de ponerlo en práctica el sentido de mejora no será el óptimo.

No obstante se puede enseñar a tener un espíritu empresarial, tal y como lo menciona Charrón & Rivera-Cruz (2019) indican que las actitudes como la autosuficiencia, la creatividad, la innovación o los comportamientos arriesgados y de asunción de riesgos pueden fomentarse a través de la educación empresarial. Aunque se ha criticado la coherencia de los objetivos y los métodos de enseñanza del espíritu empresarial.

En esta perspectiva “es evidente que debemos adaptarnos a nuestra realidad y, en concreto, a un entorno hiperconectado con unas necesidades derivadas de la palanca tecnológica, tanto individuos como organizaciones” (Alfabetización Digital, 2021, párr. 11). Facilitar a una población de emprendedores herramientas para hacer frente a la crisis actual y desde una modalidad a distancia por medio de videoconferencias implica cambios culturales, un reto social y educativo. Tal y como González-Moreno (2020) indican:

En casos de emergencia o crisis, es un deber de las instituciones educativas emplear los medios al alcance para informar de manera correcta y oportuna no solo a su propia población universitaria de estudiantes, personal docente y personal administrativo, sino a la sociedad en general. (p. 135).

Asimismo, Fabregat et al. (2019) afirma que “los emprendedores actuales se enfrentan a una nueva manera de relacionarse ya que la aparición de nuevas tecnologías y su incidencia en la vida cotidiana implica un cambio de mentalidad...” (p. 102). El programa de alfabetización empresarial genera oportunidades de mejora para adaptarse a un mundo empresarial más digitalizado.

Los procesos de alfabetización digital son las actividades de extensión docente a la comunidad para su masificación, siendo esta el conjunto de tareas a través del cual el docente potencia sus capacidades académicas, sus habilidades y destrezas en las labores de investigación, para terminar generando una diversidad de acciones educativas, que promuevan, faciliten la difusión de conocimientos, actualización, adiestramiento, así como otra serie de acciones, destinadas a

atender las demandas sociales, como una retribución del plantel educativo a la comunidad educativa. (Urdaneta et al., 2018, p. 205).

Por lo tanto, este proceso práctico que tiene sus raíces a nivel universitario contempla la participación tanto de los estudiantes como del profesorado y tiene la finalidad de aumentar el nivel de capacitaciones con IA al sector empresarial en distintos lugares del país, mediante la inclusión de diferentes grupos de emprendedores que realizan proyectos con la falta de conocimiento suficiente sobre los temas necesarios para manejar una pequeña o mediana empresa.

En connotación al párrafo anterior Montiel et al. (2021) menciona que cuando el emprendedor inicia un emprendimiento bajo la necesidad o en plan de emergencia comete muchos errores, ya que normalmente considera la actividad como una salida. En contraste, cuando la idea de negocio es por una oportunidad planificada. Bajo este contexto, una persona de negocio bien capacitada puede estar mejor preparado para los cambios en el comercio tras la pandemia, de no sentirse amenazados que, aunque exista incertidumbre mantienen expectativas de un mejor futuro.

Por otro lado, el asesoramiento empresarial personalizado con IA de acuerdo con el tipo de emprendimiento a través de herramientas de videoconferencia (*webinars*) es una puesta en marcha e innovadora en el proceso de práctica profesionales en la UNA, Campus Liberia. De ahí que Salas (2020) menciona “la videoconferencia es un excelente recurso siempre que se utilice adecuadamente...” (p. 106).

Al analizar una serie de documentos, se demuestran que existen pocas evidencias sobre el impacto de los programas sobre emprendimiento en las personas y qué elementos del programa determinan el impacto a la hora de influir en las propuestas emprendedoras (López et al., 2021).

Además, las personas estudiantes en formación necesitan la motivación, la experiencia y los recursos para desarrollar sus ideas innovadoras y, lo que es más importante, ejecutarlas compartiendo en el día con los emprendedores tal como lo plantea Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío (2018).

Si bien existen pocas evidencias sobre el impacto de los programas de emprendimiento (López et al., 2021), es fundamental considerar que las personas en formación requieren motivación, experiencia y recursos para materializar sus ideas, tal como señalan Moran-Montalvo & Sánchez-Riofrío (2018).

Asimismo Guachimposa et al. (2019) sostiene que las universidades son más conscientes del papel activo y de liderazgo que tienen que desempeñar y deben contribuir con iniciativas que ayuden a inspirar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, especialmente a través de la formación académica que ofrecen.

Esta necesidad de apoyo se vincula con el rol activo que según Guachimposa et al. (2019) deben asumir las universidades para fomentar el espíritu emprendedor, coincidiendo con lo expuesto por Marulanda & Morales (2016) acerca de que la independencia es una motivación clave para emprender.

Dejando en evidencia lo planteado por Marulanda & Morales (2016) que una de las principales motivaciones para emprender es la independencia, el ser tu propio jefe.

Borrayo et al. (2019) señala que, en el campo del emprendimiento, no solo hay que tener una buena idea, formación y conocimientos para emprender, sino que también hay que tener coraje y visión para emprender. Bajo este contexto la clave de la reactivación económica de una nación es la acción emprendedora, y su espíritu todavía puede adaptarse a los cambios y hacer recomendaciones que afectan a la sociedad, la cultura y la economía (Carvajal et al., 2021).

Sin embargo como advierte Borrayo et al. (2019) más allá de la formación y las motivaciones, el emprendimiento exige coraje y visión, elementos cruciales para la reactivación económica, tal como destacan Carvajal et al. (2021).

