

## ¿Cómo citar el artículo?

Arias-Arciniega, C. M., Villegas López, C. E., López Tovar, P., y Echavarría Cuervo, J. H. (enero-junio, 2020). Emprendimiento Universitario y la educación emprendedora: Una revisión de literatura.

*Revista Reflexiones y Saberes*, (12), 50-65

### **| Emprendimiento universitario y educación emprendedora: Una revisión de literatura**

*University Entrepreneurship and entrepreneurship education: a literature review*

#### **Claudia Milena Arias-Arciniegas**

Docente Investigadora, Fundación Universitaria Católica del Norte  
Magister en administración. Especialista en alta gerencia. Administradora de negocios.  
milearias@gmail.com

#### **Carlos Enrique Villegas López**

Docente, Fundación Universitaria Católica del Norte  
Magister en Administración. Especialista en Gerencia Integral, Ingeniero de productividad y calidad.  
cevillegas@ucn.edu.co

#### **Pablo López Tovar**

Decano, Fundación Universitaria Católica del Norte  
Magister en Educación, Especialista en Finanzas Públicas, Especialista en Docencia Universitaria, Economista.  
plopez@ucn.edu.co

#### **Jacobo Hernán Echavarría Cuervo**

Docente tiempo completo, Institución Universitaria Pascual Bravo. Medellín-Colombia.  
Magister en desarrollo sostenible y medio ambiente.  
Ingeniero Industrial  
jacobo.echavarria@pascualbravo.edu.co

## **| Resumen**

El presente artículo tiene como propósito reflexionar sobre la producción científica del emprendimiento universitario y la educación emprendedora, teniendo en cuenta que uno de los intereses de las universidades, hoy en día, es aportar al desarrollo del torno que habita, lo cual lleva a promover la generación de emprendimientos a través de diversas estrategias que se implementan y que influyen la intención emprendedora en la comunidad académica, fomentando el desarrollo de una cultura propia de los emprendedores. Para ello se realizó una revisión sistemática de literatura, a partir de 56 artículos científicos publicados, entre los años 2007 a 2017, los cuales fueron identificados a través de la base de datos Scopus. Lo anterior, permitió conocer el estado del estudio sobre la temática y sus diferentes aportes que llevan a identificar tendencias y retos para futuros estudios, al igual que las estrategias más utilizadas para el fomento de la cultura del emprendimiento y que han impactado en la intención emprendedora de la comunidad académica.

**Palabras clave:** Educación emprendedora; Emprendimiento universitario; Espíritu empresarial; Influencia emprendedora.

## | Abstract

The purpose of this article is to reflect on the scientific production of university entrepreneurship and entrepreneurial education, bearing in mind that one of the interests of universities today is to contribute to the development of the surrounding area, which leads to promoting the generation of ventures through various strategies that are implemented and that influence the entrepreneurial intention in the academic community, fostering the development of a culture to entrepreneurship. To this end, a systematic review of the literature was carried out, based on 56 scientific articles published between 2007 and 2017, which were identified through the Scopus database. This allowed to know the status of the study on the subject and its different contributions that lead to identify trends in terms of challenges for future studies, as well as strategies of the most used in entrepreneurial culture, those that have generated impact in the intention entrepreneur of the academic community.

**Keywords:** Entrepreneurial education; University Entrepreneurship; Entrepreneurial spirit; Entrepreneurial Influence.

## | Introducción

El emprendimiento se ha convertido en una de las estrategias de los gobiernos para impulsar el desarrollo económico (Ortiz-Delgado et al., 2016), sumado también a sus aportes a lo social y político, de acuerdo con la perspectiva múltiple de la definición adoptada por O'Connor (2013, como se citó en Zhang, 2017). Si bien algunos estudios sobre el emprendedor indican que este nace y no se hace (Zhang, et al., 2009) otros estudios se han dirigido a comprender la incidencia de la educación para la generación de empresas por parte de los estudiantes universitarios (Soria et al., 2016), teniendo en cuenta sus intereses, su contexto y su cultura (Bandera et al., 2018). Para Bienkowska & Klofsten (2012), la universidad emprendedora surge con el propósito de incluir a los centros de educación superior en el desarrollo económico de las regiones, de una manera más amplia, lo cual ha llevado a que las universidades determinen también su rol y alcance en la promoción y desarrollo de la cultura emprendedora; aunque algunas sólo se enfocan en profundizar en competencias para el emprendimiento, lo más común es encontrar universidades que eduquen para la creación empresarial. En este sentido, lo que pretende este trabajo es un acercamiento a la literatura científica existente sobre el emprendimiento universitario y la educación para emprendimiento en los últimos 10 años, con el fin de conocer el estado de la producción en esta línea de estudio, a través del análisis de indicadores bibliométricos, que llevarán a conocer las aplicaciones y tendencias de investigación del campo en cuestión. Lo anterior, genera un interés investigativo porque se espera profundizar en el emprendimiento universitario, específicamente en la educación para el emprendimiento al interior de las instituciones de educación superior, y cómo sus programas inciden en la intención emprendedora de su comunidad académica, resaltando aquellas estrategias que han sido exitosas. El texto, a continuación, presenta la metodología que es utilizada para realizar la revisión de literatura, para posteriormente avanzar en los resultados, donde se muestran los indicadores de productividad y su explicación general, los cuales dan paso a la discusión, para finalmente presentar las conclusiones.

