



MODELO ANTROPOLÓGICO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: A TRAVÉS DE UNA REVISIÓN DOCUMENTAL

Anthropological Model of University Entrepreneurship: Through a Documentary Review

EMILIANO CERVANTES, SANDRA HERNÁNDEZ

Universidad Autónoma de Querétaro, México

KEY WORDS

*Models
Items
Entrepreneurship
Entrepreneur
Education
Skills*

ABSTRACT

Entrepreneurship has been related to regional economic growth, so entrepreneurs are continuously being trained in universities. It is intended to discover what the key elements are and generate an entrepreneurship model. To do this, a search for documents was carried out in the databases of WOS, Scopus, SD, DOAJ, REDIB and ERIC and the conceptual cartography of Tobón et al. (2015). The results showed that entrepreneurship has three initial dimensions: intention, orientation and entrepreneurial behavior, which formed the basis of our proposed anthropological model of university entrepreneurship.

PALABRAS CLAVE

*Modelos
Elementos
Emprendimiento
Educación
Habilidades*

RESUMEN

Al emprendimiento se le ha relacionado con el crecimiento económico regional por lo que en las universidades se forman emprendedores continuamente. Se pretende descubrir cuáles son los elementos clave y generar un modelo de emprendimiento. Para ello, se realizó una búsqueda de documentos en las bases de datos de WOS, Scopus, SD, DOAJ, REDIB y ERIC, y se aplicó la cartografía conceptual de Tobón et al. (2015). Los resultados mostraron que el emprendimiento tiene tres dimensiones iniciales que son la intención, la orientación y el comportamiento emprendedor, los cuales formaron la base de nuestro modelo antropológico de emprendimiento universitario propuesto.

Recibido: 08/ 12 / 2020

Aceptado: 31/ 05 / 2021

1. Introducción

El emprendimiento tiene una relación directa con el crecimiento económico regional que a su vez está relacionado con el sistema económico global. El emprendimiento es considerado como una piedra angular que promueve una equitativa creación y distribución de la riqueza al generar nuevos negocios y empleos (Coulibaly et al., 2018; Mahfud et al., 2020). Civera *et al.* (2020) consideran que los emprendimientos empresariales iniciados en las universidades *spin-offs* favorecen la generación de nuevas empresas *start-ups* ya que estos emprendimientos se caracterizan por explotar nuevos procesos, productos o servicios a partir de conocimientos adquiridos en la propia Universidad. Es así como los estudiantes al egresar ya cuentan con habilidades teóricas y prácticas para el desarrollo de nuevos emprendimientos. Sin embargo, Civera considera que además de las prácticas académicas empresariales es necesario considerar la incubación de los proyectos con respaldo de la universidad llamadas Oficinas de transferencia de tecnología [*Technology Transfer Offices* (TTOs)].

Saldarriaga y Guzmán (2018) explican que en varias universidades han implementado metodologías o modelos para formar estudiantes emprendedores pero que no describen los tipos de competencias sino que son planes de negocios de gestación, desarrollo y consolidación. Como las autoras apuntan son modelos para que los estudiantes emprendan. Para iniciar alguna empresa es necesario elaborar un modelo de los elementos que constituyan a un emprendedor no solo para que emprenda, sino para que pueda desarrollar competencias que les serán útiles en su vida diaria.

Para este trabajo se seleccionaron las consideraciones en común mediante la estrategia documental de la cartografía conceptual, al buscar los elementos y modelos que serán necesarios para proyectos posteriores de mejora educativa en la formación de los alumnos universitarios emprendedores. Se muestra un avance paulatino de la identificación de los elementos y del diseño del modelo que servirá

para que los estudiantes descubran y desarrollen sus habilidades y competencias.

2. Objetivo y método

El objetivo de esta investigación documental es identificar las características de los elementos de emprendimiento para elaborar un modelo de emprendimiento dirigido a estudiantes universitarios. Se realizó una búsqueda documental para identificar elementos de emprendimiento presentes durante procesos de *spin-offs* y *start-ups*. Cada uno de los elementos serán descritos con el método de la cartografía conceptual de acuerdo con Sergio Tobón (2004; 2018).

2.1 Búsqueda de documentos pertinentes a la investigación

Se realizó una búsqueda sistemática de artículos de investigación y artículos de revisión en bases seis de datos científicas de acuerdo con diferentes consideraciones: En primer término se buscó en *Web of Science* (WOS) por tener 36 millones de registros; en *Science Direct* (SD) por ser la base que más artículos tiene con 16 millones; Scopus 24.500 títulos de publicaciones seriadas (revistas, conferencias, series de libros de investigación; Se buscó en DOAJ por ser un directorio de acceso abierto de revistas con más de 15,000 registradas; Se consultó en REDIB por contar con más de 1 millón de documentos de 37 países principalmente de Iberoamérica; Por último se hizo una búsqueda en ERIC, la principal base de datos especializada en ciencias de la educación. Con las bases de datos consultadas se cubre desde el ámbito internacional, desde el iberoamericano y de América Latina y el área educativa. La obtención de documentos se realizó a partir del 20 de mayo de 2020, para dos semanas después comenzar con el análisis. La revisión sistemática de la literatura especializada al respecto permitió identificar los elementos y modelos considerados por los científicos como relevantes para la evaluación y desarrollo de los procesos de emprendimiento. El método booleano de Leary y Walker (2018) para la búsqueda de publicaciones se delimita a analizar los textos que se hayan seleccionado para la revisión. Se logra obtener suficiente información

con las publicaciones de las cuatro bases de datos para después iniciar el proceso de inclusión y exclusión, en base a criterios propios de la investigación.

2.2 Definición de criterios de inclusión y exclusión de los documentos obtenidos.

La búsqueda en las bases de datos científicas se realizó usando un criterio booleano con los términos: *entrepreneurship* y *item*. En las bases de datos la búsqueda se limitó al filtro de resultados relevantes y se revisaron los resultados recientes de los dos últimos años para obtener un panorama del fenómeno en la actualidad. Los elementos notables que se buscaron en los textos para incluirlos giran entorno a elementos formativos y actitudinales sobre emprendimiento principalmente en jóvenes (ver figura 1).

Figura 1. Elementos necesarios para la inclusión de textos



Fuente: Elaboración propia

Después del proceso de selección y exclusión se obtuvieron los documentos finales para la revisión. Los cuales tenían que ser no mayores a dos años de antigüedad y cumplir con el marco referencial anterior. Hubo un porcentaje limitado a 10% de literatura adicional concerniente a revisiones de los conceptos de emprendimiento, así como metodologías de revisiones sistemáticas y conceptuales.

2.3 Análisis de los documentos con categorías analíticas

El análisis de documentos se hizo con una guía metodológica propuesta por Sergio Tobón (2018) quien considera siete ejes de análisis para la elaborar lo que él llama *cartografía conceptual*. La cartografía conceptual es una propuesta metodológica que se basa en mentefactos conceptuales y mapas mentales. Se define como una estrategia que permite construir, comunicar y aprender conceptos especializados de un tema en particular. Los ejes son: Noción, Caracterización, Categorización, Diferenciación, Clasificación, Subdivisión y Ejemplificación (Ortega-Carbajal et al., 2015; Tobón-Tobón, 2004; Tobón et al., 2018).

Para realizar la presente investigación se utilizaron seis ejes de la cartografía conceptual (Bermeo-Yaffar et al., 2016; Guzmán et al., 2020) que son: Noción, Categorización, Caracterización, Diferenciación, Vinculación y Ejemplificación. Los ejes clave de la cartografía son una estrategia que se utiliza para presentar preguntas guía relacionadas con los conceptos de la investigación cualitativa (ver tabla 1).

Tabla 1. Ejes de análisis de la cartografía

Eje de análisis	Pregunta central	Componentes
Noción	¿Cómo se relaciona el emprendimiento con la educación y en los ámbitos universitarios?	Aproximación al concepto Definición actual Elementos del concepto
Categorización	¿A qué categoría genérica pertenece el concepto Emprendimiento?	Clase inmediata y clase que sigue: definición y características
Caracterización	¿Cuáles son las características centrales del emprendimiento?	Características clave del concepto teniendo en cuenta la noción y categorización
Diferenciación	¿De qué otros conceptos similares se diferencia el concepto de emprendimiento?	Descripción y definición de los conceptos similares
Vinculación	¿Cómo se vincula el emprendimiento con teorías, procesos y referentes epistemológicos?	Descripción de teorías que brinden contribuciones para la comprensión, construcción y aplicación del concepto.
Ejemplificación	¿Cuál podría ser un ejemplo relevante del concepto de emprendimiento como modelo educativo?	Ejemplo concreto que ilustre la aplicación del concepto y aborde los pasos de la metodología

Fuente: Elaboración propia basada en Tobón (2004)

3. Resultados

Elaboración de la cartografía conceptual a través de los seis ejes de análisis que son noción, categorización, caracterización, diferenciación, vinculación, ejemplificación.

3.1 Noción

3.1.1 Origen del término

La palabra emprendimiento procede del latín *in prendere* que quiere decir ‘agarrar, coger, tomar, atrapar’ (Prego, 2019). El término se origina en el Siglo XV para personas atrevidas que corrían riesgos en la guerra. En el siglo XVI el término emprendedor se incluye en el idioma francés como *entrepreneur* y se usaba para describir a los viajeros o aventureros (Primo & Turizo, 2017). En el siglo XVIII Richard Cantillon acuñó la palabra emprendedor, y la relacionó con la persona que arriesga a comprar y vender a un precio incierto (Stevenson et al., 2012). De igual forma Adam Smith consideró al emprendedor

como *business management* para hacer referencia a las “fuerzas externas” (C. Herrera & Montoya, 2013).

Finalmente Jean-Baptiste Say consideró al emprendedor como el propietario que funda y maneja empresas, asume riesgos y genera empleo (Acebedo & Velasco, 2017). El emprendimiento ha sido considerado como un proceso de búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades para generar valor a través de innovadoras y arriesgadas decisiones. Por el lado psicológico se han estudiado los procesos cognitivos que involucran el contexto social, las motivaciones y la intención de emprendimiento (Chih-Hsing & Chiung-En, 2020; Hatthakijphong & Ting, 2019; Vahidnia et al., 2019)

3.1.2 Desarrollo en las universidades

Las universidades comenzaron a integrar programas de emprendimiento y a generar vínculos con empresas. La universidad empresarial se convirtió en un fenómeno mundial que promovió el emprendimiento en

estudiantes y facultades completas (Fischer et al., 2019) fue por la identificación del impacto positivo del emprendimiento en el crecimiento económico de los países (Coulibaly et al., 2018) y la confianza en la internalización de los mercados (Adomako et al., 2020). Las instituciones educativas comenzaron a relacionar con mayores vínculos la academia con las empresas y eventualmente incluyeron empresas académicas dentro de las mismas universidades a las que llamaron *Spin Offs*. Las cuales tienen la función de llevar emprendimientos a la acción mediante incubadoras a las que Civera denomina oficinas de transferencia de tecnologías (2020). Las incubadoras permiten llevar una idea a probarla como un concepto, de medir la producción y ventas de una mercancía (Bogatyreva et al., 2019). Las universidades confían en que este ejercicio de simulación nutra el aprendizaje y adquisición de habilidades emprendedoras en los estudiantes (Gieure et al., 2020), así como preparar a los estudiantes para la incertidumbre de comenzar una nueva empresa (Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019).