Finalmente Fernández et al. (2021) ciertos factores personales, como la experiencia emprendedora previa, las habilidades para emprender o una buena red, intervienen parcialmente en el éxito de emprender.

A estos factores se suman según Fernández et al. (2021) aspectos personales como la experiencia previa o las redes de contacto, que influyen parcialmente en el éxito emprendedor.

Para concluir se comparte lo planteado por Vargas (2012) “los procesos de alfabetización empresarial ayudan a transformar la mentalidad de las personas, al brindar nuevos conocimientos empresariales y capacidades técnicas que permiten ampliar la visión de las personas” (p. 97).

En recapitulación como plantea Vargas (2012) la alfabetización empresarial no solo aporta conocimientos técnicos, sino que transforma la mentalidad de las personas, ampliando su visión y fortaleciendo su capacidad emprendedora.

## 2. Metodología

En el presente artículo se utilizó un enfoque cuantitativo de alcance exploratorio-descriptivo, de tipo no experimental, considerando la no manipulación de variables y transeccional, ya que la medición de los instrumentos fue realizada en un tiempo único. La población de estudio contempló alrededor de 20 instituciones u organizaciones promotoras del emprendimiento en la provincia de Guanacaste tales como: Municipalidades, asociaciones comunales, artesanos, asadas, emprendedores culturales,

mercados emprendedores, emprendimientos integrados, instituciones públicas como el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), el Ministerios de Agricultura y Ganadería (MAG), la Cruz Roja, grupo de mujeres emprendedoras, entre otros. Por otra parte, este estudio se caracteriza por contar con un muestreo no probabilístico, ya que no se realizó ningún cálculo para la muestra, ni depende de la probabilidad, clasificándose como una muestra por conveniencia o dirigida donde 600 personas emprendedoras conformaron la muestra total impactada con el proyecto, cuya totalidad de *Webinars* impartidos por el estudiantado de la UNA se acercó a los 120 en un lapso de 3 meses (septiembre, octubre y noviembre de 2023).

Los instrumentos utilizados en este proceso tienen como referencia el uso de la revisión bibliográfica, la encuesta, la entrevista, así como el uso de las videoconferencias a través de las plataformas digitales de ZOOM y *Google Meet* para impartir alrededor de 6 *webinars* por cada una de las organizaciones involucradas desde tres áreas de la administración: finanzas, recursos humanos y mercadeo.

Con respecto al cuestionario aplicado se utilizó la herramienta tecnológica *google form* donde se presentó un escenario antes y después del proceso de los *webinars* impartidos, todos los cuestionarios fueron enviados a los correos personales de cada emprendedor. Respecto a las entrevistas *Google Meet* permitió la interacción entre los emprendedores. Para el análisis de la información se utilizó Microsoft Excel y la estadística descriptiva. En cuanto a la validez del cuestionario se contó con el juicio de expertos un total de 6 profesionales académicos con alta experiencia en proyectos y emprendimientos de la Universidad Nacional de Costa Rica utilizando el método de agregados individuales, para la fiabilidad se calcula coeficiente Alfa de Cronbach dando como resultado 0,86 el cual se interpreta como una medida confiable.

### 3. Resultados

Para que los estudiantes de quinto nivel de administración de la UNA, Campus Liberia logran poner en marcha el proyecto de alfabetización empresarial, eligieron seis temas distribuidos en las áreas de recursos humanos, finanzas y mercadeo de importancia de acuerdo con el diagnóstico previo en los emprendedores, es decir de utilidad para las personas que recibían cada una de las capacitaciones. Dentro de este punto los sujetos emprendedores lo conformaron en primer lugar un 56,2 % mujeres y 43,8 % son hombres. Respecto a la composición etaria, el 26,5% tiene una edad entre 18 a 34 años, el 36,5 % sus edades oscilan entre 35 a 49 años y un 37 % tiene 50 años o más. Todos con lugar de residencia la provincia de Guanacaste, Costa Rica principalmente los cantones de Carrillo, Liberia, Santa Cruz, La Cruz, Bagaces y Tilarán.

En cuanto a la escolaridad de la población, el 26% señala tener educación primaria completa o menos, un 42% tiene educación secundaria y un 32% posee educación universitaria completa.

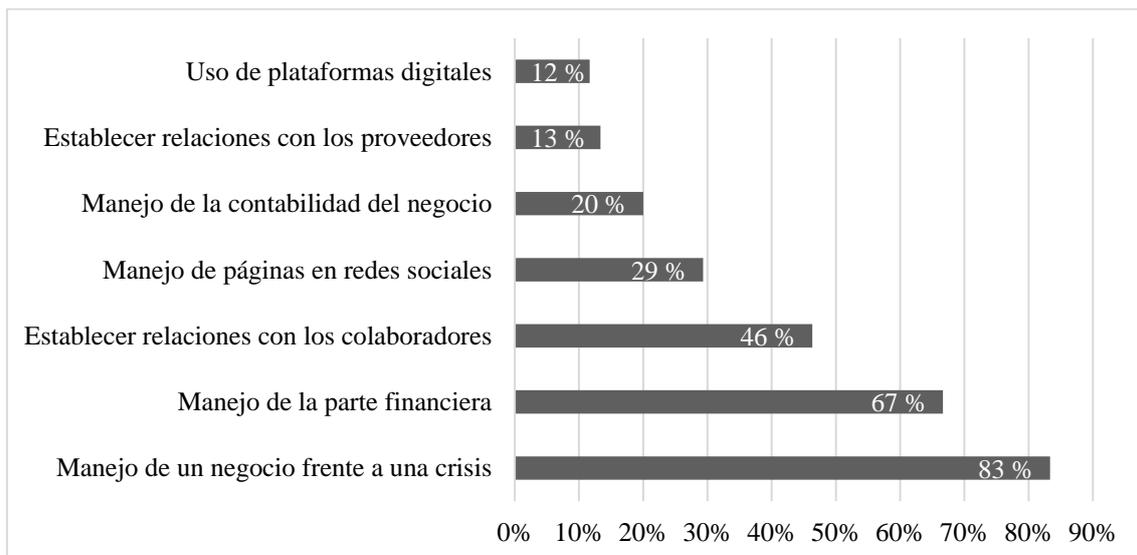
En esta perspectiva, en el caso de los emprendedores participantes, el estudiantado encontró algunas condiciones, entre estas se destacan las siguientes:

