

MOTIVACIONES, BARRERAS Y SOSTENIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN TARIJA, BOLIVIA

KAREN JOCELINE VALDEZ SEGOVIA

<https://orcid.org/0009-0009-4830-4226>

Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia

karen.valdez@ucb.edu.bo

JOSÉ EDUARDO FERNÁNDEZ CRUZ

<https://orcid.org/0009-0002-9179-3626>

Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia

jfernandez@ucb.edu.bo

Recibido: 16 de mayo del 2026 / Aceptado: 1 de junio del 2026

doi: <https://doi.org/10.26439/ddee2026.n009.8809>

RESUMEN. El presente trabajo analiza las motivaciones, las barreras y las condiciones de sostenibilidad que influyen en la creación y la continuidad de los emprendimientos universitarios en Tarija, Bolivia. El estudio se desarrolló mediante un diseño mixto, transversal y descriptivo que integró información cuantitativa y cualitativa. El componente cuantitativo estuvo conformado por 361 encuestas aplicadas a estudiantes de seis universidades de la región, mientras que el componente cualitativo incluyó 20 entrevistas semiestructuradas a titulados con emprendimientos activos o abandonados. El análisis combinó la estadística descriptiva y correlacional con la codificación temática y la triangulación para fortalecer la validez de los hallazgos. Los resultados evidenciaron una elevada intención emprendedora entre los estudiantes, con predominio de iniciativas en el comercio, la gastronomía y los servicios. No obstante, una proporción considerable de los emprendimientos se encuentra en pausa o ha sido abandonada. Las principales motivaciones identificadas se relacionan con la búsqueda de independencia económica, la falta de oportunidades laborales y el interés vocacional. Entre las barreras más frecuentes destacan la falta de financiamiento, el temor al fracaso, la escasez de tiempo y la limitada articulación con redes institucionales de apoyo. Se concluye que el fortalecimiento del emprendimiento universitario en Tarija requiere mecanismos financieros adaptados, formación práctica con acompañamiento

Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Attribution 4.0 International ([CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)).

continuo y una mayor integración del ecosistema institucional para promover la sostenibilidad de los proyectos estudiantiles.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento / universitarios / motivación / barreras / sostenibilidad

Códigos JEL: L26, M13, I23, R11

MOTIVATIONS, BARRIERS AND SUSTAINABILITY OF UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP IN TARIJA, BOLIVIA

ABSTRACT. This study analyzes the motivations, barriers, and sustainability conditions influencing the creation and continuation of university student ventures in Tarija, Bolivia. A mixed-methods, cross-sectional, and descriptive design was applied. The quantitative component consisted of 361 surveys administered to students from six universities in the region, while the qualitative component included 20 semi-structured interviews with graduates who had active or discontinued ventures. The analysis combined descriptive and correlational statistics with thematic coding and triangulation to enhance the validity of the findings. The results reveal a high level of entrepreneurial intention among students, with most initiatives concentrated in commerce, gastronomy, and services. However, a considerable proportion of ventures are currently paused or have been abandoned. The main motivations identified relate to the pursuit of economic independence, limited access to formal employment, and vocational interests. The most frequent barriers include limited financing, fear of failure, lack of time to balance academic and entrepreneurial activities, and weak connections with institutional support networks. It is concluded that strengthening university entrepreneurship in Tarija requires financial mechanisms adapted to student profiles, practical training supported by continuous mentoring, and greater integration of the institutional ecosystem to promote the sustainability of student ventures.

KEYWORDS: entrepreneurship / university students / motivation / barriers / sustainability

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento juvenil se ha consolidado como una alternativa ante la limitada disponibilidad de empleo formal en América Latina, donde la informalidad y la precariedad laboral siguen siendo desafíos estructurales (Global Entrepreneurship Monitor, 2026). En este contexto, las universidades han asumido un rol activo en la promoción de la cultura emprendedora mediante programas formativos, incubadoras y redes de apoyo orientadas a estimular la innovación (Duong, 2022; Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025). Sin embargo, la efectividad de estas iniciativas depende de la articulación institucional, de la disponibilidad de recursos y de las condiciones socioeconómicas del entorno.

La literatura regional señala que los jóvenes universitarios presentan una elevada intención emprendedora, motivada por la necesidad de generar ingresos y la búsqueda de autonomía económica, pero también se enfrentan a barreras para lograr la sostenibilidad de sus emprendimientos (Bullón-Solís et al., 2023; Miller et al., 2018). Estas limitaciones reflejan la fragilidad de los ecosistemas emprendedores en países emergentes, donde la coordinación entre universidades, el sector productivo y las entidades públicas suele ser insuficiente (Reinoso Lastra, 2015).

La formación universitaria constituye un componente central para el desarrollo de capacidades emprendedoras. Aunque las instituciones han incorporado asignaturas y actividades relacionadas con el emprendimiento, diversos estudios indican que predominan enfoques teóricos, con escasas oportunidades de aplicación práctica, mentoría o acompañamiento continuo (Gonzales Ticona, 2025; Hémbuz Falla et al., 2020). Desde la teoría de la intención emprendedora, las decisiones de emprender se explican por motivaciones instrumentales, como la búsqueda de independencia económica, y por motivaciones vocacionales vinculadas a intereses personales o disciplinares (Quispe Fernandez et al., 2022; Vallaey & Álvarez Rodríguez, 2018).