Por otro lado, Freire (2016) asegura que la actividad de emprender depende de cualidades innatas como creatividad y resiliencia al fracaso, las cuales no pueden ser enseñadas en entornos educativos universitarios. Cui, Sun y Bell (2019) consideran que existe una mentalidad de emprendimiento que no es innata. Si se desarrolla durante la interacción en el entorno social y educativo. Pero la actividad extracurricular tiene un mayor efecto sobre la inspiración y los cuatro componentes de la mentalidad empresarial que la educación curricular. En el ámbito educativo Freire (2016) descubrió que la tendencia de los universitarios egresados desde el 2011 en España tienden cada vez más a crear su propio negocio que a trabajar como empleados debido a causas económicas, estructurales y cambio de tendencias.

Las universidades pueden fomentar el desarrollo de cualidades innatas, pero actualmente el profesorado necesita conocimiento y capacitación para poder ser sensible en guiar al estudiante a descubrir sus propias cualidades innatas (Freire, 2016). Mahfud *et al.* (2020) dicen que en la universidad

puede generarse creatividad y capital social que promueva intenciones de emprendimiento. La educación para el emprendimiento en las universidades puede mejorar las intenciones y el comportamiento emprendedor, pero es importante que los programas consideren las diferencias de personalidad, especialmente con respecto a la rasgos de competitividad y personalidad proactiva (Neneh, 2019a).

3.2 Categorización

El emprendedor tiene la intención de iniciar una empresa que le permita autoemplearse y lograr convertir una idea inicial en un negocio lucrativo porque la finalidad es cumplir expectativas de éxito empresarial. La intención de emprender (IE) está basada en la confianza de las habilidades propias como la autoeficacia. La categoría inmediata del emprendimiento es la intención de emprender porque es el primer paso para poner en acción una idea. La IE es la búsqueda de un bienestar posiblemente arriesgando algo seguro, por lo que el individuo tuvo que hacer evaluaciones individuales de factores internos y externos (Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019). La IE dependerá de una toma de decisiones que se encuentran en contacto con el capital psicológico y el capital social del individuo (Mahfud et al., 2020).

Estudios previos han analizado la intención de emprendimiento en estudiantes universitarios afectada por variables internas y externas (Hatthakijphong & Ting, 2019), por ejemplo, estudiantes universitarios que tienen padres con negocio propio tienen mayores intenciones para emprender hasta en un 4% (Wang et al., 2016). Los factores externos están relacionados con la situación social del individuo permeado de historias de emprendedores exitosos y la situación económica de las ventajas de ser emprendedor (Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019; Sultana et al., 2019). La interpretación de la información externa, la situación laboral y la comparación con familiares o amistades cercanas intensificarán o disminuirán la IE. Por ejemplo, cuando la influencia externa es percibida con expectativas positivas relacionadas con un comportamiento determinado de algún emprendedor, generalmente se buscará adoptar

un comportamiento similar (Pérez-López et al., 2019).

Para Cui, Sun y Bell (2019) la intención de emprender está formada por componentes internos que son habilidades o capacidades

cognitivas. Están constituidos como una mentalidad empresarial los cuales son: alerta ante las oportunidades, propensión al riesgo, tolerancia a la ambigüedad y optimismo disposicional (ver tabla 2).

Tabla 2 Componentes de la mentalidad emprendedora

Componentes	Descripción
Alerta ante las oportunidades	- Conocimiento, reconocimiento de patrones y procesamiento de información.
Propensión al riesgo	- Llevar una idea a la acción. Depende del contexto social, económico y educativo.
Tolerancia a la ambigüedad:	- Percibe los escenarios adversos como desafíos y no como decepciones.
Optimismo disposicional:	- Móvil motivacional para llevar a efecto un emprendimiento. - El optimismo puede medirse y mejorarse en ambientes educativos.

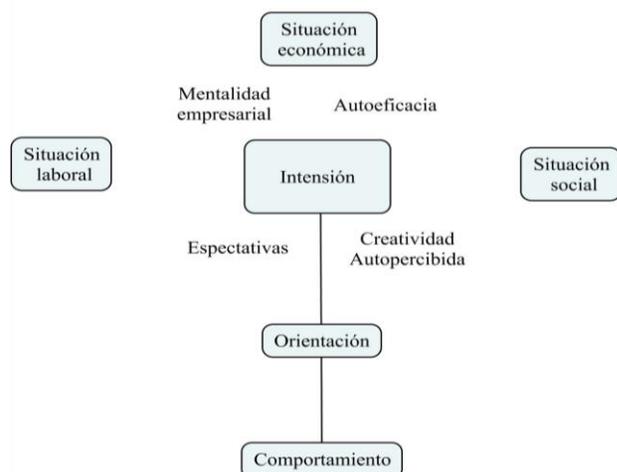
Elaboración propia en base a Cui, Sun y Bell (2019)

Los cuatro componentes de la mentalidad emprendedora se encuentran conectados, los tres primeros conforman una mentalidad arriesgada, sin miedo al fracaso y resistencia a lo adverso. El cuarto componente se describe como la mentalidad positiva que motiva al individuo a pensar en que todo es un aprendizaje que le permitirá obtener éxito en su emprendimiento. Otro hallazgo similar define la mentalidad empresarial como un capital psicológico que incluye: esperanza, capacidad de recuperación y autoeficacia (Mahfud et al., 2020).

La intención para emprender (ver figura 2) surge como resultado de factores internos cuya función es brindar seguridad propia basada en aprendizajes y experiencias adquiridas procesadas por lo cognitivo. De igual forma hay factores externos que se conjugan en la formación de la intención para emprender, estos son situacionales a cada persona en su contexto cultural, y socio económico. Una vez que la persona adquiere confianza en los factores internos y externos surge la intención a emprender. Una vez formada la intención para emprender, entonces él buscará un objetivo para dirigir su emprendimiento, proceso que se conceptualiza como orientación emprendedora y finalmente tendrá una actitud y comportamiento emprendedor.

Existen numerosas publicaciones sobre emprendimiento que consideran la mentalidad y sus atributos necesarios para lograr el éxito como una finalidad. El estudio de Hsu et al., (2019) considera el costo social y psicológico que han experimentado emprendedores al tener un negocio próspero. Los autores revisan la insatisfacción del emprendedor que ha logrado el éxito tan esperado. Determinaron que, pese al éxito obtenido, el surgimiento del arrepentimiento por el emprendimiento es frecuente ya que los emprendedores adquieren múltiples obligaciones que les limitan su vida social y familiar que no eran visualizadas antes de emprender.

Figura 2. Factores internos y externos hacia la intención de emprender



Elaboración propia de acuerdo con (Al-Hariri & Al-Hattami, 2017; Cui et al., 2019; Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019; Mahfud et al., 2020).

3.3. Caracterización

La literatura científica encontrada distingue tres elementos *ítems* centrales entorno al emprendimiento que son la intención de emprendimiento IE, la orientación de emprendimiento OE, y el comportamiento de emprendedor CE. Las variables relevantes relacionadas con cada uno de los ítems dependen de las interpretaciones de los autores encontrados, también algunos consideran como elemento central al OE o al CE. A continuación, se presenta la caracterización de cada ítem para llegar a la diferenciación.

En la intención de emprendimiento existen controversias que identifican a la intención como el primer factor que interviene en el proceso final de emprender un negocio. Bogatyreva *et al.* (2019), consideran que la intención no es el factor importante a evaluar, ya que no todas las personas que tienen la intención lo llevan a cabo en *start-ups*. Para ellos el análisis se debe centrar durante el vínculo intención-comportamiento, porque la intención no toma acción ya que es impedida por una variedad de factores a nivel individual y situacional permeados por el contexto cultural. Beynon *et al.*, (2018) centraron su estudio en las autopercepciones acerca del emprendimiento (SPaE) y la intención a emprender es un factor que comparte lugar con

otros tres: oportunidades percibidas, capacidades percibidas y miedo al fracaso.

En el caso de elementos interpersonales de OE son el desempeño, confianza, compromiso, innovación, proactividad y toma de riesgos (Covin et al., 2020) Así mismo estos autores prueban que el nivel de los elementos en equipo de la OE como confianza, comportamientos innovadores o proactivos y de toma de riesgos están relacionados con el nivel de compromiso con la empresa y los lazos de confianza entre los empleados y los supervisores y dependen de la configuración de cada uno de los equipos.

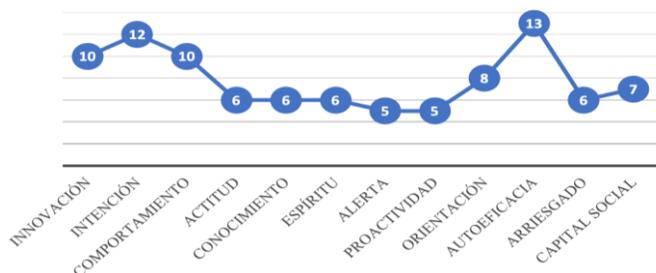
Los elementos que se han considerado para el CE son el deseo de lograr un beneficio económico y materializar aspiraciones. El CE es algo planeado con anterioridad prueba de ello es que la conformación de una empresa fue un proceso planificado que requirió además de capital social (Sultana et al., 2019). Para Neneh (2019a) el CE va a depender de dos factores de la personalidad que se encuentran en la alerta emprendedora, la cual considera como una categoría unida al CE y a la IE. En esta categoría el autor propone que la competitividad y la personalidad proactiva juegan un papel fundamental que conforman las IE. Postula que la fuerza de la intención de actuar está basada en la oportunidad percibida que depende de la constitución de la personalidad.

3.4 Diferenciación

3.4.1 Análisis de términos en los artículos completos

Se tomó una muestra de 44 autores para determinar los elementos considerados para el emprendimiento en las bases de datos (ver tabla 3). Cada autor menciona uno o varios elementos que señalan como relevantes, los datos fueron obtenidos directamente del contenido de sus artículos utilizando Mendeley y Excel. Los elementos están relacionados de tal forma que al mencionar uno necesariamente se hace referencia a otro. Se identificaron los elementos primarios y secundarios de cada publicación revisada, se contabilizaron para obtener un número total de referencias que sirvieron para identificar los elementos de mayor pertinencia para poder clasificarlos en dimensiones conceptuales sintéticas (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Elementos que promueven el emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Las dimensiones conceptuales sintéticas serán las clasificaciones mayores donde se ubicarán todos los elementos de emprendimiento encontrados. A estas dimensiones se les llamará rasgos de emprendimiento y en ellos se encontrarán los elementos que están constantemente en interacción, ya que pasan de un rasgo a otro. Esto con el objetivo de proponer un modelo de emprendimiento universitario, a continuación, se describen los rasgos o dimensiones con sus elementos.