- Tienen poco conocimiento sobre el uso de redes sociales para promocionar sus productos o servicios.
- Algunos tienen perfiles donde muestran lo que hacen, sin embargo, no manejan muy bien el contenido que publican.
- Algunos tienen emprendimientos junto con algún familiar o tienen alguien que les ayude, y otras trabajan solas.
- La mayoría de los emprendimientos son informales, solo realizan sus actividades sin tenerlo registrado.
- Desconocen el uso de la inteligencia artificial como aliado para beneficio de su negocio.

Con motivo de las debilidades que presentaron la **figura 1** muestra los temas que necesitaron reforzar los emprendedores entre estos: el manejo de un negocio frente a una crisis, manejo de la parte financiera y establecer relación con los colaboradores.

**Figura 1**

*Priorización de temas donde se demuestro deficiencia en los grupos de emprendedores*



**Nota:** Los porcentajes no suman 100 porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

A partir de este abordaje se establecieron los temas de los *webinars*, la **tabla 1** presenta los más utilizados desde las tres áreas antes mencionadas:

**Tabla 1**

*Principales temas elegidos e impartidos en el proceso de capacitación con IA*

Mercadeo	Finanzas	Recursos Humanos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La trilogía de los emprendimientos: antes, durante y después de la pandemia.</li> <li>▪ Mercados y Emociones.</li> <li>▪ Estrategias de marketing ante la pandemia.</li> <li>▪ Tendencias del marketing digital para el 2021.</li> <li>▪ El patrocinio cultural como herramienta de marketing.</li> <li>▪ Descubre estrategias para vender tus productos en línea.</li> <li>▪ Aprende a elegir los medios, cuando empieces hacer la estrategia de marketing digital.</li> <li>▪ Diseña tu plan de mercadeo.</li> <li>▪ Mercadeo para Mypymes.</li> <li>▪ El desarrollo de la innovación y las habilidades blandas en estrategias de comunicación y mercadeo.</li> <li>▪ ¿Cómo atraer más clientes a mi negocio?</li> <li>▪ Generando ventas con WhatsApp Business.</li> <li>▪ Mercadeo y Redes sociales - "Lo que debes saber para potenciar tus ventas"</li> <li>▪ El rol del marketing en el nuevo normal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanzas en casa ante pandemia personales y familiares.</li> <li>▪ Tácticas y estrategias para manejo de flujo de caja y gestión financiera.</li> <li>▪ Mejorar el acceso a la financiación para las pymes de Guanacaste.</li> <li>▪ La transformación digital en finanzas.</li> <li>▪ Costos un dato de éxito en las Pymes (poner el valor a tu producto).</li> <li>▪ Educación financiera y finanzas personales para emprendedores.</li> <li>▪ Temas financieros para considerar en la planificación de tu retiro.</li> <li>▪ Entender los números financieros de tu negocio.</li> <li>▪ Proyectar el futuro financiero de tu empresa.</li> <li>▪ Método práctico para conocer tu verdadera situación financiera (Herramientas para organizar las finanzas).</li> <li>▪ Ideas para optimizar sus finanzas en las empresas.</li> <li>▪ Finanzas y control de gestión, liderando juntos la estrategia de la compañía.</li> <li>▪ Innovaciones en Finanzas Sustentables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestionando el talento humano en tiempos de pandemia.</li> <li>▪ Apps para la gestión de recursos humanos.</li> <li>▪ Reclutamiento 2.0 - Redes sociales, técnicas y métodos para encontrar el talento en la red.</li> <li>▪ Gestión del cambio, innovando desde Recursos Humanos.</li> <li>▪ Metodologías ágiles para gestión humana.</li> <li>▪ Emprendedurismo y Recursos Humanos.</li> <li>▪ El envejecimiento de la fuerza laboral y la gestión del talento humano.</li> <li>▪ Como motivar a los colaboradores de tu negocio.</li> <li>▪ Liderazgo e inteligencia emocional en Recursos Humanos.</li> <li>▪ Administración de riesgos laborales durante la pandemia.</li> </ul>

**Nota:** La lista de temas indicados en el cuadro es un resumen de los más importantes no contempla la totalidad impartida considerando que fueron 120 *webinars*.

Debido a la necesidad que se logra detectar en todos los grupos, por la falta de capacidades enfocadas al mercadeo, RRHH y finanzas, se implementaron todos los temas por subgrupos en distintos horarios, cada subgrupo lo conformaron 100 participantes para un total de 6 grupos hasta dar por completo los 90 *webinars* del programa establecido, cada

webinars presentó una duración de 1 hora, considerando limitantes sobre todo en temas de conectividad.