Estudios recientes muestran que la educación universitaria sigue siendo un factor clave en la configuración de la intención emprendedora, especialmente al analizar programas formativos específicos (Mendoza Champion et al., 2024). También se ha evidenciado que la formación orientada a la sostenibilidad fortalece la intención emprendedora sostenible (Castro Rivera & Cuandón Vieyra, 2026), mientras que las innovaciones pedagógicas basadas en metodologías activas contribuyen al desarrollo del espíritu emprendedor (Turpo-Gebera et al., 2024).

En Bolivia, y particularmente en Tarija, existe un creciente interés por el emprendimiento universitario en un entorno económico marcado por actividades de comercio, servicios, gastronomía y agroindustria. A pesar de este potencial, estudios preliminares sugieren que los estudiantes enfrentan barreras relacionadas con la disponibilidad de capital, la articulación institucional y la débil vinculación con el sector productivo (Bullón-Solís et al.,

2023; Díaz González et al., 2021). Sin embargo, existe escasa evidencia empírica que analice estas dinámicas desde un enfoque mixto y con una perspectiva territorial específica.

Ante esta brecha, el presente estudio tiene como objetivo identificar las motivaciones, barreras y condiciones de sostenibilidad del emprendimiento universitario en Tarija para ofrecer un diagnóstico contextualizado que permita orientar políticas universitarias y públicas, fortalecer el ecosistema emprendedor y promover la transformación de la intención emprendedora en proyectos viables y de impacto socioeconómico.

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque y diseño de investigación

Se adoptó un enfoque mixto con alcance descriptivo y diseño transversal. Este enfoque permitió integrar datos cuantitativos provenientes de encuestas con información cualitativa de entrevistas semiestructuradas a jóvenes emprendedores, lo que facilitó una comprensión amplia y contextualizada del fenómeno del emprendimiento universitario en Tarija.

2.2 Población, criterios de inclusión y muestra

El universo de estudio estuvo conformado por actores vinculados al emprendimiento universitario en Tarija. Para el componente cuantitativo, la población objetivo incluyó a estudiantes emprendedores o a interesados en emprender, todos matriculados en seis universidades de la región: Universidad Católica Boliviana San Pablo sede Tarija (UCB Tarija), Universidad Autónoma Juan Misael Saracho (UAJMS), Universidad Privada Domingo Savio (UPDS), Universidad Nacional del Oriente (UNO), Universidad Privada de Ciencias Administrativas y Tecnológicas (UCATEC), y Universidad Unión Bolivariana (UB).

Dado que no existían datos precisos sobre la población universitaria emprendedora, se aplicó una encuesta piloto para estimar los valores de p y q . Posteriormente, se calculó una muestra para poblaciones infinitas (ver Anexo 1). Con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y valores de $p = 37,8$ % y $q = 62,2$ %, se obtuvo un tamaño muestral de 361 encuestas. La zonificación para la aplicación se definió de manera aleatoria considerando los principales espacios de afluencia estudiantil (ver Anexo 2). Los criterios de inclusión fueron los siguientes: ser estudiante universitario activo, manifestar interés en emprender o contar con un emprendimiento iniciado y aceptar participar voluntariamente.

Para el componente cualitativo, se entrevistó a titulados de universidades tarijeñas con emprendimientos activos o abandonados. Se empleó un muestreo no probabilístico por juicio y se seleccionaron veinte casos representativos por nivel de consolidación, diversidad de rubros y experiencias significativas.

2.3 Procedimiento e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se realizó entre octubre y noviembre del 2025, periodo durante el cual se aplicaron tanto la encuesta como las entrevistas. La encuesta se administró mediante Google Forms y, para asegurar una adecuada cobertura territorial, se definió una zonificación de puntos de aplicación y de difusión (ver Anexo 2). Las entrevistas se llevaron a cabo de manera presencial y virtual, según la disponibilidad de los participantes, con una duración aproximada de 25 a 40 minutos.

El instrumento cuantitativo consistió en un cuestionario estructurado de diecinueve preguntas distribuidas en cuatro secciones: datos sociodemográficos, experiencia emprendedora, formación recibida, y retos y redes de apoyo institucional. En tanto, el componente cualitativo empleó una guía de entrevista semiestructurada orientada a profundizar en las experiencias y percepciones de jóvenes emprendedores universitarios. La guía abordó cinco dimensiones centrales: motivaciones y origen del emprendimiento; formación y apoyo institucional; obstáculos enfrentados; redes de apoyo y percepción del ecosistema emprendedor; y aprendizajes y recomendaciones. Cabe resaltar que el cuestionario y la guía de entrevista están disponibles bajo requerimiento para los lectores interesados.

Los datos cuantitativos se analizaron mediante estadística descriptiva, mientras que las entrevistas se codificaron temáticamente para identificar patrones en motivaciones, barreras y percepciones del ecosistema. La triangulación permitió integrar ambos componentes y fortalecer la validez interpretativa.

2.4 Consideraciones éticas

El estudio respetó los principios de anonimato, confidencialidad, consentimiento informado y autonomía de los participantes.