## | Metodología

Para el diseño de este estudio, se realizó la caracterización del campo mediante la medición y el análisis de la evolución de la producción científica, identificando los principales países, autores, revistas, investigaciones y las principales líneas temáticas en este campo.

Para a la obtención de los datos bibliográficos se estableció una ecuación de búsqueda orientada a identificar la producción científica que relaciona el emprendimiento universitario y educación emprendedora. De esta manera, la ecuación utilizada fue la siguiente:

((TITLE-ABS-KEY("university entrepreneurship") AND TITLE-ABS-KEY("entrepreneurship education")) AND PUBYEAR > 2006 AND PUBYEAR < 2018).

Los términos de búsqueda se aplicaron en idioma inglés para obtener las palabras clave, título y resumen del documento. La base de datos utilizada para la búsqueda fue Scopus por su representatividad en el mundo científico (Hall, 2011). A continuación, se relacionan los criterios de la búsqueda:

- Documentos registrados en la base de datos Scopus.
- Todos los tipos de documentos: artículos, libros, conferencias, entre otros.
- Rango de años de 2007 a 2017.
- Documentos en cualquier idioma.

La ecuación de búsqueda utilizada proporcionó un resultado de 56 documentos luego de haber sido validados en cuanto al tema de interés del estudio y con esta base de datos se realizó el análisis de la productividad del campo de estudio.

## | Indicadores de productividad

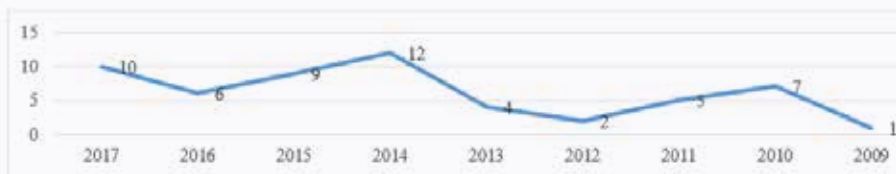
A continuación, se presentan los resultados de los indicadores de productividad de la base de datos generada a partir de la ecuación de búsqueda; revisando la productividad por año, por fuente, por autor, por tipo de documento, por país y por área de conocimiento, logrando observar el panorama del campo de estudio sobre el emprendimiento universitario y la educación emprendedora.

## | Productividad por año

En la figura 1 se puede evidenciar que el interés en la temática es muy variable; se comienza en el año 2009 y crece hasta el 2010, pero vuelve a crecer solo hasta el 2014, y nuevamente hasta el 2017; el año más productivo fue el 2014 con el 21.42 % de la producción, seguido del año 2017 con el 17.85%. Al comparar el año más productivo contra los últimos datos se puede decir que la productividad por año es variable a medida que se avanza en este tipo de temáticas.

**Figura 1**

*Productividad por año*



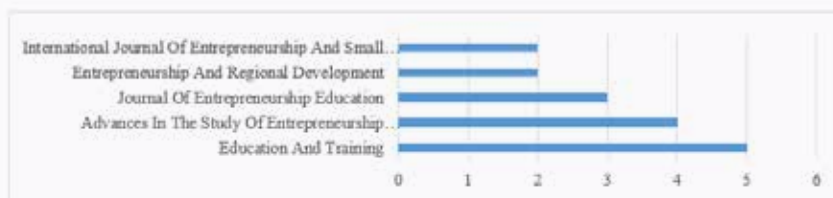
*Nota: elaboración propia a partir del análisis realizado.*

## | Productividad por fuente

Al momento de interpretar la productividad por revista, se evidencia que hay muy poca producción de artículos que hablen de manera específica sobre la temática de estudio; es así que 33 de ellas solo han publicado un artículo, y el resto, que son 5, tienen un rango de publicación entre 2 y 5 artículos, como se observa en la figura 2.

**Figura 2**

*Productividad por revista*



*Nota: Elaboración propia a partir del análisis realizado.*

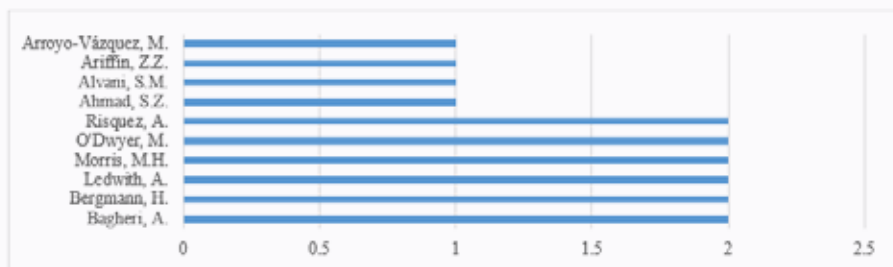
Las publicaciones que evidencian mayor número de trabajos, en relación con la temática propuesta, han sido las revistas con enfoque hacia la *Education And Training*, con 5 artículos que representan un 10,20% de productividad, seguido de las revistas en temáticas *Advances In The Study Of Entrepreneurship Innovation And Economic Growth*, con 4 trabajos, y finalmente el *Journal Entrepreneurship Education*, con 3 trabajos.

## | Productividad por autor

En cuanto a la productividad de los autores, no se identifica uno que tenga un gran número de publicaciones relacionadas. Se hallaron en total 128 autores con 56 publicaciones, pero tan solo seis autores han publicado más de una vez en el periodo de estudio, y ninguno publicó más de dos veces en los temas relacionados con las categorías analizadas.