En connotación al párrafo anterior, en la **tabla 2** se puede apreciar la variedad de actividades a las que se dedican los sujetos participantes, entre los más destacados se encuentran los siguientes: Un 13,68% comercializa ropa, zapatos, fajas, bolsos, carteras, joyería y otros, el 10,26% realiza ventas de pollos, cerdos y huevos. Por otra parte, el 8,55% se dedica a la costura y 7,69% hace ventas de comida (rápidas, a base de maíz, Caseras/Criolla) correspondiente y así mismo, la elaboración de productos caseros a base de maíz y harina.

**Tabla 2**

*Actividad productiva al que pertenecen los emprendedores participantes*

Actividad Productiva	Valores relativos
Comercializa ropa, zapatos, fajas, bolsos, carteras, joyería y otros	13.68 %
Venta de pollos, cerdos y huevos (Crianza)	10.26 %
Costurera	8.55 %
Venta de comida (Rápidas, a base de maíz, Caseras/Criolla)	7.69 %
Elaboración de productos caseros a base de maíz y harina	7.69 %
Panadería y repostería	4.27 %
Confección de Bisutería y Manualidades	3.42 %
Estilista (maquillaje, cortes, peinados, lavado, tratamientos para cabello y otros)	3.42 %
Cultivo de plantas y hortalizas (hidroponía, vivero)	3.42 %
Manicurista	2.56 %
Venta de Ceviches y Caldosas	2.56 %
Venta de cosméticos y productos de cuidado personal	2.56 %
Comercialización de miel	2.56 %
Productos lácteos	1.71%
Restaurante/ Soda (comidas rápidas)	1.71%
Emprendedores culturales	1.71%
Varias actividades (Costura, ventas de cajetas, empanadas, ropa, pan y helados caseros)	1.71%
Artesanías en madera y cultivo de árboles Majagua (Canastas, Lámparas, Alfombras, Cantinfleras)	1.71%
Asesorías a emprendedores	0.85 %
Catering service	0.85 %
Carnicería	0.85 %
Planificación y decoración de eventos familiares	0.85 %
Proyecto en marcha (Restaurante)	0.85 %
Emprendedores agrícolas	14.53 %
Total	100 %

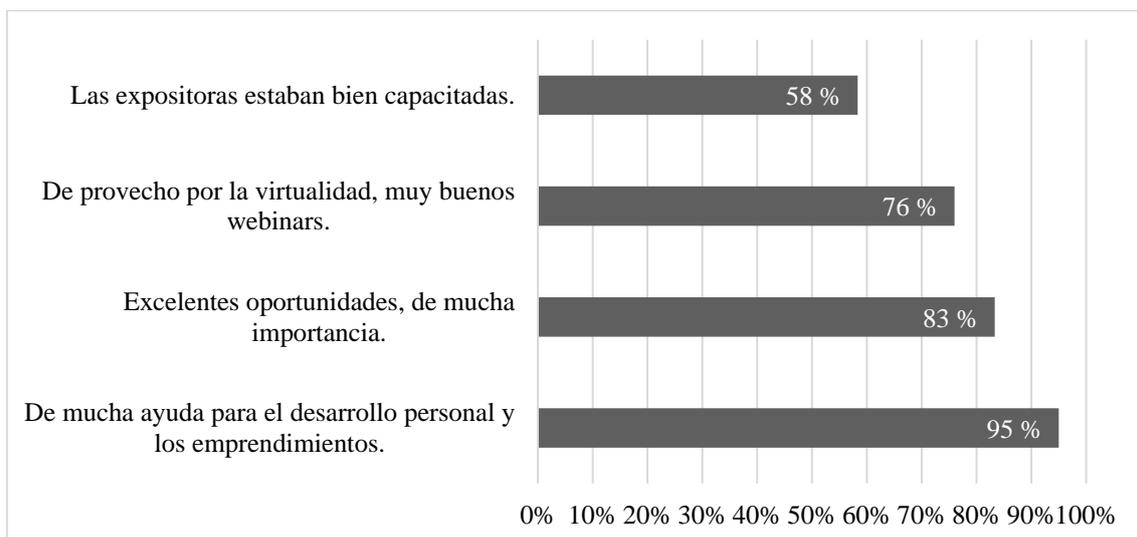
**Nota:** A partir del cuestionario aplicado a los emprendedores.

Por otra parte, se analizó de forma detallada la situación actual de los emprendedores referente al tipo de apoyo que le gustaría recibir en función del crecimiento del emprendimiento destacando el financiamiento, las capacitaciones y la asesoría.

De acuerdo con la **figura 2**, se puede observar diferentes opiniones de los participantes encuestados, de los cuales la mayoría expresan que los webinars recibidos fueron de excelente oportunidad y de mucha importancia. La información anteriormente presentada refleja los criterios de las personas participantes en relación con el nivel de satisfacción de los webinars recibidos, del cual la mayoría se encuentra satisfechos con el contenido del curso y las explicaciones por parte de las expositoras. Asimismo, cabe recalcar que entre las opiniones más significativas que manifestaron los emprendedores es que el conocimiento adquirido “fue de mucha ayuda tanto para el desarrollo personal como para el desarrollo de nuestros emprendimientos”. El bajo nivel de iniciativa emprendedora es consistente cuando no se tienen intención o se sienten incapaces de hacerlo o no tiene el conocimiento (Castro et al., 2021).

