

La cultura emprendedora en las universidades públicas: un análisis de las mejores prácticas

Nelly Victoria De La Cruz Ruiz^{1*}, Heyner Marquez Yauri¹, Sandra León Luyo¹, Maria Patricia Rodriguez Kong¹, Luis Alberto Erick Chávez Díaz¹

¹ Escuela de Posgrado. Universidad César Vallejo. Perú.

*Autor para correspondencia: Nelly Victoria De La Cruz-Ruiz, nelvick24@gmail.com

(Recibido: 10-09-2023. Publicado: 18-10-2023.)

DOI: 10.59427/rcli/2023/v23cs.2486-2498

Resumen

Este artículo de revisión sistemática tuvo como objetivo analizar y sintetizar la investigación existente sobre la efectividad de las estrategias de fomento del emprendimiento en universidades públicas. Se busca identificar y recopilar estudios científicos relevantes, evaluar críticamente su metodología y sintetizar sus hallazgos para determinar tendencias y patrones emergentes. Además, se identificarán posibles brechas en la investigación y se proporcionarán recomendaciones para mejorar la efectividad de estas estrategias y contribuir al desarrollo de políticas y prácticas más sólidas en este campo. Se realizó una revisión sistemática de la literatura científica siguiendo las directrices de la declaración PRISMA. La búsqueda se limitó a publicaciones desde 2019 hasta la actualidad en diversas bases de datos. Se aplicaron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar los estudios pertinentes. Los resultados destacan la importancia de la planificación integral en entornos universitarios para fortalecer la formación de emprendedores. Esto implica considerar aspectos administrativos y académicos. La educación emprendedora está en progreso en las aulas universitarias, fomentando la cultura emprendedora entre los estudiantes. Se observan diferencias en el ecosistema emprendedor entre las facultades universitarias. Se recomienda que las universidades consideren aspectos sociales, ambientales y económicos para promover el emprendimiento y colaboren con el gobierno para impulsar iniciativas empresariales en áreas rurales. También se destaca la influencia positiva de los estudiantes con actitudes emprendedoras y la necesidad de fortalecer los contenidos curriculares relacionados. Las estrategias efectivas incluyen la incubación en línea, la influencia del ambiente universitario en las intenciones empresariales y la viabilidad de enfoques de arriba hacia abajo. La gamificación es beneficiosa en la educación empresarial. Se recomienda abordar las limitaciones de recursos y la interpretación del contexto del ecosistema empresarial, así como crear un entorno empresarial favorable y mejorar los sistemas educativos. Además, se sugiere investigar la implementación de programas y políticas que fomenten la cultura emprendedora, explorar tecnologías emergentes y herramientas colaborativas en entornos virtuales, y uniformar la investigación en este campo. Estas recomendaciones son relevantes tanto en el ámbito académico como en el de políticas, y contribuyen al fortalecimiento de la cultura emprendedora en las universidades públicas. Las conclusiones fueron que la promoción de la cultura emprendedora en universidades públicas es esencial para generar valor social y promover la mentalidad emprendedora en la sociedad. Este estudio resalta la importancia de una planificación integral, la colaboración con el gobierno, el uso de tecnología y la implementación de mejores prácticas para fortalecer esta cultura. Además, proporciona recomendaciones para futuras investigaciones y acciones en este campo. Estas conclusiones son relevantes tanto en el ámbito académico como en el de políticas, ya que destacan la importancia de promover la cultura emprendedora en las universidades públicas y proporcionan recomendaciones concretas para avanzar en esta dirección.

Palabras claves: Cultura de emprendimiento, ecosistemas de emprendimiento, educación del emprendimiento.

Abstract

This systematic review article aimed to analyze and synthesize existing research on the effectiveness of entrepreneurship promotion strategies in public universities. The goal is to identify and collect relevant scientific studies, critically evaluate their methodology, and synthesize their findings to determine emerging trends and patterns.

Furthermore, potential research gaps will be identified, and recommendations will be provided to enhance the effectiveness of these strategies and contribute to the development of more robust policies and practices in this field. A systematic literature review was conducted following the PRISMA statement guidelines. The search was limited to publications from 2019 to the present in various databases. Inclusion and exclusion criteria were applied to select relevant studies. In summary, the results emphasize the importance of comprehensive planning in university settings to strengthen the education of entrepreneurs. This involves considering administrative and academic aspects. Entrepreneurial education is progressing in university classrooms, fostering an entrepreneurial culture among students. Differences in the entrepreneurial ecosystem among university faculties are observed. It is recommended that universities consider social, environmental, and economic aspects to promote entrepreneurship and collaborate with the government to drive entrepreneurial initiatives in rural areas. The positive influence of students with entrepreneurial attitudes is also highlighted, along with the need to strengthen related curriculum content. Effective strategies include online incubation, the influence of the university environment on entrepreneurial intentions, and the viability of top-down approaches. Gamification is beneficial in entrepreneurial education. Recommendations include addressing resource limitations and interpreting the entrepreneurial ecosystem context, creating a favorable entrepreneurial environment, and improving educational systems. Additionally, investigating the implementation of programs and policies that promote the entrepreneurial culture, exploring emerging technologies and collaborative tools in virtual environments, and standardizing research in this field are suggested. These recommendations are relevant in both the academic and policy realms and contribute to strengthening the entrepreneurial culture in public universities. The promotion of entrepreneurial culture in public universities is essential for generating social value and fostering an entrepreneurial mindset in society. This study highlights the importance of comprehensive planning, collaboration with the government, the use of technology, and the implementation of best practices to strengthen this culture. Furthermore, it provides specific recommendations for advancing in this direction. These conclusions are relevant in both the academic and policy contexts, as they underscore the importance of promoting entrepreneurial culture in public universities and provide concrete recommendations for further progress.

Keywords: *Entrepreneurship culture, entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial education.*

1. Introducción

El emprendimiento ha adquirido gran importancia en los últimos años, y se ha demostrado que genera innovación, crea empleo, intensifica la competencia, incrementa la productividad a través del cambio tecnológico y se relaciona con el crecimiento. Por esta razón, los diseñadores de políticas públicas han mostrado especial interés en promover la creación de empresas. Sin embargo, todavía no se conocen con exactitud cuáles son los determinantes del nivel de emprendimiento, de su evolución y su supervivencia (Gil,2015). En este contexto, las universidades públicas pueden desempeñar un papel fundamental en la promoción de la cultura emprendedora, ya que pueden proporcionar a los estudiantes las habilidades y herramientas necesarias para crear y gestionar empresas exitosas. Por lo tanto, el objetivo de este artículo de revisión sistemática es analizar y sintetizar exhaustivamente la investigación existente sobre la efectividad de las estrategias de fomento del emprendimiento en universidades públicas. Se busca identificar y recopilar estudios científicos relevantes, evaluar críticamente su metodología y sintetizar sus hallazgos para determinar tendencias y patrones emergentes. Además, se identificarán posibles brechas en la investigación y se proporcionarán recomendaciones para mejorar la efectividad de estas estrategias y contribuir al desarrollo de políticas y prácticas más sólidas en este campo (Hernández-Sánchez et al. ,2019). Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos. El objetivo es proporcionar una visión integral y actualizada de la investigación para que académicos, formuladores de políticas y profesionales puedan tomar decisiones informadas para fortalecer la cultura emprendedora en las universidades públicas.