**Figura 3**

*Productividad por autor*



**Nota:** Elaboración propia a partir del análisis realizado.

Los seis primeros autores relacionados en la figura 3 representan el 21 % del total de publicaciones, mostrando que este campo de conocimiento está disperso entre los diferentes autores.

Uno de los documentos más representativos, por su mayor número de citas, es “La educación empresarial y la propensión a la creación de empresas: probando un modelo estructural”, el cual indica que para educación empresarial es necesario verificar las características psicológicas más relevantes en los emprendedores, como son: la necesidad del auto logro, la creatividad e iniciativa, la propensión al riesgo, la confianza en sí mismo, la independencia y la autonomía, la motivación, compromiso y la persistencia (Rodríguez et al., 2010, p. 60).

## | Productividad por tipo de documento

Al analizar la producción de las publicaciones por su tipo, la mayoría de las mismas son artículos, con un 84 %, seguido por publicaciones de conferencias que corresponden a un 11 %, capítulo de libros un 3% y, por último, en revisión el 2 % de los trabajos identificados. Lo anterior presenta la variedad de investigaciones existentes y la calidad académica, por ser publicaciones revisadas por pares. De acuerdo al tipo de producto, se evidencia que la mayoría de artículos se publicaron en el año 2014 y los trabajos en conferencias se publicaron en el año 2017; esto último muestra que se viene utilizando espacios para el encuentro de investigadores, en los cuales pueden

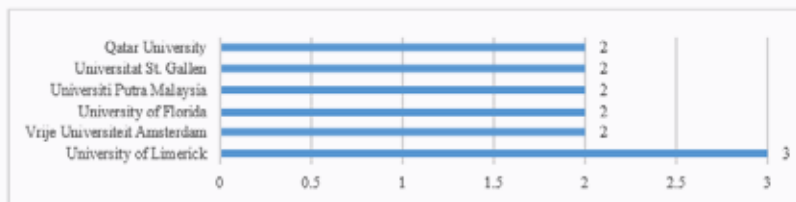
compartir el avance de sus estudios. Haciendo un énfasis desde la productividad por documentos y sobre lo que dicen, en varios de ellos se manifiesta el estado de la educación para el emprendimiento, y estos son tan diversos como los artículos sobre el mismo campo del emprendimiento (Solomon et al., 1994; Solomon, 2007).

## | Productividad por Afiliación

En la figura 4 se observa que del total de las 56 publicaciones encontradas en la base de datos Scopus, entre los años 2009 al 2017, se identificaron un total de 79 instituciones que investigan acerca del tema. Las primeras 6 instituciones, son responsables del 15.1 % de las publicaciones, teniendo en cuenta que, de las 79 instituciones, 73 publicaron 1 artículo, 5 publicaron 2 y una sola institución publicó 3 documentos, que corresponde a la University of Limerick, cuyos artículos fueron publicados en los años 2010, 2011 y 2014.

### Figura 4

#### *Productividad por afiliación*



**Nota:** Elaboración propia a partir del análisis realizado.

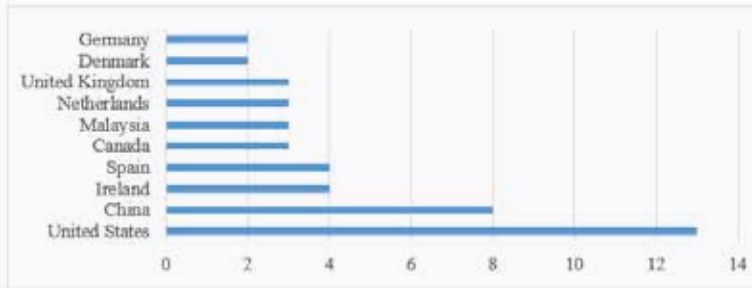
Pero a la luz de una productividad por afiliación, y sabiendo que la University of Limerick es la que tiene más interés en la publicación de artículos relacionados con las competencias que debe tener un emprendedor o un empresario en programas de educación empresarial, según Rezaei-Zadeh et al. (2014, p. 58), es necesario comprender cuáles deben de ser esas competencias básicas para el ejercicio de la enseñanza, y que además puedan facilitar el trabajo de los futuros empresarios (Tajeddini & Mueller, 2009).

## | Productividad por país

Al revisar la producción por país, se evidencia que los países responsables de las publicaciones en el campo son 31. En la figura 5 se muestra que Estados Unidos, con un 17,80 % y China, con un 10,95 %, lideran la productividad de las publicaciones encontradas; por tanto, el idioma que predomina en las publicaciones es el inglés.

**Figura 5**

*Productividad por país*



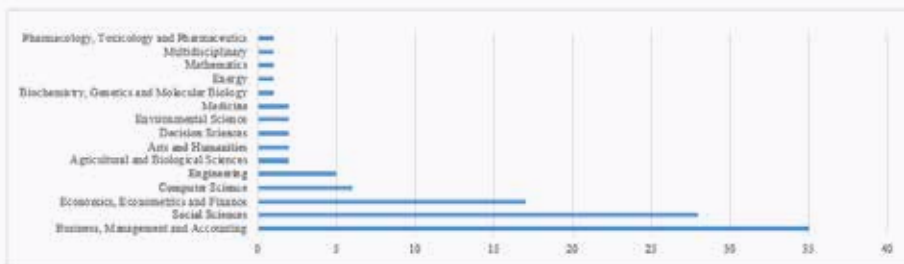
*Nota:* Elaboración propia a partir del análisis realizado.

