

Comportamiento emprendedor universitario. Una revisión bibliográfica a partir de la producción científica del proyecto GUESSS

University entrepreneurial behaviour. A literature review based
on the scientific production of the GUESSS project

Andrea Mosquera Guerrero¹, Daniela Marín Giraldo², Daniel Yiwady Ordoñez Abril², Yessenia García Cardona²,
Daniela Devia Giraldo²

¹ Institución Universitaria Antonio José Camacho

² Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium



PARA CITAR ESTE ARTÍCULO

Mosquera Guerrero *et al.* (2021). Comportamiento emprendedor universitario. Una revisión bibliográfica a partir de la producción científica del proyecto GUESSS. *Revista Empresarial* 15(2).

DOI

<https://doi.org/10.23878/empr.v15i2.204>

CORRESPONDENCIA

andreamosquera@admon.uniajc.edu.co



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Av. Carlos Julio Arosemena, Km 1,5. Guayaquil, Ecuador
Teléfono: +593 4 3804600
Correo electrónico: revista.empresarial@cu.ucsg.edu.ec
Web: www.ucsg.edu.ec



© The Autor(s), 2023

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. To view a copy of this license visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Comportamiento emprendedor universitario. Una revisión bibliográfica a partir de la producción científica del proyecto GUESSS

University entrepreneurial behaviour. A literature review based
on the scientific production of the GUESSS project

Andrea Mosquera Guerrero¹, Daniela Marín Giraldo², Daniel Yiwady Ordoñez Abril², Yessenia García Cardona²,
Daniela Devia Giraldo²

¹ Institución Universitaria Antonio José Camacho

² Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

RESUMEN

Este artículo se centra en el emprendimiento de los estudiantes universitarios, examinando las formas en que los factores externos logran impactar a los jóvenes emprendedores. El objetivo principal es realizar una revisión sistemática de la literatura GUESSS, utilizando la metodología planteada por Cronin et al. (2008) para poder identificar, evaluar y resumir los estudios relevantes mediante la búsqueda en bases de datos. El estudio demuestra que existen cuatro áreas principales donde se desarrolla el emprendimiento: la relación del contexto social y la familia, la familia como una institución social y transición empresarial generacional, las creencias y el conocimiento, y la influencia de la identidad social. Se ha concluido que el joven antes de ingresar al mundo del emprendimiento se ve sometido a diversos actores externos que se encargan de impulsar o frenar el desarrollo de la etapa emprendedora.

PALABRAS CLAVE

Emprendedor universitario; emprendimiento; comportamiento; GUESSS

ABSTRACT

This article focuses on the entrepreneurship of university students, examining how external factors impact young entrepreneurs. The main objective is to carry out a systematic review of the GUESSS literature, using the methodology proposed by Cronin et al. (2008) to be able to identify, evaluate and summarise the relevant studies by searching databases. The study shows that entrepreneurship develops in four main areas: The relationship between the social context and the family, the family as a social institution and generational business transition, beliefs and knowledge, and the influence of social identity. It has been concluded that the young person, before entering the world of entrepreneurship, is subjected to various external actors responsible for promoting or stopping the development of the entrepreneurial stage.

KEYWORDS

University entrepreneur; entrepreneurship; behavior; GUESSS

Introducción

En el año 2003, la Universidad de Bern y la Universidad de St. Gallen (Suiza) dieron inicio al proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS). Este proyecto cuenta con un alcance global y tiene como objetivo principal enfocarse en las actividades de emprendimientos de la población estudiantil universitaria, es decir, busca comprender el fenómeno empresarial y estudiar en profundidad la intención emprendedora, basada en el comportamiento planificado (Ajzen & Driver, 1991).

Así que para comprender el contenido del siguiente artículo, se debe ser consciente de la problemática actual que se está viviendo como sociedad, Abril et al. (2022) menciona en su informe técnico Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey Reporte de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia 2020-2021 que la sociedad actual requiere que las instituciones de educación superior construyan profesionales con aptitudes, destrezas y conocimientos en la creación y generación de emprendimientos, profesionales capaces de generar soluciones y apoyar el desarrollo continuo.

La teoría del comportamiento planificado nace de la necesidad de explicar qué es lo que determina el comportamiento emprendedor y la importancia que tiene la intención de predecir el comportamiento (Ajzen, 2002). Es así como se habla de que el comportamiento que genera mayor impacto en los emprendedores actuales, es el de la familia; a través de artículos como los de Wang y Zhang (2021) y Ljubotina et al. (2018) se logra ver a la familia como una institución social con foco en la transición generacional.

Gracias al estudio de diferentes artículos se identifica que la familia es un puente fundamental que conecta y fomenta el emprendimiento, capaz de generar apoyo económico, permitiendo un mejor desarrollo de las nuevas e innovadoras iniciativas, brindando también apoyo a la parte emocional en forma de cohesión familiar. Es decir, la literatura académica ubica al entorno familiar como factor importante y determinante a la hora de ejercer la intención emprendedora (Aldrich & Cliff, 2003; Laspita, et al, 2012).

De igual forma, a lo largo de los años en que se ha venido desarrollando el proyecto GUESSS, se han identificado diferentes etapas del emprendimiento de los estudiantes universitarios, dividiéndose así en tres etapas fundamentales. Como primera etapa se encuentran las intenciones emprendedoras, esta etapa plantea las intenciones de utilizar las ayudas e incentivos

del gobierno para así poder materializar el emprendimiento, siendo considerada una de las estrategias más visibles para lograr aumentar la participación de los estudiantes en su espíritu empresarial (Thai y Turkina 2014). La educación es otra vía en la que el gobierno puede intervenir, proporcionando recursos financieros y evaluaciones de calidad (Verheul et al., 2002). Y poder contar desde los fundamentos con un fortalecimiento empresarial y así fomentar las intenciones de negocio con la perspectiva de materializar con éxito su emprendimiento.

Según el análisis de varios artículos, el espíritu empresarial es un factor importante para el desarrollo y crecimiento de las economías (Vicents et al., 2022). Es así como en la actualidad las universidades han logrado incorporar nuevas estrategias y metodologías educativas que permitan crear planes de estudios que vuelvan alcanzable el objetivo de aumentar la propensión de los estudiantes a considerar la creación de una empresa como una carrera profesional.

Si bien se ha demostrado que la educación tiene un impacto en la intención emprendedora, existe un acalorado debate sobre si media por igual entre todos los estudiantes o si es más efectivo en individuos con ciertos rasgos previos, como emprendimientos familiares. Entonces, aunque la educación para el emprendimiento en las universidades ha fomentado la creación de start-ups estudiantiles, el efecto parece diferir significativamente dependiendo de la situación demográfica, académica y/o social. Sin embargo, se observa que las habilidades empresariales se pueden desarrollar a través de la capacitación (Vicens et al., 2022).

La segunda etapa habla acerca de los emprendimientos incipientes, los cuales se describen como el intento de una puesta en marcha por uno o varios estudiantes durante su carrera académica (Reynold 2005); por lo tanto, es vital examinar qué impulsa a los estudiantes a aventurarse en los negocios mientras están en el entorno universitario (Ayob, 2021). Uno de esos estudios ha arrojado que la continua educación empresarial dentro de las aulas académicas universitarias tuvo un efecto positivo en la iniciativa empresarial naciente (Shirokova, et al., 2020). Sin embargo, algunas estructuras legales, como la ley de patentes, pueden disuadir e imponer desafíos desproporcionadamente onerosos a emprendedores nacientes (Shirokova et al., 2021) pudiendo ser esto un obstáculo a la hora de llevar sus emprendimientos a una etapa más madura.

Según los planteamientos de Shapero y Sokol (1982), Ajzen (1991) y Krueger y Brazeal (1994), la decisión de emprender nace en la interacción de los constructos relacionados con la deseabilidad, la factibilidad percibida de la conducta y la propensión a actuar, iniciando la tercera fase en la cual ya se ha efectuado un proceso intencional hacia un emprendimiento y se ha estructurado un proyecto incipiente con efecto positivo que lleva a la persona a actuar en pro de mantener el emprendimiento en ejecución.

Estas fases coinciden en que la educación empresarial mejora el desarrollo de los rasgos asociados con el éxito empresarial, demostrando que el emprendimiento se puede enseñar o al menos incentivar (Valencia et al., 2015). De igual forma, a lo largo de los años se ha venido cambiando de perspectiva y los emprendimientos incipientes se han vuelto mucho más comunes y atractivos para la sociedad, especialmente para jóvenes universitarios como se puede apreciar en este artículo. Toda vez que se puede observar que la mayoría de los jóvenes buscan un ingreso adicional, diferente a sus profesiones, o ser quienes generen empleo y estén al mando de una organización propia.

De esa manera, se puede visualizar que existe una diferencia en el historial de los informes anuales del proyecto GUESSS realizados desde el año 2003 hasta el año 2021, donde los resultados obtenidos en este, demuestran que los estudiantes de las instituciones de educación superior (en adelante, IES) han aumentado sus intenciones de ser emprendedores al culminar sus estudios o durante los mismos. Es así como los jóvenes actualmente están creando puestos de trabajo, contribuyendo al crecimiento económico y el progreso social de todo el mundo (Bullough et al, 2022).