3. RESULTADOS

Los resultados se derivan del análisis cuantitativo de 361 encuestas aplicadas a estudiantes universitarios de Tarija y del análisis cualitativo de 20 entrevistas semiestructuradas a titulados emprendedores de la misma región. La integración de ambos enfoques permite una lectura triangulada del fenómeno, a fin de articular tendencias generales y experiencias individuales.

3.1 Perfil del emprendedor universitario tarijeño

La muestra estuvo compuesta por estudiantes con una edad promedio de 20,9 años (mínimo 18 y máximo 28), como se observa en la Tabla 1, la cual presenta los principales estadísticos descriptivos. En términos de género, el 52,1 % se identificó como femenino, el 47,4 % como masculino y el 0,6 % prefirió no declararlo.

Tabla 1
Universitarios que iniciaron un emprendimiento

Estadístico	Valor
Promedio	20,9
Moda	20,0
Máximo	28,0
Mínimo	18,0
Total	361

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

Asimismo, la distribución por universidad muestra que el 37,4 % proviene de la UAJMS, el 23,8 % de la UCB, el 16,9 % de la UPDS, el 9,7 % de UCATEC, el 8,9 % de la UNO y el 3,3 % de la UB. En cuanto al año de estudio, el 41 % cursaba el tercer año, como se detalla en la Tabla 2, lo que sugiere que la intención emprendedora se activa con mayor fuerza en etapas intermedias de la formación académica.

Tabla 2
Año de estudio de universitarios que iniciaron un emprendimiento

Año de estudio	Frecuencia	Porcentaje
1. ^{er}	64	17,7
2. ^o	75	20,8
3. ^{er}	148	41,0
4. ^o	43	11,9
5. ^o o más	31	8,6

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

Las entrevistas complementan este perfil, las cuales indican que los orígenes de los emprendimientos son diversos: proyectos de curso, iniciativas familiares y experiencias en ferias universitarias. Esto evidencia múltiples vías de generación de ideas y de entrada al mercado.

3.2 Rubros y estado operativo de los emprendimientos

Del total de estudiantes encuestados, el 71,2 % declaró haber iniciado un emprendimiento. Los rubros más frecuentes fueron comercio (35,8 %), gastronomía (30,4 %) y servicios (22,6 %), como se observa en la Tabla 3. Esta concentración en actividades de baja inversión inicial coincide con patrones típicos de emprendimiento juvenil en contextos latinoamericanos.

Tabla 3*Rubros de emprendimiento iniciados por estudiantes universitarios en Tarija*

Rubros de emprendimiento	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía	78	30,4
Comercio	92	35,8
Tarot	2	0,8
No declarado	4	1,6
Comercio, textiles	1	0,4
Entretenimiento	1	0,4
Servicios	58	22,6
Tecnología	2	0,8
Comercio, servicios	4	1,6
Artesanías	2	0,8
Psicología y salud mental	1	0,4
Repostería	1	0,4
Gastronomía, servicios	8	3,1
Comercio, joyas artesanales	1	0,4
Gastronomía, turismo	1	0,4
Turismo	1	0,4

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta (selección múltiple; total de menciones = 257).

Respecto al estado operativo, el 42 % de los emprendimientos se encontraban activos, el 30,4 % en pausa y el 26,1 % abandonados (Tabla 4). Las entrevistas refuerzan estos datos y señalan que la inactividad se relaciona con la falta de capital, de redes comerciales y de apoyo técnico, factores que limitan la sostenibilidad de las iniciativas.

Tabla 4*Estado actual de los emprendimientos iniciados por estudiantes universitarios*

Estado del emprendimiento	Porcentaje
Activo	42,0
En pausa	30,4
Abandonado	26,1
No declarado	1,6

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

3.3 Motivaciones para emprender

Las motivaciones declaradas por los estudiantes reflejan un predominio de razones económicas. El 44,7 % señaló la búsqueda de independencia económica como el principal

motivador, seguido por la falta de oportunidades laborales (14,4 %), la pasión por un área específica (11,3 %) y el apoyo familiar (4,7 %), como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5
Motivaciones para emprender entre estudiantes universitarios

Motivación para emprender	Frecuencia	Porcentaje
Falta de oportunidades laborales	37	14,4
Independencia económica	115	44,7
Pasión por un área	29	11,3
Apoyo familiar	12	4,7

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

El análisis cualitativo aporta matices adicionales. Las entrevistas revelan motivaciones vinculadas a la aplicación de conocimientos profesionales, a la pasión por un oficio y a la necesidad de flexibilidad para conciliar responsabilidades personales. La Tabla 6 sintetiza estas motivaciones con ejemplos de citas textuales. En conjunto, los hallazgos sugieren que el emprendimiento universitario combina elementos instrumentales (ingresos, autonomía) y vocacionales (intereses personales, aplicación de saberes).

Tabla 6
Motivaciones de titulados para iniciar un emprendimiento

Motivación	Definición	Cita
Ingresos/ independencia	Necesidad de autonomía económica	“Siempre quise ser independiente y generar ingresos”.
Aplicar formación	Usar conocimientos de la carrera	“Quise aplicar lo aprendido en alimentos para producir yogur”.
Pasión/afición	Gusto personal por el rubro	“Me encanta el café y quise crear una marca”.
Flexibilidad	Conciliar trabajo con responsabilidades	“Estaba embarazada y necesitaba trabajar desde casa”.