## | Producción por área de conocimiento

Dentro de las perspectivas del emprendimiento, uno de los aspectos que importan es la generación de nuevo conocimiento, por lo que en la figura 6 se visualiza, dentro de las 56 documentos identificados, que las temáticas en las que más se aborda son las de negocios, gestión y contabilidad, las cuales representan un 33 % del total de publicaciones; le siguen las temáticas de ciencias sociales, con un 26,4 %, seguido del área de economía, econometría y finanzas con un 16 %; finalmente, la temática del emprendimiento universitario y de la educación emprendedora es estudiada por el área de la ingeniería, con un 0,56%.

**Figura 6**

*Producción por Área de conocimiento*



*Nota:* Elaboración propia a partir del análisis realizado.

Para finalizar, lo anterior es coherente con el tipo de revistas en las cuales se publican estos documentos, de las cuales el mayor número están orientadas a las ciencias asociadas a los negocios, la administración, la gestión, la economía y las finanzas, pero que también se evidencia el interés de otras áreas como la de ingeniería, las artes y las humanidades, más interesadas en aspectos como los procesos de comercialización (Yoon & Lee, 2013), y los métodos para el desarrollo de programas de educación para el emprendimiento en contextos especiales o de transición (Mwasalwiba et al., 2014).

## | **Discusión**

Los documentos recopilados permiten comprender el espíritu empresarial y la innovación como catalizadores del desarrollo económico, y que la mentalidad empresarial es algo que se puede desarrollar en individuos dentro o fuera de una organización, en empresas nuevas o grandes, en empresas con o sin fines de lucro, y en actividades comerciales o no comerciales. Por tanto, la mentalidad empresarial representa una luz y una fuerza motivadora para los individuos y las organizaciones que intentan encontrar y mantener una ventaja en una era compleja y caótica (Morris & Kuratko, 2014, p. 2). En este sentido, es de vital importancia que las universidades logren determinar qué clase de centros, que apunten al espíritu empresarial, son los que se deben diseñar y desarrollar, es por eso que se ha visto el surgimiento de iniciativas de "campus cruzado" en el espíritu empresarial, con enfoques estructurales únicos; y son las instituciones las que deben examinar su compromiso con el espíritu empresarial para determinar no solo el alcance y el contenido de un programa de emprendimiento, sino también la sostenibilidad del programa.

Es así que la educación emprendedora no se limita al desarrollo empresarial de los estudiantes, en aspectos como el afinamiento de sus conocimientos y habilidades (Bagheri & Akmaliah, 2013), pero sí se debería centrar en desarrollar las habilidades para pensar y actuar como un empresario, y convertirlos en personas más efectivas tanto en su vida personal como laboral (Fuchs et al., 2008; Hynes & Richardson, 2007; Hytti & O'Gorman, 2004; Nurmi & Paasio, 2007). Es importante decir que la educación para el emprendimiento reconoce la necesidad de desarrollar competencias interpersonales y de liderazgo en los estudiantes (Kempster & Cope, 2010; Mattare, 2008; Okudan & Rzasa, 2006). Es por eso que el mejoramiento de la auto-conciencia en emprendedores que puedan ser líderes, puede destacar un gran impacto y eficacia en los programas de emprendimiento universitario; la idea es practicar habilidades de liderazgo para apoyar en los estudiantes su capacidad de liderar actividades emprendedoras.

Además, la educación para el emprendimiento abarca un crecimiento y transformación personal integral que proporciona a los estudiantes conocimientos, habilidades y resultados de aprendizaje de actitudes. Esto faculta a los estudiantes con una filosofía de pensamiento empresarial, pasión y orientación hacia la acción, que pueden aplicar a sus vidas, sus trabajos, sus comunidades y/o sus nuevas empresas (Gedeon, 2014).

Otros elementos a tener en cuenta para la educación empresarial, es poder verificar las características psicológicas más relevantes en los emprendedores, como son: la necesidad del auto logro, la creatividad e iniciativa, la propensión al riesgo, la confianza en sí mismo, la independencia y la autonomía, la motivación, compromiso y la persistencia (Rodríguez et al., 2010, p. 60).

Teniendo en cuenta este panorama, es claro que el tema del emprendimiento desde un punto de vista educativo viene creciendo (Gedeon, 2014), pero no hay un marco común o mejores prácticas reconocidas para este proceso (Brockhaus et al., 2001; Fayolle & Gailly, 2008; Fiet, 2000); por el contrario, hay una gran necesidad para crear nuevas formas para que el espíritu empresarial pueda establecerse en la educación, desde el diseño, la implementación y la evaluación (Kuratko, 2005).



Para ello son necesarias metodologías concretas que apoyen el ejercicio de cómo alcanzar las competencias necesarias, para poder llegar inicialmente a un ejercicio emprendedor y así alcanzar al nivel de empresario; una de las tantas metodologías existentes y que puede dar un buen resultado sería la metodología con base en la técnica de grupo nominal (NGT), que apoya la redacción de ideas; otra sería el modelado estructural interpretativo (ISM) y las representaciones de campo y perfil. Las dos metodologías se emplean principalmente con el propósito de generar ideas que luego se estructuran utilizando una o más ideas de un grupo y así mejorar la capacidad de resolución de problemas, de manera colectiva y en respuesta a problemas complejos (Rezaei-Zadeh et al., 2014).