En consecuencia, este artículo busca estudiar el emprendimiento como resultado de las diversas relaciones vinculadas a la identidad social del emprendedor, analizando sus diferen-

tes etapas, e identificando que las intenciones de los estudiantes de trabajar en una empresa propia son realmente altas y que la educación para el emprendimiento, definida como un conjunto de ofertas educativas dirigidas a preparar a los estudiantes para identificar y actuar sobre oportunidades de creación de valor (Lackéus, 2015; Shane y Venkataraman, 2000), ocupa un papel central en los debates académicos y prácticas universitarias (Eesley y Lee 2020; Hahn et al., 2020; Lyons y Zhang 2018). De hecho, además de preparar a los universitarios para crear empresas, generar nuevos empleos y fomentar la innovación (Åstebro y Hoos 2021; Eesley y Lee, 2020; Shah y Pahnke, 2014), las instituciones educativas están apostando por fomentar habilidades como la creatividad, la resolución de problemas, la extraversión y la escrupulosidad, útil en cualquier carrera que los estudiantes emprendan (Karlsson y Moberg, 2013).

Como resultado de lo anterior, las actividades extracurriculares han ido ganando popularidad en todos los niveles de la educación superior. De igual forma, se logra demostrar el papel fundamental que juega la familia, puesto que se evidencia que muchos de los emprendimientos que logran superar la segunda etapa y aproximarse a una tercera o maduración de su emprendimiento cuentan con un apoyo o respaldo familiar (Shirokova, 2017). Es así como la educación superior y la familia son un pilar importante en el espíritu empresarial de los jóvenes universitarios.

Materiales y métodos

Para la revisión sistemática de la literatura, se consideró la metodología propuesta por Cronin et al. (2008) para identificar, evaluar y resumir los estudios relevantes a través de la búsqueda en bases de datos. Se prioriza la selección de material y en consecuencia se produjo una síntesis del tema a fin. A continuación, se presenta el paso a paso de la investigación realizada.

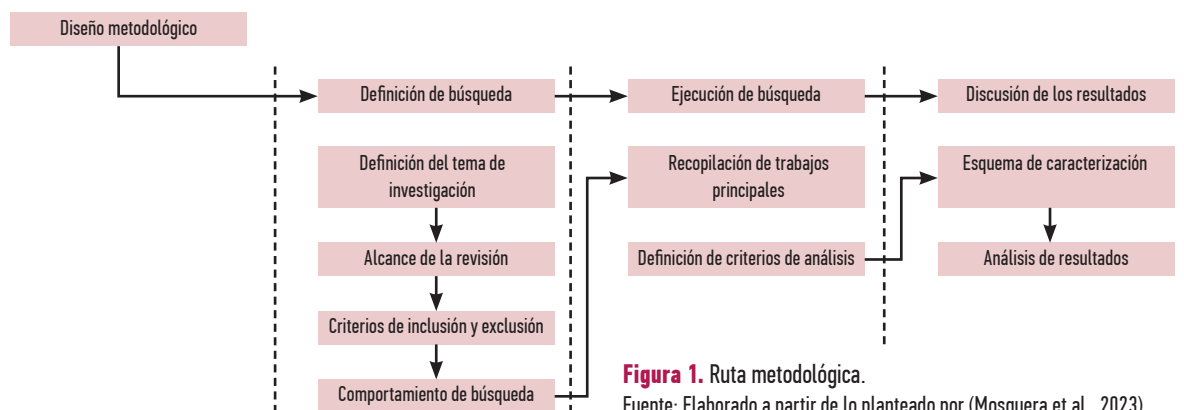


Figura 1. Ruta metodológica.

Fuente: Elaborado a partir de lo planteado por (Mosquera et al., 2023)

Selección del tema en revisión

El primer paso fue abordar el comportamiento empresarial universitario, basado en Medina et al. (2014), que aborda el comportamiento empresarial como un elemento precedido por la intención de emprender un negocio propio, y en el que se deben investigar varias variables asociadas con la actividad empresarial. Por tanto, el concepto está relacionado con diferentes contextos, en la universidad, la naturaleza, la comunidad y los contextos étnicos, entre otros, que buscan lograr un impacto en su calidad de vida.

Posteriormente, se revisaron las características del proyecto GUESSS, destacando el enfoque del estudio centrado en el proceso de fundación y los marcos de referencia para llevar a cabo las empresas en la universidad y en el individuo. El objetivo principal del proyecto es comprender el fenómeno empresarial en general y estudiar en profundidad la intención empresarial de los estudiantes universitarios, que se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen & Driver, 1991).

Búsqueda de la literatura

La búsqueda de literatura se llevó a cabo en las bases de datos científicos como Clarivate-Web of Science, Scopus, Emerald Insight, Springer, Taylor y Francis, y JSTOR, introduciendo términos de búsqueda asociados con el emprendimiento universitario para ajustar los parámetros y reducir los resultados. Estas bases de datos fueron seleccionadas por su rigurosidad científica, académica y variedad revistas indexadas de diferentes áreas de conocimiento, que son ampliamente aceptadas por los investigadores.

Table 1. Número de publicaciones por revistas indexadas y su respectiva clasificación

ECUACIÓN DE BÚSQUEDA	BASE DE DATOS	NÚMERO DE ARTÍCULOS
GUESSS AND entrepreneur*	Web of Science	55
	Scopus	40
	Emerald insight	68
	Springer	64
	Taylor and Francys	24
	JSTOR	10
		261
Resultados no repetidos		152

Fuente: Elaborado por los autores.

En las plataformas de datos, los descriptores, emprendimiento y proyecto GUESSS se adoptaron en el campo de búsqueda, teniendo en cuenta que el objetivo se definió sobre los hallazgos

del proyecto GUESS en diferentes contextos, mitigando así los problemas en la dispersión de los resultados (Cronin et al, 2008). Los títulos y resúmenes se utilizaron como filtros dentro de un marco de tiempo establecido por la duración del proyecto GUESSS.

Recopilación, lectura y análisis de literatura

Aplicando los criterios de exclusión establecidos por Cronin et al. (2008), la búsqueda de expresiones asociadas con “emprendimiento y GUESSS” produjo 152 publicaciones ubicadas en bases de datos de mayor rigor científico que se mencionaron en la sección anterior. Después de esta primera exclusión y selección de artículos científicos debidamente validados, la búsqueda arrojó 131 artículos científicos publicados en revistas Q1, Q2, Q3 y Q4 según Scimago Journal & Country Rank (Scimago), que se recopilaron preliminarmente.

Posteriormente, se dio prioridad a los artículos escritos en inglés y español que fueron el producto del ejercicio de investigación del proyecto GUESSS en contextos de emprendimiento universitario. Esto permitió excluir 44 artículos y retener 87. Una vez que se definieron los artículos, se llevó a cabo un análisis individualizado e independiente de estos, tomando como criterios de análisis el enfoque de investigación; método; muestra cuantitativa y/o cualitativa; técnicas de recopilación de datos y análisis; resultados y conclusiones. Finalmente, el análisis de contenido y la sistematización de los 87 artículos se completaron utilizando el software NVivo.

Resultados

La presentación de los resultados de este estudio inicia con un ejercicio descriptivo sobre la clasificación de las revistas indexadas consultadas que se muestran en la Tabla 2. En la que se evidencia la existencia de una agrupación de publicaciones en revistas científicas cuyas áreas de interés están asociadas con el emprendimiento universitario y el proyecto GUESSS. Lo que implica que, la revisión de este tema muestre una amplia dispersión en las revistas científicas de alto impacto que publicaron los artículos procesados en este trabajo, como es el caso de: (i) Small Business Economics (14,9%), (ii) The Journal of Business Venturing (6,9%), (iii) The Journal of Small Business Management (5,7%), (iv) Academia Revista Latinoamericana de Administración (4,5%) e (v) International Entrepreneurship and Management Journal (4,5%) seguidas por publicaciones en revistas como Entrepreneurial Business and Economics Review, European

Research on Management and Business Economics, Higher Education, Skills and Work-based, Learning Journal of Technology Transfer, Studies in Higher Education, Technological Forecasting and Social Change, Entrepreneurship & Regional Development, Journal of Business Research, The International Journal of Management Education and Society and Economy con el 27,58% del número total. Las otras revistas consultadas sólo tenían una publicación relevante para los temas consultados.

Del mismo modo, la Tabla 2 muestra las consultas realizadas por categorías de revistas de acuerdo con Scimago, con el mayor número de consultas realizadas por revistas ubicadas en el cuartil 1 con el 73,6% de las publicaciones, seguido de las publicaciones ubicadas en el cuartil 2 con el 13,8%, con el 12,6% restante de las publicaciones distribuidas en el cuartil 3.

