

ISSN: 2594-0937

Debates sobre Innovación

Número 1, Volumen 8
Ene-Mar de 2022



Memorias 4to Coloquio de estudiantes de posgrado sobre
Gestión y Políticas de CTI

Comité editorial

Gabriela Dutrénit
José Miguel Natera
Arturo Torres
José Luis Sampedro
Diana Suárez
Marcelo Mattos
Carlos Bianchi
Jeffrey Orozco
João M. Hausmann
Matías F. Milia

REVISTA ELECTRÓNICA
TRIMESTRAL



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



MEGI
MAESTRÍA EN ECONOMÍA, GESTIÓN
Y POLÍTICAS DE INNOVACIÓN



LALICS

LATIN AMERICAN NETWORK FOR ECONOMICS FOR LEARNING,
INNOVATION AND COMPETENCE BUILDING SYSTEMS

DEBATES SOBRE INNOVACIÓN. Volumen. 8 Número. 1. Enero - Marzo 2022. Es una publicación trimestral de la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Producción Económica. Prolongación Canal de Miramontes 3855, colonia Ex-Hacienda San Juan de Dios, Alcaldía Tlalpan, C.P. 14387, México, Ciudad de México y Calzada del Hueso 1100, Col. Villa Quietud, Alcaldía Coyoacán, C.P. 04960, Ciudad de México. Teléfonos 5554837200, ext.7279. Página electrónica de la revista <http://economiaeinnovacionuamx.org/secciones/debates-sobre-innovacion> y dirección electrónica: megct@correo.xoc.uam.mx Editor Responsable: Dra. Gabriela Dutrénit Bielous, Profesora-Investigadora del Departamento de Producción Económica. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de Título No. 04-2017-121412220100-203, ISSN 2594-0937, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Gabriela Dutrénit Bielous, Departamento de Producción Económica, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Unidad Xochimilco. Calzada del Hueso 1100, Col. Villa Quietud, Alc. Coyoacán, C.P. 04960, Ciudad de México. Fecha de última modificación: 15 de mayo de 2022. Tamaño del archivo: 13.6 MB.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana.

El papel de las Instituciones de Educación Superior en la formación de emprendedores: una propuesta de instrumento para su evaluación

Cristina Pérez Trejo

Estudiante del doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

cristinapereztrejo@gmail.com

Resumen

La literatura especializada plantea que el emprendedor es un individuo con determinadas habilidades y características que bajo condiciones específicas, puede ser el principal responsable de iniciar e implementar procesos de innovación. Debido a que las características atribuidas al emprendedor pueden ser desarrolladas, entre otras instancias, por las Instituciones de Educación Superior (IES), su papel es central en la adquisición de estas habilidades. A pesar de lo anterior, no abundan los trabajos donde se evalúan las diversas acciones que realizan las IES para promover el emprendimiento entre sus alumnos. En esta línea, esta investigación pretende aportar al análisis de los esfuerzos de formación emprendedora en la intencionalidad de los estudiantes por iniciar un nuevo negocio, en particular, en la intención por iniciar un emprendimiento de tipo innovador, a través de realizar un estudio cuasiexperimental, basado en el diseño y aplicación de un cuestionario; lo que permitirá no solo identificar el impacto logrado por dichos esfuerzos, sino también compara la eficacia diferenciada de estos. En la medida que se entiendan esas relaciones, se podrá justificar la necesidad de políticas educativas que promuevan este tipo de educación, al menos en el nivel superior, o si es necesario redirigir los esfuerzos hacia otro tipo de acciones.

1. Introducción

Un emprendimiento, en términos generales, puede ser definido como un proyecto que tiene por objetivo ofrecer una solución de negocios ante un problema, ya sea a través del aprovechamiento de una oportunidad, o por la necesidad de resarcir la falta de empleo o las condiciones precarias del mismo, a través de su principal resultado esperado: la creación de una nueva unidad de negocios. De esta manera, la actividad emprendedora se erige, entre los académicos y los *policy makers*, como una importante opción de mejora de las condiciones socioeconómicas de las naciones.