La promoción de la cultura emprendedora en las universidades públicas es un objetivo fundamental en todo el mundo, ya que se reconoce su importancia en la generación de innovación, empleo, competencia y productividad. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos invertidos en el fomento del emprendimiento en el ámbito universitario, existe una necesidad apremiante de evaluar de manera sistemática y crítica la efectividad de las estrategias implementadas. Es importante realizar una evaluación exhaustiva de las estrategias de promoción del emprendimiento en las universidades para determinar su impacto real y su eficacia en el desarrollo de habilidades empresariales (Ovalles-Toledo et al.,2018), la creación de empresas y el fomento de la cultura emprendedora. Esto implica analizar tanto los resultados cuantitativos, como el número de empresas creadas o el empleo generado, como los resultados cualitativos, como el grado de satisfacción de los emprendedores y su éxito a largo plazo. El problema central que motiva esta revisión sistemática es la falta de una comprensión profunda y actualizada sobre qué enfoques y prácticas resultan más efectivos en el contexto de las universidades públicas para promover la cultura emprendedora. La relevancia de este estudio se deriva de la importancia crítica de la cultura emprendedora en el panorama económico actual, y los resultados de esta investigación proporcionarán información valiosa para las universidades, los responsables de políticas y las organizaciones involucradas en el impulso del emprendimiento, permitiendo una toma de decisiones más informada y estratégica en la promoción de la cultura emprendedora en el entorno académico.

La cultura de emprendimiento en las universidades se refiere al conjunto de valores, actitudes y prácticas que promueven y apoyan el espíritu emprendedor entre los estudiantes, profesores y personal de la institución. Esta cultura fomenta la generación de ideas innovadoras, el desarrollo de habilidades empresariales y el impulso de proyectos emprendedores. En una cultura de emprendimiento en las universidades, se busca crear un ambiente propicio para que los estudiantes puedan explorar y desarrollar sus ideas de negocio, brindándoles recursos, capacitación y apoyo para convertir esas ideas en proyectos reales. Además, se promueve la mentalidad emprendedora, que valora la creatividad, la iniciativa, la toma de riesgos y la capacidad de adaptación al cambio. La cultura de emprendimiento en las universidades también implica la colaboración y el trabajo en red entre estudiantes, profesores, mentores y emprendedores exitosos. Se fomenta el intercambio de conocimientos, experiencias y contactos, creando oportunidades de aprendizaje y crecimiento para los emprendedores (Messina et al., 2018). Manual didáctico emprendedurismo. Manuales didácticos. Además, la cultura de emprendimiento en las universidades puede incluir la creación de programas de incubación y aceleración de empresas, concursos y eventos relacionados con el emprendimiento, así como la conexión con el ecosistema emprendedor más amplio, incluyendo inversores, empresas y organizaciones de apoyo. En resumen, la cultura de emprendimiento en las universidades es un entorno que promueve y apoya el espíritu emprendedor, fomentando la generación de ideas innovadoras y brindando recursos y apoyo para convertir esas ideas en proyectos exitosos (Rojas et al., 2015; Rodríguez López et al., 2020).

El otro constructo estudiado en esta investigación es el ecosistema de emprendimiento en las universidades, se refiere al entorno y conjunto de elementos que fomentan y apoyan la creación y desarrollo de emprendimientos dentro de las instituciones educativas (Martínez Ortiz et al., 2016). Este ecosistema incluye diversos actores y recursos que trabajan en conjunto para promover la cultura emprendedora, la generación de ideas innovadoras y el apoyo a los emprendedores en su proceso de creación y crecimiento de sus proyectos. Dentro del ecosistema de emprendimiento universitario, se pueden encontrar los siguientes elementos: Las universidades, estudiantes emprendedores, los profesores y mentores, redes y conexiones y los recursos financieros. En el ecosistema de emprendimiento universitario, se pueden encontrar programas de financiamiento, concursos y fondos de inversión que brindan apoyo económico a los emprendedores (Navarro Del Toro, 2023). La integración de la educación empresarial ha cambiado el papel de la universidad al crear un puente entre la universidad y la industria. La universidad pública se enfrenta ahora al entorno de internacionalización, especialmente con la privatización del sector de la educación superior. Además, potenciar la innovación y la cultura emprendedora se convirtió en la barrera de entrada para esta universidad pública. Desafortunadamente, esta organización académica tiene que enfrentar nuevos desafíos para desarrollar su posición. El ecosistema emprendedor es una gran oportunidad para adoptar un comportamiento competitivo en el sistema de innovación regional, nacional e internacional (Dif et al., 2019).

El emprendimiento es un proceso que implica la identificación de oportunidades, la generación de ideas, el desarrollo de planes de negocio y la puesta en marcha de empresas (Gartner, 1988; Shane, 2003; Drucker & Maciariello, 2014). La cultura emprendedora es un entorno en el que las personas se sienten motivadas e inspiradas a crear nuevas empresas o iniciativas empresariales (Shane & Venkataraman, 2000; Acs & Audretsch, 2003; Neck et al., 2014). La educación de la cultura emprendedora es el proceso de promover el espíritu emprendedor a través de la enseñanza, la investigación y la extensión (Fayolle & Liñán, 2014; Neck et al., 2014; Bhandari, 2016). En cuanto al startup están estrechamente relacionadas con la cultura de emprendimiento. Un startup es una empresa emergente que se caracteriza por su innovación, su potencial de crecimiento y su búsqueda de un modelo de negocio rentable. El startup suele estar impulsadas por un equipo de emprendedores que buscan crear un nuevo producto o servicio que resuelva un problema o necesidad del mercado (Blank, & Dorf, 2012). Las startup son un producto de la cultura de emprendimiento, ya que surgen en entornos en los que el espíritu emprendedor es fuerte. Las startup pueden contribuir al desarrollo de la cultura de emprendimiento al promover la innovación, el riesgo y la toma de decisiones (Ogunsiji & Ladanu, 2017).

La mayoría de los autores también señalan que existe una falta de comprensión profunda y actualizada sobre qué enfoques y prácticas resultan más efectivos en el contexto de las universidades públicas. Es necesario realizar más investigación para determinar las estrategias que tienen el mayor impacto en la creación de empresas y el fomento de la cultura emprendedora. Este es el caso de la presente investigación mediante artículos de revisión. El objetivo principal del artículo es analizar y sintetizar exhaustivamente la investigación existente sobre las mejores prácticas o la efectividad de las estrategias de fomento del emprendimiento en universidades públicas. Para ello, se identifican y recopilan estudios científicos relevantes, se evalúa críticamente su metodología y se sintetizan sus hallazgos para determinar tendencias y patrones emergentes. Además, se identifican posibles brechas en la investigación y se proporcionan recomendaciones para mejorar la efectividad de estas estrategias y contribuir al desarrollo de políticas y prácticas más sólidas en este campo. El objetivo es proporcionar una visión integral y actualizada de la investigación para que académicos, formuladores de políticas y profesionales puedan tomar decisiones informadas para fortalecer la cultura emprendedora en las universidades públicas.

2. Metodología

En este trabajo, se presenta una revisión sistemática de la literatura científica sobre la cultura emprendedora en universidades públicas (Berra,2020). El estudio se ha realizado siguiendo las directrices de la declaración PRISMA (Moher et al.,2009; Urrútia & Bonfill , 2013), un conjunto de recomendaciones para la realización de revisiones sistemáticas.