El número de publicaciones sobre temas asociados con el proyecto GUESSS y el espíritu empresarial muestra un aparente aumento en el interés en la publicación de los resultados de la investigación del proyecto en las principales

revistas científicas internacionales directamente relacionadas con la gestión, la educación, la psicología y los estudios de investigación gratuitos. La Figura 2 muestra cómo el impacto del proyecto GUESSS y el interés en este tema han crecido en los últimos doce años, de una publicación revisada en 2011 a 16 publicaciones en 2021 y 11 publicaciones en lo que va de 2022, con la posibilidad de aumentar este número, teniendo en cuenta que la revisión de la literatura se completó en septiembre de 2022.

Los artículos también se clasificaron de acuerdo con los países donde se llevaron a cabo los estudios. Esto se puede ver en la Figura 3, donde España, Alemania y Hungría son los países que muestran el interés más significativo en estos temas, seguidos de Rusia, Italia, Colombia e Inglaterra. Vale la pena señalar que Europa representa alrededor del 71% de los estudios analizados, y la región latinoamericana representa alrededor del 15 % de los artículos analizados en este estudio. Por el contrario, Asia, África, Oceanía y América del Norte representan el 14 % restante de los artículos analizados.

Tabla 2. Número de publicaciones por revistas indexadas y su respectiva clasificación

REVISTAS CLASIFICADAS Q1 SCIMAGO			
REVISTA	#	REVISTA	#
BRQ Business Research Quarterly	1	Journal of Innovation and Entrepreneurship	1
Entrepreneurial Business and Economics Review	3	Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies	1
Entrepreneurship & Regional Development	2	Management Review Quarterly	1
Entrepreneurship: Theory and Practice	1	Review of Managerial Science	1
European Management Journal	1	Journal of Small Business Management	5
European Planning Studies	1	Journal of Technology Transfer	3
European Research on Management and Business Economics	3	Journal of Management, Spirituality, and Religion	1
Foresight and STI Governance	1	Research Policy	1
International Entrepreneurship and Management Journal	4	Journal of Small Business and Enterprise Development	1
International Journal of Contemporary Hospitality Management	1	Small Business Economics	13
International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	1	Studies in Higher Education	3
Journal of Business Research	2	Sustainability (Switzerland)	1
Journal of Business Venturing	6	Technological Forecasting and Social Change	2
Journal of Comparative and International Education,	1	The International Journal of Management Education	2
REVISTAS CLASIFICADAS Q2 SCIMAGO		REVISTAS CLASIFICADAS Q3 SCIMAGO	
REVISTA	#	REVISTA	#
Academia Revista Latinoamericana de Administración	4	Higher Education, Skills and Work-based Learning	2
Administrative Sciences	1	Danube	1
Computational and Mathematical Organization Theory	1	Entrepreneurship Research Journal	1
Educational Studies,	1	Central European Business Review	1
European Journal of International Management	1	Journal of East-West Business	1
European Journal of Management and Business Economics	1	Journal of Technology Management and Innovation	1
Journal of Business Economics and Management	1	Revista de Psicología Social	1
Review of Regional Research	1	Serbian Journal of Management	1
Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies Moscow	1	Society and Economy	2

Fuente: Elaborado a partir de los cuartiles creados por SCImago Journal, 2021

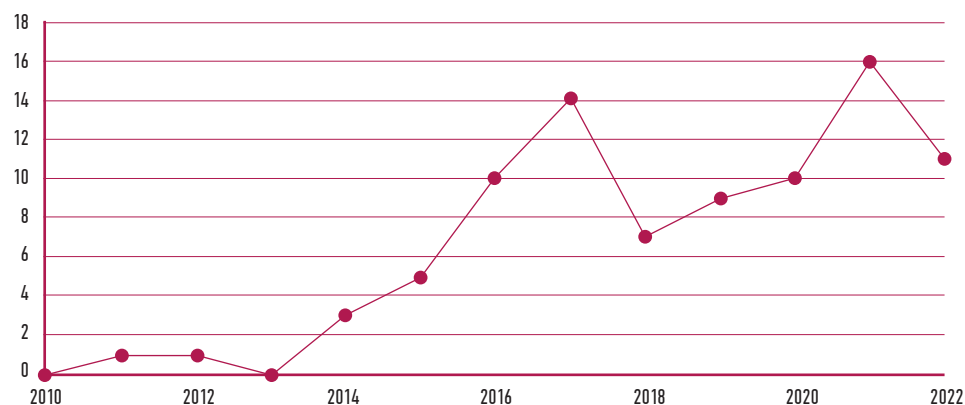


Figura 2. Número de publicaciones por año sobre temas relacionados con la investigación.

Fuente: Elaborado por los autores.

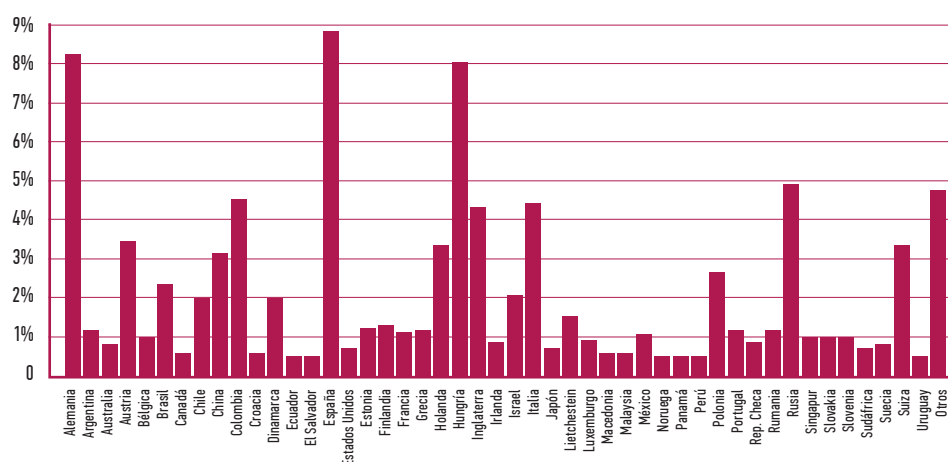


Figura 3. Producción de artículos / área geográfica

Fuente: Elaborado por los autores

Áreas de estudio

Se llevó a cabo una exploración del contenido de los diversos estudios analizados, es así que para este fin, se llevó a cabo un ejercicio inicial para identificar las palabras más utilizadas en estos artículos. Se destacan palabras como el emprendimiento universitario, el comportamiento empresarial y los nuevos empresarios relacionados con el área de estudio, y vinculadas a otras palabras de nivel secundario como identidad social y puesta en marcha, que se demostrarán más adelante en el artículo. Los rangos de publicaciones de los artículos consultados varían entre 2011 y 2022, lo que demuestra el creciente interés en los estudios sobre la formulación de proyectos en los universitarios.

Además, la Figura 4 presenta los resultados de los artículos analizados con respecto a la similitud de las palabras utilizadas en términos del coeficiente de correlación de Pearson. El análisis permite agrupar varios artículos que son similares entre sí, lo que permite identificar cuatro grupos principales. El primer grupo de artículos (identificado en la parte superior de la Figura 2)

estudia el contexto social y la familia como un puente hacia el espíritu empresarial. Al mismo tiempo, la parte inferior de la figura contiene, de manera más diversa, tres bloques de artículos que corresponden a la familia como institución social y transición empresarial generacional, las creencias y el conocimiento como base para la acción empresarial y, finalmente, la influencia de la identidad social en el proceso empresarial.

El análisis también identifica la diversidad de campos abordados que se relacionan con el emprendimiento universitario, como se refleja en la distancia entre los artículos revisados, que van desde las obras de Hann et al., (2021) enfocadas en revisar el rol de la familia en el espíritu empresarial hasta las de Bullough et al., (2022) sobre la identidad social del empresario. Además, este documento también consideró los temas estudiados y sus respectivos hallazgos clave. En general, se apreció el interés en realizar estudios sobre los diversos factores que afectan las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios y de los individuos.