Con estas metodologías es posible identificar o evaluar cuáles son las competencias más relevantes con las que se puede dar pie en la enseñanza del emprendimiento. Una posible guía de cuáles podrían ser las competencias básicas a evaluar en los estudiantes serían: determinación, capacidad para tomar decisiones y el cuestionamiento de todo, que estarán dentro de las "competencias cognitivas"; ingenio, actitud positiva, manejo de las emociones y tolerancia a la incertidumbre, como "competencias Emocionales"; la competitividad y el valor agregado, como "competencias motivacionales"; y comunicación, liderazgo y gestión, y adaptabilidad, como "competencias interpersonales". Más importante aún, se ha demostrado que "actitud positiva", "competitividad", "determinación", "cuestionando de todo", "comunicación", "ingenio", "liderazgo y gestión", "gestión de emociones", "capacidad para tomar decisiones" "adaptabilidad", "tolerancia a la incertidumbre y valor agregado" son competencias empresariales claves que deben promoverse en los estudiantes universitarios; las primeras cuatro características son conductores de otras competencias y disposiciones identificadas; pero estas son importantes para los planificadores curriculares y los desarrolladores en las universidades, porque se determina el alcance de los programas y su forma de instrucción.

Sin embargo, son necesarios unos objetivos y unas métricas claras si se quiere incurrir en un programa de enseñanza para el fomento de cultura emprendedora; en primera instancia, se hace necesario el uso del enfoque del "valor agregado" o "impacto institucional", donde el cambio en el rendimiento de los estudiantes es la principal expectativa de calidad de un programa educativo (McMillan, 1988; Tam, 2001). Las metas secundarias se pueden definir como aquellos factores de entrada (por ejemplo, calificaciones de la facultad, recursos) que apoyan la transformación de los estudiantes, mientras que las metas terciarias incluyen métricas de salida (por ejemplo, número de estudiantes, impacto en la comunidad).

Del mismo modo, Thursby et al. (2009) informan que los estudiantes que han asistido a los programas de emprendimiento poseen mayores competencias, con percepciones más positivas de las capacidades multidisciplinares, necesarias para operar en un entorno tecnológico empresarial. De Tienne & Chandler (2004) también encuentran que los estudiantes aprenden procesos de identificación de oportunidades y generan ideas más innovadoras tras asistir a cursos de emprendimiento. Sin embargo, Von Graevenitz et al. (2010) demostró que, aunque los cursos de emprendimiento tienen un efecto positivo, significativo en cuanto a la capacidad empresarial y la confianza en sí mismos de los estudiantes, reducen la cantidad de estudiantes con intención fundacional.

Pero tales actividades en el proceso educativo, inclusive práctico, se deben concentrar en procesos bien definidos, como lo dicen Souitaris et al. (2007), quienes clasifican las actividades en tres tipos: el aprendizaje del emprendimiento, donde se desarrollan los conocimientos y habilidades; la inspiración, donde se define un cambio de corazones (emociones) y mentes (motivación), cuyo fin sea el considerar convertirse en emprendedores; y por último, el tema de la incubación, ya que este puede vincular a los emprendedores con otros emprendedores, en hallazgos de investigación; facilitar el acceso a los inversionistas con eventos de networking; o cabe la idea también de ofrecer espacios apropiados para reuniones, en los que se establezcan

relaciones o contactos, en ese primer acercamiento, para posibles negocios.

Algunos de los aspectos que se sugieren o que se deben de tener en cuenta para el diseño y desarrollo son: a) la credibilidad académica, en donde la concentración del espíritu empresarial está basada en el desarrollo curricular y no en la programación curricular; b) el liderazgo que, asociado con la estructura, es la manera en que se dirige el programa de emprendimiento. ¿El programa cuenta con un miembro de la facultad con permanencia en el puesto y con calificación terminal en una posición de liderazgo?, ¿Es el líder principal un miembro de la facultad o un miembro del personal administrativo (por ejemplo, un ex alumno de la escuela con éxito)? Ambos enfoques pueden ser exitosos, pero la experiencia ha demostrado que el éxito a largo plazo y la sostenibilidad del programa requieren que un académico respetado, con credenciales académicas sólidas, tenga un rol de liderazgo; c) la gobernanza, ya que la toma de decisiones es un estado crítico, en tanto tomar la decisión de colocar el programa de emprendimiento, dentro o fuera de del proceso académico, implicaría la forma de cómo los interesados se podrían involucrar con el proceso de espíritu empresarial.

Partiendo de estos 3 elementos es posible construir un centro de emprendimiento universitario que se pueda concentrar en actividades como: la capacitación y consultoría para propietarios de empresas familiares, siendo de las actividades más valiosas de muchos centros (Kaplan et al., 2000). Así mismo otras actividades y programas a ofrecer son: las incubadoras, incentivos, competencias de planes de negocios, capacitación, consultoría a emprendedores nacientes, acceso a fondos, tutorías y asistencia en la preparación de planes de negocios (Ragins et al., 2000). Ahora, desde el punto de vista de los recursos, los centros tradicionalmente han sido financiados a través de donaciones importantes, subvenciones de varias agencias o actividades de recaudación de fondos. En este sentido, la estructura del centro ofrece una mayor autonomía con respecto a algunas de las políticas burocráticas de la institución, pero a su vez coloca una mayor autonomía (Morris & Kuratko, 2014).

Es así como la posibilidad del desarrollo de programas académicos en emprendimiento requiere de una especialidad, como lo sugiere Morris et al. (2013), donde se propone un modelo que debe distinguir los diversos contextos dentro de los cuales se produce el comportamiento empresarial y los facilitadores de este.