Tabla 3. Relación de los 44 autores analizados para el primer conteo con los elementos considerados

Referencias	Conceptos	Referencias	Conceptos
1. (Syed et al., 2020)	Curiosidad, innovación	23. (Staniewski & Awruk, 2019)	Éxito empresarial y motivación, flexibilidad, coraje, fe en el éxito, dominación, preferencia por tareas difíciles, independencia
2. (Gieure et al., 2020)	Intención	24. (Cui et al., 2019)	Mentalidad y educación emprendedora
3. (Meoli et al., 2019)	Intención, comportamiento	25. (Boone et al., 2019)	Pasión emprendedora en equipo
4. (Pollack et al., 2019)	Eficiencia personal, Persistencia, autoeficacia	26. (Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019)	Espíritu, Intención, autoeficacia emprendedora
5. (Mahfud et al., 2020)	Actitud, intenciones	27. (Y.-Y. Chang & Chen, 2020)	Creatividad emprendedora, Reconocimiento de oportunidades,
6. (Zeb & Ihsan, 2020)	Innovación, desempeño	28. (Hsu, Shinnar, et al., 2019)	Desempeño
7. (Adomako et al., 2020)	La pasión	29. (Ju et al., 2019)	Las redes guanxi, desempeño
8. (Berry & Sanchez, 2019)	Lider de negocios, Inventor-innovador, Habilidades de negocios	30. (Santoro et al., 2018)	Capacidad de recuperación, percepción de éxito, red de partes interesadas
9. (Hatthakijphong & Ting, 2019)	Persistencia, creatividad, innovación	31. (Murnieks et al., 2020)	Pasión, identidad emprendedora
10. (Leung et al., 2020)	Falta de atención, hiperactividad, hipomanía, narcisismo	32. (Sadiku-Dushi et al., 2019)	Innovación y acción. marketing empresarial,
11. (Chih-Hsing & Chiung-En, 2020)	Proactividad, orientación efectiva, gestión de riesgos	33. (Alshanty & Emeagwali, 2019)	Alerta de mercado, orientación e innovación

12. (Laffineur et al., 2020)	Conocimiento gerencial, realización personal	34. (Beynon et al., 2018)	Oportunidades y capacidades percibidas, intención
13. (Dheer & Lenartowicz, 2019)	Flexibilidad cognitiva, espíritu empresarial, toma de riesgos, autoeficacia	35. (Frenzel, 2020)	Orientación emprendedora,
14. (Covin et al., 2020)	Orientación emprendedora, toma de riesgos, proactividad e innovación	36. (Vahidnia et al., 2019)	Guión de disposición, guión de habilidades y éxito de la empresa
15. (Amaya Rivas et al., 2020)	Orientación empresarial y de la alianza, desarrollo de nuevos productos	37. (Sultana et al., 2019)	Capital social, autoeficacia, comportamiento y
16. (Neneh, 2019b)	Arrepentimiento anticipado, personalidad proactiva	38. (Yulita et al., 2020)	Apoyo social familia-gobierno
17. (Harms et al., 2019)	Rasgos extravertidos, intención y espíritu emprendedor	39. (Bogatyreva et al., 2019)	Intención, Acción empresarial
18. (Asante & Affum-Osei, 2019)	Locus de control, reconocimiento de oportunidades, intención	40. (D'Angelo & Presutti, 2019)	Orientaciones Emprendedora, Orientación de Aprendizaje
19. (Sarabi et al., 2020)	Responsabilidad estratégica, liderazgo empresarial	41. (Deligianni et al., 2019)	Competencia tecnológica y empresarial
20. (Doanh & Bernat, 2019)	Autoeficacia, intención, actitud y control emprendedor	42. (Fuller et al., 2018)	Proactividad, anticipación, autoeficacia, creatividad
21. (S.-H. Chang et al., 2019)	Pensamiento positivo Autoeficacia e intención	43. (Pérez-López et al., 2019)	Autoeficacia, expectativas de resultados e intención
22. (Neneh, 2019a)	Estado de alerta, intenciones, personalidad proactiva	44. (Hernández-Carrión et al., 2019)	Relaciones de confianza, reciprocidad y valores compartidos

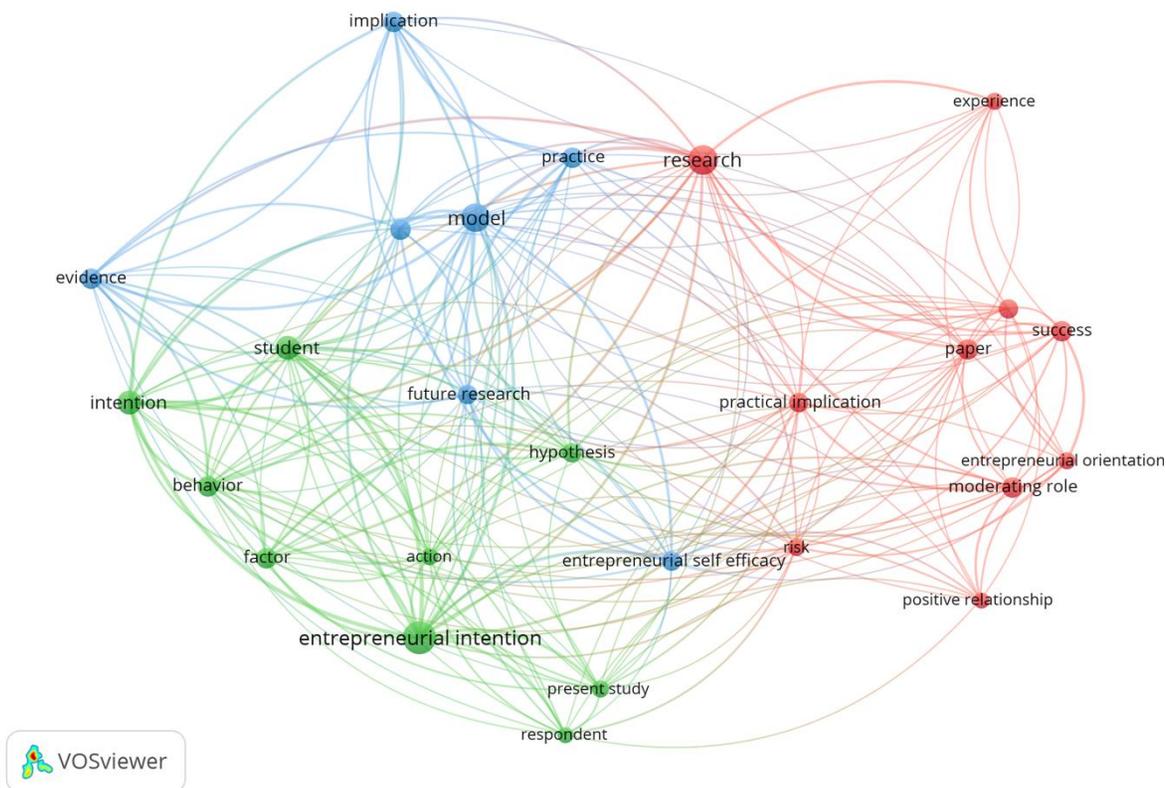
Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los autores citados

3.4.2 Análisis de palabras conjuntas

Se realizó un segundo análisis basado en la búsqueda de palabras conjuntas para identificar la co-ocurrencia de palabras clave más frecuentes, en los títulos y resúmenes de estos 44 autores para identificar dimensiones y elementos de emprendimiento. Se elaboró un mapa basado en datos de texto, con la fuente en formato RIS que se utiliza en el manejo de

archivos de referencia, con un método de conteo binario y con 5 como el mínimo de ocurrencias de un término. El resultado fue la obtención de 44 términos que cumplieron con los criterios y una reducción más a 22 que representan el 60% de los más relevantes de un total de 1335 (ver figura 3). Se obtuvieron 26 elementos en 3 clúster, 219 vínculos con una fuerza de vinculación de total 469 (ver tabla 4).

Figura 3. Red de vínculos co-ocurrencia de los términos clave en 44 autores



Fuente: Elaboración propia con ayuda del *software* VOSviewer

Tabla 4. Los términos más relevantes con filtrado de 5 ocurrencias de 44 autores

Término	Ocurrencia	Vínculos	Fuerza del vínculo	Frecuencia
Intención emprendedora	19	20	79	0.3545
Investigación	16	21	60	0.3483
Modelo	15	22	73	0.1769
Intención	11	19	60	0.5249
Estudiante	11	20	53	0.38
Orientación emprendedora	6	10	18	3.85

Fuente: Elaboración propia

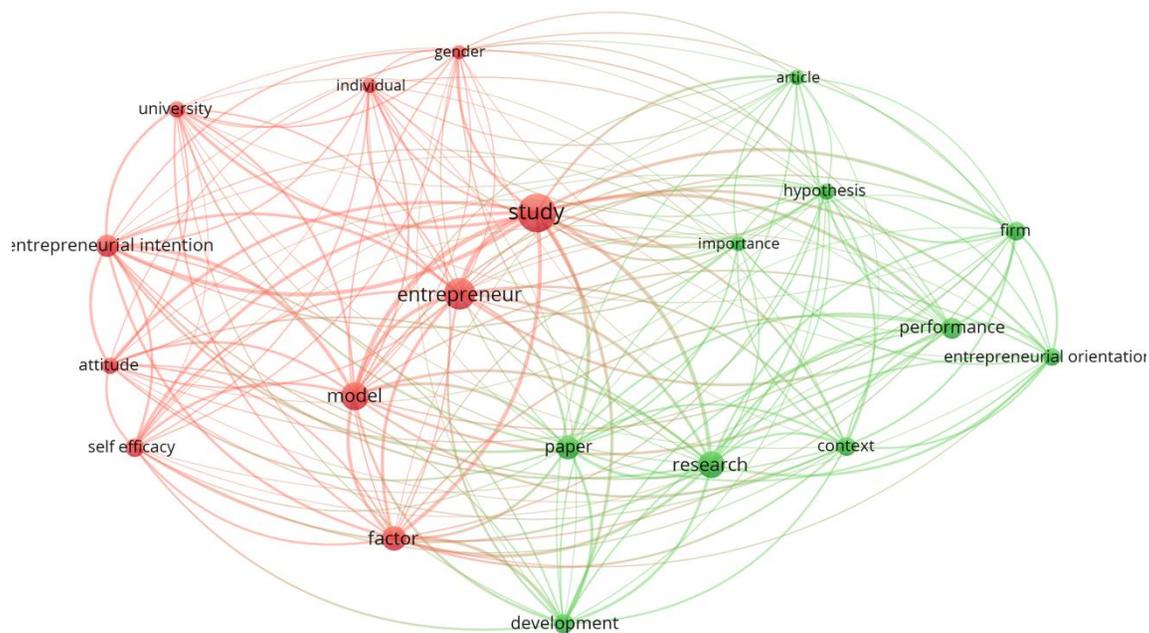
Se realizó un segundo análisis basado en la búsqueda de palabras conjuntas para identificar la co-ocurrencia de palabras clave más frecuentes, en los títulos y resúmenes de estos 97

autores para identificar dimensiones y elementos de emprendimiento. Se elaboró un mapa basado en datos de texto, con la fuente en formato RIS que se utiliza en el manejo de

archivos de referencia, con un método de conteo binario y con 10 como el mínimo de ocurrencias de un término. El resultado fue la obtención de 34 términos que cumplieron con los criterios y una reducción más a 20 que representan el 60%

de los más relevantes de un total de 2461 (ver figura 5). Se obtuvieron 20 elementos en 2 clúster, 178 vínculos con una fuerza de vinculación total de 969 (ver tabla 5)