Nota. Los datos proceden de las entrevistas.

3.4 Formación emprendedora universitaria: acceso y valoración

Entre los estudiantes que iniciaron un emprendimiento, se identificaron diversas modalidades de formación ofrecidas por las universidades. Como se observa en la Tabla 7, el 25,55 % participó en ferias de emprendimiento, el 12,9 % asistió a talleres y el 7,54 % asistió a seminarios o conferencias. Sin embargo, el 43,8 % declaró no haber recibido ningún tipo de formación emprendedora, lo que evidencia una brecha significativa en la oferta institucional.

Tabla 7*Tipo de formación emprendedora recibida por estudiantes universitarios*

Motivación para emprender	Frecuencia	Porcentaje
Autoformación	4	0,97
Ayuda familiar	1	0,24
Conversaciones con amigos	1	0,24
Curso obligatorio de la malla curricular	26	6,33
Curso optativo	10	2,43
Feria de emprendimiento	105	25,55
Ninguna	180	43,80
Seminario/conferencia	31	7,54
Taller	53	12,90
Total	411	100,00

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta (selección múltiple permitida; total de respuestas = 411).

Respecto de la valoración de la formación recibida, un 24,1 % la consideró de utilidad media (3/5) y un 17,1 % la calificó por debajo de la media (2/5). Las entrevistas señalan que la formación universitaria se percibe como mayormente teórica, centrada en asignaturas de administración, *marketing* y proyectos. La Figura 1 muestra la percepción de los titulados sobre la utilidad de la formación recibida y se destaca la valoración positiva de las ferias y los talleres, así como la alta relevancia de las experiencias con incubadoras o capital semilla para quienes accedieron a ellas.

Figura 1*Formación emprendedora universitaria recibida según percepción de los titulados*

Nota. El gráfico de burbujas fue elaborado a partir de los datos de las entrevistas.

Una crítica recurrente es la falta de enfoques prácticos, de acompañamiento continuo y de mentoría especializada por rubro, lo que limita la capacidad de los estudiantes para transformar conocimientos conceptuales en emprendimientos sostenibles.

3.5 Principales retos y dificultades

Los resultados de la encuesta evidencian múltiples barreras para emprender. La falta de financiamiento fue la principal dificultad (45,5 %), seguida del temor al fracaso (40,1 %) y de la insuficiencia de tiempo para conciliar estudios y actividades de emprendimiento (37,4 %). Otros obstáculos relevantes incluyen la carencia de conocimientos técnicos y administrativos (32,3 %), la falta de apoyo institucional (10,9 %) y el escaso respaldo familiar (10,5 %), como se observa en la Tabla 8.

Tabla 8
Principales barreras percibidas por estudiantes universitarios para emprender

Retos / barreras	Frecuencia	Porcentaje
Falta de financiamiento	117	45,5
Temor al fracaso	103	40,1
Tiempo insuficiente para combinar estudios y emprendimiento	96	37,4
Falta de apoyo institucional	28	10,9
Falta de apoyo familiar	27	10,5
Pocos conocimientos técnicos/administrativos	83	32,3
No declarado	2	0,8

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta (selección múltiple permitida).

Las entrevistas revelan retos adicionales entre los titulados emprendedores, tales como dificultades para acceder a un crédito, procesos de formalización, competencia desleal asociada al contrabando, falta de proveedores confiables y ausencia de asesoría técnica especializada. La Tabla 9 sintetiza estos obstáculos con definiciones y citas representativas.

Tabla 9
Retos y dificultades enfrentados por los emprendedores titulados

Motivación	Definición	Cita
Financiamiento	Falta de capital inicial, acceso a crédito	"Mi principal obstáculo fue la falta de capital".
Formalización	Registros sanitarios, trámites, impuestos	"El registro sanitario me demoró mucho".

(continúa)

(continuación)

Motivación	Definición	Cita
Proveedores/ competencia	Dificultad para hallar proveedores	"Competencia y contrabando afectan al mercado".
Tiempo	La carga de trabajo limita la atención al negocio	"A veces no tenía tiempo para atender clientes".
Asesoría técnica	Falta de mentores especializados por sector	"Poca asesoría específica para emprendimientos alimentarios".

Nota. Los datos proceden de los resultados de las entrevistas.

En términos generales, el 40,9 % calificó la dificultad de emprender como 4/5 y el 24,1 % como 5/5. Esto indica una valoración elevada de la complejidad del proceso (Tabla 10).

Tabla 10

Percepción del nivel de dificultad para emprender durante la etapa universitaria

Dificultad al emprender	Frecuencia	Porcentaje
1	2	0,8
2	10	3,9
3	78	30,4
4	105	40,9
5	62	24,1

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

3.6 Conocimiento y acceso a redes de apoyo institucional

Los resultados evidencian una desconexión significativa entre los jóvenes emprendedores y el ecosistema institucional de apoyo en Tarija. El 64,3 % de los encuestados declaró no conocer organizaciones de apoyo al emprendimiento (Tabla 11).