Sin embargo, el conjunto de emprendimientos es heterogéneo y, por tanto, los resultados a nivel individual y social pueden ser también distintos (Almodóvar, 2018; Liñán y Fernández-Serrano, 2014). Específicamente, esta investigación se centra en aquel que es dinámico e innovador, el que teórica y empíricamente se identifica como el agente de cambio, el cual puede contribuir al progreso, el crecimiento y transformación tecnológica a través de la innovación y el responsable de la creación de nuevos puestos de trabajo con ingresos relativamente más altos y con mejores prestaciones que el empleo que caracteriza a estas regiones (Aparicio et al., 2016; Urbano et al., 2016; Reynolds et al., 2005; Acs y Varga, 2005).

Generar un mayor y mejor emprendimiento que corresponda al de tipo innovador, requiere de acciones multidimensionales y de la intervención de distintos actores para producir y explotar este potencial emprendedor (Acs, *et al.* 2007). La primera de estas dimensiones implica la creación

de un ambiente institucional propicio¹, desde esta perspectiva se menciona que el entorno puede influir de manera positiva o negativa en la transformación de una idea a una oportunidad de negocios puesta en marcha.

Una segunda dimensión se encuentra en un nivel más micro: el factor humano. En efecto, establecer empresas dinámicas e innovadoras es un proceso complejo que requiere de individuos con la formación y habilidades adecuadas para enfrentar un proceso caracterizado por alto riesgo e incertidumbre. En esta línea, autores como Schwarzkopf (2016), Lundvall *et al* (2008) o Acs *et al* (2014), reconocen que el centro del análisis del emprendimiento deben de ser las actitudes, capacidad, aspiraciones y conocimiento, todo lo cual parte de aquel individuo que impulsa la creación y operación de las nuevas empresas.

En efecto, Nelson (2002), menciona que el desarrollo de competencias puede ser el resultado de la formación en instituciones específicas -como la universidad- dado que son estos los espacios habilitados para la transmisión de conocimiento, la generación de recursos humanos para la creación de nuevo conocimiento, así como de la formación de agentes (sobre todo señala a los managers y emprendedores) capaces de transformar su entorno a través de la innovación. Desde la evidencia empírica, a través de un estudio presentado por la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) en el año 2020, se muestra que cerca del 58% de los emprendedores consultados cuenta con licenciatura y el 34% de ellos con estudios de posgrado, es decir, más del 90% de los emprendedores son profesionistas, evidenciando la necesidad de una formación que sustente su emprendimiento.

Los resultados apenas mostrados han llevado a las IES a generar cambios a nivel institucional para promover y dotar de las habilidades para el emprendimiento a sus alumnos. Una parte importante de estos esfuerzos, se orientan a lo que se conoce como *educación para el emprendimiento* que, de manera genérica, puede ser definida como una actividad educativa que consiste en cualquier programa pedagógico o proceso de educación que busca apremiar las actitudes y habilidades empresariales, con la finalidad de promover y dotar de las habilidades requeridas para el emprendimiento entre los estudiantes (Fayolle, et al., 2006; Bae, et al., 2014).

Adicional a esto, particularmente desde la década de los noventa, a la universidad se le ha considerado no solo como aquella institución responsable de formar profesionales o como una fuente generadora de conocimiento, también se le ha atribuido un papel activo en los procesos socioeconómicos. A este fenómeno se le ha conceptualizado como la *tercera misión de la universidad* o, más recientemente, como la *universidad emprendedora* (Clark, 1998; Krčmářová, 2011).