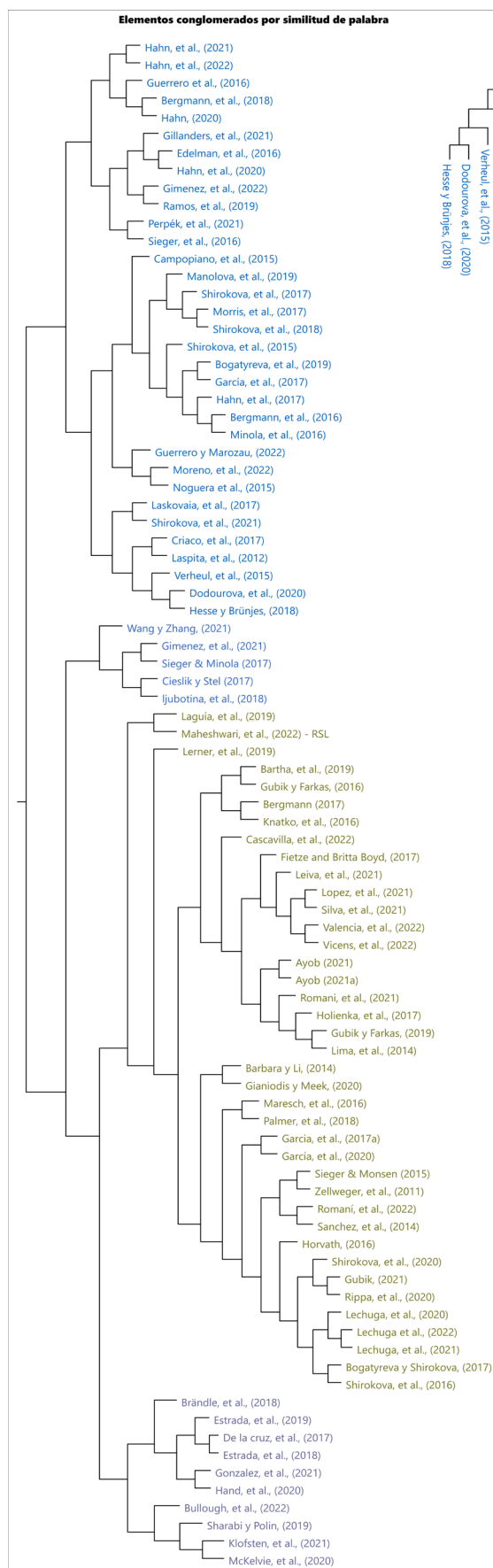


Figura 4. Agrupación de artículos por similitud de palabras

Fuente: Elaborado por los autores

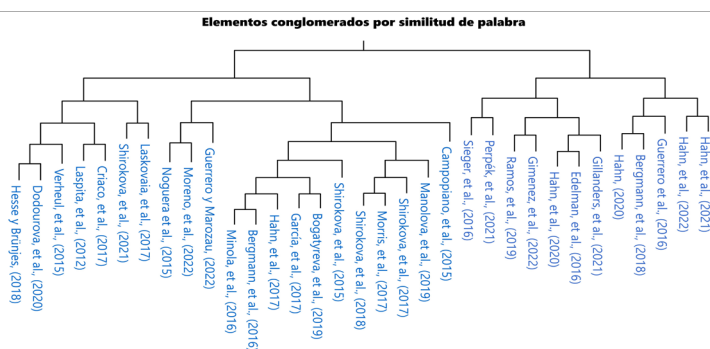


Figura 5. Temas analizados en el primer grupo.

Fuente: Elaborado por los autores

El primer grupo, que se muestra en la Figura 5, se caracteriza por la agrupación de estudios que identifican a la familia como un puente fundamental que fomenta el espíritu empresarial, que genera apoyo financiero para el desarrollo de nuevas iniciativas y apoya la parte emocional en forma de cohesión familiar. Por tanto, los estudiantes universitarios buscan nuevas habilidades empresariales a través de cursos que perciben como correctos en función de las acciones de sus padres. Es decir, son estudios que consideran el contexto familiar como un factor determinante formal en la formación del espíritu emprendedor.

De la misma manera, este grupo de estudios muestra cómo el contexto social presiona las diversas variables que afectan el comportamiento empresarial, dado que incluye varios aspectos de la cultura que crean valor, exponen a los estudiantes universitarios e influyen en la asociación entre la intención empresarial y la acción posterior. En este sentido, se muestra cómo la afinidad, las características organizativas y personales, la percepción de la universidad, la experiencia y el razonamiento empresarial se convierten en elementos que generan las condiciones necesarias para la creación de nuevas empresas y contribuyen al desarrollo local, siempre y cuando haya una voluntad de asumir riesgos, relaciones de confianza y liderazgo para la creación de un pensamiento y acciones eficientes.

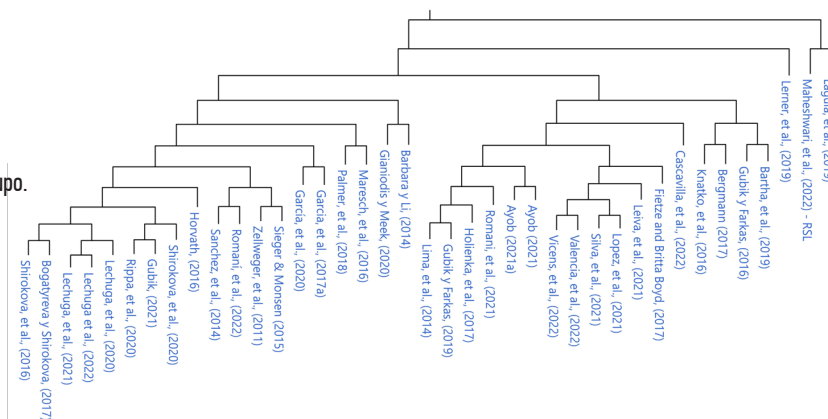
El segundo grupo consta de cinco estudios (Figura 6), en los que la familia se identifica como una institución social que busca garantizar una transición empresarial generacional y una correcta transferencia de conocimientos. En este sentido, los estudios confirman que los estudiantes con antecedentes empresariales familiares tienden a unirse al negocio familiar y no a iniciar su propio negocio debido al compromiso afectivo, la autosuficiencia relacional de la familia y la disponibilidad de apoyo financiero.

Elementos conglomerados por similitud de palabra

**Figura 6.** Temas analizados en el segundo grupo.

Fuente: Elaborado por los autores.

Elementos conglomerados por similitud de palabra

**Figura 7.** Temas analizados en el tercer grupo.

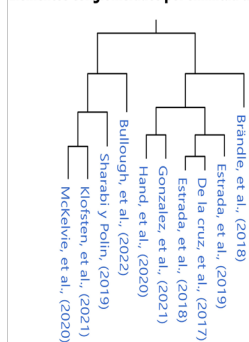
Fuente: Elaborado por los autores.

Este grupo de artículos, que se muestra en la figura 7, se basa en las creencias y el conocimiento como base para la acción empresarial. En otras palabras, cuanto más se percibe la cultura empresarial y más formación se recibe, más comportamiento empresarial se genera. De la misma manera, se muestra que cuando hay una percepción de oportunidad empresarial, es la educación la que fortalece la relación entre la intención y el comportamiento. Sin embargo, la formación en emprendimiento voluntario y las instituciones informales tienen un impacto más significativo que las instituciones formales para influir en el espíritu empresarial. En este sentido, los estudios tienen como objetivo mejorar la educación empresarial basada en la autoeficacia empresarial y los factores motivacionales necesarios para aumentar las inclinaciones y la confianza empresarial de los estudiantes.

medio ambiente y las dimensiones culturales, como la incertidumbre, el individualismo, la orientación a largo plazo y la distribución del poder. Elementos que inhiben la acumulación de conocimiento empírico para fortalecer el espíritu emprendedor.

Sin embargo, en los artículos revisados, también se encontró que la mayoría tienen una preocupación legítima sobre el desarrollo de programas de capacitación en emprendimiento en el aula. Del mismo modo, se encontró que la mayoría de los proyectos de emprendimiento están motivados por la familia, lo personal o la necesidad, buscando una transformación integral de las comunidades. Por lo tanto, en los estudios sobre el emprendimiento universitario, se identificó que estos son el resultado del empoderamiento de los propios empresarios en la sociedad, poniendo sus ideales y objetivos en acción, y buscando ser agentes de progreso y cambio (Castillo et al., 2020); finalmente, se puede considerar a partir de los estudios revisados que la universidad debe incorporar competencias asociadas con el espíritu emprendedor y animarlo, para facilitar la generación de experiencias específicas al desarrollar las iniciativas productivas de los estudiantes, que al mismo tiempo conducirán al cambio a través de los diversos actores que interactúan en el territorio, para lograr objetivos y propósitos.

Elementos conglomerados por similitud de palabra

**Figura 8.** Temas analizados en el cuarto grupo.

Fuente: Elaborado por los autores.