Figura 4. Red de vínculos de co-ocurrencia de los términos clave en 97 autores



Fuente: Elaboración propia con ayuda del *software* VOSviewer

Tabla 5. Los términos más relevantes con filtrado de 10 ocurrencias de 97

Término	Ocurrencia	Vínculos	Fuerza del vínculo	Frecuencia
Estudio	66	19	261	0.563
Emprendedor	44	19	152	0.5259
Modelo	36	19	164	0.3747
Investigación	32	19	138	0.2945
Factor	28	19	131	0.2649
Intención emprendedora	24	17	121	1.4375
Orientación emprendedora	15	15	62	2.9349

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Dimensiones principales resultado de ambos análisis

a) Intención de emprendimiento (IE)

Está ligado a la psicología social para la predicción empresarial (Gieure et al., 2020). Es la evaluación de las alternativas disponibles (Meoli et al., 2019). Es fundamental para generar actitudes orientadas al emprendimiento (Mahfud et al., 2020). Depende de la flexibilidad cognitiva y de la actitud hacia la toma de riesgos y la autoeficacia (Dheer & Lenartowicz, 2019). Es un rasgo de personas altamente sensibles que pueden atender sus propias necesidades, habilidades, y convertir sus debilidades en fortalezas (Harms et al., 2019). Media las relaciones positivas y negativas del locus de control interno y externo en el reconocimiento de oportunidades (Asante & Affum-Osei, 2019) tiene una relación con la autoeficacia, la actitud y el comportamiento (Doanh & Bernat, 2019). Es promovida por la autoeficacia a diferencia del pensamiento positivo (S.-H. Chang et al., 2019). Es moderada positivamente por la personalidad proactiva (Neneh, 2019b). Se predice por la autoeficacia empresarial (Hsu, Burmeister-Lamp, et al., 2019). La capacidad de recuperación percibida se asocia positivamente con su percepción de éxito (Santoro et al., 2018). Es fomentada por la personalidad proactiva y la competitividad de los rasgos (Fuller et al., 2018).

Un elemento que promueve la intención directa hacia la orientación es la innovación la cual para Syed y Craig (2020) es el resultado de la cantidad de curiosidad. Aumenta si se promueve la toma de riesgos y la necesidad de logros (Zeb & Ihsan, 2020). En la ciencia es la invención (Berry & Sanchez, 2019). Las nuevas generaciones tendrán que mejorarla (Hatthakijphong & Ting, 2019). Esta influye en la proactividad (Chih-Hsing & Chiung-En, 2020). Es necesaria para romper con la tradición y acciones conservadoras (Sadiku-Dushi et al., 2019).

b) Orientación emprendedora (OE)

Relación directa con identidad, proactividad y conocimiento. Puede formar actitudes de proactividad, innovación y

compromiso (Covin et al., 2020). Tiene relación con la orientación de la alianza en el desarrollo de nuevos productos (Amaya Rivas et al., 2020). Está moderada positivamente por el arrepentimiento anticipado y la personalidad proactiva (Neneh, 2019a). Se relaciona con el éxito empresarial y la motivación para el logro (Staniewski & Awruk, 2019). Modera el vínculo entre la creación de conocimiento y la innovación empresarial (Alshanty & Emeagwali, 2019). La pasión emprendedora es alimentada por la identidad empresarial (Murnieks et al., 2020). Asociación positiva con el rasgo de inteligencia emocional (Frenzel, 2020). El conocimiento es necesario para competir tecnológicamente (Deligianni et al., 2019) y genera una activación conductual (Leung et al., 2020). La resiliencia como capacidad del individuo para hacer frente, adaptarse y recuperarse de experiencias adversas (Yulita et al., 2020). Es un elemento clave junto con la orientación de aprendizaje para mejorar el crecimiento internacional (D'Angelo & Presutti, 2019).

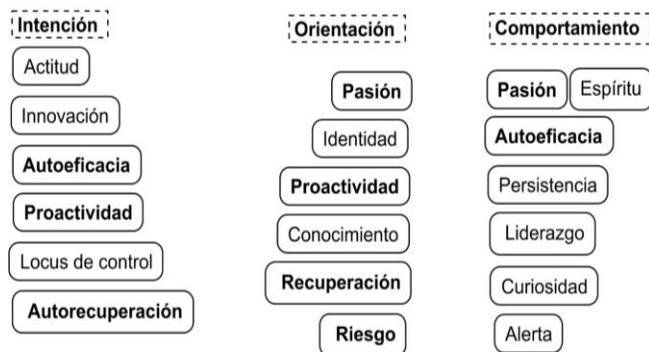
c) Comportamiento emprendedor (CE)

Es un elemento que se basa en la autoeficacia y la persistencia los cuales cambian con el tiempo (Pollack et al., 2019). Permite la pasión de emprendimiento (Adomako et al., 2020). Es afectado por factores cognitivos a nivel individual tales como creencias de esfuerzo-desempeño (Dheer & Lenartowicz, 2019). Un elemento es el liderazgo empresarial que afectan el desempeño. El estado de alerta es un componente vital en el espíritu empresarial y el reconocimiento de oportunidades (Neneh, 2019a). La educación empresarial tiene un impacto en la mentalidad de emprendimiento (Cui et al., 2019). La pasión emprendedora afecta el rendimiento empresarial (Boone et al., 2019).

Con los estudios de emprendimiento encontrados se consideraron tres rasgos principales que son la intención, la orientación y el comportamiento emprendedor. Para distinguir los niveles de importancia de los elementos, diversos autores procesan los conceptos por medio de modelos de emprendimiento. Se encontró en la literatura que cada uno de ellos

tiene elementos que han sido señalados como fundamentales ya que aumentan o disminuyen el nivel del rasgo de emprendimiento. Con estos datos se generó la estructura del modelo que se propondrá gracias a esta revisión (ver figura 3).

Figura 3. Dimensiones y elementos del modelo de emprendimiento universitario



Fuente: Elaboración propia

3.5 Vinculación

La intención de emprendimiento se vincula con teorías del Comportamiento Planificado y a su vez con el Modelo de Evento Empresarial (Mahfud et al., 2020). El comportamiento planificado tiene tres intenciones conductuales: Actitudes, control y normas subjetivas. El modelo de evento empresarial predice la intención empresarial a través de: La deseabilidad percibida, la factibilidad percibida y la propensión a actuar. Cuanto mayor es la intención de realizar un acto, mayor es la probabilidad de que se realice. Las intenciones del emprendimiento se vinculan con la orientación y con el comportamiento de emprendimiento de tal forma que las personas al desarrollar comportamientos emprendedores basados en la orientación emprendedora pueden manifestar un rendimiento mejorado (Covin et al., 2020). Se encontraron vínculos interesantes que a continuación se presentan:

1. La intención emprendedora se relaciona con la teoría de la autodeterminación ya que las necesidades de realización personal pueden percibir la incertidumbre del emprendimiento como una oportunidad de satisfacer la necesidad de la realización personal (Hsu, Burmeister-Lamp,

et al., 2019). Así como la inspiración de emprendimiento que tiene vinculación con el desarrollo afectivo relacionado con los sentimientos, las emociones y los estados de ánimo (Cui et al., 2019).

2. La investigación de Chang y Chen (2020) que relacionan la teoría de la efectividad empresarial y la teoría de la dependencia de los recursos, al probar que la disponibilidad de recursos materiales es un factor que fortalece el efecto de la creatividad y el reconocimiento de oportunidades, lo que facilita nuevos resultados de emprendimiento, porque fortalece positivamente la felicidad empresarial y la mejora de la capacidad.

3. La teoría de la carrera cognitiva social se ha vinculado con los procesos de emprendimiento. Pérez-López y González-López (2019) analizaron empíricamente las relaciones entre las variables cognitivas centrales de esta teoría que son: La autoeficacia, expectativas de resultados e intención. Estas variables fueron medidas en los comportamientos adaptativos de decisión para un carrera emprendedora.

4. La teoría de la autodeterminación fue utilizada por Yulita et al. (2020), con la perspectiva del apoyo social y el efecto positivo de interacción con tres aspectos: Resiliencia, apoyo gubernamental y apoyo familiar. Para medir el aumento del nivel de interés empresarial y preparación de las madres solteras en emprendimientos.

5. La teoría del emprendimiento y la perspectiva del capital social Sultana et al. (2019) aplican en trabajadores independiente de tecnologías de la información. Se interesan por brindar una comprensión más cercana a la autoeficacia del trabajador en relación con el capital social obtenido a través de las interacciones en las redes sociales. Hernández-Carrión, distingue tres dimensiones de capital social en los ambientes digitales Network: estructural (lazos y configuraciones de relaciones), relacionales (confianza, reciprocidad y normas) y cognitivos (valores compartidos) (Hernández-Carrión et al., 2019).

3.6 Ejemplificación

En el modelo CSM, autogestión de carrera profesional de Pérez-López (2019) las variables socio cognitivas centrales son la autoeficacia y las expectativas de resultados que definen la toma de decisiones con respecto a una carrera empresarial. La autoeficacia las considera en referencia a Lent & Brown (2013), como creencias sobre habilidades auto percibidas para realizar alguna actividad profesional y así surge la orientación hacia la decisión de emprender una carrera empresarial. En su modelo las expectativas las mide en relación con el desempeño de estas acciones profesionales adaptativas. Este modelo sugiere que las decisiones de emprender dependerán de la confianza en realizar actividades profesionales de emprendimiento y de conocimientos adquiridos previamente que demuestran tener capacidades que se adaptan a los cambios. (Ver tabla 4).

En el modelo SPaE, auto percepciones sobre emprendimiento de Beynon *et al.*, (2018) las variables constitutivas son: Percepciones de *start-up*, se refiere a detectar la oportunidad de comenzar un nuevo emprendimiento. Percepciones de Capacidad, es la auto confianza en conocimiento y habilidades para iniciar una nueva empresa. Miedo al fracaso, es una variable que puede evitar un fracaso de un emprendimiento prematuro. Intensión de emprendimiento, personas que intentarán iniciar

un nuevo emprendimiento en los próximos 3 años.

El modelo GEM, Monitor de Emprendimiento Global, es un modelo de medición estadístico con instrumentos de almacenamiento de datos que forman indicadores de emprendimiento de 50 economías a nivel mundial. Sus principales variables son: El estado de la mentalidad emprendedora, las motivaciones, las actividades, la ambición, el impacto de emprendimiento. Es utilizada por emprendedores para percibir algún nuevo emprendimiento y por investigadores para medir algunas variables (GEM, 2019). Beynon *et al.*, (2018) por ejemplo, analiza algunos indicadores de GEM con un conjunto determinado de elementos del modelo SPaE y usa técnicas estadísticas de *fsQCA* basado en el *software kirq*.