**Figura 2**

*Opinión acerca de los webinars recibidos*

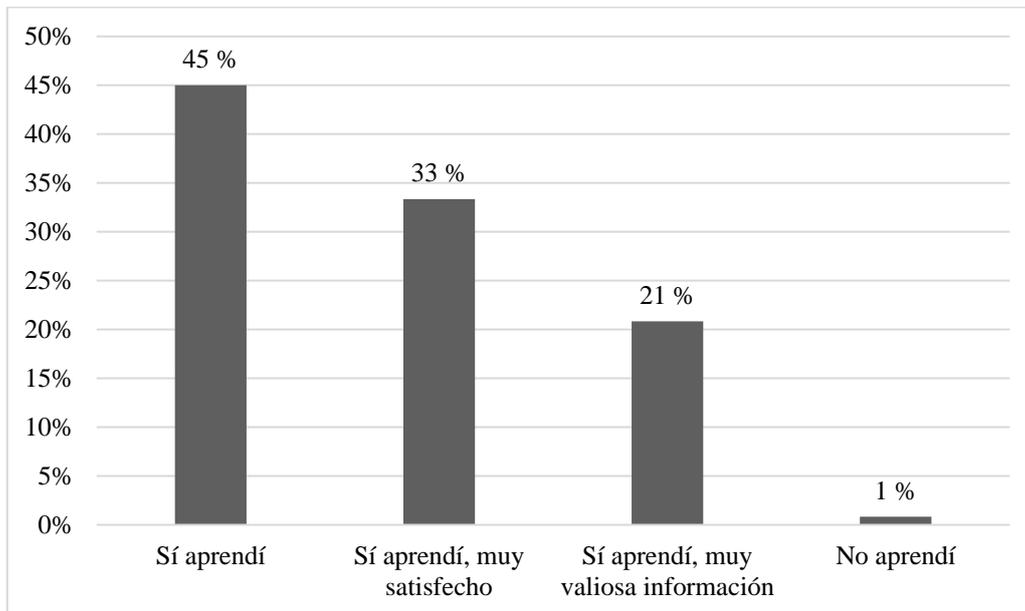


**Nota:** A partir del cuestionario aplicado a los emprendedores.

Asimismo, en la **figura 3** se percibe, que la mayoría de los sujetos encuestados manifiestan haber aprendido y estar muy satisfechos como parte de su opinión acerca de los webinars recibidos.

**Figura 3**

*Opinión acerca de los webinars recibidos*



**Nota:** A partir del cuestionario aplicado a los emprendedores.

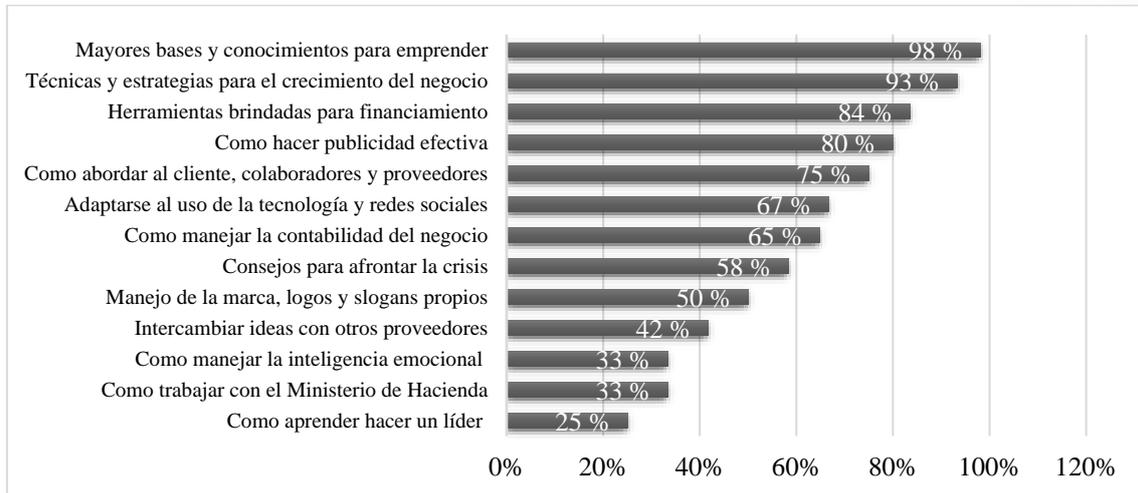
En la **figura 4**, se puede evidenciar que los beneficios que tuvieron los participantes después de las videoconferencias fueron variados, y cada uno de ellos considerado de gran importancia, ya que se logró influir en los actuales o futuros emprendedores, incentivando el aprendizaje en temas tan esenciales como los vistos en los webinars.

Entre los beneficios que señalados por los participantes, destacan con un 98 % la posibilidad de contar con mayores bases y conocimientos para emprender, lo cual es muy importante dado que contribuye a problemáticas serias del país como el desempleo, el poder establecer este tipo de bases en los participantes, les ayuda a enriquecer sus conocimientos para cuando quienes no sean emprendedores aún, puedan iniciar con más seguridad de encontrarse en parte capacitado para asumir la responsabilidad de tener un negocio propio.

Además, se destacó con un 93 % el conocimiento de técnicas y estrategias para el crecimiento del negocio misma que va de la mano con la publicidad efectiva y el manejo de la tecnología y las redes, esto porque durante la situación de pandemia el uso de redes se convirtió en una técnica importante y muy destacada para los pequeños emprendedores para poder realizar las ventas y que el negocio pudiese darse a conocer dentro del mercado, tan importante se volvieron las redes que algunos comercios vieron convertidas sus operaciones de lo físico a lo virtual y hasta ese momento lograron comprender el potencial que pueden generar las plataformas en línea y el uso oportuno de las distintas tecnologías.