Finalmente, en el cuarto grupo, encontramos estudios centrados en revisar cómo el proceso empresarial está influenciado por la identidad social del empresario y cómo se relaciona con las oportunidades empresariales, la gestión, el

Tipos de estudios

Finalmente, se analizó la tipología de los estudios. La tabla 3 muestra que hay seis estudios puramente teóricos, y 81 artículos son estudios empíricos, en los que predomina la aplicación de técnicas estadísticas y econométricas cuantitativas como la regresión jerárquica (9), el análisis factorial de confirmación (4), la estadística

Tabla 3. Tipo de estudio y tipo de análisis

TIPO DE ESTUDIO	TIPO DE ANÁLISIS	REFERENCIAS
Revisión teórica	Revisión-literatura	Bullough et al. (2022); Gianiodis y Meek (2020); Klofsten et al. (2021); Maheshwari et al. (2022); McKelvie et al. (2020); Romaní et al. (2021)
	Regresión-jerárquica	Ayob (2021); Ayob (2021a); Gonzalez et al. (2021); Laspita et al. (2012); Leiva et al. (2021); Morris et al. (2017); Sharabi y Polin (2019); Shirokova et al. (2021); Shirokova et al. (2015)
	Análisis-factorial-confirmatorio	Sieger y Minola (2017); Sieger et al. (2016); Wang y Zhang (2021); Zellweger et al. (2011)
	Estadística-descriptiva	Barbara y Li (2014); Gubik (2021); Laguía et al. (2019); Sanchez, et al. (2014); Shirokova et al. (2016); Vicens et al. (2022)
	Análisis-factorial-exploratorio	Lima et al. (2014)
	Regresión-jerárquica-de-Poisson	Edelman et al. (2016); Gimenez et al. (2021); Manolova et al. (2019)
	Análisis-conjunto-de-la-correspondencia	Fietze y Boyd (2017)
	Regresión-lineal	Bartha et al. (2019); Bergmann et al. (2016); Bergmann et al. (2018); Gubik y Farkas (2019); Hahn (2020); Hand et al. (2020); Noguera et al. (2015); Shirokova et al. (2017); Shirokova et al. (2018)
	Regresión-logística	Bogatyeva y Shirokova (2017); Bogatyeva et al. (2019); Ciešlik y Stel (2017); Criaco et al. (2017); Dodourova et al. (2020); Gubik y Farkas (2016); Guerrero y Marozau (2022); Hahn et al. (2021); Hahn et al. (2022); Hesse y Brünjes (2018); Holienka et al. (2017); Knatko et al. (2016); Lerner et al. (2019); Ljubotina et al. (2018); Maresch et al. (2016); Moreno et al. (2022); Sieger y Monsen, (2015).
	Análisis-multinivel	Hahn et al. (2017); Minola et al. (2016)
Estudios empíricos	Análisis-de-multivariantes	Perpék et al. (2021)
	Regresión-de-mínimos-cuadrados-ordinarios	Brändle et al. (2018); Campopiano et al. (2015); Cascavilla et al. (2022); Gillanders et al. (2021); Hahn et al. (2020); Laskovaia et al. (2017)
	Análisis-cualitativo-comparativo	Rippa et al. (2020)
	Ecuaciones-estructurales	Bergmann (2017); De la cruz et al. (2017); Estrada et al. (2018); Estrada et al. (2019); García et al. (2017); García et al. (2017a); García et al. (2020); Gimenez et al. (2022); Guerrero et al. (2016); Horvath (2016); Lechuga et al. (2020); Lechuga et al. (2021); Lechuga et al. (2022); López et al. (2021); Palmer et al. (2018); Ramos et al. (2019); Romaní et al. (2022); Shirokova et al. (2020); Silva et al. (2021); Valencia et al. (2022); Verheul et al. (2015)

Fuente: Elaborado por los autores.

descriptiva (6), la regresión jerárquica de Poisson (3), la regresión lineal (9), la regresión logística (17). El análisis de la Tabla 3 confirma que las metodologías cuantitativas siguen siendo las más utilizadas en las publicaciones llevadas a cabo en los diferentes contextos en los que se desarrolló el proyecto GUESSS, por lo que sería aconsejable llevar a cabo estudios mixtos que permitan la integración de ejercicios cualitativos y cuantitativos con el fin de llevar a cabo un análisis más completo y completo.

Discusion y conclusiones

Discusión

Según el análisis presentado en este artículo, a partir de los autores que fueron citados en cada uno de los conglomerados presentados anteriormente es importante resaltar el impacto que genera la familia, la cultura y el entorno social a la hora de emprender (Shirokova et al., 2015). Como lo plantea Giménez et al. (2022) el emprendimiento está influenciado por variables contextuales como la cultura que minimiza el riesgo al ser rica en capital social. Sin embargo, las culturas basadas en el rendi-

miento pueden generar que sus emprendedores se vean obligados a buscar relaciones críticas para ayudar a compensar la falta de apoyo en su entorno (Ayob, 2021). En contraste, los jóvenes nacidos en una cultura de apoyo social reciben un mayor apalancamiento debido a un acceso factible a capital social lo que disminuye la aversión al riesgo, permitiendo así, un mayor progreso en el proceso de emprendimiento (Moreira et al., 2017). En este sentido, Uhlaner (2010), quien analizó la relación directa entre la cultura y la actividad empresarial, no encontró una relación significativa entre contextos, sin embargo, Gimenez (2021) afirma que sí existe una relación acerca de esta correlación, enfatizando en el tipo de cultura, ya sea de apoyo o de rendimiento.

Es así que, las universidades también tienen una influencia significativa en el futuro de los estudiantes en cuanto a emprendimiento (Silva et al., 2021), puesto que las IES deberían proporcionar educación empresarial por lo menos de una forma transversal en cada una de las carreras profesionales (Lima et al., 2014) fomentando así la creación de nuevos negocios e impulsado

el desarrollo tecnológico con esquemas como las start-ups. Luego, el riesgo que implica el emprendimiento se disminuye con la mejora del proceso de toma de decisiones, a través de mecanismos que propician elementos objetivos sobre el mercado, pertinencia, innovación y contribución al desarrollo del territorio, eje fundamental para la sostenibilidad de los emprendimientos (York & Danes, 2014).

Sin embargo, esto plantea un desafío importante, puesto que, no se ha investigado a fondo la forma en que pueda tener un impacto en los estudiantes universitarios (Bartha et al., 2019). Algunas universidades han invertido una gran cantidad de recursos para mejorar cursos, conferencias, ferias, eventos, concursos y otras capacitaciones y actividades en torno al espíritu empresarial con el fin de inspirar a más estudiantes a tomar este camino (Trivedi, 2016). Ahora bien, esta mentoría es un mecanismo que propicia importantes elementos que refuerzan la formación y potencian el espíritu emprendedor, como lo señalan Ahsan et al. (2019) en cuanto a que una tutoría efectiva acompañada de un estado emocional eficaz contribuye a pasar de la idea de negocio a la creación del mismo y alimenta el desarrollo de la identidad y progreso de la empresa.

De igual manera, Barnes et al. (2018) mostraron que los estudiantes que participaron en un programa de emprendimiento experiencial aumentaron sus aspiraciones de carrera empresarial, comprometiéndose con las acciones que se deben tomar para iniciar un negocio y ayudar a crear entornos seguros donde los estudiantes pueden fallar y aprender de sus errores, fomentando así la innovación y brindando espacios donde los estudiantes pueden inspirarse. Generando que la enseñanza del espíritu empresarial a través de la experiencia aumente la confianza de los estudiantes en sus habilidades para actuar empresarialmente después de la graduación (Leiva et al., 2021). La educación emprendedora en la universidad contribuye significativamente al proceso emprendedor de los estudiantes (Lechuga et al., 2022). Debido a que la formación es clave para fomentar el espíritu emprendedor, por lo que promover un entorno empresarial experiencial y experimental podría facilitar el aprendizaje de este (Palmer et al., 2018).

Es así como, el contexto actual exige que la educación emprendedora además de experiencial sea un mecanismo para fortalecer la creatividad e innovación, en un marco de amplio

desarrollo tecnológico, pero donde también es crítico el generar emprendimientos con sentido social, económico y ambiental (Shirokova et al., 2018). En este sentido, según Sánchez (2014) la participación de la familia facilita las condiciones de aprendizaje y es parte fundamental para llevar a los hijos a ser empresarios. De hecho, la familia puede apoyar al posible empresario, proporcionando conocimientos, apoyo financiero y relaciones a través de su red comercial existente. Por lo tanto, se puede ver que la vinculación familiar proporciona normas sociales positivas hacia el emprendimiento (Salvato y Melin, 2008), favoreciendo la confianza empresarial (Liñán y Santos, 2007) y el fácil acceso a recursos y conocimientos externos (Reagans y McEvily, 2003). Existen dos razones principales por las que la participación de la familia en el proceso es especialmente crítica para los jóvenes emprendedores, inicialmente, los jóvenes aún se sienten estrechamente conectados con su grupo familiar (Klyver, 2007). Por esta razón, muchos de los estudiantes asisten a universidades y viven con sus padres, siendo aún parte del hogar familiar. En segundo lugar, los jóvenes son un grupo de nuevos emprendedores vulnerables dado que tienen poca experiencia, conocimiento insuficiente del proceso emprendedor y recursos financieros escasos (Shirokova et al., 2017). Es así, como las familias, a través de sus recursos financieros y conexiones sociales, logran aperturar oportunidades y recursos que de otro modo no estarían disponibles.

Implicaciones y Futuras líneas de investigación

Este artículo brinda varias implicaciones para los universitarios, egresados, profesionales, los emprendedores nacientes y docentes universitarios. Lo anterior, ya que el proceso de emprender implica grandes desafíos por el nivel de riesgo, disciplina y perseverancia que demanda siendo la familia, el contexto cultural y la formación, entre otros, los factores que impulsan o por el contrario retraen la intención emprendedora. Según Drucker (1985) las tendencias y cambios en el entorno externo pueden crear nuevas oportunidades para los emprendedores, pero también presentan amenazas importantes, por lo que se debe estar atento a las tendencias y cambios del entorno para anticipar oportunidades y amenazas. Entender el contexto individual permitirá encontrar oportunidades produciendo así, un nuevo éxito económico. Por otro lado, los docentes universitarios deberían considerar que los cursos de educación

empresarial deben formar a los estudiantes de manera experiencial, dotándolos de conductas preparatorias y la pautas a seguir si los alumnos ya están interesados en emprender, como lógica consecuencia de sus actitudes. En este sentido, se podrían promover experiencias de aprendizaje social, para ofrecer a los estudiantes la oportunidad de aprender de sus propias experiencias y de otras personas (Pérez et al., 2019). De esta forma, las universidades pueden fomentar de gran manera el espíritu emprendedor en los estudiantes.