Modelo de comportamiento emprendedor de Gieure *et al.*, (2020) considera el comportamiento emprendedor como un resultado de intenciones emprendedoras. Obtuvo 300 encuestas validadas en 74 universidades de 34 países, las variables a analizar fueron: Actitudes personales, habilidades y capacidades empresariales, normas subjetivas, intenciones empresariales y el comportamiento emprendedor. Con el *software R* comprobó un vínculo directo entre las normas subjetivas y el comportamiento empresarial. Esto quiere decir que las normas subjetivas ejercen un efecto directo sobre las intenciones de emprender.

Tabla 4. Modelos que ejemplifican el abordaje hacia el emprendimiento

Modelos	Elementos	Referencias
CSM (<i>career self-management</i>)	Autoeficacia, expectativas, intención, comportamientos adaptativos	(Pérez-López et al., 2019)
SPaE (<i>self-perceptions about entrepreneurship</i>)	Autopercepción de oportunidades y capacidades, miedo al fracaso e intención a emprender	(Beynon et al., 2018)
GEM (Global Entrepreneurship Monitor)	Actividad emprendedora, Actitudes y percepciones en varios países. Clima y auto percepciones emprendedoras	(Beynon et al., 2018; Bogatyreva et al., 2019; Civera et al., 2020; Coulibaly et al., 2018; Neneh, 2019a, 2019b)
Model of entrepreneurial behavior and hypotheses	Gestión empresarial: planificación, toma de decisiones, toma de riesgos y la persistencia.	(Gieure et al., 2020)

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los autores citados en la tabla

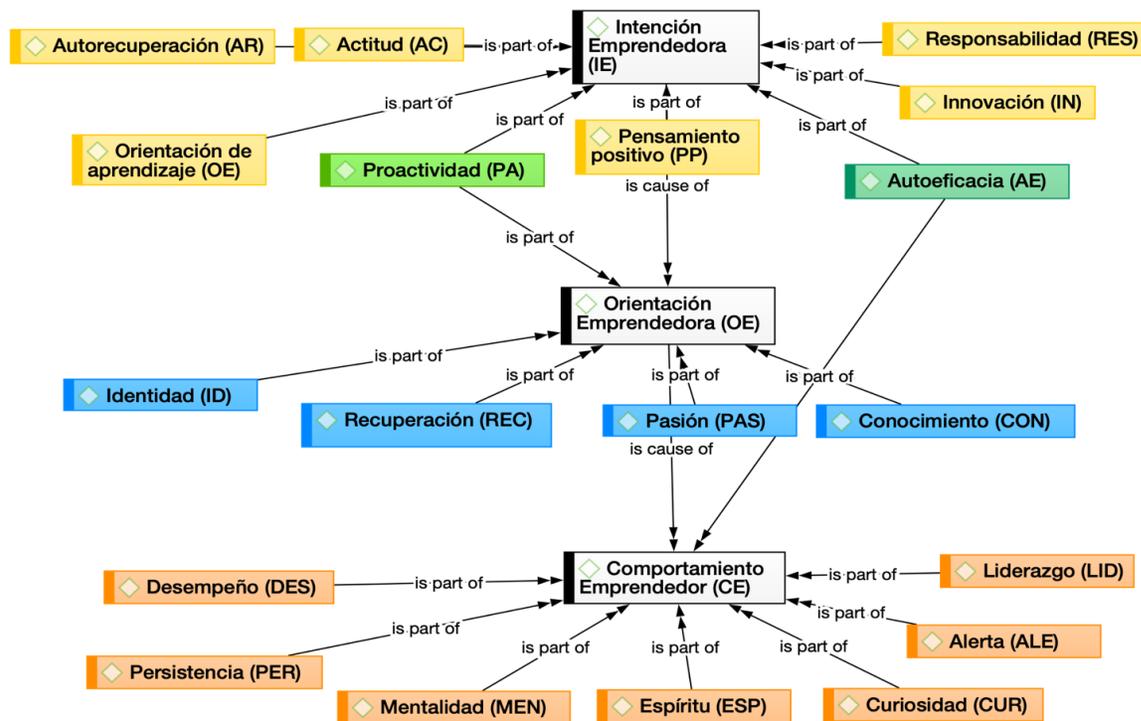
3.6.1 Ejemplificación: propuesta de modelo

A lo largo de la revisión documental sistemática se encontraron las consideraciones de diversos autores que se dirigen hacia rasgos comunes de emprendimiento, que fueron ubicados en tres dimensiones: Intención emprendedora (IE), Orientación emprendedora (OE) y Comportamiento Emprendedor (CE). Estos tres rasgos y sus elementos construidos a partir de la cartografía serán un modelo de emprendimiento para formar las competencias emprendedoras en jóvenes universitarios. IE tiene ocho elementos: actitud, innovación, autoeficacia, proactividad, responsabilidad, auto recuperación, pensamiento positivo y orientación de aprendizaje; OE tiene los cuatro elementos: pasión, identidad, proactividad, conocimiento, recuperación; CE los elementos de pasión-espíritu, autoeficacia,

persistencia, mentalidad, desempeño, liderazgo, alerta y curiosidad.

Los elementos forman parte de cada dimensión y componen su estructura final, estos fueron vinculados de acuerdo con la literatura revisada. Los elementos son cualidades que serán identificadas en los estudiantes y tendrán una relación integral con su dimensión y ésta a su vez con las otras dos (ver figura 4). Las dimensiones están consideradas para que contengan las características de habilidades vinculadas a cada una. Se considera que las dimensiones son etapas de desarrollo de los emprendedores, por tanto, la dimensión inicial IE es la primera característica que se reúne para dirigir el emprendimiento hacia la OE cumpliendo porcentajes significativos de sus elementos y para finalizar con el CE y el desarrollo de sus elementos.

Figura 4. La vinculación de los elementos del modelo



Fuente: Elaboración propia

Proactividad y autoeficacia fueron ubicados por los diferentes autores como elementos que forman parte de la IE y OE e IE y CE respectivamente, así que serán evaluados en su

dimensión con distintos ítems. Los elementos podrán ser medibles gracias a ítems evaluables por puntajes establecidos con preguntas particulares cuantitativas con formato de

selección múltiple, casilla de verificación, escala Likert, escalas de valoración lineal, preguntas de matriz; También cualitativas como respuestas corta, abierta, directa y reflexivas.

Las dimensiones contarán con diferentes puntos que estarán repartidas entre sus elementos. Los ítems consisten en preguntas adecuadas para cada elemento y tendrán un filtrado de acuerdo con las respuestas para finalmente obtener un puntaje. Los puntajes

máximos son: IE 70 puntos, OE 70 puntos y CE 80 puntos (ver tabla 5). Este modelo que pretender cuantificar los puntos en cada dimensión ya que su objetivo de orientar y formar a estudiantes durante su carrera universitaria. Servirá como un referente individual de autoconocimiento y que podría potencializar habilidades de emprendimiento puntuales a desarrollar durante su estudios en la universidad.

Tabla 5. Puntajes de los elementos de emprendimiento del modelo

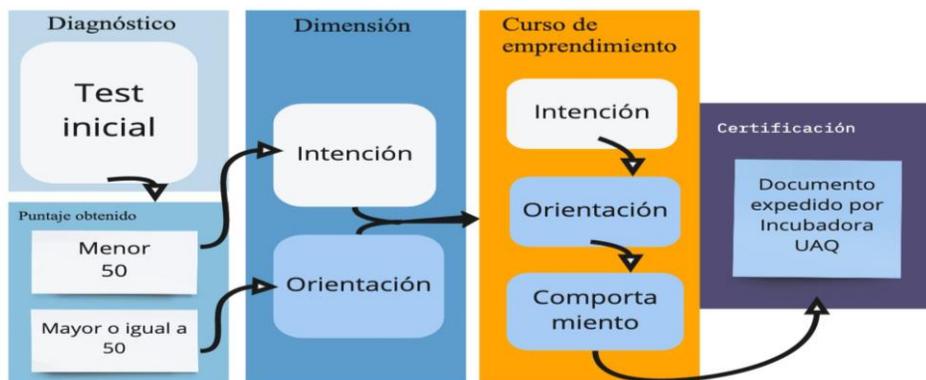
	AR	AC	RES	OE	PA	PP	AE		Total
IE	10	10	10	10	10	10	10		70
	ID	REC	PAS	CON	PA				
OE	10	10	10	10	10	10	10		70
	DES	LID	PER	MEN	ESP	CUR	AE	CUR	
CE	10	10	10	10	10	10	10	10	80
Total									220

Fuente: Elaboración propia

A la prueba inicial se le llamará el diagnóstico, se realizará para identificar los puntajes en IE en todos los estudiantes, aquellos que resulten tener puntajes superiores a 50 podrán ser evaluados en la siguiente dimensión OE. Si la suma es inferior se trabajará con los elementos de IE durante un curso de emprendimiento realizado en la facultad. En la dimensión OE también se espera que los estudiantes cuenten con al menos 50 puntos para seguir a la última dimensión CE, misma que necesitará un puntaje mínimo de 60 para concluir. Se realizará para

cada etapa un curso formativo donde se aplique el modelo para que los estudiantes desarrollen sus habilidades de emprendimiento iniciales, intermedias y avanzadas. Por lo que el modelo se visualiza que tenga tres etapas: diagnóstica, formadora y de certificación. Se propone finalmente que el modelo pueda ayudar a que el estudiante desarrolle sus habilidades individuales emprendedoras en un marco antropológico y ético durante un curso en la universidad (ver figura 5).

Figura 5. Esquema del modelo



Fuente: Elaboración propia

Una vez concluida la etapa de diagnóstico se determina la dimensión en la que iniciará el estudiante en el curso. Se visualiza la posibilidad de que existan estudiantes con puntajes mayores de 50 pero no se prevé que sea frecuente. En la etapa del curso de emprendimiento se consideran aspectos éticos en los emprendimientos. Esta disciplina filosófica se impartirá reflexivamente para generar conciencia de responsabilidad social. Se compartirá información seleccionada para formar a los estudiantes en los elementos de cada etapa. Existe una discusión entorno de si es posible enseñar habilidades de emprendimiento o forman parte de la personalidad de cada individuo. Sin embargo, por estudios previos de los presentes autores, se parte de la hipótesis de que las habilidades pueden ser desarrolladas en ámbitos académicos, por esta razón se busca aplicar un modelo de emprendimiento en estudiantes.

El curso no dejará de lado el contexto cultural socioeconómico, esta es una de las fortalezas del modelo: considerar la perspectiva antropológica. El modelo se propone denominar: Modelo Antropológico de Emprendimiento Universitario (MAEU). Como se dijo, las dimensiones que implicará el abordaje del desarrollo para el emprendedor son IE, la OE y el CE que para varios autores están relacionados con el capital social y el capital psicológico. Una hipótesis que se probará durante el curso es el que cualquier emprendimiento inicia con la intención. Bogatyreva (2019), ofrece pistas que refuerzan esta hipótesis, pues ella estudió la brecha entre la intención y la acción empresarial entre los estudiantes universitarios. La autora citada demuestra que la traducción de la intención en acción es específica del contexto. Además, que los aspectos centrales de la cultura nacional influyen en la asociación entre la intención empresarial y la acción posterior. El contexto social será considerado como una variable exógena que influye en el comportamiento emprendedor. Tavassoli y otros (2021) encontraron que el espíritu emprendedor mejora hasta en un 35% en un entorno urbano donde sus habitantes tienen apertura local hacia nuevos

emprendimientos además de que duplican su capacidad empresarial de calidad.