Como resultado de estos nuevos objetivos perseguidos por las IES se desarrollaron distintos esfuerzos vinculados con la creación de incubadoras de negocio, de oficinas encargadas de la transferencia de tecnología y de la vinculación con el sector productivo, etc., que, si bien tienen como finalidad su incorporación en la esfera económica-social, resultan relevantes para la promoción de una cultura emprendedora en las universidades (Gibb, 1993; Osorio y Pereira-Laverde, 2011).

Al conjunto de estos esfuerzos, lo llamaremos *esfuerzos de formación emprendedora*, denotando a aquellas actividades formativas, realizadas por las IES, ya sean de tipo teóricas o habilidades prácticas para el emprendimiento, para el caso de esta investigación: la educación para el emprendimiento y las acciones institucionales derivadas de la tercera misión de la universidad.

¹ Véase (Stam y van de Ven, 2019; Urbano y Aparicio, 2018) para consultar estudios que abordan al entorno como factor decisivo para el emprendimiento.

No obstante, pese a la importancia de las actividades vinculadas al fomento y formación de emprendedores desde las IES, a nivel académico, poco se ha hecho por cuantificar los resultados de estos esfuerzos pues, de las propuestas detectadas, la mayor parte de ellas se centran en el diseño e implementación, pero no en la evaluación de su rendimiento. Adicional a esto, la dificultad para evaluar este impacto, sobre todo en el largo plazo, ha generado la confusión y las ambigüedades que hoy se sostienen en diversas metodologías (Dickson, et al, 2008; Duval-Couetil y Long, 2014).

Es así que esta propuesta de investigación pretende aportar en los puntos antes señalados, sobre los cuales se derivan la siguiente pregunta y objetivos de investigación:

1.1.Preguntas de investigación

¿El tipo de esfuerzo institucional impartido en las IES determina la clase de emprendimiento innovador preconcebido por los estudiantes?

1.2.Objetivo general

Estimar el efecto *los esfuerzos de formación emprendedora* sobre el grado de la intencionalidad de los universitarios por iniciar un emprendimiento innovador.

1.3.Objetivos específicos

- Clasificar los distintos esfuerzos que realizan las IES para promover el emprendimiento entre sus estudiantes.
- Proponer un marco analítico que permita conocer el grado de afectación de dichos esfuerzos sobre los estudiantes universitarios.
- Construir un instrumento para medir el esfuerzo de las IES para fomentar el emprendimiento innovador y la intención por emprender en los alumnos.

2. Marco teórico de la investigación

Esta investigación tiene como base tres cuerpos de la literatura principales:

2.1. El emprendimiento innovador: aspectos conceptuales claves

Este apartado busca identificar los distintos enfoques de investigación con los que se ha abordado al emprendimiento, definir al emprendimiento innovador e identificar los factores determinantes para que un individuo decida iniciar una nueva empresa de este corte. Sin embargo, esta tarea no resulta sencilla pues se identifican al menos dos inconsistencias teóricas: a) al emprendimiento se la ha designado diversos términos que en ocasiones se consideran sinónimos y en otras tantas parecen no significar lo mismo, por mencionar algunas: emprendimiento, emprendedurismo, espíritu emprendedor, empresarismo, entre otros; b) el campo de estudio del emprendimiento continúa en construcción (así como el de la innovación) por lo que no existe consenso al momento de definirlo, entendiéndose que esto se refleja en conceptos compuesto, como lo es el *emprendimiento innovador*.

Por tal, esta sección inicia con una breve exposición de los distintos enfoques con los cuales se ha investigado sobre el emprendimiento, con la finalidad de identificar la base epistemológica

de esta investigación. También, se presentará, brevemente, los aportes de Schumpeter (1934) que, en voz de diversos autores (véase Block, 2016; Estrin, *et al.*, 2013), es el responsable de sentar las bases teóricas del emprendimiento innovador. Finalmente, se presentan las diversas definiciones y clasificaciones en las que se ha encasillado al emprendimiento innovador.