Tabla 11

Conocimiento de organizaciones de apoyo al emprendimiento en Tarija

Conocimiento de las organizaciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	129	35,7
No	232	64,3
Total	361	100,0

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

Entre quienes sí las conocen (35,7 %), el Gobierno Autónomo Municipal de Tarija (GAMT) fue la entidad más reconocida, con el 77,5 %, tal como se observa en la Tabla 12.

Tabla 12

Organizaciones de apoyo reconocidas por estudiantes que declararon conocerlas

Conocimiento de las organizaciones	Frecuencia	Porcentaje
Centro de Innovación y Emprendimiento Tarija UCB (CIET)	12	9,3
Federación de Empresarios Privados de Tarija (FEPT)	6	4,7
Gobierno Autónomo Municipal de Tarija (GAMT)	100	77,5
ONG	15	11,6
Asociación Solidaria de Emprendedores Agroecológica de Tarija (ASEMAT)	2	1,6

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

El análisis por estado del emprendimiento (Tabla 13) muestra que el nivel de conocimiento institucional no varía de manera significativa según la situación del negocio. Esto evidencia una oportunidad para fortalecer la visibilidad y la articulación de estas organizaciones.

Tabla 13

Conocimiento de organizaciones de apoyo según estado de su emprendimiento

Estado del emprendimiento	Sí	%	No	%	Total
En pausa	32	37	54	63	86
No declara	15	23	51	77	66
No	27	33	54	67	81
Sí	55	43	73	57	128
Total	129		232		361

Nota. Los datos proceden de los resultados de la encuesta.

Las entrevistas indican que muchos estudiantes asocian el rol de estas organizaciones principalmente con el apoyo económico, lo que reduce su comprensión de las demás funciones que estas desempeñan. Aunque algunos accedieron a programas municipales como Emprendiendo Juntos o la Incubadora de Empresas, señalaron que la difusión es limitada y que las universidades no desempeñan un rol activo en la conexión con estos programas.

4. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio confirman que el emprendimiento universitario en Tarija se desarrolla en un contexto caracterizado por una alta intención emprendedora, dado que el 71,2 % de los encuestados indicó haber iniciado un emprendimiento, pero también por barreras estructurales persistentes que limitan la sostenibilidad de estas iniciativas. La elevada proporción de estudiantes que han emprendido refleja una disposición significativa hacia la independencia económica y la búsqueda de alternativas ante la escasez de empleo formal, un patrón consistente con estudios latinoamericanos que vinculan el emprendimiento juvenil con la precariedad laboral y con la informalidad (Villalobos Rodríguez et al., 2021). Sin embargo, factores como la falta de financiamiento, el temor al fracaso y la insuficiencia de tiempo para conciliar los estudios y las actividades empresariales dificultan la continuidad de los proyectos, lo cual coincide con investigaciones que destacan la vulnerabilidad de los emprendedores jóvenes en economías emergentes (Hayter, 2016).

El perfil del emprendedor universitario tarijeño se caracteriza por una edad promedio de 21 años y una participación equilibrada entre hombres y mujeres. Los rubros predominantes, como el comercio, la gastronomía y los servicios, corresponden a sectores de baja inversión inicial y rápida entrada al mercado, una tendencia ampliamente documentada en la literatura sobre emprendimiento juvenil. Además, la independencia económica es la principal motivación para emprender, lo que coincide con estudios que resaltan el rol de factores instrumentales en la decisión de emprender (Nuñez-Ramírez et al., 2020). No obstante, las entrevistas también revelan motivaciones vocacionales vinculadas a intereses personales y a la aplicación de conocimientos adquiridos, lo que sugiere una coexistencia de motivaciones económicas y aspiracionales.

En cuanto a la formación emprendedora, los estudiantes perciben que la oferta universitaria es predominantemente teórica y carece de continuidad y de acompañamiento práctico. Esta percepción coincide con lo señalado por Guerrero et al. (2020), quienes destacan la necesidad de programas de educación emprendedora más aplicados y con mayor vinculación con el entorno productivo. Asimismo, Belitski y Heron (2017) subrayan la importancia de que las universidades actúen como incubadoras y propicien experiencias formativas que les permitan a los estudiantes desarrollar competencias reales para emprender. Los hallazgos de este estudio refuerzan estas observaciones y evidencian la demanda estudiantil por metodologías prácticas, asesoría especializada y espacios de experimentación.

La desconexión con las redes institucionales de apoyo constituye otro hallazgo relevante, ya que el 64,3 % de los encuestados manifestó no conocer organizaciones de apoyo al emprendimiento en Tarija, lo que evidencia un déficit de visibilidad y de articulación en el ecosistema institucional (Reinoso Lastra, 2015). Aunque programas municipales como Emprendiendo Juntos o La Incubadora de Empresas han ofrecido capital semilla y

capacitación, su difusión resulta insuficiente y las universidades no cumplen un rol activo en la vinculación con estos programas. Esta situación coincide con lo planteado por Jena (2020), quien destaca la fragmentación de los ecosistemas emprendedores en países emergentes y con lo señalado por Fuster et al. (2019) sobre el papel creciente de las universidades en la creación de *spin-offs* y en el fortalecimiento de ecosistemas regionales.