**Figura 4**

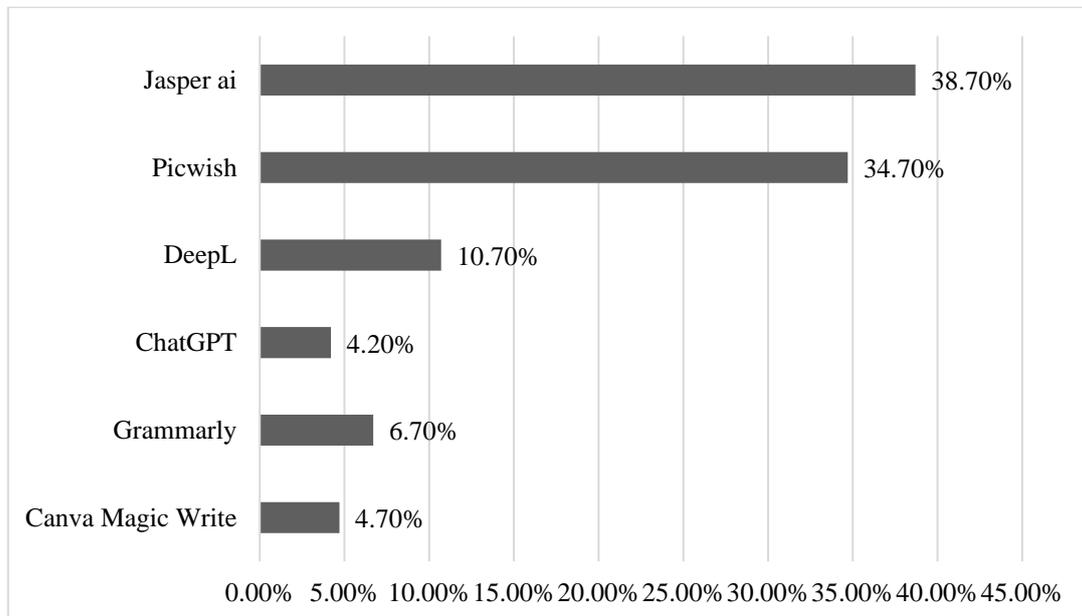
*Beneficios que obtuvieron los participantes posteriores a los webinars*



**Nota:** Los porcentajes no suman 100 porque los encuestados podían seleccionar más de una opción, elaboración a partir de los webinars ha emprendedores (2024).

**Figura 5**

*Herramientas de Inteligencia Artificial para emprendedores, más utilizadas*



**Nota:** A partir del cuestionario aplicado a los emprendedores.

La inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta clave en el ámbito empresarial actual para aumentar la productividad y la eficiencia de los emprendedores. Su implementación en una variedad de campos de gestión, marketing y atención al cliente

ha cambiado la forma en que las empresas funcionan. Tal y como lo establece la **figura 5** herramientas como *Jasper.ia*, con un 38.7% de utilización; siendo esta una herramienta que utiliza la inteligencia artificial para producir contenido de texto como artículos, blogs, anuncios y correos electrónicos.

En el mundo actual, la inteligencia artificial es esencial para el éxito de los emprendedores. Los empresarios pueden mejorar la productividad y la eficiencia de su empresa utilizando herramientas de inteligencia artificial para automatizar procesos, tomar decisiones basadas en datos y analizar datos. Este es el caso de PicWish que refleja un 34.7% siendo una herramienta que permite la edición de fotos en línea, mejorando la calidad y el atractivo de estas.

La inteligencia artificial permite a los emprendedores segmentar la audiencia, personalizar el contenido y mejorar la experiencia del cliente, lo que impulsa el crecimiento y la satisfacción del cliente. En resumen, los emprendedores que quieren mantenerse competitivos y tener éxito en el mercado empresarial actual necesitan la inteligencia artificial.

A continuación, dentro de los hallazgos encontrados se encuentran una serie de puntos importantes de mencionar con el propósito de vincularlos con el trabajo de campo trabajado.

- Se detectó en los emprendedores que conforman los grupos, que hay temas e información que desconocen o donde presentan debilidades relacionados a las tres áreas que se abarcaron, las cuales son de suma importancia, por lo que presentan necesidades de más capacitaciones como las que se brindaron, que influyan en materia que les ayude a mejorar en sus negocios.
- Los estudiantes incentivaron en los participantes la adaptación al cambio y se impulsó el uso de las redes sociales para sacar el mejor provecho de un negocio.
- El estudiantado facilitó las herramientas y manejo de información esencial, tanto para que quienes tienen un negocio puedan realizar mejoras que les permita crecer, como para quien desea iniciar un emprendimiento.
- Los participantes emprendedores del proyecto cumplieron sus expectativas a lo largo de las capacitaciones brindadas.
- En conclusión, se puede decir que el impacto generado a partir de los webinars impartidos a las integrantes del programa fue positivo, debido a que la mayoría manifiesta estar totalmente de acuerdo en que las explicaciones fueron claras y estructuradas, los participantes se mantuvieron motivados durante el proceso gracias a la estimulación de los expositores.
- Asimismo, el contenido expuesto logró con éxito la comprensión de los temas, gracias al material elaborado por los estudiantes, planificación, organización,

manejo del grupo, disposición y acompañamiento en el uso de las herramientas tecnológicas, aclaración de dudas, entre otros.

- Se mejoró el perfil del estudiantado con la experiencia del emprendimiento tal y como lo plantea Torres et al. (2021) el perfil emprendedor del alumno se caracteriza por la capacidad de afrontar situaciones complejas, estabilidad emocional, facilidad de comunicación, tolerancia al fracaso, sensibilidad al riesgo, adaptabilidad y creatividad.
- Es importante destacar que al obtener un impacto positivo en el alcance del proyecto, trae consigo el aumento del interés a futuro de los involucrados a seguir participando de este tipo de actividades, ya que se evidencio el beneficio a los emprendedores, representando un método de asesoramiento y generación de conocimiento. Por otra parte, este tipo de enseñanza beneficia tanto a las personas emprendedoras en aprender como a los estudiantes que llevaron a cabo la práctica profesional.