2.2. El papel de la universidad en el emprendimiento

Si bien existen autores que piensan que los emprendedores nacen y no se hacen, existen otros que han demostrado que el emprendimiento puede ser enseñado y aprendido, a partir de incorporar en los individuos las capacidades y habilidades necesarias para emprender (Munyaradzi, 2020; Drucker, 1985).

Desde la postura de que el individuo puede aprender a emprender y en función a la evidencia empírica alrededor de la relación entre la formación y el desarrollo del emprendimiento, este apartado tiene dos grandes objetivos. El primer objetivo es presentar un breve recorrido por los principales aspectos conceptuales y metodológicos de la *educación para el emprendimiento*. Como segundo objetivo se busca señalar los diferentes esfuerzos para la formación emprendedora que se encuentran insertos a lo largo del entramado institucional de las IES, para lo cual se reconoce la importancia de abordar a la tercera misión de la universidad y su papel en el emprendimiento.

2.3. El estudio de la intención emprendedora.

De acuerdo con Krueger y Carsrud (1993) y Ajzen (1991), las intenciones son vistas como un buen indicador del comportamiento emprendedor: el emprendimiento es una acción compleja que no se lleva a cabo por mero impulso y que requiere una serie de toma de decisiones. La intención, de manera general, se define como un proceso mental que se lleva a cabo antes de realizar una acción, siendo un tipo de “instrucciones” que las personas se plantean así mismas para tener un comportamiento en específico (Osorio y Roldan, 2015).

Los modelos de intención son marcos conceptuales con los que frecuencia se utiliza a la intención. A partir de una revisión de la literatura (delimitada por los modelos de intención aplicado al campo de la educación para el emprendimiento) se identifican dos modelos altamente citados. El primer modelo se plantea a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991) y el segundo a partir del Modelo del Evento Emprendedor (MEE) de Shapero y Sokol (1982). Estos proveen un marco útil para la presente investigación pues permiten analizar cómo los diferentes esfuerzos de formación emprendedora pueden influir en los estudiantes con respecto a su comportamiento emprendedor. Desde esta perspectiva, las influencias de estos esfuerzos pueden cambiar, o no, las actitudes individuales y, en consecuencia, las intenciones relacionadas con el emprendimiento (Soutaris *et al.*, 2007).

3. Diseño de la investigación

En función al objetivo general de esta investigación, se identifica que la metodología tiene una fuerte orientación al uso de métodos cuantitativos a través del uso de análisis estadístico y multivariado. De acuerdo con la clasificación ofrecida por Kumar (2011), sobre los diseños comúnmente utilizados en estudios cuantitativos, esta propuesta se define como de tipo “before-and-after” (también conocido como el diseño previo/posterior a la prueba), el cual se describe como dos conjuntos de datos recogidos en dos puntos de tiempo distintos, en la misma población, para

averiguar el cambio en las variables. Este diseño ha sido señalado como el más adecuado para medir el impacto o la eficacia de un programa, como lo es el que compete a la presente propuesta.

Así, se plantea llevar a cabo un estudio cuasiexperimental, basado en la recopilación de datos, a través del diseño, aplicación y validación de un cuestionario que, posteriormente, permita realizar un análisis estadístico y multivariado. Este cuestionario se piensa aplicar en dos momentos (pre y post programa de educación para el emprendimiento) a un grupo de estudiantes universitarios, que cursen al menos un componente dedicado a la educación para el emprendimiento y en cuya universidad imparta diversas actividades y/o programas encaminadas a promoverlo, para medir si existe un cambio en la intención emprendedora, a través del uso de análisis estadístico y multivariado.