El estudio se llevó a cabo en tres fases:

- Búsqueda de estudios: Se realizó una búsqueda exhaustiva de la literatura científica sobre el tema.
- Selección de estudios: Se seleccionaron los estudios que cumplían los criterios de inclusión y exclusión.
- Análisis de estudios: Se analizaron los estudios seleccionados para extraer los resultados relevantes.

La búsqueda sistemática se realizó acotando los resultados a las publicaciones realizadas desde 2019 (inclusive) hasta la actualidad. En las bases de datos SciELO, SAGE journals, Taylor & Francis, ARDI, ProQuest ,IEEE Xplore ,Wiley y ResearchGate .La combinación de términos que arrojó mejores resultados en ambos buscadores fue la siguiente: Scielo (Entrepreneurial culture in public universities) AND (analysis of best practices) OR (analysis of best practices),Sage (All (Entrepreneurial culture in public universities) AND (analysis of best practices) OR (analysis of best practices)),Francis &Taylor [All: entrepreneurial culture in public] AND [[All: universities] OR [All: entrepreneurial]] AND [All: academic] AND [Article Type: Article] AND [Publication Date: (01/01/2020 TO 12/31/2023)] , mientras que para ARDI ,ProQuest ,IEEE Xplore, Wiley y ResearchGate fueron :All (Entrepreneurial culture in public universities) AND (analysis of best practices) OR (analysis of best practices). Antes de proceder a la selección de artículos, se definieron los criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión

- Publicaciones en inglés o español.
- Publicaciones de acceso abierto o con acceso gratuito.
- Publicaciones de los últimos 5 años (2019-2023).
- Estudios empíricos o cualitativos que aborden la cultura emprendedora en universidades públicas.
- Estudios que aborden las mejores prácticas para promover la cultura emprendedora en universidades públicas.

Criterios de exclusión

- Estudios teóricos o conceptuales.
- Estudios que no se centren en universidades públicas.
- Estudios que no aborden la cultura emprendedora.
- Estudios que no aborden las mejores prácticas.
- Estudios que no estén disponibles en formato electrónico.

Concretamente, se obtuvieron 57 resultados entre todas las revistas siguiendo la técnica PRISMA. En la figura 1 tenemos el resultado final de 57 artículos para la revisión sistemática.

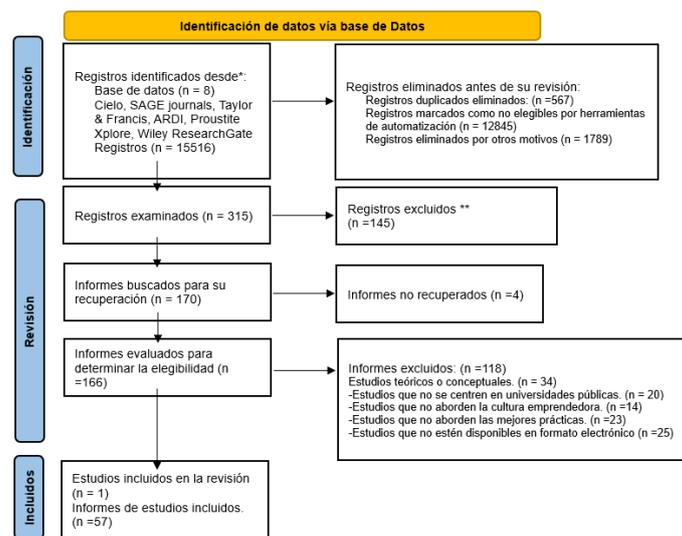


Figura 1: Diagrama de flujo PRISMA 2020 para nuevas revisiones sistemáticas que incluyeron búsquedas en bases de datos y registros únicamente.

3. Resultados

Cultura de Emprendimiento

La mejora de la formación de emprendedores en la universidad requiere una planificación tanto administrativa como académica, con un énfasis en docentes, planes de estudio y áreas de apoyo. En este sentido, el método Lean Startup Mx fue adecuado para el programa "Fomento de la cultura emprendedora de la UABCS" (Álvarez Flores et al., 2019). Además, se ha observado que la educación emprendedora se fortalece gradualmente en el aula universitaria, promoviendo la cultura emprendedora (Mamani Quispe et al., 2022). Es interesante destacar que existen diferencias en el ecosistema emprendedor entre las facultades universitarias. Algunas de ellas necesitan una mayor intervención para promover la cultura emprendedora y social (Sigüenza Orellana et al., 2022). Por otro lado, se ha encontrado que las mujeres tienen una presencia significativa en la industria de la cultura emprendedora, reemplazando incluso al equipo fundador en comparación con los hombres. A pesar de estas diferencias, comparten similitudes en formación y experiencia en I+D. Además, se ha observado que la presencia de oficinas de transferencia de tecnología no parece necesaria en ninguna configuración (García-Martínez et al., 2022).

En relación a disciplinas específicas, se destaca la importancia de la inversión de las universidades en el desarrollo de una cultura emprendedora en Enfermería (Trotte et al., 2021). Sin embargo, es importante tener en cuenta que la educación emprendedora en la universidad influye en la intención empresarial de los estudiantes, aunque su importancia en el modelo matemático de intención es limitada (Bazan, 2022). Finalmente, se ha observado que los individuos pueden influir en la fluidez de los límites de los dominios a través del trabajo de identidad. Este aspecto tiene implicaciones importantes para el emprendimiento académico y las identidades empresariales (Mäkinen & Esko, 2023).

El análisis de estos resultados se destaca la importancia de una planificación integral que abarque tanto aspectos administrativos como académicos para mejorar la formación de emprendedores en el entorno universitario. Se reconoce que la educación emprendedora se fortalece progresivamente en las aulas universitarias, fomentando así la cultura emprendedora entre los estudiantes. Además, se observa una dinámica de género en la industria emprendedora, donde las mujeres sustituyen a los equipos fundadores, aunque comparten similitudes en formación y experiencia en I+D. Curiosamente, se plantea que la presencia de oficinas de transferencia de tecnología no parece ser necesaria en todas las configuraciones. También se identifican diferencias en el ecosistema emprendedor entre las facultades universitarias, algunas de las cuales requieren una mayor intervención para promover la cultura emprendedora y social. Por último, se subraya la inversión crucial de las universidades en el desarrollo de una cultura emprendedora, aunque se reconoce que la influencia de la educación emprendedora en la intención empresarial de los estudiantes puede ser limitada según modelos matemáticos, destacando la complejidad de los factores individuales en la identidad y el emprendimiento.

Educación del Emprendimiento

Las universidades deben considerar aspectos sociales, ambientales y económicos en sus misiones. Además, se sugiere una cooperación creativa con el gobierno para promover iniciativas empresariales en regiones rurales (Shava & Walter Sisulu University, 2022). Los estudiantes con actitudes positivas hacia el emprendimiento mejoran sus conocimientos emprendedores; además, se deben reforzar los contenidos curriculares y programas de emprendimiento (Núñez-Canal et al., 2023). Se relaciona la noción de una "buena vida" con discursos de bienestar entre los jóvenes en China urbana; por otro lado, el gobierno chino no espera que todos los estudiantes que lleven cursos de emprendimiento lo logren (Hjortshøj, 2023).