La realidad social está configurada por sistemas de valores y creencias que pueden ser analizadas antropológicamente para generar un referente de las circunstancias en las que se encuentra el estudiante. Por un lado, se trabajará con ellos y ellas para que desarrollen sus habilidades y por el otro se analizará antropológicamente su realidad. Existen trabajos actuales como el de Astudillo y Parra-Acosta (2020) que relacionan el emprendimiento con la antropología para un modelo de desarrollo. Ellos mencionan su modelo y aunque no lo presentan, consideran el contexto antropológico de tres formas: Primero, retoman la teoría de la acción personal y de la motivación, para explicar que el entendimiento del comportamiento intraemprendedor y puede enriquecerse con el *enfoque* antropológico; Segundo, la perspectiva antropológica es indispensable en el emprendimiento corporativo; Tercero, mencionan un modelo funcional antropológico que puede ayudar a una cultura organizacional fuerte orientada al aprendizaje.

La antropología y el emprendimiento ha tenido una relación un tanto lejana. Una de las perspectivas antropológicas, por ejemplo, de las empresas familiares, mantiene el enfoque de que la tradición y la transferencia de conocimientos, son las que permiten el surgimiento de organizaciones familiares con fines económicos. Las familias inician un negocio con la venta de algún producto o servicio para la manutención de sus mismos integrantes, pero no son llamados emprendimientos, si no, respuestas estructurales ante la adversidad. Sin embargo, se han ido encontrando paulatinamente documentos del 2010 a la fecha que estudian el emprendimiento desde teorías antropológicas económicas. El método etnográfico creado y utilizado en antropología comenzó a ser útil para estudios de desarrollo económico. Este método sirve para recoger información de primera mano. Rodríguez (2012) publica el uso que se le puede dar a la etnografía en dos ámbitos: Primero,

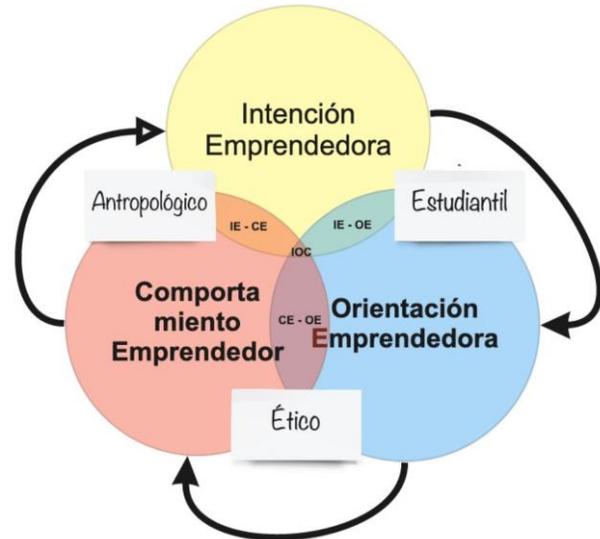
analizar y profundizar sobre fallas y fortalezas de una estructura económica en particular; Segundo en la formulación de planes estratégicos de transformación y la consolidación de redes sociales. En este momento de la historia la antropología es reconocida como una ciencia que puede analizar y transformar estructuras socioeconómicas que al principio parecían ser muy rígidas. Estos cambios no siempre siguen una línea ética de la mejora equitativa e igualitaria por eso es necesario que el modelo si lo contemple.

Herrera (2015), plantea la relación de ciertos métodos y teorías antropológicas en estudios culturales aplicados en el desarrollo de nuevos productos y servicios. Explica que la disciplina antropológica de los negocios puede no orientarse necesariamente al lucro si no que el objetivo puede ser la ayuda mutua y el bienestar de la comunidad. Olmedo (2016) retoma y difunde la conexión entre antropología y emprendimiento que une al emprendedor social con las consideraciones culturales, denominado el emprendedor cultural. Esta nueva figura estará al pendiente de sumar valores objetivos para cambiar actitudes, creencias y comportamientos para beneficio de la sociedad antes del beneficio económico. Otro autor que analiza el emprendimiento desde la óptica antropológica es Solís (2018), quien llama a las empresas familiares como emprendimientos familiares. De pronto puede parecer que es lo mismo, pero son conceptualizaciones diferentes, pues por un lado indica el análisis de mercado empírico de alguno (s) para tener la intención de llevar a cabo algún plan para obtener un ingreso necesario y por el otro la familia al interior requiere de estrategias en su organización. Cómo explica Solís, para hacerle frente a la adversidad de acuerdo con el contexto geográfico cultural, donde los emprendimientos dependerán de las condiciones que sean más favorables para satisfacer sus necesidades inmediatas.

Hablar de emprendimientos familiares hoy en día es algo común y se observa que el emprendimiento y la antropología son una fórmula positiva que brinda beneficios de manera individual y social. En el presente modelo propuesto, las tres dimensiones con sus

elementos se desarrollarán en una realidad analizada antropológicamente, será dirigido y cursado por estudiantes universitarios y estará inmerso en teorías éticas materiales y formales (ver figura 6). El cruce de las tres dimensiones IOC ofrecerá un perfil emprendedor completo.

Figura 6. Diseño MAEU



Fuente: Elaboración propia

4. Conclusión

Se han encontrado artículos que proponen y llevan a cabo pruebas empíricas con diferentes modelos de emprendimiento. Sin embargo, se considera útil el modelo antropológico de emprendimiento universitario porque considera elementos de emprendimiento que se encontraron y ubicaron en diferentes dimensiones, además de proponer que sea un modelo que pueda ser utilizado durante cursos de emprendimiento para formar universitarios con herramientas emprendedoras que les sirvan como alternativa laboral a su egreso.

El modelo los formará bajo una lupa ética de compromiso y una análisis antropológico de su entorno social. Además, al completar el curso obtendrán un certificado oficial de emprendimiento expedido por la Universidad Autónoma de Querétaro en la división de incubadora de empresas. Este certificado estará evaluado por expertos locales y nacionales a los que se les pedirá su apoyo para validar su importancia para que en futuro próximo se

vuelva un referente entre la comunidad universitaria. Se pretende formar una red social con vínculos constantes para fortalecer y actualizar los cursos impartidos.

Se considera hasta el momento que la propuesta del MAEU está planteada bajo una óptica integral que considera emprendimiento, alcances, desarrollo de habilidades y la obtención de un certificado, todo ello considerando aspectos antropológicos y éticos prácticos para que los estudiantes puedan sacar ventaja sin afectar a otros, de sus propias circunstancias geográfico-sociales. El MAEU servirá como eje transversal en su formación y pretende abonar en la generación de nuevas empresas con impacto positivo para la ciudad. Es factible llevarlo a cabo y se tiene que seguir nutriendo en cuestiones como ítems evaluativos del diagnóstico inicial que tengan un tejido psicosocial con puntajes precisos. En México y particularmente en Querétaro los jóvenes tienen una situación laboral cada vez más compleja. En las empresas establecidas la mayoría de los puestos ya están ocupados y su competencia con mayor frecuencia se encuentra en puestos donde no se pide un título universitario como requisito, es decir, que el joven egresado buscar oportunidades laborales donde no se necesitaba contar con una carrera universitaria. El desempleo es un fenómeno social que tiene efectos a considerar en la sociedad, los expertos en materia de emprendimiento señalan que es la formación emprendedora socialmente responsable, la que puede brindar herramientas para generar nuevos empleos.

La revisión documental a través de la estrategia metodológica de la cartografía conceptual de Tobón (Ortega-Carbajal et al., 2015) con los seis ejes seleccionados de noción, categorización, caracterización, diferenciación, vinculación y ejemplificación, permitió reunir

una cantidad suficiente de elementos que están presentes en el emprendimiento. Por lo que se logró construir el Modelo Antropológico de Emprendimiento Estudiantil que servirá de base para formar emprendedores universitarios socialmente responsables y comprometidos con su comunidad. Este modelo es una propuesta que surge como parte de una necesidad percibida en las facultades de la universidad. Es un producto que se aplicará en la incubadora de empresas UAQ para certificar estudiantes y continuar nuevas publicaciones con datos empíricos. La literatura científica y las conceptualizaciones se irán actualizando a medida que se formen los estudiantes y se observen nuevas necesidades y nuevos retos.

4.1 Limitaciones

El MAEU es un prototipo con altas expectativas y no se conoce en qué medida pueda ser percibido por el estudiantado. Ellos ya cuentan con una carga horaria curricular, por lo que se considerarán estrategias de aplicación que no les demanden mucho tiempo. Será necesario como todo proyecto promocionarlo con diferentes autoridades en las facultades y estar buscando apoyos logísticos, pero esto también puede resultar complicado. Otra limitación es la cuestión epistemológica y pedagógica ya que, aunque se proporcionen herramientas para que los estudiantes desarrollen ciertas competencias que están presentes en los elementos del modelo, estos pueden no ser tan adaptables para todas las personas. Sin embargo, es un modelo que como cualquier otro hay que probarlo en la práctica y solo el tiempo podrá decirnos la respuesta.

Referencias

- Acebedo, M. J., & Velasco, A. (2017). *Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos*. 102–116.
- Adomako, S., Amankwah-Amoah, J., & Chu, I. (2020). Entrepreneurs' passion, home country's institutional voids and small firm internationalization. *Research in International Business and Finance*, 53, 101178. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.101178>
- Al-Hariri, M. T., & Al-Hattami, A. A. (2017). Impact of students' use of technology on their learning achievements in physiology courses at the University of Dammam. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 12(1), 82–85. <https://doi.org/10.1016/J.JTUMED.2016.07.004>
- Alshanty, A. M., & Emeagwali, O. L. (2019). Market-sensing capability, knowledge creation and innovation: The moderating role of entrepreneurial-orientation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 171–178. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.02.002>
- Amaya Rivas, A., Chen, Y.-C., & Yang, T.-K. (2020). Entrepreneurial and alliance orientation alignment in new product development. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 119916. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119916>
- Asante, E. A., & Affum-Osei, E. (2019). Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, 98, 227–235. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.006>
- Astudillo, D., & Parra-Acosta, Y. K. (2020). *La aplicación del modelo de funcionamiento antropológico en la organización como clave para entender y promover el intraemprendimiento*. August.
- Bermeo-Yaffar, F., Hernández-Mosqueda, J. S., & Tobón-Tobón, S. (2016). Análisis documental de la v heurística mediante la cartografía conceptual. *Ra Ximhai*, October, 103–122. <https://doi.org/10.35197/rx.12.01.e3.2016.05.fb>
- Berry, J. W., & Sanchez, J. (2019). Perceiving entrepreneurs: Job title comparisons in warmth and competence. *Journal of Business Venturing Insights*, 12, e00145. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00145>
- Beynon, M. J., Jones, P., & Pickernell, D. (2018). Entrepreneurial climate and self-perceptions about entrepreneurship: a country comparison using fsQCA with dual outcomes. *Journal of Business Research*, 89, 418–428. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.014>
- Bogatyreva, 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>
- Boone, S., Andries, P., & Clarysse, B. (2019). Does team entrepreneurial passion matter for relationship conflict and team performance? On the importance of fit between passion focus and venture development stage. *Journal of Business Venturing*, 105984. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105984>
- Chang, S.-H., Shu, Y., Wang, C.-L., Chen, M.-Y., & Ho, W.-S. (2019). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students? *Computers in Human Behavior*, 105975. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.039>
- Chang, Y.-Y., & Chen, M.-H. (2020). Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword? *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.004>
- Chih-Hsing, S., & Chiung-En, H. (2020). Discovering differences in the relationship among social entrepreneurial orientation, extensions to market orientation and value co-creation – The moderating role of social entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Hospitality and Tourism*