El artículo proporciona una visión sobre la manera en que el emprendimiento universitario puede impactar en los países subdesarrollados y viceversa. Es importante entender esta correlación, ya que como lo afirma Wright (2015), en la historia se hace evidente el papel que han desempeñado las instituciones financieras y su relación positiva con el espíritu emprendedor con apalancamiento crediticio. En los países subdesarrollados, a los banqueros les resulta más difícil verificar la solvencia de los nuevos emprendimientos (Mahmood y Mitchell, 2004), y a su vez, esta falta de disponibilidad de crédito resulta en la restricción de la liquidez, bloqueando así el proceso de formación de nuevos emprendimientos (Shirokova et al., 2019).

Se evidencia una relación directamente proporcional entre el emprendimiento y el desarrollo de una economía, ya que como plantea Schumpeter (1934) el emprendedor es la figura clave en el desarrollo económico y a partir de su papel resulta la introducción de innovaciones, también Smelser (1956) describió el espíritu empresarial como una de las dos condiciones necesarias para la economía y el desarrollo a través del aumento de la producción de capital. El estudio de la relación entre estos dos temas permite una mejor comprensión de la dinámica de cada país, sus diferentes limitaciones y cómo su nivel de desarrollo influye con las decisiones del emprendedor. Este análisis brinda una visión más amplia acerca de las etapas, las cuales son: intención emprendedora, emprendimiento incipiente y emprendimiento en ejecución, teniendo en cuenta el impacto de las variables externas en el proceso de emprender, como se ha evidenciado a lo largo del artículo; en definitiva, en los países subdesarrollados el proceso de emprender es más complejo que en economías desarrolladas, debido a las restricciones de liquidez, cultura, formación académica, procesos de apoyo desde las universidades y por supuesto la política pública, sin embargo, es posible decir

que la misma complejidad de emprender genera a su vez una actitud resiliente que permite la consolidación de emprendimientos fuertes. Por tanto, sería importante ahondar en el comportamiento del emprendedor en cada una de sus etapas en economías subdesarrolladas.

Conclusiones

Gracias a los aportes que dieron los autores del primer conglomerado y a los diferentes puntos de vista que estos brindan, se puede llegar a concluir que la familia es un factor importante y crucial en el desarrollo de los jóvenes emprendedores, al brindar las bases necesarias para que la labor de emprendimiento sea más asequible. La familia como primera fuente de interacción, se encarga de cultivar, el espíritu empresarial, permitiendo que en el proceso de desarrollo se solidifiquen los conocimientos y habilidades, necesarios para tomar decisiones emprendedoras. Es así como, la familia se convierte en una herramienta importante que facilita, tanto el desarrollo, como el establecimiento del emprendedor, a través de diversas maneras de apoyo como en lo económico y lo moral.

De manera complementaria, en el conglomerado tres se identifica que la educación también es un factor fundamental en el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, que influye de gran manera en el comportamiento de estos, ya que gran parte de su tiempo lo pasan en instituciones de educación superior (IES), lo que implica que su comportamiento emprendedor sea directamente afectado por la calidad y la formación de la IES, que a su vez deben brindar formación experiencial para una mayor comprensión y apropiación del emprendimiento entre los universitarios, que facilite identificar problemas, buscar soluciones e implementar acciones, creando así propuestas más estables que sean pertinentes, necesarias e innovadoras.

De igual forma, el análisis realizado por los autores del cuarto conglomerado resalta la influencia de la identidad social del emprendedor en el proceso empresarial y cómo esto puede relacionarse con las oportunidades empresariales, la gestión, el medio ambiente y las dimensiones culturales. Destacándose la importancia de la capacitación en emprendimiento, y cómo la motivación personal, familiar o la necesidad, pueden impulsar los proyectos de emprendimiento universitario. Afirmándose que, el empoderamiento de los empresarios en la sociedad, y la incorporación de competencias

asociadas con el espíritu emprendedor en la universidad, pueden facilitar la generación de iniciativas productivas que contribuyan al cambio y al logro de objetivos y propósitos en el territorio.

Finalmente, el artículo destaca la importancia del emprendimiento universitario en los países subdesarrollados y su impacto en el desarrollo económico. Además, hace un énfasis especial en la relación entre el acceso al crédito y la formación de nuevos emprendimientos, y cómo esto puede verse afectado en estos países. Sugiriéndose la necesidad de una retrospcción para comprender mejor los factores que determinan el éxito empresarial. Lo que permite concluir que el emprendimiento universitario puede ser una herramienta valiosa para el desarrollo económico en los países subdesarrollados y abordar los desafíos únicos que enfrentan los emprendedores en estos contextos para facilitar su éxito.

Referencias bibliográficas

- Abril, J., Blanco, F., Castro, T., Mariño, G., Martínez, M., Rivera, L. & Romero, J. (2022) Global university entrepreneurial spirit students survey, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. https://www.uptc.edu.co/sitio/export/sites/default/portal/sitios/universidad/rectoria/comunicaciones/5_perio/secc/empr/content/doc/reporte_intencion_uptc.pdf
- Ahsan, M., Zheng, C., Denoble, A. & Musteen, M. (2018). From Student to Entrepreneur: How Mentorships and Affect Influence Student Venture Launch, *Journal of Small Business Management*, 56(1), 76-102, DOI: 10.1111/jsbm.12362
- Ajzen, I. & Driver, B. (1991) Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior, *Leisure Sciences*, 13(3), 185-204, <https://doi.org/10.1080/01490409109513137>
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Aldrich, H. & Cliff, J. (2003) The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective, *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596,
- Åstebro, T. & Hoos, F. (2021). Impact measurement based on repeated randomized control trials: The case of a training program to encourage social entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(2), 254-278. <https://doi.org/10.1002/sej.1391>
- Ayob, A. (2021) Entrepreneurship education, institutions and student entrepreneurship: a cross-country analysis. *Compare: A Journal of Comparative and International education*, 51(5), 745-763. <https://doi.org/10.1080/03057925.2019.1673701>
- Ayob, A. (2021) Institutions and student entrepreneurship: the effects of economic conditions, culture and education, *Educational Studies*, 47(6), 661-679, DOI: 10.1080/03055698.2020.1729094
- Barbara, L. & Jun-Li, B. (2014). Understanding the entrepreneurial intention of Chinese students. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(1), 21-37. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-10-2013-0024>
- Bartha, Z., Gubik, A.S., & Bereczk, A. (2019). The Social Dimension of the Entrepreneurial Motivation in the Central and Eastern European Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9-27.
- Bergmann, H (2017), The formation of opportunity beliefs among university entrepreneurs: an empirical study of research- and non- research-driven venture ideas. *J Technol Transf.* 42, 116-140, DOI 10.1007/s10961-015-9458-z
- 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 Bus Econ.* 47, 53-76. DOI 10.1007/s11187-016-9700-6
- Bierstedt, R., Parsons, T., & Smelser, N.J. (1956). *Economy and society: A study in the integration of economic and social theory.* American sociological review, 22(3), 345. <https://doi.org/10.2307/2088480>
- Bogatyeva, K., Edelman, L.F., Manolova, T.S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96, 309-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.034>
- Brändle, L., Berger, E.S., Golla, S., & Kuckertz, A. (2018). I am what I am-How nascent entrepreneurs' social identity affects their entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 17-23. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.12.001>
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. & Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Bus Econ.* 58, 985-996, <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00429-6>
- Campopiano, G., Minola, T & Sainaghi, R. (2015). Students climbing the entrepreneurial ladder: Family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management.* 28(6), 1115-1136. DOI: 10.1108/IJCHM-05-2014-0236
- Cascavilla, I., Hahn, D. & Minola, T. (2022). How You Teach Matters! An Exploratory Study on the Relationship between Teaching Models and Learning Outcomes in Entrepreneurship Education.