4. Contribución esperada y reflexiones finales

Desde la literatura consultada se observan diferentes aportaciones que buscan comprender los efectos de la *educación para el emprendimiento* sobre la intención emprendedora (IE), sobre todo a través del efecto en estudiantes a nivel superior. Estos estudios presentan diferentes configuraciones y modificaciones al modelo propuesto por Ajzen (1991), por ejemplo, Fayolle, *et al.* (2006), retoma el modelo original de Ajzen (1991), muestra que existe una relación positiva entre los programas de educación para el emprendimiento y la IE, donde dicha relación es indirecta pues dichos programas tienen un impacto sobre la *actitud hacia el comportamiento* y sobre las *normas subjetivas*; de esta misma forma, Drost y McGuire (2011), hacen uso del modelo original encontrando que la educación para el emprendimiento tiene un efecto positivo en la intención, pero el efecto es mediado por la autoeficacia.

De manera similar, Soutaris *et al.* (2007) modifica el modelo de Ajzen (1991), suponiendo que la educación para el emprendimiento (desagregada en las características de dichos cursos como los son las metodologías de enseñanza), tienen un efecto positivo directo sobre la IE. Así como estas modificaciones existen una gran variedad, por citar una de ellas, en la investigación hecha por Lüthje y Franke (2003), sólo se retoma a la *actitud hacia el comportamiento* como antecedente de la intención y plantea que la educación para emprendimiento tienen un impacto indirecto sobre la IE.

Para el caso de esta propuesta de investigación, se opta por seleccionar el modelo teórico propuesto por Ajzen (1911) que, como bien señalan Shook *et al.*, (2003), es un modelo que diversos autores han retomado y que lo ha llevado a ser probado y validado a través del tiempo, lo que otorga mayor robustez al estudio en lugar de suponer uno nuevo. Sin embargo, a diferencia de las propuestas revisadas, esta investigación busca examinar la influencia no sólo de lo que se conoce como educación para el emprendimiento, sino de lo que anteriormente se ha definido como *esfuerzos de formación emprendedora* sobre la intencionalidad de los estudiantes universitarios por iniciar un negocio, específicamente, con la finalidad de identificar su efecto en la creación de emprendedores con un perfil innovador.

Así, se pretende aportar a través de:

- i. La elaboración de un marco analítico que permita evaluar el efecto de los *esfuerzos de formación emprendedora* sobre la intencionalidad de los estudiantes por iniciar un emprendimiento de tipo innovador.
- ii. El desarrollo de un instrumento para la recolección de datos en función del marco teórico antes mencionado ya que, a través de la revisión hecha hasta el momento, no se han detectado propuestas de instrumentos que conjunten tanto la intencionalidad como los diversos esfuerzos que realizan las IES para fomentar el emprendimiento entre sus estudiantes (Dickson, *et al.*, 2008).

Lo anterior no sólo permitirá identificar el impacto logrado por los distintos *esfuerzos de formación emprendedora*, para este caso se vinculará a la educación para el emprendimiento (y sus características), así como a los diferentes esfuerzos para la formación emprendedora que se encuentran insertos a lo largo del entramado institucional de las IES, sino también permitirá, en su momento, compara la eficacia diferenciada de dichos esfuerzos.

Otro aspecto relevante que plantea el modelo propuesto es la determinación de cuáles variables de control se tomarán en cuenta, pues existen pocas razones para suponer que los *esfuerzos de formación emprendedora* son los únicos elementos que influyen en la IE. Al respecto, existe una discusión sobre los precursores capaces de influir en ésta, Singh, *et al.*, (2017) identifican al menos tres enfoques: el primero se vincula con los rasgos de personalidad, como el locus de control, la necesidad de logros, la capacidad para asumir riesgo o una alta tolerancia a la ambigüedad (Koh , 1996; Rauch y Frese, 2007); el segundo enfoque está orientado a las variables contextuales de tipos social, cultura y económicas (Krueger y Carsrud, 1993); y, como tercer enfoque, se propone la interacción entre los rasgos de personalidad y los factores contextuales (Mueller y Thomas, 2000). Esta propuesta se orienta por adoptar el tercer enfoque caracterizado por una perspectiva multidimensional del emprendimiento.