Estos resultados indican que los ecosistemas universitarios de emprendimiento dependen en gran medida del compromiso docente y de la articulación entre actores internos y externos (Loaiza Torres et al., 2024). De manera similar, se ha señalado que las universidades pueden desempeñar un rol activo en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor juvenil mediante estrategias específicas de acompañamiento y de vinculación territorial (Freire Muñoz et al., 2025). En el ámbito de la formación, estudios recientes destacan que tanto la educación orientada a la sostenibilidad (Castro Rivera & Cuandón Vieyra, 2026) como las innovaciones pedagógicas centradas en el desarrollo del espíritu emprendedor (Turpo-Gebera et al., 2024) contribuyen a consolidar competencias emprendedoras más sólidas, lo que refuerza la necesidad de rediseñar las propuestas formativas en contextos como Tarija.

Asimismo, la percepción que los emprendedores tienen de las organizaciones de apoyo se limita a su capacidad de ofrecer financiamiento, lo que invisibiliza otras funciones estratégicas, como la mentoría, la formación especializada y la creación de redes (Wagner et al., 2021). Esta visión limitada contribuye a una evaluación negativa del ecosistema local y refuerza la dependencia de fuentes informales de apoyo, como la familia o la mentoría espontánea. En este sentido, los hallazgos sugieren que la formación universitaria y el acompañamiento institucional requieren un rediseño que incorpore metodologías prácticas, asesoría sectorial y mecanismos de financiamiento adaptados a los perfiles estudiantiles, tal como recomiendan Morris et al. (2017), Bazan et al. (2020) y, en el caso específico de Tarija, Vásquez Fernández y Coca Ruiz (2025).

Finalmente, la elevada percepción de dificultad para emprender, puesto que el 65 % calificó el proceso como difícil o muy difícil, refleja que la intención emprendedora, aunque fuerte, se enfrenta a condiciones adversas que limitan la consolidación de proyectos. Esto respalda la proposición de investigación planteada: sin un fortalecimiento de la formación práctica, el acceso a financiamiento y la articulación institucional, la intención emprendedora difícilmente se transformará en proyectos sostenibles y de impacto socioeconómico (Olugbola, 2017).

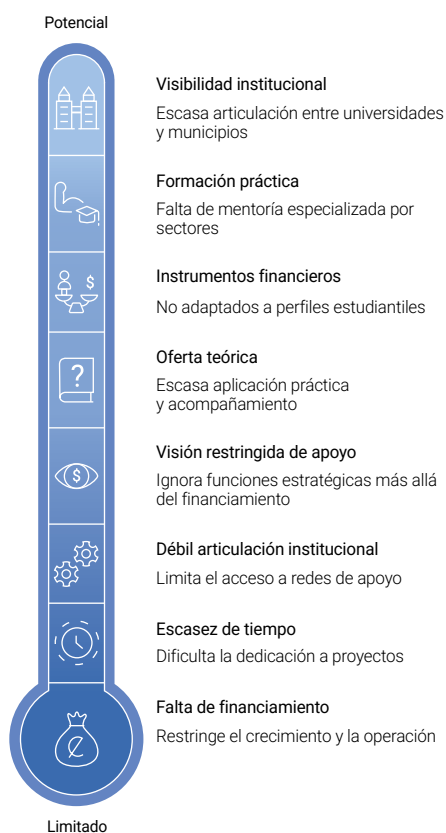
5. CONCLUSIONES

El presente estudio aporta evidencia empírica sobre las barreras, oportunidades y condiciones de sostenibilidad del emprendimiento universitario en Tarija, Bolivia, integrando hallazgos

cuantitativos y cualitativos que permiten una comprensión amplia y contextualizada del fenómeno. Los resultados indican que, aunque existe una alta intención emprendedora entre los estudiantes universitarios, la continuidad y consolidación de los proyectos se ven limitadas por factores estructurales, formativos e institucionales. Estos elementos se sintetizan en la Figura 2, en la que se agrupan los principales factores que afectan la sostenibilidad de los emprendimientos de estudiantes universitarios.

Figura 2

Factores que limitan la sostenibilidad del emprendimiento universitario en Taríja



A partir de los hallazgos, se identifica un perfil emprendedor joven, diverso y con motivaciones tanto económicas como vocacionales, cuya intención emprendedora emerge con fuerza en etapas intermedias de la formación universitaria y se orienta, principalmente, hacia rubros de comercio, gastronomía y servicios, caracterizados por requerir baja inversión inicial. Las motivaciones predominantes son la búsqueda de independencia económica y la falta de oportunidades laborales, aunque también se observan motivaciones vocacionales

vinculadas a intereses personales y a la aplicación de conocimientos profesionales. Esta combinación sugiere que el emprendimiento universitario en Tarija responde tanto a necesidades económicas como a aspiraciones individuales, lo que demanda estrategias diferenciadas de apoyo.

Los resultados también evidencian que la formación emprendedora ofrecida por las universidades es percibida como insuficiente. Si bien diversas actividades como ferias, talleres y seminarios aportan experiencias valiosas, la oferta sigue siendo predominantemente teórica, con escasa continuidad y limitado acompañamiento práctico. Esta brecha entre la formación conceptual y las necesidades reales del emprendimiento restringe la capacidad de los estudiantes para transformar ideas en proyectos sostenibles, lo que confirma la necesidad de rediseñar la formación emprendedora hacia metodologías más aplicadas, contextualizadas y vinculadas con el mercado.