De acuerdo a nuestra introducción y objetivos hemos encontrado que se puede identificar formas más efectivas y sistemáticas para implementar prácticas intraemprendedoras en las universidades desde un enfoque práctico (Moraes et al., 2020). Por otro lado, la educación influye en habilidades empresariales específicas, y se recomienda la creación de redes y optimización del conocimiento (Lee et al., 2018). Las competencias de los profesores son predictoras clave del cumplimiento del contrato psicológico y la intención emprendedora (Ismail, 2022). Además, el juego empresarial, es decir, enseñar mediante gamificación, mejora la intención emprendedora de los estudiantes (Melo et al., 2023). La adquisición de competencias empresariales entre estudiantes universitarios se ve afectada por varios factores. Por lo tanto, se insta a abordar la escasez de habilidades (Olumuyiwa et al., 2023). Además, la proactividad e innovación varían según género, titulación y experiencia docente. La experiencia en la industria se relaciona con la identificación de oportunidades a largo plazo (Abidi et al., 2022). Los estudiantes con atributos emprendedores tienen más probabilidades de ser emprendedores. Por lo tanto, se recomienda que las universidades promuevan la cultura empresarial con enfoque en la aplicación práctica (Dada et al., 2023). Por otro lado, la investigación sobre la cultura de emprendimiento necesita desarrollo y una escala uniforme (Chhabra et al., 2023).

Diversos enfoques educativos moderan la relación entre la oportunidad percibida y las intenciones empresariales, contribuyendo al espíritu empresarial en las universidades (Pérez-Macías et al., 2023). Por otro lado, el sistema bicultural académico y comercial equilibra los roles académicos tradicionales con la innovación en la Universidad

de Tokio (Yoshioka-Kobayashi, 2019). Al preparar estudiantes utilizando metodologías activas se pueden obtener resultados positivos en términos de prácticas innovadoras y creativas. Además, se pueden generar impactos sociales y económicos positivos en la sociedad al fomentar el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria (Fernandez-Nogueira et al., 2018). Por otro lado, se destaca la necesidad de promover la mentalidad emprendedora en las universidades públicas de Malasia para preparar a los graduados para desafíos laborales y reducir el desempleo. El objetivo es convertir a Malasia en una nación emprendedora para 2030 (Rahman et al., 2023).

Se recomienda adoptar la agilidad estratégica en las universidades públicas palestinas para fortalecer la orientación emprendedora (Abuzyeada, 2022). Por otro lado, las universidades han cambiado su enfoque hacia las industrias y las comunidades empresariales, proporcionando soluciones innovadoras. Se menciona la importancia de las incubadoras universitarias (Jamil & Mahmood, 2015). En estos resultados se resalta la necesidad de que las universidades consideren no solo aspectos económicos, sino también sociales y ambientales en sus misiones. Se sugiere una colaboración creativa con el gobierno para promover iniciativas empresariales en regiones rurales. Además, se destaca que los estudiantes con actitudes positivas hacia el emprendimiento pueden mejorar sus conocimientos en esta área, enfatizando la importancia de fortalecer los contenidos curriculares y programas de emprendimiento. Se observa la relación entre la noción de una "buena vida" los discursos de bienestar entre los jóvenes en China urbana, con la perspectiva de que el gobierno no espera que todos los estudiantes que tomen cursos de emprendimiento logren el éxito empresarial. También se identifica la búsqueda de formas efectivas y sistemáticas para implementar prácticas intraemprendedoras en las universidades desde un enfoque práctico. Además, se resalta la influencia de la educación en habilidades empresariales específicas y se recomienda la creación de redes y optimización del conocimiento. La importancia de las competencias de los profesores como predictores claves del cumplimiento del contrato psicológico y la intención emprendedora se subraya. Además, se menciona que la gamificación, es decir, enseñar a través de juegos empresariales, puede mejorar la intención emprendedora de los estudiantes. La adquisición de competencias empresariales entre estudiantes universitarios se ve afectada por varios factores, y se insta a abordar la escasez de habilidades. Se observa que la proactividad e innovación varían según género, titulación y experiencia docente, y que la experiencia en la industria se relaciona con la identificación de oportunidades a largo plazo. Se destaca que los estudiantes con atributos emprendedores tienen más probabilidades de ser emprendedores, y se recomienda que las universidades promuevan la cultura empresarial con un enfoque en la aplicación práctica. Además, se señala la necesidad de desarrollar y uniformar la investigación sobre la cultura de emprendimiento. Se menciona que diversos enfoques educativos pueden moderar la relación entre la oportunidad percibida y las intenciones empresariales, contribuyendo al espíritu empresarial en las universidades. Por último, se resalta el sistema bicultural académico y comercial en la Universidad de Tokio, que equilibra los roles académicos tradicionales con la innovación.

Prácticas Educativas Probadas

El programa de incubación NETMIB (plataforma de incubación en línea) puede cerrar la brecha entre la academia y la industria, fomentando la innovación. Además, los estudiantes con ideas de negocios tienen más motivación para emprender. Por lo tanto, se recomienda ampliar programas de incubación (Tóth-Pajor et al., 2023). El ambiente universitario influye en las barreras al emprendimiento y las intenciones empresariales. Sin embargo, la infraestructura pública no media estas relaciones. Por lo tanto, se promueve la educación empresarial generalizada (Shava & Sisulu University, 2022). Un enfoque de arriba hacia abajo es más viable para promover la cultura empresarial que uno de abajo hacia arriba. Además, las universidades privadas y públicas enfrentan restricciones diferentes en la promoción de culturas empresariales (Shah et al., 2019). Se propone un marco de mejores prácticas como la Innovación Abierta y Aprendizaje Experiencial de educación empresarial de pregrado en Australia (Alam et al., 2023). El gobierno chino fomenta el emprendimiento, pero los estudiantes emprenden para evitar agendas ajenas (Hjortshøj, 2023).

La política piloto de IEDB (capacidad de innovación de las universidades) influye en la intensidad de la cooperación universidad-industria y las intenciones empresariales (Yao et al., 2023). Los juegos de simulación basados en la web (MosoonSim) y el software de desarrollo de prototipos en línea, Justinmind, de simulación empresarial tienen un impacto positivo en el aprendizaje de los estudiantes (Alkaabi, 2022). La presencia de programas universitarios de emprendimiento no mejora significativamente la tasa de creación de empresas en ciudades universitarias. Sin embargo, se destaca que la Universidad de Iowa juega un papel más activo en su ecosistema empresarial que la Universidad de Colorado mediante un entorno menos empresarial (Qian & Yao, 2017).

Hay implicaciones prácticas para estimular la actividad empresarial de las universidades (Urbano & Guerrero, 2013). La educación y la investigación son lógicas altamente institucionalizadas en las universidades (Lahikainen et al., 2019). La falta de recursos financieros y habilidades limita a estudiantes emprendedores. Además, las señales informativas son importantes, y el contexto del ecosistema empresarial afecta su interpretación. Por lo tanto, el estudio identifica perfiles de estudiantes emprendedores (Donaldson et al., (s.f.)).

Se recomienda crear un entorno empresarial propicio y mejorar los sistemas educativos para apoyar el emprendimiento entre los egresados (Mwantimwa et al., 2022). Las universidades en el Sur Global tienen un papel relevante en la innovación social y el emprendimiento para resolver problemas regionales (Thomas & Pugh, 2020). El estudio se centra en la influencia del EE (ecosistema de emprendimiento) en el desarrollo de ciudadanos socialmente responsables y el compromiso del liderazgo en el emprendimiento. Además, se destaca que las universidades con EE sólida tienden a fomentar ciudadanos socialmente responsables a través del emprendimiento. Asimismo, la infraestructura empresarial se correlaciona con las ofertas de la SEC (cursos de emprendimiento social) (Kwong et al., 2022). El programa de incubación NETMIB (plataforma de incubación online) puede cerrar la brecha entre la academia y la industria, fomentando la innovación. Los estudiantes con ideas de negocios tienen más motivación para emprender. Se recomienda ampliar programas de incubación (Tóth-Pajor et al., 2023).