5. Bibliografía

- Acs, Z.J., y Varga A. (2005). Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small Business Economics* 323-334.
- Acs, Z.J., Parsons W., y Tracy S. (2007). High impact firms: gazelles revisited, *Working Paper U.S. Small Business Administration*.
- Ajzen , I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Almodóvar, M., (2018). Tipo de emprendimiento y fase desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de relaciones laborales*, 36(2), pp. 225-244.
- Aparicio, S., Urbano , D. y Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, pp. 45-61.
- Bae , T., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Block, P. (2016). *The empowered manager: Positive political skills at work*. John Wiley & Sons.
- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities*. Nueva York.
- Dickson, P., Solomon, G. y Weaver, K. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter? *Journal of small business and enterprise development*.
- Drost, E., y McGuire , J. (2011). Fostering entrepreneurship among Finnish business students: antecedents of entrepreneurial intent and implications for entrepreneurship education. *International Review of Entrepreneurship*, 9(2), 83-112.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper and Row Publisher.
- Duval-Couetil, N., y Long, Z. (2014). Career impacts of entrepreneurship education: how and when students intend to utilize entrepreneurship in their professional lives. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 26(1), 63-88.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., y Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(3), 479-504.
- Fayolle, A., Gailly, B., y Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Gibb, A. (1993). The enterprise culture and education: understanding enterprise education and its links with small business entrepreneurship and wider educational goals. *International Small Business Journal*, 11(3), 11-34.
- Křmářová, J. (2011). The third mission of higher education institutions: conceptual framework and application in the Czech Republic. *European Journal of Higher Education* 315-331
- Koh , H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology* 11: 12-23

- Krueger, N., y Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330.
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology. A step by step guide for beginners*. III. SAGE.
- Liñan, F. y Fernández-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, Volume 42, pp. 685-702.
- Lüthje, C., y Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Lundvall, B. Å., Rasmussen, P., y Lorenz, E. (2008). Education in the Learning Economy: a European perspective. *Policy futures in education*, 6(6), 681-700.
- Mueller, S., y Thomas, A. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 51-55.
- Munyaradzi N., T. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators, *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 9 (2).
- Nelson, K. (2002). On the nature and evolution of human know-how. *Research Policy*, 31(5), 719-719.
- Osorio, F. F., y Roldan, J. (2015). Intencao empreendedora de estudantes de educacao media: estendendo a teoria de comportamento planejado mediante o efeito exposicao. *Revista Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-132.
- Osorio-Tinoco, F., y Pereira-Laverde, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 43(24), 13-33.
- Rauch, A., y Frese, M. (2007). Let’s put the person back into entrepreneurship research: a meta-analysis ontherelationshipbetween businessowners’ personalitytraits,businesscreation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 353-385.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Shapiro, A., y Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. S. Kent (Ed.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schwarzkopf, C. (2016). *Fostering innovation and entrepreneurship: Entrepreneurial ecosystem and entrepreneurial fundamentals in the USA and Germany*. Springer.
- Shook, C., Priem, R., y McGee, J. (2003). Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, interest and the business cycle*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Singh, B., Verma, P., y Rao, M. (2017). Influences of individual and social-cultural factors on entrepreneurial intentions. In M.J. Manimala and P. Thomas (eds.) (Ed.), *Entrepreneurship Education. Experiments with curriculum, pedagogy and target groups* (pp. 149-170). Springer.
- Soutaris, V., Zerbinati, S., y Al-Laham, A. (2007). Don entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Bussiness Venturing*, 22, 566-591.
- Stam, E., y van de Ven, A. (2019). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Bus. Econ.*, 1-24.
doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Urbano, D., Aparicio, S. y Querol, V.(2016). Social progress orientation and innovative entrepreneurship: an international analysis. *Journal of Evolutionary Economics*, 26(5), pp. 1033-1066.
- Urbano, D., y Aparicio, S. (2018). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: what has been learned? *Small Bus Econ.*