**Figura 7**

*Modelo como guía en el diseño de programas en el espíritu empresarial*



*Nota:* Morris et al. (2013, p. 78).

En términos de contextos, el espíritu empresarial puede ocurrir prácticamente como se muestra en la figura 7, que puede dar una guía básica para nuevas empresas, pequeñas empresas, empresas familiares, franquicias, el espíritu empresarial corporativo y las empresas sociales que pueden representar distintas áreas de estudio. Otros contextos incluyen el emprendimiento dentro de profesiones o disciplinas particulares, como el emprendimiento y las artes, el emprendimiento agrícola, el emprendimiento del cuidado de la salud o el ingeniero emprendedor. La clave para el desarrollo de programas académicos en emprendimiento son las muchas habilidades y competencias que un empresario debe desarrollar, pero el plan de estudios también está diseñado para garantizar cuáles cursos proporcionan la profundidad de la cobertura para facilitadores particulares, como el reconocimiento de oportunidades, la gestión de riesgos o la planificación empresarial. En el proceso, la superposición y la duplicación de esfuerzos se minimizan, mientras que la lógica, el flujo y la complementariedad se mejoran (Morris & Kuratko, 2014, p. 12).

Profundizando un poco, especialmente abordando la temática de negocios, gestión y contabilidad, alineados desde el espíritu empresarial de los estudiantes y cómo estos asumen el riesgo, sobre todo cuando están estudiando en una universidad, se dice que existen tres razones por lo que un estudiante toma la iniciativa, en función de conocer un poco sobre el desarrollo empresarial. En primer lugar, los jóvenes, y especialmente a los estudiantes en general, tienen un fuerte interés por la carrera empresarial (Sieger et al., 2011). En segundo lugar, las investigaciones

realizadas en las universidades sirven como fuente de conocimiento que crea nuevas oportunidades empresariales, lo que puede conducir a la formación de nuevas firmas innovadoras (Audretsch & Lehmann, 2005). En tercer lugar, el papel de la universidad se considera cada vez más amplio que sólo para generar la transferencia de tecnología. Audretsch (2014, p. 320) sostiene que en la sociedad empresarial la universidad debe dar el pensamiento, el liderazgo y la actividad para mejorar el capital empresarial (Bergmann et al., 2016, p. 2).

Es por eso que el ámbito universitario envía importantes señales empresariales en la etapa temprana del proceso empresarial, y podría motivar a los estudiantes para tratar de iniciar un nuevo negocio sin tener una idea clara de la demanda de un nuevo producto o servicio, pues como es bien sabido, muchas de las nuevas empresas consiguen sus primeros clientes en la región en la que viven sus fundadores y en sus redes de contactos. Es así como conocer el contexto regional y económico deben convertirse en actividades críticas para el establecimiento de una nueva empresa, igualmente aquellas personas que están más avanzadas en el proceso empresarial también deben estudiar y conocer mejor su región, por lo tanto, conocer mejor a los clientes reales o potenciales (Boschma, 2005), lo que se verá reflejado en la demanda.

Finalmente, al hablar de elementos como los negocios y la gestión, especialmente, se sugiere que las medidas para fomentar la actividad empresarial de los estudiantes universitarios tienen un impacto, en primera instancia, basados en esfuerzos de formación bajo riesgo, ya que estos esfuerzos solo podrían dar frutos cuando sus propósitos de crear nuevas firmas funcionen después de su graduación y en un futuro a largo plazo, sin un efecto inmediato. Podría decirse que este resultado pone en duda la eficacia de las ofertas de emprendimiento, en tanto que los estudiantes que están motivados en convertirse en posibles empresarios no tendrían las capacidades para desarrollar su empresa en una firma en funcionamiento, al menos no mientras se estudia. Además, los estudiantes pueden carecer de la experiencia y conocimiento del mercado profesional necesario y posponer sus ambiciones empresariales a un punto posterior en el tiempo. Los estudios empíricos, por lo general, encuentran graduados universitarios más propensos a entrar en trabajo empresarial, por cuenta propia, después de haber adquirido experiencia en la industria, en lugar de directamente después de su graduación; por tanto, la experiencia en la industria parece ser aún más valiosa para un rendimiento empresarial que el conocimiento académico (Wennberg et al., 2011).

## | Conclusiones

La razón principal de realizar este análisis estuvo orientada a identificar el estado de la temática emprendimiento universitario y educación para el emprendimiento, su evolución alcanzada hasta el año 2017 y su tendencia a seguir desarrollándose en los próximos años. Se logró identificar que este ha sido un tema que ha venido presentando un crecimiento significativo en los últimos 10 años, tomando importancia para los investigadores, durante los años 2014 y 2017, pero no se observaron autores representativos en cuanto a cantidad de producción por año. El liderazgo en el ámbito mundial en esta temática, en términos de publicaciones, lo tiene Estados Unidos y China, predominando el idioma inglés en las publicaciones. Es importante resaltar que el tipo de publicaciones más utilizadas para esta temática son los artículos y las conferencias, que reflejan el intercambio de conocimiento y de continuar siendo un tema de gran interés en su estudio por parte de investigadores, pero también se pudo evidenciar que no se identificó predominio de pocos autores o revistas, por tanto, está abierto a que se propongan nuevas orientaciones y análisis de la temática.