Se muestra la relación entre el desarrollo del ecosistema emprendedor de las universidades y las actividades innovadoras en las regiones correspondientes. La difusión del conocimiento y la cooperación internacional son esenciales para promover el potencial emprendedor de las universidades. También se destaca la importancia de la formación de calidad y la valoración del ecosistema emprendedor (Myzrova et al., 2023). En estos resultados observamos que se destaca la importancia de estrategias como la incubación en línea, la influencia del ambiente universitario en las intenciones empresariales, la viabilidad de enfoques de arriba hacia abajo en la promoción de la cultura empresarial, y la implementación de marcos de mejores prácticas. Además, se reconoce el papel del gobierno en fomentar el emprendimiento, la relevancia de políticas como IEDB, y el impacto positivo de la gamificación en la educación empresarial. También se abordan las implicaciones prácticas, la institucionalización de la educación y la investigación en las universidades, y la importancia de abordar limitaciones de recursos y la interpretación del contexto del ecosistema empresarial. En última instancia, se recomienda crear un entorno empresarial favorable y mejorar los sistemas educativos para respaldar el emprendimiento entre los egresados.

Ecosistemas de Emprendimiento

El progreso hacia un ecosistema empresarial eficaz centrado en la universidad debe acelerarse con un liderazgo proactivo y participación de partes interesadas (Allahar & Sookram, 2019). Además, la cultura e infraestructura de emprendimiento e innovación operan en conjunto de manera institucionalizada (Etzkowitz, 2022). Esto implica que la universidad está integrada en el ecosistema de innovación y de conocimiento, con vínculos extendidos a ecosistemas empresariales interconectados (Taxt et al., 2022). Para cerrar la brecha entre las universidades públicas y los líderes empresariales y promover la creación de valor público, es fundamental contar con un liderazgo empresarial sólido (N.A. Rahim et al., 2022). Un ejemplo destacado de una institución que ha tenido un impacto significativo en el emprendimiento es el MIT, donde se promueve el emprendimiento a través de numerosas clases y recursos (Degroof & Metcalfe, 2021).

En los ecosistemas universitarios con enfoque innovador Lean Startup y Design Thinking, los emprendedores tienen un impacto en las universidades públicas. La teoría del comportamiento planificado también juega un papel importante en este contexto, y se ha observado que los cursos en línea son un mediador relevante (Ferrari et al., 2022). Además, la relación entre los ecosistemas universitarios emprendedores y las universidades públicas se relaciona con la teoría del comportamiento planificado, y se ha propuesto una clasificación de los ecosistemas universitarios empresariales como ecosistemas empresariales universitarios (U-BEE) (Huezo-Ponce et al., 2023). En el contexto de las universidades públicas de Minas Gerais (Brasil), se han identificado similitudes en características emprendedoras en las categorías de Soporte Técnico, Estructura Física y Soporte Especializado (Silva et al., 2021). Sin embargo, es importante destacar que no existe un enfoque estandarizado para definir universidades emprendedoras, y se resalta la necesidad de innovación y el papel de la implementación de la innovación en la educación superior (Bilokrynytska, 2022).

En general, las universidades pueden desempeñar un papel clave en la construcción de ecosistemas empresariales sólidos a través de sus actividades y colaboraciones. Esto contribuye al bienestar económico de las comunidades, y se destaca la importancia de comprender su contribución para desarrollar políticas efectivas (Osano, 2021). Se resalta la importancia de acelerar el progreso hacia ecosistemas empresariales eficaces centrados en la universidad mediante un liderazgo proactivo y la participación de partes interesadas. Se reconoce que la cultura y la infraestructura de emprendimiento e innovación funcionan de manera institucionalizada y que las universidades están interconectadas con ecosistemas empresariales. Además, se destaca la influencia positiva del MIT en el emprendimiento a través de recursos y clases. Se enfatiza la relación entre los ecosistemas universitarios emprendedores y las universidades públicas, relacionándola con la teoría del comportamiento planificado. También se menciona la falta de un enfoque estandarizado para definir universidades emprendedoras y la necesidad de innovación en la educación superior.

Diversos Aspectos Clave en la Promoción del Espíritu Empresarial Universitario y su Impacto en el Desarrollo Regional

Las universidades pueden fortalecer su papel en el sistema emprendedor regional mediante el desarrollo de capacidades de EDP. Esto implica identificar un nuevo dominio de oportunidad a través de un proceso de descubrimiento emprendedor de abajo hacia arriba (EDP, por sus siglas en inglés) (Brekke, 2021). Además, la eficacia de las iniciativas educativas se relaciona con la creación de un proceso de transformación y un cambio en las actitudes hacia el emprendimiento (Decker-Lange et al., 2022). El liderazgo directivo desempeña un papel fundamental para estimular el espíritu empresarial en las universidades (Doh et al., 2022). Asimismo, el conocimiento universitario influye en el desempeño de empresas emprendedoras, y las capacidades de la empresa facilitan la creación de valor (Link & Sarala, 2019). En cuanto al bienestar subjetivo, se ha observado que el autocuidado juega un papel importante, y se ha encontrado un efecto negativo de las actitudes empresariales sobre el bienestar subjetivo, mediado por el capital psicológico (Enrique et al., 2023). Por otro lado, aunque la Comisión Europea promueve la educación empresarial, los rankings internacionales no la consideran como criterio de evaluación universitaria. La percepción del ecosistema empresarial también afecta la competitividad y el desarrollo sostenible (Llorente-Portillo et al., 2023).

Se hace notorio que la importancia de que las universidades fortalezcan su papel en el sistema emprendedor regional a través del desarrollo de capacidades de EDP, que involucran un proceso de descubrimiento emprendedor. También se destaca la relación entre la eficacia de iniciativas educativas y la transformación de actitudes hacia el emprendimiento, así como el impacto del liderazgo directivo en la estimulación del espíritu empresarial en las universidades. Además, se subraya cómo el conocimiento universitario influye en el desempeño de las empresas emprendedoras y cómo las capacidades empresariales facilitan la creación de valor. Se observa un efecto negativo de las actitudes empresariales en el bienestar subjetivo, lo que resalta la relevancia del autocuidado. Por último, se menciona que, a pesar de la promoción de la educación empresarial por parte de la Comisión Europea, los rankings internacionales no la consideran como criterio de evaluación universitaria, y la percepción del ecosistema empresarial impacta en la competitividad y el desarrollo sostenible.

4. Discusión

La investigación revela que, para fortalecer la formación de emprendedores en entornos universitarios, es esencial una planificación integral que abarque tanto aspectos administrativos como académicos. Además, se destaca la eficacia del método Lean Startup Mx en programas de fomento de la cultura emprendedora. Es importante notar que la educación emprendedora se fortalece progresivamente en las aulas universitarias, lo que fomenta la cultura emprendedora entre los estudiantes. Sin embargo, se observan diferencias en el ecosistema emprendedor entre las facultades universitarias, lo que sugiere la necesidad de intervenciones específicas.