- Administrative Sciences 12(1), 12. <https://doi.org/10.3390/admsci12010012>
- Castillo, R. (2020). Modelos a seguir de los padres e intenciones emprendedoras en Colombia: ¿El género juega un papel moderador? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(3), 413-429. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>
- Cieslik, J., & Van-Stel, A. (2017). Explaining university students' career path intentions from their current entrepreneurial exposure. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 313-332. DOI: 10.1108/JSBED-09-2016-0143
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F & Minola, T. (2017) Parents' performance in entrepreneurship as a Bdouble-edged sword^ for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Bus Econ.* 49, 841-864 DOI 10.1007/s11187-017-9854-x
- Cronin, R. & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: a step-by-step approach. *British journal of nursing*, 17(1), 38-43
- De la Cruz, M., Jover, A. & Gras, J. (2018). Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation. *European-Research-on-Management-and-Business-Economics*, 24(2), 90-96. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.11.003>
- Dodourova, M., Clarkin, J & Balint Lenkei. (2020) The die is cast: Brexit's influence on student career intentions, *Studies in Higher Education*. 45(3), 648-664.
- Drucker, P. (2002). The discipline of innovation. 1985. *Harvard Business Review*, 80(8), 95-148.
- Edelman, L.F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of business venturing*, 31(4), 428-448. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Easley, C. & Lee, Y. (2020). Do university entrepreneurship programs promote entrepreneurship? *Strategic Management Journal*, 42(4), 833-861.
- Estrada, M., Verdú, A. & Gómez, J. (2018). Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation. *European-Research-on Management-and-Business-Economics*, 24(2), 90-96. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.11.003>
- Estrada, M., Verdú, A. & Gómez, J. (2019) The influence of culture on the relationship between the entrepreneur's social identity and decision-making: Effectual and causal logic. *BRQ Business Research Quarterly*. 22, 226-244
- Fietze, S., & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International-Journal-of-Entrepreneurial-Behavior-&-Research*. 23(4), 656-672. DOI: 10.1108/IJEBR-08-2016-0241
- García, F.J., Gil, E., Ruiz, I., & Gutiérrez, D. (2017). Entrepreneurial potential in less innovative regions: the impact of social and cultural environment. *European Journal of Management and Business Economics*. 26(2), 163-179.
- García, F., Soto, E. Ruiz, I & Gutiérrez, D. (2017) Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture, *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056, DOI: 10.1080/09654313.2016.1262827
- García, F., Ruiz, I., Gutiérrez, D., & Gil, E. (2020). Entrepreneurial intentions in the context of a collectivist economy: a comparison between Cuba and Spain. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00686-7>
- Gianiodis, P & Meek, W. (2020) Entrepreneurial education for the entrepreneurial university: a stakeholder perspective. *The Journal of Technology Transfer*. 45, 1167-1195 <https://doi.org/10.1007/s10961-019-09742-z>
- Gillanders, R., Lyons, R., & van-der-Werff, L. (2021). Social sexual behaviour and co-worker trust in start-up enterprises. *Small Business Economics*, 57, 765-780.
- Gimenez, D., Edelman, L., Dawson, A. & Calabrò, A. (2022). Women entrepreneurs' progress in the venturing process: the impact of risk aversion and culture. *Small Business Economics*, 58(2), 1091-1111. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00435-8>
- Gimenez, D., Edelman, L., Minola, T., Calabrò, A & Cassia, L (2021) An Intergeneration Solidarity Perspective on Succession Intentions in Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 45(4), 740-766.
- Gonzalez, M., Osorio, F., Capelleras, J., Krauss, C., & Pereira, F. (2021). Is it because I can or because of who I am? The moderating effect of entrepreneurs' social identity on entrepreneurial self-efficacy - entrepreneurial intention relationship. *Journal of Technology Management & Innovation*, 16(4), 46-55.
- Gubik, A.S. (2021). Entrepreneurial career: Factors influencing the decision of Hungarian students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(3), 43-58. <https://doi.org/10.15678/eber.2021.090303>
- Gubik, A.S., & Farkas, S. (2016). Student entrepreneurship in Hungary: Selected results based on GUESSS survey. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 123-139. <https://doi.org/10.15678/eber.2016.040408>
- Gubik, A.S., & Farkas, S. (2019). Entrepreneurial intention in the Visegrad countries. *DANUBE Law and Economics Review*, 10(4), 347-368.
- Guerrero, M., & Marozau, R. (2022). Assessing the influence of institutions on students' entrepreneurial dynamics: evidence from European post-socialist and market-oriented economies. *Small Business Economics*, 60(2), 503-519. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00600-1>

- Guerrero, M., Urbano, D., & Fayolle, A. (2016). Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105-131. <https://doi.org/10.1007/s10961-014-9377-4>
- Hahn, D. (2020). The psychological well-being of student entrepreneurs: a social identity perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 467-499. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00607-3>
- Hahn, D., Brumana, M., & Minola, T. (2022). Is it all about creating new firms? A broader look at the impact of the Entrepreneurial University on youth employment. *Studies in Higher Education*, 47(5), 1036-1045.
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257-282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Hahn, D., Minola, T., Van-Gils, A., & Huybrechts, J. (2017). Entrepreneurial education and learning at universities: exploring multilevel contingencies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(9-10), 945-974.
- Hahn, D., Spitzley, D., Brumana, M., Ruzzene, A., Bechthold, L., Prügl, R., & Minola, T. (2021). Founding or succeeding? Exploring how family embeddedness shapes the entrepreneurial intentions of the next generation. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121182. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121182>
- Hand, C., Iskandarova, M., & Blackburn, R. (2020). Founders' social identity and entrepreneurial self-efficacy amongst nascent entrepreneurs: A configurational perspective. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00160. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00160>
- Hesse, N., & Brünjes, J. (2018). How entrepreneurial are students who intend to become academics? - A study of career motives. *Review of Regional Research*, 38(1), 27-52.
- Holienka, M., Gál, P., & Kovačičová, Z. (2017). Drivers of student entrepreneurship in visegrad four countries: Guesss evidence. *Central European Business Review*, 6(2), 54-63. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.180>
- Horvath, Z.E. (2016). Assessing calling as a predictor of entrepreneurial interest. *Society and Economy*, 38(4), 513-535. <https://doi.org/10.1556/204.2016.38.4.5>
- Karlsson, T. & Kåre, M. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting. *The International Journal of Management Education*, Volume 11, Issue 1, Pages 1-11, ISSN 1472-8117, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2012.10.001>.
- Klofsten, M., MacEachen, E., & Ståhl, C. (2021). New and small firms in a modern working life: how do we make entrepreneurship healthy? *Small Business Economics*, 57(2), 755-763. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00380-6>
- Klyver, K. (2007). Shifting family involvement during the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(5), 258-277. <https://doi.org/10.1108/13552550710780867>
- Knatko, D., Shirokova, G., & Bogatyreva, K. (2016). Industry choice by young entrepreneurs in different country settings: The role of human and financial capital. *Journal of business economics and management*, 17(4), 613-627. <https://doi.org/10.3846/16111699.2015.1113199>
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Lackéus, M. & Williams-Middleton, K. (2015). Venture Creation Programs - Bridging Entrepreneurship Education and Technology Transfer. *Education + Training*, in press.
- Laguía G.A., Jaén, I., Topa, G., & Moriano, J. (2019). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour. *Revista de Psicología Social*, 34(1), 137-167.
- Laskovaia, A., Shirokova, G., & Morris, M.H. (2017). National culture, effectuation, and new venture performance: global evidence from student entrepreneurs. *Small Business Economic*, 49(3), 687-709. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9852-z>
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
- Lechuga-Sancho, M.P., Martín-Navarro, A., & Ramos-Rodríguez, A.R. (2020). Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. *Studies in Higher Education*, 45(2), 416-433. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1539959>
- Lechuga-Sancho, M.P., Ramos-Rodríguez, A.R., & Frende-Vega, M.Á. (2021). Is a favorable entrepreneurial climate enough to become an entrepreneurial university? An international study with GUESSS data. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100536. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100536>
- Lechuga, M., Ramos, A., & Frende, M. (2022). The influence of university entrepreneurship-oriented training in the transformation of intentions into new businesses. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100631. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100631>