- Management*, 42, 97–106. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.12.002>
- Civera, A., Meoli, M., & Vismara, S. (2020). Engagement of academics in university technology transfer: Opportunity and necessity academic entrepreneurship. *European Economic Review*, 123, 103376. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2020.103376>
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Covin, J. G., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C.-F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.023>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2019). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 100296. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- D'Angelo, A., & Presutti, M. (2019). SMEs international growth: The moderating role of experience on entrepreneurial and learning orientations. *International Business Review*, 28(3), 613–624. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.12.006>
- Deligianni, I., Voudouris, I., Spanos, Y., & Lioukas, S. (2019). Non-linear effects of technological competence on product innovation in new technology-based firms: Resource orchestration and the role of the entrepreneur's political competence and prior start-up experience. *Technovation*, 88, 102076. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.05.002>
- Dheer, R. J. S., & Lenartowicz, T. (2019). Cognitive flexibility: Impact on entrepreneurial intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 115, 103339. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103339>
- Doanh, D. C., & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447–2460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>
- Fischer, B. B., Moraes, G. H. S. M. de, & Schaeffer, P. R. (2019). Universities' institutional settings and academic entrepreneurship: Notes from a developing country. *Technological Forecasting and Social Change*, 147, 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.07.009>
- Freire, M. T. (2016). Educación en emprendimiento. Revisión de la literatura económica. *Iberian Journal of the History of Economic Thought*, 2(2), 82–100. https://doi.org/10.5209/rev_ijhe.2015.v2.n2.52052
- Frenzel, J. E. (2020). Exploration of the entrepreneurial orientation and trait emotional intelligence in practicing pharmacists. *Journal of the American Pharmacists Association*. <https://doi.org/10.1016/j.japh.2020.01.022>
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120–125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- GEM. (2019). Global Entrepreneurship Monitor. En *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
- Guzmán, M. A., Escudero-Nahón, A., & Canchola-Magdaleno, S. L. (2020). “Gamificación” de la enseñanza para ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas: cartografía conceptual. *Sinéctica*, 54, 1–20. [https://doi.org/10.31391/S2007-7033\(2020\)0054-002](https://doi.org/10.31391/S2007-7033(2020)0054-002)
- Harms, R., Hatak, I., & Chang, M. (2019). Sensory processing sensitivity and entrepreneurial intention: The strength of a weak trait. *Journal of Business Venturing Insights*, 12, e00132.

- <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00132>
- Hatthakijphong, P., & Ting, H.-I. (2019). Prioritizing successful entrepreneurial skills: An emphasis on the perspectives of entrepreneurs versus aspiring entrepreneurs. *Thinking Skills and Creativity*, 34, 100603. <https://doi.org/10.1016/J.TSC.2019.100603>
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2019). The internal mechanisms of entrepreneur's social capital: A multi-network analysis. *BRQ Business Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.12.001>
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto De Vista*, 4(7). <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>
- Herrera, J. C. (2015). La Antropología aplicada a los negocios. *Semestre Económico*, 18(37), 177–196.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M.-D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don't fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- Hsu, D. K., Shinnar, R., & Anderson, S. (2019). ‘I wish I had a regular job’: An exploratory study of entrepreneurial regret. *Journal of Business Research*, 96, 217–227. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.006>
- Ju, W., Zhou, X., & Wang, S. (2019). The impact of scholars' guanxi networks on entrepreneurial performance—The mediating effect of resource acquisition. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 521, 9–17. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.01.066>
- Laffineur, C., Dubard Barbosa, S., Fayolle, A., & Montmartin, B. (2020). The unshackled entrepreneur: Occupational determinants of entrepreneurial effort. *Journal of Business Venturing*, 35(5), 105983. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105983>
- Leary, H., & Walker, A. (2018). Meta-Analysis and Meta-Synthesis Methodologies: Rigorously Piecing Together Research. *TechTrends*, 62(5), 525–534. <https://doi.org/10.1007/s11528-018-0312-7>
- Leung, Y. K., Franken, I. H. A., & Thurik, A. R. (2020). Psychiatric symptoms and entrepreneurial intention: The role of the behavioral activation system. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00153. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00153>
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33–39. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.005>
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2019). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 105982. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., & Haynie, J. M. (2020). Fueling the fire: Examining identity centrality, affective interpersonal commitment and gender as drivers of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing*, 35(1). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.10.007>
- Neneh, B. N. (2019a). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273–279. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.020>
- Neneh, B. N. (2019b). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>
- Olmedo, S. (2016). Emprendimiento social en el ámbito de la cultura: caso del programa sonidos de la tierra de Paraguay. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 22(64), 152–170. <https://doi.org/10.19136/hitos.a0n64.1847>

- Ortega-Carbajal, M. F., Hernández-Mosqueda, J. S., & Tobón-Tobón, S. (2015). Impacto de la cartografía conceptual como estrategia de gestión del conocimiento. *Ra Ximhai*, 171–180. <https://doi.org/10.35197/rx.11.01.e2.2015.11.mo>
- Pérez-López, M. C., González-López, M. J., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Applying the social cognitive model of career self-management to the entrepreneurial career decision: The role of exploratory and coping adaptive behaviours. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 255–269. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.03.005>
- Pollack, J. M., Carr, J. C., Michaelis, T. L., & Marshall, D. R. (2019). Hybrid entrepreneurs' self-efficacy and persistence change: A longitudinal exploration. *Journal of Business Venturing Insights*, 12, e00143. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00143>
- Prego, J. B. (2019). *La empresa explicada a jóvenes de todas las edades*. Penguin Random House Grupo Editorial España. <https://books.google.com.mx/books?id=XeasDwAAQBAJ>
- Primo, W. D. J., & Turizo, H. F. (2017). Emprendedor y empresario una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Management Review*, 2(1), 13–52. <https://doi.org/10.18583/umr.v2i1.44>
- Rodríguez, N. (2012). La etnografía como herramienta en los proyectos de intervención social para el desarrollo. *Boletín de Antropología*, 27(44), 223–253.
- Sadiku-Dushi, N., Dana, L.-P., & Ramadani, V. (2019). Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance. *Journal of Business Research*, 100, 86–99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.025>
- Saldarriaga, M. E., & Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125–142. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Santoro, G., Bertoldi, B., Giachino, C., & Candelo, E. (2018). Exploring the relationship between entrepreneurial resilience and success: The moderating role of stakeholders' engagement. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.052>
- Sarabi, A., Froese, F. J., Chng, D. H. M., & Meyer, K. E. (2020). Entrepreneurial leadership and MNE subsidiary performance: The moderating role of subsidiary context. *International Business Review*, 101672. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101672>
- Solís, N. (2018). Los emprendimientos familiares: una aproximación desde la antropología. *Raíces – Revista Nicaragüense de Antropología*, 2, 26–32. <https://doi.org/10.5377/raices.v1i2.5855>
- Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2019). Entrepreneurial success and achievement motivation – A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, 101, 433–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.073>
- Stevenson, H. H., Jarillo, J. C., & Wiley, J. (2012). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27. https://doi.org/10.1007/3-540-48543-0_7
- Sultana, R., Im, I., & Im, K. S. (2019). Do IT freelancers increase their entrepreneurial behavior and performance by using IT self-efficacy and social capital? Evidence from Bangladesh. *Information & Management*, 56(6), 103133. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.12.001>
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., & Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 157, 109758. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758>
- Tavassoli, S., Obschonka, M., & Audretsch, D. (2021). Entrepreneurship in Cities. *Research Policy*, 50(7), 21. <https://doi.org/10.4337/9781784712006>
- Tobón-Tobón, S. (2004). *Estrategias didácticas para formar competencias, la Cartografía Conceptual (CC)*. Cc, 30. <http://www.uv.mx/ecoesad/cc.pdf>

- Tobón, S., Martínez, J. E., Valdez, E., & Quiriz, T. (2018). Prácticas pedagógicas: Análisis mediante la cartografía conceptual Pedagogical Practices: Analysis by conceptual cartography. *Espacios*, 39(53), 16. <http://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-31.pdf>
- Vahidnia, H., Mitchell, J. R., Smith, J. B., Assaf, A. M., Mitchell, R. K., & Araci, Ö. (2019). Further exploring international entrepreneurial cognitions: The case of the Middle-East. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00112. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00112>
- Wang, Y.-S., Lin, S., Yeh, C.-H., Li, C.-R., & Li, H.-T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: The moderating role of disciplinary difference. *Thinking Skills and Creativity*, 22, 22–35. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2016.08.003>
- Yulita, Muhamad, S., Kulub Abdul Rashid, N., Hussain, N. E., Mohamad Akhir, N. H., & Ahmat, N. (2020). Resilience as a moderator of government and family support in explaining entrepreneurial interest and readiness among single mothers. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00157. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00157>
- Zeb, A., & Ihsan, A. (2020). Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium-sized enterprises in Pakistan. *Women's Studies International Forum*, 79, 102342. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2020.102342>

Referencias adicionales de los 97 autores

- Ahmadian, S., & Abdolmaleki, S. (2018). Network typology and international opportunity recognition: moderating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0104-8>
- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Liñán, F. (2019). Entrepreneurial intention among University students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323–1342. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0>
- Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, C. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour: theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0175-1>
- Ali, I., Ali, M., & Badghish, S. (2019). Symmetric and asymmetric modeling of entrepreneurial ecosystem in developing entrepreneurial intentions among female university students in Saudi Arabia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(4), 435–458. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2019-0039>
- Amorim Neto, R. do C., Rodrigues, V. P., Stewart, D., Xiao, A., & Snyder, J. (2018). The influence of self-efficacy on entrepreneurial behavior among K-12 teachers. *Teaching and Teacher Education*, 72, 44–53. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2018.02.012>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E., & Otto, K. (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes: the moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0113-7>
- Blair, C. A., & Shaver, K. G. (2020). Of Horses and Jockeys: Perceptions by Academic Entrepreneurs. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0011>
- Botha, M., & Pietersen, M. (2020). Entrepreneurial Action and Competencies: Exploring Pathways to Venturing Accomplishments. *Entrepreneurship Research Journal*. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0347>