El análisis realizado también permitió identificar que cada vez están siendo más estudiados los

temas relacionados con el desarrollo de planes de estudio para el desarrollo de competencias para el emprendimiento y la creación empresarial, y su aplicación desde diferentes disciplinas, en las cuales siempre ha estado asociado a la gestión, negocios, consultorías; pero que llama la atención el interés que ha tomado desde las ciencias sociales y la ingeniería, articulando aspectos relacionados con la innovación, los procesos de comercialización y la evaluación de la incidencia de la educación emprendedora.

Los retos que se lograron identificar al respecto de esta temática de estudio se orientan a los procesos de calidad y medición de los programas de emprendimiento por parte de las universidades, teniendo presente el contexto tanto para estudiantes como para graduados, siendo necesarias más investigaciones aplicadas a contextos específicos, puesto que tienen sus particularidades, que al comprenderlas, ayudan a mejorar los programas y demás acciones a emprender para el fomento de la cultura emprendedora en una comunidad determinada, incidiendo en la identidad del emprendedor. El tema social dentro del emprendimiento, es otro de los aspectos que son de interés, especialmente para las revistas de educación emprendedora, ya que según Noyes & Linder (2015, p. 114) apenas estamos comenzamos a identificar retos en la educación para el emprendimiento social. Estos desafíos se presentan junto con el argumento de que la educación empresarial experiencial, en particular, la experiencia concreta y la acción empresarial creativa en contextos complejos, pueden transformar la autoeficacia de los estudiantes y, en última instancia, su potencial de liderazgo para la creación de empresas sociales. En el ámbito social, los conceptos empresariales clave, como las partes interesadas de la empresa, la disposición a pagar, el valor del producto/servicio y el liderazgo empresarial, adquieren significados altamente estilizados, en particular, cuando el objetivo principal es maximizar el impacto social en lugar de los beneficios económicos.

Sumado a lo anterior, también se presenta el reto de continuar dando respuesta a la pregunta que aún continúa vigente, y es si realmente la educación emprendedora incide de manera positiva en la futura creación de empresas, por parte de los estudiantes que pasan por estos programas de formación en las universidades, ligado al impacto socio-económico que causa la universidad como transformadora del conocimiento que también genera para la sociedad.

## | Referencias

- Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2005). Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions? *Research Policy*, 34(8), 1191-1202. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.012>
- Audretsch, D. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313-321. <https://doi.org/10.1007/s10961-012-9288-1>
- Bagheri, A., & Akmaliah, P. (2013) Role of University Entrepreneurship Programs in Developing Students' Entrepreneurial Leadership Competencies: Perspectives From Malaysian Undergraduate Students. *Journal of Education for Business*, 88(1), 51-61. <http://dx.doi.org/10.1080/08832323.2011.638681>
- Bandera, C., Eminent, A., Passerini, K., & Pon, K. (2018). Using Mind Maps to Distinguish Cultural Norms between French and United States Entrepreneurship Students. *Journal of Small Business Management*, 28. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12398>
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47(1), 53-76. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6>
- Bienkowska, D. & Klofsten, M. (2012). Creating Entrepreneur Networks: Academic Entrepreneurship, Mobility and Collaboration during PhD Education. *Higher Education*, 64,

- 207-222. <http://dx.doi.org/10.1007/s10734-011-9488-x>
- Boschma, R. (2005). Proximity and innovation: A critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61–74. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>
- Brockhaus, R. H., Hills, G. E., Klandt, H., & Welsch, H. P. (2001). *Entrepreneurship Education: A Global View*. Aldershot.
- De Tienne, D. R. & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: a pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242-257. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2004.14242103>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593. <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Fiet, J. O. (2000). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1-24. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00041-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00041-5)
- Fuchs, K., A., Werner, A., Wallau, F. (2008). Entrepreneurship education in Germany and Sweden: What role do different school systems play? *Enterprise Dev.*, 15, 365-381. <https://doi.org/10.1108/14626000810871736>
- Gedeon, S. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship education. *European Journal of Training and Development*, 38(3), 231-253. <http://dx.doi.org/10.1108/EJTD-05-2013-0058>
- Hall, C. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32 (2011), pp. 16-27. [https://www.researchgate.net/publication/223474752\\_Publish\\_and\\_perish\\_Bibliometric\\_analysis\\_is\\_journal\\_ranking\\_and\\_the\\_assessment\\_of\\_research\\_quality\\_in\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/223474752_Publish_and_perish_Bibliometric_analysis_is_journal_ranking_and_the_assessment_of_research_quality_in_tourism)
- Hynes, B., & Richardson, I. (2007). Entrepreneurship education: A mechanism for engaging and exchanging with the small business sector. *Education + Training*, 49, 732-744. <https://doi.org/10.1108/00400910710834120>
- Hytti, U. & O’Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programs in four European countries. *Education + Training*, 46, 11- 23. <https://doi.org/10.1108/00400910410518188>
- Kaplan, T. E., George, G., & Rimler, G. (2000). Research note university-sponsored family business programs: Program characteristics, perceived quality and member satisfaction. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 24(2), 65-75. <https://doi.org/10.1177/104225870002400305>
- Kempster, E. & Cope, J. (2010). Learning to lead in the entrepreneurial context. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16, 5-34. <https://doi.org/10.1108/13552551011020054>
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Mattare, M. (2008). Teaching entrepreneurship: The case for an entrepreneurial leadership course. *USASBE Proceedings*, 78-93. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=3E8B1F4AE35D2DD9996C3E62CCE85A2A?doi=10.1.1.385.5891&rep=rep1&type=pdf>
- McMillan, J. H. (1988). Beyond value-added education: improvement alone is not enough. *The Journal of Higher Education*, 59(5), 564-579. <https://doi.org/10.2307/1981704>
- Morris, M. H., & Kuratko, D. F. (2014). Building University 21st Century Entrepreneurship Programs that Empower and Transform. *Innovative Pathways for University Entrepreneurship in the 21st Century*, 1–24. <https://doi.org/10.1108/s1048-473620140000024001>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competenci-based perspective on entrepreneurship education: conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business*