- Leiva, J.C., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & Solís-Salazar, M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 399-418.
- Lerner, D.A., Verheul, I., & Thurik, R. (2019). Entrepreneurship and attention deficit/hyperactivity disorder: a large-scale study involving the clinical condition of ADHD. *Small Business Economics*, 53(2), 381-392.
- Lima, E., Lopes, R.M., Nassif, V., & da-Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Ljubotina, P., Gomezelj, O.D., & Vadnjak, J. (2018). Succeeding a family business in a transition economy: Following business goals or do it in my own way? *Serbian Journal of Management*, 13(1), 29-46. <https://doi.org/10.5937/sjm13-14474>
- Lopez, T., Alvarez, C., Martins, I., Perez, J.P., & Román, J.P. (2021). Students' perception of learning from entrepreneurship education programs and entrepreneurial intention in Latin America. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 419-444. <https://doi.org/10.1108/arla-07-2020-0169>
- Lyons, E. & Zhang, L. (2018). Who does (not) benefit from entrepreneurship programs?. *Strategic Management Journal*, 39(1), 85-112. <https://doi.org/10.1002/smj.2704>
- Maheshwari, G., Kha, K., & Arokiasamy, A. (2022). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005-2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 1-68. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- Mahmood, I. & Mitchell, W. 2004. Dos caras: efectos de los grupos empresariales sobre la innovación en economías emergentes. *Ciencias de la administración*. 50(10), 1348-1365.
- Manolova, T., Edelman, L., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2019). Youth entrepreneurship in emerging economies: can family support help navigate institutional voids? *Journal of East-West Business*, 25(4), 363-395.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N. & Wimmer, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change*. 104, 172-179. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Mckelvie, A., Chandler, G., Detienne, D. & Johanson, A. (2020) The measurement of effectuation: highlighting research tensions and opportunities for the future. *Small Bus Econ*. 54, 689-720. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00149-6>
- Medina, M., Bolívar, A., & Lemes, A. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales-Segunda época*. <http://hdl.handle.net/10553/71685>
- Minola, T., Donina, D. & Meoli, M. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: Does university internationalization pay off?. *Small Bus Econ*. 47, 565-587. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-016-9758-1>
- Moreira, A., Loiola, E. & Guedes, S. (2017). Motivations, business planning, and risk management: entrepreneurship among university students. *Revista de Administração e Inovação*. 14, 140-150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rai.2017.03.003>
- Moreno, J., Gomez, E., Ferrer, D. & Peña, R.(2022). Gender perspective of parental role model influence on nascent entrepreneurs: Evidence from Colombia. *European research on management and business economics*. 28, 100156. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100156>
- Morris, M., Shirokova, G. & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European J. International Management*. 11(1), 65-85. <https://www.researchgate.net/publication/312036567>
- Mosquera, A., Rodríguez, J., Ordoñez, A.D.Y., & Calderón, J.H. (2023). Project design and development in indigenous communities: a literature review. *Gestão & Produção*, 30, e6022. <https://doi.org/10.1590/1806-9649-2022v29e6022>
- Noguera, M., Alvarez, C., Merigó, J. & Urbano, D. (2015) Determinants of female entrepreneurship in Spain: an institutional approach. *Comput Math Organ Theory*. 21, 341-355. DOI 10.1007/s10588-015-9186-9
- Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S. & Kailer, N. (2018) A chip of the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science*. 15, 287-307. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00342-7>
- Pérez, J.P., Lopez, T., Hugueth, A., Martins, I. & Alvarez, C. (2019) El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia: Resultados del Proyecto GUESSS Colombia 2018-2019, primera edición, Universidad EAFIT
- Perpék, É., Györi, Á., & Lengyel, G. (2021). Preferred leadership style, managerial and entrepreneurial inclination among Hungarian students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-19. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00174-4>
- Ramos, A., Medina, J. & Ruiz, J. (2019). Why not now? Intended timing in entrepreneurial intentions.

- Int Entrep Manag J. 15, 1221-1246. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00586-5>
- Reagans, R., & McEvily, B. (2003). Network structure and knowledge transfer: The effects of cohesion and range. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 240-267. <https://doi.org/10.2307/3556658>
- Reynolds, P. & Bygrave, E. Autio, (2005), *Global Entrepreneurship Monitor, Informe ejecutivo de 2005*, Wellesley, MA: Babson College
- Rippa, P., Ferruzzi, G., Holienka, M., Capaldo, G., & Coduras, A. (2020). What drives university engineering students to become entrepreneurs? Finding different recipes using a configuration approach. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 353-383. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1790291>
- Romaní, G., Martins, I., Varela, R. & Pombo, C. (2021). New trends on entrepreneurship research in Latin America and Caribbean countries: evidence from GEM and GUESSS projects – an analytical editorial. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 329-342. <https://doi.org/10.1108/ARLA-09-2021-364>
- Romaní, G., Soria, K., Honores, G., Ruiz, R., & Rueda, J. (2022). Not Like My Parents! The Intention to Become a Successor of Latin American Students with Entrepreneur Parents. *Sustainability*, 14(3), 1193. <https://doi.org/10.3390/su14031193>
- Salvato, C. y Melín, L. (2008). Creación de valor a través de generaciones en empresas controladas por familias: el papel del capital social familiar. *Revista de empresas familiares*, 21 (3), 259-276.
- Sanchez, S., Fuentes, F. & Castillo, A. (2014). Attitudes towards entrepreneurial activity: differences between business administration students in two universities of the uk and spain. *Society and Economy*, 36(4), 469-492. <http://www.jstor.org/stable/43773819>
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2006). The theory of economic development. En Joseph Alois Schumpeter (pp. 61-116). Kluwer Academic Publishers.
- Shah, S. & Pahnke, E. (2014). Parting the ivory curtain: Understanding how universities support a diverse set of startups. *The Journal of Technology Transfer*, 39, 780-792. <https://doi.org/10.1007/s10961-014-9336-0>.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982) *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. <https://ssrn.com/abstract=1497759>
- Sharabi, M., & Polin, B.A. (2020). Career motives according to degree of religiosity among Jewish students in Israel. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 17(2), 139-158. <https://doi.org/10.1080/14766086.2019.1652201>
- Shirokova, G., Morris, M.H., Laskovaia, A., & Mice-lotta, E. (2021). Effectuation and causation, firm performance, and the impact of institutions: A multi-country moderation analysis. *Journal of Business Research*, 129, 169-182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.045>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Bogatyreva, K., Edelman, L.F., & Manolova, T.S. (2020). Moving from intentions to actions in youth entrepreneurship: An institutional perspective. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(1), 25-69. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0201>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Morris, M.H., & Bogatyreva, K. (2017). Expertise, university infrastructure and approaches to new venture creation: assessing students who start businesses. *Entrepreneurship and regional development*, 29(9), 912-944. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1376516>
- Shirokova, G., Tsukanova, T. & Bogatyreva, K. (2015). University Environment and Student Entrepreneurship: The Role of Business Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Вопросы образования*, (3), 170-207. <https://www.researchgate.net/publication/282437139>
- Shirokova, G., Tsukanova, T., & Morris, M.H. (2018). The moderating role of national culture in the relationship between university entrepreneurship offerings and student start-up activity: An embeddedness perspective. *Journal of small business management*. 56(1), 103-130. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12363>
- Siegel, D.S., & Wright, M. (2015). Academic entrepreneurship: Time for a rethink?: Academic entrepreneurship. *British Journal of Management*, 26(4), 582-595. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12116>
- Sieger, P., & Minola, T. (2017). The family's financial support as a "poisoned gift": A family embeddedness perspective on entrepreneurial intentions: Sieger and Minola. *Journal of Small Business Management*, 55, 179-204.
- Sieger, P., & Monsen, E. (2015). Founder, academic, or employee? A nuanced study of career choice intentions. *Journal of Small Business Management*, 53, 30-57. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12181>
- Sieger, P., Gruber, M., Fauchart, E., & Zellweger, T. (2016). Measuring the social identity of entrepreneurs: Scale development and international validation. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 542-572. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.001>

- Silva, N., Fernández, C., Yáñez, D., & Romaní, G. (2021). Influence of educational programs oriented toward entrepreneurship on the entrepreneurial intention of university students: the case of Chile. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 445-463. <https://doi.org/10.1108/arla-06-2020-0146>
- Thai, M. & Turkina, E. (2014) Macro-level determinants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 29(4), 490-510,
- Tognazzo, A., Gianecchini, M., & Gubitta, P. (2017). Educational context and entrepreneurial intentions of university students: An Italian study. *Entrepreneurship Education*, 7, 47-74. DOI:10.1108/S2040-724620170000007008.
- Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811. <https://doi.org/10.1108/jsbed-10-2015-0149>
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161-185.
- Valencia, A. & Mugge, R & Schoormans, J.P.L & Schifferstein, H.N.J (2015). The design of smart product-service systems (PSSs): An exploration of design characteristics. *International Journal of Design*, 9(1), 13-28
- Valencia, A., Arango, D., & Sánchez, J.A. (2022). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training. *Higher Education Skills and Work-Based Learning*, 12(2), 328-345. <https://doi.org/10.1108/heswbl-07-2020-0169>
- Verheul, I., Block, J., Burmeister, K., Thurik, R., Tie-meier, H. & Turturea, R. (2015). ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Bus Econ*, 45, 85-101. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9642-4>
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. & Thurik, R. (2002). An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture. In: Audretsch, D., Thurik, R., Verheul, I., Wennekers, S. (eds) *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*. Economics of Science, Technology and Innovation, 27. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/0-306-47556-1_2
- Vicens, G., Vall-llosera, L., Saurina, C. & Serra, L. (2022). Entrepreneurship analysis in Spanish universities. *Higher Education. Skill & Work-Based Learning* 12(1), 178-190.
- Villiers, M, Barnes, R., Clements, M. & Stubbs, A. (2018). Preparing future-ready graduates through experiential entrepreneurship. *Education + Training*, 60(4), 303-317. <https://doi.org/10.1108/et-11-2017-0167>
- Wang, D., & Zhang, Z. (2021). Disassembling the influences of perceived family relational conflict on business family offspring's intrapreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(1), 153-189. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00747-5>
- York, J.L., & Danes, J.E. (2014). Customer Development, Innovation, and Decision-Making Biases in the Lean Startup. *Journal of Small Business Strategy (archive Only)*, 24(2), 21-40. <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/191>
- Zellweger, T., Sieger, P & Halter, F. (2011) Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26, 521-536