También es interesante destacar que las mujeres desempeñan un papel significativo en la industria de la cultura emprendedora, incluso reemplazando a los equipos fundadores en comparación con los hombres. A pesar de estas diferencias, comparten similitudes en formación y experiencia en I+D. Además, se ha observado que la presencia de oficinas de transferencia de tecnología no parece ser necesaria en todas las configuraciones. En relación a disciplinas específicas, se resalta la importancia de invertir en el desarrollo de una cultura emprendedora en campos como Enfermería. Sin embargo, se reconoce que la influencia de la educación emprendedora en la intención empresarial de los estudiantes puede ser limitada según modelos matemáticos, lo que subraya la complejidad de los factores individuales en la identidad y el emprendimiento.

El análisis de los resultados indica que las universidades deben considerar aspectos sociales, ambientales y económicos en sus misiones para promover iniciativas empresariales. Se destaca la importancia de una cooperación creativa con el gobierno para fomentar el emprendimiento en regiones rurales. Los estudiantes con actitudes positivas hacia el emprendimiento mejoran sus conocimientos emprendedores, lo que resalta la importancia de fortalecer los contenidos curriculares y programas de emprendimiento. Además, se menciona la relación entre la noción de una "buena vida" los discursos de bienestar entre los jóvenes en China urbana. A pesar de esto, el gobierno chino no espera que todos los estudiantes que tomen cursos de emprendimiento logren el éxito empresarial. Se identifica la búsqueda de formas efectivas y sistemáticas para implementar prácticas intraemprendedoras en las universidades desde un enfoque práctico.

Se destaca la importancia de estrategias como la incubación en línea, la influencia del ambiente universitario en las intenciones empresariales y la viabilidad de enfoques de arriba hacia abajo en la promoción de la cultura empresarial. Se resalta el impacto positivo de la gamificación en la educación empresarial. Además, se abordan las implicaciones prácticas, la institucionalización de la educación y la investigación en las universidades, y la importancia de abordar limitaciones de recursos y la interpretación del contexto del ecosistema empresarial. En última instancia, se recomienda crear un entorno empresarial favorable y mejorar los sistemas educativos para respaldar el emprendimiento entre los egresados.

La investigación resalta la importancia de acelerar el progreso hacia ecosistemas empresariales eficaces centrados en la universidad mediante un liderazgo proactivo y la participación de partes interesadas. Se reconoce que la cultura y la infraestructura de emprendimiento e innovación funcionan de manera institucionalizada y que las universidades están interconectadas con ecosistemas empresariales. Además, se destaca el impacto del MIT en el emprendimiento a través de recursos y clases. Se enfatiza la relación entre los ecosistemas universitarios emprendedores y las universidades públicas, relacionándola con la teoría del comportamiento planificado. Se enfatiza que las universidades pueden fortalecer su papel en el sistema emprendedor regional mediante el desarrollo de capacidades de EDP. Esto implica identificar nuevas oportunidades a través de un proceso de descubrimiento emprendedor. También se destaca la importancia del liderazgo directivo para estimular el espíritu empresarial en las universidades y cómo el conocimiento universitario influye en el desempeño de empresas emprendedoras.

Se observa que el bienestar subjetivo puede verse influenciado por las actitudes empresariales, y se resalta la importancia de comprender la percepción del ecosistema empresarial en la competitividad y el desarrollo sostenible. En resumen, estos hallazgos proporcionan una visión completa de la promoción del espíritu empresarial en universidades públicas y su impacto en la formación de emprendedores. Estos resultados ofrecen valiosas perspectivas para académicos, formuladores de políticas y profesionales que buscan mejorar la cultura emprendedora en las universidades públicas y contribuir al desarrollo regional y económico. Sin embargo, se reconocen las limitaciones en la investigación existente y se destacan las áreas donde se necesita más investigación para abordar las brechas en el conocimiento.

5. Conclusiones

La importancia de desarrollar una cultura emprendedora que genere valor social. La necesidad de combinar el conocimiento de los públicos con una estrategia de gestión y posicionamiento en el ámbito cultural. El uso de nuevas tecnologías y el trabajo colaborativo en entornos virtuales en la enseñanza y la investigación. El análisis de políticas públicas y el desarrollo económico local como áreas de interés y estudio. La cultura organizativa como herramienta de gestión interna y adaptación al cambio. Estos hallazgos son relevantes porque resaltan la importancia de promover la cultura emprendedora, la gestión cultural efectiva, el uso de tecnologías en la educación, el análisis de políticas públicas y el desarrollo económico local, así como la importancia de la cultura organizativa en las organizaciones. Evaluar la importancia de desarrollar una cultura emprendedora que genere valor social. Analizar la combinación del conocimiento de los públicos con una estrategia de gestión y posicionamiento en el ámbito cultural. Investigar el uso de nuevas tecnologías y el trabajo colaborativo en entornos virtuales en la enseñanza y la investigación. Examinar el análisis de políticas públicas y el desarrollo económico local como áreas de interés y estudio. Evaluar la importancia de la cultura organizativa como herramienta de gestión interna y adaptación al cambio. El desarrollo de una cultura emprendedora en las universidades públicas es esencial para generar valor social y promover la mentalidad emprendedora en la sociedad. La combinación del conocimiento de los públicos con una estrategia de gestión y posicionamiento en el ámbito cultural es fundamental para el éxito de las iniciativas culturales en las universidades públicas. El uso de tecnologías y herramientas colaborativas en entornos virtuales puede mejorar la enseñanza y la investigación en el campo de la cultura emprendedora en las universidades públicas. Las políticas públicas y el desarrollo económico local tienen un impacto significativo en la promoción de la cultura emprendedora en las universidades públicas. La cultura organizativa en las universidades públicas desempeña un papel crucial en el fomento de una mentalidad emprendedora entre los estudiantes y el personal académico. Estas conclusiones son importantes tanto en el contexto académico como en el de políticas (Hernández-Sánchez et al., 2019; Quero Gervilla & Leal Jiménez, 2011), ya que resaltan la importancia de promover la cultura emprendedora en las universidades públicas y proporcionan recomendaciones para futuras investigaciones y acciones en este campo.

6. Referencias bibliográficas

Abidi, O., Nimer, K., Bani-Mustafa, A., & Toglaw, S. (2022). Relationship between faculty characteristics and their entrepreneurial orientation in higher education institutions in Kuwait. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), s13731-022.

Abuzyeada, Z. (2022). The Impact of Strategic Agility in Enhancing the Entrepreneurial Orientation at Palestinian Public Universities: An Analytical Field Study. *The Arab Journal For Quality Assurance in Higher Education*, 14.

Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). *Innovation and entrepreneurship: Schumpeterian perspectives*. Cambridge, MA: MIT Press.

Alam, M., Haroon, H. A., Yusof, M. F. B., & Islam, M. A. (2023). Framework for undergraduate entrepreneurship education in Australia: Preliminary exploration. *Social Sciences (Basel, Switzerland)*, 12(5), 285.

Alkaabi, K. (2022). Applying the innovative approach of employing a business simulation game and prototype developing platform in an online flipped classroom of an entrepreneurial summer course: A case study of UAEU. *Education Sciences*, 13(1), 13.

Allahar, H., & Sookram, R. (2019). Emergence of university-centred entrepreneurial ecosystems in the Caribbean. *Industry and Higher Education*, 33(4), 246–259.