#### 4. Conclusiones

- Sin embargo, en contraste a los indicado por el autor los resultados obtenidos en esta investigación nos llevan a concluir que existe un alto interés de nivel de emprendimiento entre los participantes, lo que se refleja en las iniciativas concretas que están en contexto.
- En este sentido, se establece que la formación en emprendimiento que brindan las instituciones de educación superior ha realizado una contribución positiva, inspirando a muchas personas a cristalizar ideas de negocios, a pesar de las dificultades para virtualizar la educación desde la pandemia.
- La propuesta de los espacios educativos virtuales implementada por la Universidad Nacional, Campus Liberia, puesta en marcha por el estudiantado universitario y liderada por el profesorado a cargo de las prácticas profesionales de la carrera de administración, es un precedente histórico e innovador porque permitió que se retribuyera al pueblo costarricense, parte del apoyo que se ha recibido durante años de la sociedad; de manera que, se logró beneficiar con capacitaciones a un sector muy importante de emprendedores y personas con ideas de negocio, que habitan principalmente en la provincia de Guanacaste con el uso de un espacio educativo virtual. Esto significa que esta propuesta podría considerarse una opción viable para continuar con replicas en distintas instituciones educativas tanto nacionales como internacionales considerando el alto impacto en distintos sectores de la sociedad.
- Por otra parte, la situación actual en la que viven muchos microempresarios permitió aportar al conocimiento tras la detección de debilidades en el manejo de información en especial en la parte financiera y de constitución legal de una empresa, además, aunque algunos emprendedores utilizan las redes sociales, no

están explotando al máximo los beneficios de la tecnología. Esto demostró la gran necesidad que presenta este sector en cuanto a capacitaciones y seguimientos por parte de distintos actores de la sociedad como las universidades que les ayuden a reforzar el conocimiento o bien, les brinden bases útiles para un buen desarrollo empresarial.

- Por otra parte, los resultados obtenidos de la medición del impacto generado por los webinar en los participantes de ambos grupos fueron realmente positivos pues los emprendedores manifestaron haber obtenido nuevos, variados y valiosos conocimientos acordes a las exigencias actuales de los mercados. Asimismo, algo que es importante de recalcar es que las personas que no cuentan con un emprendimiento afirmaron que gracias a las charlas impartidas ahora tienen un mayor deseo e inspiración para trabajar en una idea de negocio pues ya tienen más bases de información que les ayudará a comenzar con un negocio propio.
- Al finalizar este trabajo se espera verdaderamente haber aportado de alguna forma a la sociedad costarricense sus esfuerzos, con retribución de nuevos conocimientos, estrategias y vivencias, se le insta a los actuales y futuros emprendedores dentro de los grupos, a ser empresarios de mente abierta y flexible a la adaptación al cambio, para que puedan implementar estrategias que ayude a modificar su logística de ventas o su estructura empresarial, sin sufrir cambios bruscos y sobrellevando los malos acontecimientos que puedan surgir.
- Actualmente muchas universidades o distintas entidades públicas y privadas le han estado dando la oportunidad a la población, para que reciban videoconferencias o cursos enfocados en variedad de áreas, por lo que, se recomienda a todo emprendedor, continuar aprovechando la modalidad virtual, ya que esto ha permitido crecer en conocimientos, sin tener como límite la distancia de un lugar a otro.
- Basados en los webinar impartidos, los emprendedores consideraron recibir información valiosa, que algunos desconocían, y que definitivamente pondrán en práctica, además el reconocimiento, por cometer algunos errores en sus negocios. Considerar el uso de la inteligencia artificial en como un aliado a disposición de las personas emprendedoras permite una facilidad para estar más actualizados y atentos a los cambios que demandan la actualidad mejorar estas capacidades pueden marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso del negocio.

## 5. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

## 6. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

## 7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

## 8. Referencias bibliográficas

Alfabetización Digital (2021). *Alfabetización digital, la solución a la brecha digital*.

Red Educativa Mundial. <https://alfabetizaciondigital.redem.org/alfabetizacion-digital-la-solucion-a-la-brecha-digital/>

Ayala Salazar, P. N., Muzgo Ichina, C. G., & Salazar Tapia, M. P. (2024). Estrategias para el uso de las TIC en las PYMES. *AlfaPublicaciones*, 6(3), 138–158.

<https://doi.org/10.33262/ap.v6i3.522>

Bonilla Romero, J. A. (2020). *La importancia de la productividad para pymes y las comunidades*. Delfino. <https://delfino.cr/2020/11/importancia-de-la-productividad-para-pymes-y-comunidad>

Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72–87.

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/27358>

Campuzano-Vásquez, J. A., & Cedillo-Chalaco, L. F. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala en presencia del COVID-19. *Innova Research Journal*, 6(3.2), 47-62.

<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2.2021.1939>

Carvajal Zambrano, G. V., Nogueira Rivera, D., Lemoine Quintero, F., & Miele Solórzano, V. P. (2021). Emprendimientos frente al covid-19: impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital. *ULEAM Bahía Magazine*, 2(3), 1-13.

[https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam\\_bahia\\_magazine/article/view/127](https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/127)

Castro Bermúdez, I. E., Enríquez Caro, L. C., Vera García, L. A., & Mera Chinga, O. E. (2021). La iniciativa para emprender de los egresados de la carrera Educación Básica de la Universidad Técnica de Manabí. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(Especial 2), 242-250.