Asimismo, las barreras identificadas —falta de financiamiento, escasez de tiempo, temor al fracaso, carencia de conocimientos técnicos y débil apoyo institucional— reflejan un ecosistema emprendedor frágil. Las entrevistas revelan además dificultades propias del contexto local, como la competencia desleal, la informalidad y la complejidad de los trámites de formalización, lo que incrementa la vulnerabilidad de los emprendimientos estudiantiles y limita sus posibilidades de consolidación.

Otro hallazgo relevante es la percepción reducida que los estudiantes tienen sobre las organizaciones de apoyo, a las que asocian principalmente con la provisión de recursos económico. Esta visión restringida invisibiliza funciones estratégicas como la mentoría, la formación especializada y la creación de redes, lo que contribuye a una evaluación negativa del ecosistema emprendedor local y refuerza la dependencia de fuentes informales de apoyo, principalmente familiares. La escasa articulación entre universidades, instituciones públicas y actores del ecosistema emprendedor constituye una de las principales debilidades identificadas.

A partir de estos hallazgos, se identifican necesidades prioritarias para la política pública y la gestión universitaria: diseñar instrumentos financieros adaptados a los perfiles estudiantiles; fortalecer la formación práctica y la mentoría especializada en sectores productivos; incrementar la visibilidad y la articulación institucional, especialmente entre universidades y programas municipales; y, por último, promover redes de apoyo que integren a los actores públicos, privados y académicos.

Aunque el estudio se circunscribe a la ciudad de Tarija y presenta limitaciones metodológicas propias del diseño, constituye un aporte pionero al análisis del emprendimiento universitario en Bolivia. Además, los resultados ofrecen un diagnóstico contextualizado que puede orientar tanto la investigación futura como la formulación de políticas y programas destinados a transformar la intención emprendedora en proyectos sostenibles y de impacto socioeconómico.

5.1 Limitaciones del estudio

El estudio presenta varias limitaciones que deben considerarse al interpretar los resultados. El diseño transversal utilizado impide analizar la evolución de los emprendimientos a lo largo del tiempo y restringe la posibilidad de establecer relaciones causales entre las variables estudiadas. Además, el trabajo se desarrolló exclusivamente en la región de Tarija, lo que reduce el alcance de los hallazgos y limita su aplicabilidad a otros contextos del país con dinámicas económicas y universitarias distintas. También es importante señalar que la información recopilada se basa en la autopercepción de los participantes, lo que puede introducir sesgos derivados de la memoria, de la deseabilidad social o de la interpretación subjetiva de sus experiencias emprendedoras.

5.2 Futuras investigaciones

Se recomienda ampliar el alcance geográfico del estudio a otras regiones de Bolivia y a países vecinos, lo que permitiría comparar las dinámicas institucionales, culturales y económicas que inciden en el emprendimiento universitario. También sería pertinente incorporar diseños longitudinales que permitan observar la evolución de los emprendimientos a lo largo del tiempo, así como los factores que explican su continuidad o abandono. Finalmente, explorar el impacto de programas de incubación, mentoría sectorial y financiamiento estudiantil en la consolidación de proyectos permitiría fortalecer la evidencia sobre los mecanismos más efectivos para transformar la intención emprendedora en resultados sostenibles.

Créditos de autoría

Karen Joceline Valdez Segovia: conceptualización, metodología, análisis de datos, investigación y redacción.

José Eduardo Fernández Cruz: metodología, *software*, validación, análisis de datos y redacción.

REFERENCIAS

- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 4. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Belitski, M., & Heron, K. (2017). Expanding entrepreneurship education ecosystems. *Journal of Management Development*, 36(2), 163-177. <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0121>

- Bullón-Solís, O., Carhuanchu-Mendoza, I., Valero-Palomino, F. R., & Moreno-Rodríguez, R. Y. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 377-389. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9142750>
- Castro Rivera, M. E., & Cuadón Vieyra, S. A. (2026). Sostenibilidad y emprendimiento universitario: efecto de la formación en la intención emprendedora sostenible en la Universidad del Azuay de Ecuador. *SAGA. Revista Científica Multidisciplinar*, 3(1), 56-72. <https://doi.org/10.63415/saga.v3i1.323>
- Díaz González, A. A., Angulo-Cuentas, G., Rueda Salas, L., & Dentchev, N. (Eds.). (2021). *Juntos podemos crear un futuro mejor*. Editorial Unimagdalena. <https://doi.org/10.21676/9789587464610>
- Duong, C. D. (2022). Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The moderating role of educational fields. *Education + Training*, 64(7), 869-891. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2021-0173>
- Freire Muñoz, D. A., Llerena Calucho, D. V., & Llando Michilena, B. J. (2025). Universidades y emprendimiento juvenil: estrategias para fortalecer el ecosistema emprendedor en Ambato. *Universidad y Sociedad*, 17(S1), e5754. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/5754>
- Fuster, E., Padilla-Meléndez, A., Lockett, N., & Del Águila-Obra, A. R. (2019). The emerging role of university spinoff companies in developing regional entrepreneurial university ecosystems: The case of Andalusia. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 219-231. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.020>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2026). *GEM 2025/2026 Global report: From uncertainty to opportunity*. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Gonzales Ticona, Y. (2025). La importancia de la educación para el emprendimiento exitoso. *Revista Científica de Publicación del Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior*, 12(1). <https://doi.org/10.53287/xish9716yp13k>
- Guerrero, M., Urbano, D., & Gajón, E. (2020). Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: Do entrepreneurship education programs and university business incubators matter? *Journal of Management Development*, 39(5), 753-775. <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2019-0439>
- Hayter, C. S. (2016). A trajectory of early-stage spinoff success: The role of knowledge intermediaries within an entrepreneurial university ecosystem. *Small Business Economics*, 47(3), 633-656. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9756-3>
- Hémbuz Falla, G. D., Sánchez Avilés, A. M., & Bermeo Díaz, V. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una

- aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166-180. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1049>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management students' attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Loaiza Torres, J., Salas Vargas, J., Carvache Franco, O., Bleichner López, J. E., & Rivera Chacón, R. (2024). Ecosistema universitario de emprendimiento y compromiso docente. *Revista Investigación y Negocios*, 17(30), 69-75. <https://doi.org/10.38147/invneg.v17i30.293>
- Mendoza Champion, J. A., Barrutia Barreto, I., Bejar, L. H., Huamani, O., Borja, J., & Flores Asqui, P. R. (2024). La educación y la intención emprendedora en estudiantes universitarios: una revisión en Latinoamérica. *Revista Conhecimento Online*, 1. <https://doi.org/10.25112/rco.v1.3599>
- Miller, K., Alexander, A., Cunningham, J. A., & Albats, E. (2018). Entrepreneurial academics and academic entrepreneurs: A systematic literature review. *International Journal of Technology Management*, 77(1-3), 9-37. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2018.091710>
- Morris, M. H., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65-85. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>
- Núñez-Ramírez, M. A., Banegas-Rivero, R. A., Madrigal-Torres, B. E., & Velarde-Flores, C. L. (2020). El lado positivo del emprendedor universitario: autoestima, satisfacción con la vida y optimismo en estudiantes de México y Bolivia. *Formación Universitaria*, 13(4), 21-30. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000400021>
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 155-171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Quispe Fernandez, G. M., Delgado Ayaviri, R., Ayaviri Nina, D., & Maldonado Núñez, A. I. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(6), 297-313. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8598058>
- Reinoso Lastra, J. F. (2015). El papel de la universidad dentro de un ecosistema emprendedor. *Mundo Económico y Empresarial*, (10). <https://revistas.ut.edu.co/index.php/rmee/article/view/577>
- Turpo-Gebera, O., Quispe-Ticona, I., Esquivel-Grados, J., & Chayna-Aguilar, L. (2024). Desarrollo del espíritu emprendedor: Innovación en estrategias pedagógicas.

- Revista Venezolana de Gerencia*, 29(12), 1278-1294. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9948326>
- Vallaes, F., & Álvarez Rodríguez, J. (2018). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria: aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XX1*, 22(1), 17-40. <https://www.redalyc.org/journal/706/70667730006/html/>
- Vallejo-Imbaquingo, R., & Robalino-López, A. (2025). The role of Latin American universities in entrepreneurial ecosystems: A multi-level study of academic entrepreneurship in Ecuador. *Administrative Sciences*, 15(3), 108. <https://doi.org/10.3390/admsci15030108>
- Vásquez Fernández, B. J., & Coca Ruiz, F. (2025). Estrategias de educación empresarial para mejorar el desempeño de los jóvenes emprendedores en Tarija-Bolivia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 21(40). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10385438>
- Villalobos Rodríguez, G., Moraga López, G., Guevara Portuguese, M. J., & Araya-Castillo, L. (2021). Evidence of the contribution of entrepreneurship to the reduction of youth unemployment. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 758-775. <https://ucsh.elsevierpure.com/es/publications/desempleo-juvenil-contribuciones-para-su-disminuci%C3%B3n-desde-el-emp/>
- Wagner, M., Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Fichter, K. (2021). University-linked programs for sustainable entrepreneurship and regional development: How and with what impact? *Small Business Economics*, 56(3), 1141-1158. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00280-4>

ANEXOS

Anexo 1: cálculo de la muestra (encuestas)

Fórmula para cálculo de muestra de poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

Z = 1,96 (nivel de confianza del 95 %)

p = 37,8 %

q = 62,2 %

e = 0,05

Reemplazando valores:

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,378)(0,622)}{0,05^2} \approx 361$$

Anexo 2: zonificación para aplicación de encuestas

Lugar	Cantidad de encuestas
Campus UCB (Campus Central)	30
Campus UCB (Campus Posgrado)	30
Campus UAJMS (Entrada Av. Jaime Paz Zamora)	30
Campus UAJMS (Entrada Calle España)	30
Campus UPDS	30
Campus UNO	30
Campus UCATEC	30
Plaza Principal	30
Plazuela Sucre	30
Av. Domingo Paz (Parada de buses)	30
Parque Bolívar	30
Mercado Central	30