Álvarez Flores, J. de J., Ruiz de la Peña, M. Ángel O., Marin Monroy, EA, & Cruz Chávez, PR (2019). Entrepreneurship workshops with Lean Startup MX at the Autonomous University of Baja California Sur: Impact of the methodology and proposals for improvement. *RIDE Ibero-American Magazine for Educational Research and Development*, 10 (19).

Bazan, C. (2022). Effect of the university's environment and support system on subjective social norms as precursor of the entrepreneurial intention of students. *SAGE Open*, 12(4), 215824402211291.

v Berra, S. (2020). *Fundamentos y Método de las Revisiones Sistemáticas*. Areté.

Bhandari, R. (2016). Entrepreneurship education: A review of the literature. *International Journal of Management Education*, 14(1), 1-10.

Bilokrynytska, S. (2022). SPACE-ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL UNIVERSITIES IN UKRAINE. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, 5–12.

Brekke, T. (2021). Challenges and opportunities of building an entrepreneurial discovery process through university–industry interaction: A Norwegian case study. *Industry and Higher Education*, 35(6), 667–678.

Chhabra, M., Hassan, R., Shah, M. A., & Sharma, R. (2023). A bibliometric review of research on entrepreneurial capacity for the period 1979 to 2022: Current status, development, and future research directions. *Cogent Business & Management*, 10(1).

Dada, A. E., Adegbuyi, O. A., Ogbari, M. E., Salau, O. P., Atolagbe, T. M., Onayemi, O. O., & Oladotun, A. O. (2023). Envisaging the Impact of Entrepreneurial Culture on Venture Creation among Undergraduate Students of Selected Universities in Nigeria. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 15(15), 11862.

Decker-Lange, C., Lange, K., Dhaliwal, S., & Walmsley, A. (2022). Exploring Entrepreneurship Education Effectiveness at British Universities – An Application of the World Café Method. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 113–136.

Dif, A., Bourane, S., & Benziane, A. (2019). The Role of the Startup Competition and Entrepreneurial Ecosystem in the Integration of Entrepreneurship Education Within the Algerian Universities. *Advances in Human Factors, Business Management and Society*, 140–149.

Doh, P. S., Jauhiainen, J. S., & Boohene, R. (2022). The synergistic role of academic entrepreneurship patterns in entrepreneurial university transformation: Analysis across three African sub-regions. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 14(5), 1227–1239.

Donaldson, C., Villagrasa, J., & Neck, H. (n.d.). The impact of an entrepreneurial ecosystem on student entrepreneurship financing: a signaling perspective. *Venture Capital*, 1–36.

Drucker, P., & Maciariello, J. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.

Enrique, S., Martínez-Gregorio, S., & Oliver, A. (2023). Subjective well-being in university students: Two psychosocial skills complementing entrepreneurial attitudes. *Industry and Higher Education*, 0(0).

Etzkowitz, H. (2022). Entrepreneurial university icon: Stanford and Silicon Valley as innovation and natural ecosystem. *Industry and Higher Education*, 36(4), 361–380.

Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 52(3), 377-387.

Fernandez-Nogueira, D., Arruti, A., Markuerkiaga, L., & Sáenz, N. (2018). The entrepreneurial university: A selection of good practices. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21.

- Ferrari De Carvalho Teixeira, M. C., Albina Da Silva Pereira, N., Mazzuchetti, R. N., & Lermen, F. H. (2022). Entrepreneurial view: Fostering entrepreneurship and innovation in universities by a web-based course. *Computer Applications in Engineering Education*, 30(5), 1338–1349.
- García-Martínez, J.C., Cruz-Delgado, D., Torres-Ramírez, E., & Gutiérrez-Antúnez, A. (2022). University scientific-based companies: configurations according to the gender of the entrepreneur. *RIDE Ibero-American Magazine for Educational Research and Development*, 13 (25).
- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the answer changing? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 12(4), 45-68.
- Gil, C.G. (2015). La dinámica emprendedora: un análisis desde la perspectiva institucional.
- Hernández-Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2019). Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos. E. Herruzo-Gómez (Ed.). Dykinson.
- Hjortshøj, N. M. (2023). New visions of the good life: Entrepreneurial pursuits of Chinese elite university students. *Journal of Current Chinese Affairs*, 52(1), 50–67.
- Hjortshøj, N. M. (2023). New Visions of the Good Life: Entrepreneurial Pursuits of Chinese Elite University Students. *Journal of Current Chinese Affairs*, 52(1), 50–67.
- Huezo-Ponce, L., Montes Merino, A., Rodríguez Gutiérrez, P., & Orozco-Gómez, M. (2023). Entrepreneurial University Ecosystems: Does it matter the countrys development in the Entrepreneurial Intention of a Public University. *International Journal of Education Economics and Development*, 1, 1.
- Ismail, I. J. (2022). My intentions, my choice! How does lecturers' competency influence entrepreneurial intention among undergraduate university students in Tanzania? *Cogent Education*, 9(1), 2151237.
- Jamil, F., & Mahmood, N. (2015). University Incubators: A Gateway to an Entrepreneurial Society. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 6.
- Jean-Jacques Degroof, & Bob Metcalfe. (2021). INTRODUCTION. In *From the Basement to the Dome: How MIT's Unique Culture Created a Thriving Entrepreneurial Community* (pp. xiii–xv).
- Kwong, C., Cheung, C., Bhattarai, C., & Fieldhouse, S. (2022). How entrepreneurial are social entrepreneurship education providers? The role of universities' entrepreneurial ecosystems in the provision of elective social entrepreneurship courses to business students. *Studies in Higher Education*, 47(5), 1046–1056.
- Lahikainen, K., Kolhinen, J., Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2019). Challenges to the development of an entrepreneurial university ecosystem: The case of a Finnish university campus. *Industry and Higher Education*, 33(2), 96–107.
- Lee, Y., Kreiser, P. M., Wrede, A. H., & Kogelen, S. (2018). University-Based Education and the Formation of Entrepreneurial Capabilities. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(4), 304–329.
- Link, A. N., & Sarala, R. M. (2019). Advancing conceptualisation of university entrepreneurial ecosystems: The role of knowledge-intensive entrepreneurial firms. *International Small Business Journal*, 37(3), 289–310.
- Llorente-Portillo, C., Gómez-Urquijo, L., & Santocildes, M. E. (2023). Universities under the magnifying glass of Global University Rankings: The performance of Entrepreneurship Education. *Challenges of the Knowledge Society*, 736–743.
- Luna Chávez, B.R. (2018). Construcción de significados sobre cultura en la publicidad institucional.
- Machali, I., Wibowo, A., Murfi, A., & Narmaditya, B. S. (2021). From teachers to students creativity? the mediating role of entrepreneurial education. *Cogent Education*, 8(1), 1943151.
- Mäkinen, E. I., & Esko, T. (2023). Nascent academic entrepreneurs and identity work at the boundaries of professional domains. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 24(3), 167–177.