<http://www.revflacso.uh.cu/index.php/EDS/article/view/642>

- Charrón Vías, M., & Rivera-Cruz, B. (2019). Fostering innovation and entrepreneurial culture at the business school: A competency-based education framework. *Industry and Higher Education*, 34(3), 160–176. <https://doi.org/10.1177/0950422219895209>
- Fabregat Pitarch, A., Gallardo Fernández, I. M., & Aguasanta Regalado, M. E. (2019). *Cultura emprendedora y alfabetización digital en Formación Profesional*. En Activismo y tecnología: hacia una universidad comprometida con la educación crítica y emancipadora. Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa. <https://roderic.uv.es/handle/10550/71289>
- Febriyantoro, M. T. (2019). The role of entrepreneurial campus in establishing student's entrepreneurial mindset and entrepreneurial spirit. *International Conference of Economic Studies*. 141–146. <https://doi.org/10.31219/osf.io/r35nh>
- Fernández Laviada, A., Torres Marin, A. J., & Leporati, M. (2021). *El impacto de la Covid-19 sobre la actividad emprendedora naciente en España: análisis en función de la edad*. En El emprendimiento ante las crisis. Universidad de la Laguna. [https://www.acede.org/intranet/uploads/Libro\\_Abstracts\\_WS\\_ACEDE\\_GEM\\_092021.pdf#page=25](https://www.acede.org/intranet/uploads/Libro_Abstracts_WS_ACEDE_GEM_092021.pdf#page=25)
- Gómez Torres, M. J. (2016). El papel de la alfabetización digital en la empleabilidad de los trabajadores mayores. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (49), 25-38. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61712>
- González-Moreno, S. E. (2020). Alfabetización en COVID-19 a través de redes sociales. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(Especial), 128–139. <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2166>
- Guachimposa, V. H., Lavín, J. M., & Santiago, N. I. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 397- 420. <https://doaj.org/article/a79dd60b93a24cffbeb91a65909914c6>
- López Núñez, M. I., Rubio Valdehita, S., Díaz Ramiro, E. M., & Martín Seoane, G. (2021). Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo. *Revista de Educación*, (392), 11-33. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2021-392-477>
- Martínez, C. N. & Rubio Bañon, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business*

*International Review*, 4(2), 53-66.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7476311>

Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 12-28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>

Montiel Méndez, O. J., Flores Novela, A., Ávila Paz, E. & Sierra Martínez, S. J. (2021). “Tengo que sobrevivir”: relato de vida de tres jóvenes micro emprendedores bajo COVID-19. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 67-84 [www.doi.org/10.36390/telos231.06](http://www.doi.org/10.36390/telos231.06)

Moran-Montalvo, C., & Sánchez-Riofrío, A. (2018). El perfil emprendedor universitario: El caso de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo en Ecuador. *Revista Ciencia Administrativa*. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/11/10CA201801.pdf>

Moreno López, N. M., González Róbles, A. C., Torres Gómez, A. C., & Araya Hernández, J. (2017). Alfabetización digital a padres de familia en el uso de las redes sociales. *Alteridad*, 12(1), 8-19. <https://doi.org/10.17163/alt.v12n1.2017.01>

Parra Miranda, M. S. (2014). Emprender en tiempos de crisis. *Observatorio Económico*, (80), 2-3. <https://doi.org/10.11565/oe.vi80.130>

Pasache Rios, J. P., & Posso Vento, C. A. (2018). *Factores de desarrollo en alfabetización digital en docentes capacitados de colegios públicos del distrito de Piura* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura, Piura, Perú]. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3622>

Paula Yugsi, A. E., Toapanta Tulcan, E. A., & Flores Lagla, G. A. (2024). Emerging technologies for PYMES in the Sigchos and Latacunga cantons. *Visionario Digital*, 8(3), 118-137. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v8i3.3133>

Salas Gónzales, S. (2020). Percepciones de las personas docentes para el mejoramiento de la mediación pedagógica en el uso de videoconferencias en la Universidad Estatal a Distancia (UNED). *Revista Innovaciones Educativas*, 22(32), 105-121. <https://doi.org/10.22458/ie.v22i32.2992>

Torres Dávila, G. C., Cortez Arboleda, A. C., Serrano Sarango, L. M. & Narváez Encalada, M. V. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Ismael Pérez Pazmiño. *Revista Sociedad y Tecnología*, 4(3), 312-325. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.139>

TP-Link (2020) *La alfabetización de datos, el nuevo lenguaje empresarial*. TP-Link España. <https://www.tp-link.com/es/blog/580/la-alfabetizacion-de-datos-el-nuevo-lenguaje-empresarial/>

Urdaneta Montiel, A., Pitre Redondo, R., & Hernández Palma, H. (2018). La gestión del conocimiento a través de la alfabetización digital como estrategia para la transformación educativa en un contexto de paz. *Saber, Ciencia y Libertad*, 13(1), 201–215. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2018v13n1.2561>

Vargas Acosta, W. (2012). Resultados de los procesos de capacitación en alfabetización empresarial desarrollados en Corredores y Golfito, durante el periodo 2007-2008. *Universidad En Diálogo: Revista De Extensión*, 2(1), 77-102. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/dialogo/article/view/5629>

Villalba Díaz, M. F. (2020). The culture of entrepreneurship in Ecuador in relation to Peru. *Visionario Digital*, 4(3), 147-169. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i3.1340>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Alfa Publicaciones**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Alfa Publicaciones**.



#### Indexaciones