- Management*, 51(3), 352-369. <https://doi.org/10.1111/jbsm.12023>
- Mwasalwiba, E. S., Groenewegen, P., & Wakkee, I. (2014). University entrepreneurship education in Tanzania: Introducing entrepreneurship education in a context of transition. *Handbook on the Entrepreneurial University*, 136-162. <https://doi.org/10.4337/9781781007020.00012>
- Noyes, E., & Linder, B. (2015). Developing undergraduate entrepreneurial capacity for social venture creation. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(2), 113-124.
- Nurmi, P., & Paasio, K. (2007). Entrepreneurship in Finnish Universities. *Education and Training*, 49(1), 56-65. <https://doi.org/10.1108/00400910710729884>
- Okudan, G. E. & Rzasa, S. E. (2006). A project-based approach to entrepreneurial leadership education. *Technovation*, 26, 195-210. <https://doi.org/10.1016/j.TECHNOVATION.2004.10.012>
- Ortiz-Delgadillo, G., Esquivel-Aguilar, E. O., y Hernández-Castorena, O. (2016). El impacto de la relación con el cliente y de la capacidad de valor agregado en el servicio en el rendimiento de la Pyme Manufacturera en Aguascalientes. *Revista CEA*, 2(4), 47-58. <https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/1045/996>
- Ragins, B. R., Cotton, J. L., & Miller, J. S. (2000). Marginal mentoring: The effects of type of mentor, quality of relationship, and program design on work and career attitudes. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1177-1194. <https://doi.org/10.2307/1556344>
- Rezaei-Zadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cleary, B., & Murphy, E. (2014). Using Interactive Management to Identify, Rank and Model Entrepreneurial Competencies as Universities' Entrepreneurship Curricula. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 57-94. <https://doi.org/10.1177/0971355713513353>
- Rodríguez, R. G., Raposo, M., Ferreira, J., & Do Paco, A. (2010). Entrepreneurship education and the propensity for business creation: Testing a structural model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58-73. <https://dx.doi.org/10.1504/IJESB.2010.029506>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial Intentions and activities of students across the world. International report of the GUESSS Project 2011. [https://www.researchgate.net/publication/265491564\\_Entrepreneurial\\_Intentions\\_and\\_Activities\\_of\\_Students\\_Across\\_the\\_World\\_International\\_Report\\_of\\_the\\_GUESSS\\_Project\\_2011](https://www.researchgate.net/publication/265491564_Entrepreneurial_Intentions_and_Activities_of_Students_Across_the_World_International_Report_of_the_GUESSS_Project_2011)
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-182.
- Solomon, G. T., Weaver, K. M., & Fernald, L. W. (1994). Pedagogical methods of teaching entrepreneurship: an historical perspective. *Gaming and Simulation*, 25(3), 67-79
- Soria, K., Zuniga, S., y Ruiz, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <http://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v9n1/art04.pdf>
- Souitaris, V., Zerbini, S. & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *J. Bus. Vent.*, 22, 566-591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Tajeddini, K., & Mueller, S. L. (2009). Entrepreneurial characteristics in Switzerland and the UK: A comparative study of techno-entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(1), 1-25. <https://doi.org/10.1007/s10843-008-0028-4>
- Tam, M. (2001). Measuring quality and performance in higher education. *Quality in Higher Education*, 7(1), 47-54. <https://doi.org/10.1080/13538320120045076>
- Thursby, J., Fuller, A. W., & Thursby, M. (2009). US Faculty patenting: Inside and outside the University. *Research Policy*, 38(1), 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.09.004>
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>

- Wennberg, K., Wiklund, J., & Wright, M. (2011). The effectiveness of university knowledge spillovers: Performance differences between university spinoffs and corporate spinoffs. *Research Policy*, 40(8), 1128-1143. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.05.014>
- Yoon H., & Lee J. J. (2013). Entrepreneurship education and research commercialization of engineering-oriented universities: an assessment and monitoring of recent development in Korea. *International Journal of Engineering Education*, 29(5), 1068-1079. [https://www.researchgate.net/publication/276912651\\_Entrepreneurship\\_Education\\_and\\_Research\\_Commercialization\\_of\\_Engineering-Oriented\\_Universities\\_An\\_Assessment\\_and\\_Monitoring\\_of\\_Recent\\_Development\\_in\\_Korea](https://www.researchgate.net/publication/276912651_Entrepreneurship_Education_and_Research_Commercialization_of_Engineering-Oriented_Universities_An_Assessment_and_Monitoring_of_Recent_Development_in_Korea)
- Zhang, D. (2017). Investigating the Perception of University Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(2), 1-18. <https://www.abacademies.org/articles/Investigating-the-perception-of-university-entrepreneurship-education-1528-2651-20-2-101.pdf>
- Zhang, Z., Zyphur, M. J., Narayanan, J., Arvey, R. D., Chaturvedi, S., Avolio, B. J. & Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 93-107. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.07.002>