- Mamani Quispe, D. J., Zamata Machaca, J. S., & Bautista Lopez, J. M. (2022). The significance of teaching entrepreneurship and the development of an entrepreneurial culture at the university. *New Trends in Qualitative Research*, 15, e756.
- Martínez Ortiz, F. X. ., Bajaña Zajia, J. X., Chávez Pirca, C. E., Guerrero Tipantuña, M. R., & Oña Sinchiguano, B. E. (2016). ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD CONTEMPORÁNEA. *Didáctica Y Educación* ISSN 2224-2643, 7(6), 249–262.
- Melo, F. L. N. B. de, Soares, A. M. J., Sampaio, L. M. B., & Lima-de-Oliveira, R. (2023). The impact of gamification on entrepreneurial intention in a Brazilian technical business school. *BAR - Brazilian Administration Review*, 20(1), 1–16.
- Messina, M., González, S., Mari, J., Castro, R., Rivas, A., Pena, J., & Rey, M. (2018). Manual didáctico emprendedurismo. *Manuales didácticos*.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group*. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of internal medicine*, 151(4), 264-269.
- Moraes, G. H. S. M. de, Fischer, B. B., Campos, M. L., & Schaeffer, P. R. (2020). University ecosystems and the commitment of faculty members to support entrepreneurial activity. *BAR - Brazilian Administration Review*, 17(2), e190013.
- Mwantimwa, K., Ilomo, M., Mwabungulu, E., Mbilinyi, D., Possi, M., & Matonya, M. (2022). Graduate' future intention to venture entrepreneurial activities: the foreseen personal, sectoral and macro barriers. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 12(1), 143–155.
- Myzrova, O., Goryacheva, T., Sysoeva, O. V., & Sysoev, V. (2023). The Effect of the Entrepreneurial Ecosystem of Universities on the Innovative Activity in Russian Regions. *Economies*, 11, 190.
- N. A. Rahim, Z. Tasir, A. Amrin, & Z. Mohamed. (2022). Entrepreneurial Leadership in Nonprofit Organization: A Case of Malaysian Public University.
- Navarro Del Toro, G.J. (2023). The importance of carrying out marketing strategies in the university entrepreneurship ecosystem. *RIDE Ibero-American Magazine for Educational Research and Development* , 13 (26).
- Neck, H. M., Brush, C. G., & Allen, J. (2014). Entrepreneurship education: A research perspective. *Journal of Small Business Management*, 52(3), 323-346.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). Entrepreneurship education: What do we know about what works? *Journal of Small Business Management*, 52(3), 397-417.
- Núñez-Canal, M., Sanz Ponce, R., Azqueta, A., & Montoro-Fernández, E. (2023). How effective is entrepreneurship education in schools? An empirical study of the new curriculum in Spain. *Education Sciences*, 13(7), 740.
- Ogunsiji, A. S., & Ladanu, W. K. (2017). A theoretical study of performance measures in the strategic and corporate entrepreneurship of firms. *International Journal of Life Sciences*, 1(1), 49–57.
- Olumuyiwa, O. A., Kimweli, K. M., & Modise, M. A. (2023). Comparative factors influencing entrepreneurial skills acquisition amongst students in rural universities of sub-Saharan Africa's developing nations. *Education Sciences*, 13(3), 229.
- Osano, H. (2021). Universities in entrepreneurial ecosystems and MSME revitalization. *Journal of the International Council for Small Business*, 2, 1–10.
- v Ovalles-Toledo, L. V., Moreno Freites, Z., Olivares Urbina, M. Á., & Silva Guerra, H. (2018). Entrepreneurship skills and capabilities: a bibliometric study. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234. Pérez-Macías, N., Gismera Tierno, L., & De Nicolas, V. L. (2023). Educational Innovation Boosting Students' Entrepreneurial Intentions. *SAGE Open*, 13(3).
- Quero Gervilla, M. J., & Leal Jiménez, A. (2011). *Manual de Marketing y comunicación cultural*.
- Qian, H., & Yao, X. (2017). The Role of Research Universities in U.S. College-Town Entrepreneurial Ecosystems.

- Rahman, A., Sahid, S., Nor, M., & Mansor, A. (2023). Entrepreneurial Mindset and Business Creation among Undergraduate Students in Malaysia Public University. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 13, 704–714.
- Rodríguez López, C, Vásquez Sánchez, E, Molina Fragozo, L and Pinto Aragón, H. (2020). Public universities of the Caribbean coast: Entrepreneurship potential and intellectual capital. *University of La Guajira*.
- Rojas Caicedo, G., Quintero, L., Pertuz Peralta, V., & Navarro Rodríguez, A. (2015). Strategies to promote entrepreneurship culture universities of Valledupar, Colombia. *Education and Social Development Magazine* , 10 (1), 38–57.
- Shah, S. I., Shahjehan, A., & Afsar, B. (2019). Determinants of Entrepreneurial University Culture Under Unfavorable Conditions: Findings from a Developing Country. *Higher Education Policy*, 32(2), 249–271.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shava, H., & Walter Sisulu University, South Africa. (2022). PREDICTING ENTREPRENEURIAL BARRIERS AND INTENTIONS: THE ROLE OF UNIVERSITY ENVIRONMENT, ENTREPRENEURIAL CULTURE AND PUBLIC INFRASTRUCTURE. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(1), 49–67.
- Shava, H., & Walter Sisulu University, South Africa. (2022). PREDICTING ENTREPRENEURIAL BARRIERS AND INTENTIONS: THE ROLE OF UNIVERSITY ENVIRONMENT, ENTREPRENEURIAL CULTURE AND PUBLIC INFRASTRUCTURE. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(1), 49–67.
- Sigüenza Orellana, S., Álava-Atiencie, N. G., Pinos-Ramón, L. D., & Peralta-Vallejo, X. K. (2022). Perception of university students regarding the entrepreneurial ecosystem and social entrepreneurial intention. *Retos*, 12(24), 248–266.
- Silva, J., Guimarães, L., Silva, S., & Baêta, A. (2021). Analysis of the entrepreneurial characteristics of three public universities in Minas Gerais – Brazil. *Revista Organizações Em Contexto*, 17, 59–93.
- Taxt, R. E., Robinson, D. K. R., Schoen, A., & Fløysand, A. (2022). The embedding of universities in innovation ecosystems: The case of marine research at the University of Bergen. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 76(1), 42–60.
- Thomas, E., & Pugh, R. (2020). From ‘entrepreneurial’ to ‘engaged’ universities: social innovation for regional development in the Global South. *Regional Studies*, 54(12), 1631–1643.
- Tóth-Pajor, Á., Bedó, Z., & Csapi, V. (2023). Digitalization in entrepreneurship education and its effect on entrepreneurial capacity building. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2210891.
- Trotte, L. A. C., Santos, J. L. G. dos, Sarat, C. F. N., Mesquita, M. G. da R., Stipp, M. A. C., Souza, P. de, Duarte, Q. G. de M., Gobato, B. de C., & Lima, C. F. da M. (2021). Entrepreneurial tendency of Nursing students: a comparison between graduating beginners and undergraduate students. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 29, e3402.
- Urbano, D., & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Region. *Economic Development Quarterly*, 27(1), 40–55.
- Urrútia, G., & Bonfill, X. (2013). The PRISMA declaration: a step forward in improving the publications of the Spanish Journal of Public Health. *Spanish Journal of Public Health* , 87 (2), 99-102.
- Yao, Y., Zhao, W., & Zhang, S. (2023). Effects of government innovation support on the innovation ability of universities: Evidence from the quasi-natural experiment of China’s innovation and entrepreneurship pilot demonstration policy. *Sustainability*, 15(1), 791.
- Yoshioka-Kobayashi, T. (2019). Institutional Factors for Academic Entrepreneurship in Publicly owned Universities in Japan: Transition from a Conservative Anti-industry University Collaboration Culture to a Leading Entrepreneurial University. *Science, Technology and Society*, 24(3), 423–445.