- Bryl, Ł. (2018). Human Capital Orientation and Financial Performance. A Comparative Analysis of US Corporations. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(3), 61–86. <https://doi.org/10.7341/20181433>
- Burnette, J. L., Pollack, J. M., Forsyth, R. B., Hoyt, C. L., Babij, A. D., Thomas, F. N., & Coy, A. E. (2020). A Growth Mindset Intervention: Enhancing Students' Entrepreneurial Self-Efficacy and Career Development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 44(5), 878–908. <https://doi.org/10.1177/1042258719864293>
- Burt, R. S., & Oppen, S. (2020). Political Connection and Disconnection: Still a Success Factor for Chinese Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 44(6), 1199–1228. <https://doi.org/10.1177/1042258719893110>
- Butz, N. T., Hanson, S., Schultz, P. L., & Warzynski, M. M. (2018). Beyond the Big Five: does grit influence the entrepreneurial intent of university students in the US? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0100-z>
- Ciuchta, M. P., Letwin, C., Stevenson, R., McMahon, S., & Huvaj, M. N. (2018). Betting on the coachable entrepreneur: Signaling and social exchange in entrepreneurial pitches. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(6), 860–885. <https://doi.org/10.1177/1042258717725520>
- Civera, A., Meoli, M., & Vismara, S. (2020). Engagement of academics in university technology transfer: Opportunity and necessity academic entrepreneurship. *European Economic Review*, 123, 103376. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2020.103376>
- Clinton, E., McAdam, M., Gamble, J. R., & Brophy, M. (2020). Entrepreneurial learning: the transmitting and embedding of entrepreneurial behaviours within the transgenerational entrepreneurial family. *Entrepreneurship and Regional Development*. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1727088>
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting High-Impact Entrepreneurial Orientation Research: Some Suggested Guidelines. En *Entrepreneurship: Theory and Practice* (Vol. 43, Número 1, pp. 3–18). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- Cox, K. C., Stewart, S. A., Lortie, J., & Barreto, T. S. (2019). Different strokes for different folks: Generational differences, social salience, and social performance. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(3), 170–181. <https://doi.org/10.1177/1465750318796718>
- Danish, R. Q., Asghar, J., Ahmad, Z., & Ali, H. F. (2019). Factors affecting “entrepreneurial culture”: the mediating role of creativity. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-019-0108-9>
- Das, M., & Goswami, N. (2019). Effect of entrepreneurial networks on small firm performance in Kamrup, a district of Assam. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0122-6>
- Duan, J., Yin, J., Xu, Y., & Wu, D. (2020). Should I stay or should I go? Job demands' push and entrepreneurial resources' pull in Chinese migrant workers' return-home entrepreneurial intention. *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(5–6), 429–448. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640455>
- Dvorský, J., Petráková, Z., Zapletalíková, E., & Rózsa, Z. (2019). Entrepreneurial propensity index of university students. The case study from the Czech Republic, Slovakia and Poland. *Oeconomia Copernicana*, 10(1), 173–192. <https://doi.org/10.24136/oc.2019.009>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Essel, B. K. C., Adams, F., & Amankwah, K. (2019). Effect of entrepreneur, firm, and institutional characteristics on small-scale firm performance in Ghana. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0178-y>

- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., & Galicia, P. E. A. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(1), 281–305. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>
- Fernández-Serrano, J., Martínez-Román, J. A., & Romero, I. (2019). The entrepreneur in the regional innovation system. A comparative study for high- and low-income regions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5–6), 337–356. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1513079>
- Forouharfar, A., Rowshan, S. A., & Salarzahi, H. (2018). An epistemological critique of social entrepreneurship definitions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0098-2>
- Funken, R., Gielnik, M. M., & Foo, M. Der. (2020). How Can Problems Be Turned Into Something Good? The Role of Entrepreneurial Learning and Error Mastery Orientation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 44(2), 315–338. <https://doi.org/10.1177/1042258718801600>
- González-López, M. J., Pérez-López, M. C., & Rodríguez-Ariza, L. (2020). From potential to early nascent entrepreneurship: the role of entrepreneurial competencies. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00658-x>
- 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>
- Hubner, S., Baum, M., & Frese, M. (2020). Contagion of Entrepreneurial Passion: Effects on Employee Outcomes. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 44(6), 1112–1140. <https://doi.org/10.1177/1042258719883995>
- Issa, E. H., & Tesfaye, Z. Z. (2020). Entrepreneurial intent among prospective graduates of higher education institution: an exploratory investigation in Kafa, Sheka, and Bench-Maji Zones, SNNPR, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00137-1>
- Ivy, J., & Perényi, Á. (2020). Entrepreneurial networks as informal institutions in transitional economies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(9–10), 706–736. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1743770>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Kackovic, M., & Wijnberg, N. M. (2020). Artists Finding Galleries: Entrepreneurs Gaining Legitimacy in the Art Market. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/1042258720950601>
- Khorrami, M., Farhadian, H., & Abbasi, E. (2018). Determinant competencies for emerging educators' entrepreneurial behavior in the Institute of Agricultural Applied- Scientific Education, Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0096-4>
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2019). Strategic entrepreneurship, competitive advantage, and SMEs' performance in the welding industry in Tanzania. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0188-9>
- Ključnikov, A., Civelek, M., Čech, P., & Kloudová, J. (2019). Entrepreneurial orientation of SMEs' executives in the comparative perspective for Czechia and Turkey. *Oeconomia Copernicana*, 10(4), 773–795. <https://doi.org/10.24136/oc.2019.035>
- Klyver, K., & Arenius, P. (2020). Networking, Social Skills and Launching a New Business: A 3-Year Study of Nascent Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/1042258720967063>

- Korzeniowska, D., & Sułkowski, Ł. (2020). Going beyond cognitive approach to behavioral stream in economic sciences: Behavioristic and evolutionary perspectives. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 16(2), 13–36. <https://doi.org/10.7341/20201621>
- Kosa, A., Mohammad, I., & Ajibie, D. (2018). Entrepreneurial orientation and venture performance in Ethiopia: the moderating role of business sector and enterprise location. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0110-x>
- Kotlar, J., & Sieger, P. (2019). Bounded rationality and bounded reliability: A study of nonfamily managers' entrepreneurial behavior in family firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(2 Special Issue), 251–273. <https://doi.org/10.1177/1042258718796085>
- Krakauer, P. V. de C., de Moraes, G. H. S. M., Coda, R., & Berne, D. de F. (2018). Brazilian women's entrepreneurial profile and intention. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), 361–380. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2018-0032>
- Kusa, R., Marques, D. P., & Navarrete, B. R. (2019). External cooperation and entrepreneurial orientation in industrial clusters. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(1–2), 119–132. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1537151>
- Laskovaia, A., Marino, L., Shirokova, G., & Wales, W. (2019). Expect the unexpected: examining the shaping role of entrepreneurial orientation on causal and effectual decision-making logic during economic crisis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5–6), 456–475. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541593>
- Li, J., Qu, J., & Huang, Q. (2018). Why are some graduate entrepreneurs more innovative than others? The effect of human capital, psychological factor and entrepreneurial rewards on entrepreneurial innovativeness. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(5–6), 479–501. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1406540>
- Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0157-3>
- Li, T. (2019). Engagement in international entrepreneurship: interactive effects of resource-based factors and institutional environments. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0185-z>
- Ling, Y., López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, A. M., & Kellermanns, F. W. (2020). Organizational culture and entrepreneurial orientation: examination through a new conceptualization lens. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 709–737. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00600-w>
- Liu, Y., Schøtt, T., & Zhang, C. (2019). Women's experiences of legitimacy, satisfaction and commitment as entrepreneurs: embedded in gender hierarchy and networks in private and business spheres. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(3–4), 293–307. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551794>
- Liu, Y. Te. (2019). Exploring the role of original aspiration in effectuation tendency. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 977–1016. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00575-8>
- Mack, A. J., White, D., & Senghor, O. (2019). An insight into entrepreneurship education practices in Technical and Vocational Education and Training institutions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0169-z>
- Merluzzi, J., & Burt, R. S. (2020). One Path Does Not Fit All: A Career Path Approach to the Study of Professional Women Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/1042258720936987>
- Montiel-Campos, H. (2019). Capitalizing on women's entrepreneurial alertness: The role of human, social and psychological capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(3), 248–272. <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2019-0051>

- Naldi, L., Larsson, J. P., & Westlund, H. (2020). Policy entrepreneurship and entrepreneurial orientation in vulnerable Swedish municipalities. *Entrepreneurship and Regional Development, 32*(7–8), 473–491. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1798557>
- Nielsen, M. S. (2020). Passing on the good vibes: Entrepreneurs' social support. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 21*(1), 60–71. <https://doi.org/10.1177/1465750319842530>
- Nielsen, M. S., & Klyver, K. (2020). Meeting entrepreneurs' expectations: the importance of social skills in strong relationships. *Entrepreneurship and Regional Development, 32*(9–10), 737–756. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1757159>
- Ohanu, I. B., & Ogbuanya, T. C. (2018). Determinant factors of entrepreneurship intentions of electronic technology education students in Nigerian universities. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 8*(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0127-1>
- Ojiaku, O. C., Nkamnebe, A. D., & Nwaizugbo, I. C. (2018). Determinants of entrepreneurial intentions among young graduates: perspectives of push-pull-mooring model. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 8*(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0109-3>
- Olson, B. J., Yuan, W., Bao, Y., & Wu, Z. (2020). Interpreting strategic issues: Effects of differentiation strategies and resource configurations on corporate entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 21*(3), 141–155. <https://doi.org/10.1177/1465750319874602>
- Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00650-5*
- Pierrakis, Y. (2019). Peer-to-peer lending to businesses: Investors' characteristics, investment criteria and motivation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 20*(4), 239–251. <https://doi.org/10.1177/1465750319842528>
- Postigo, Á., Cuesta, M., Pedrosa, I., Muñiz, J., & García-Cueto, E. (2020). Development of a computerized adaptive test to assess entrepreneurial personality. *Psicologia: Reflexao e Critica, 33*(1). <https://doi.org/10.1186/s41155-020-00144-x>
- Qin, X., Shepherd, D. A., Lin, D., Xie, S., Liang, X., & Lin, S. (2020). The Dark Side of Entrepreneurs' Creativity: Investigating How and When Entrepreneurs' Creativity Increases the Favorability of Potential Opportunities That Harm Nature. *Entrepreneurship: Theory and Practice. https://doi.org/10.1177/1042258720915582*
- Rachapaettayakom, P., Wiriyaipinit, M., Cooharojananone, N., Tanthanongsakkun, S., & Charoenruk, N. (2020). The need for financial knowledge acquisition tools and technology by small business entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 9*(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00136-2>
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., & Ruiz-Navarro, J. (2019). Why not now? Intended timing in entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal, 15*(4), 1221–1246. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00586-5>
- Rezaei-Moghaddam, K., & Izadi, H. (2019). Entrepreneurship in small agricultural quick-impact enterprises in Iran: development of an index, effective factors and obstacles. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0133-3>
- Rezaei-Moghaddam, K., Karami, O., & Fatemi, M. (2019). The comparative analysis of marketing activities among rural women entrepreneurs in Fars province, Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0189-8>
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., & García-Pérez-de-Lema, D. (2018). The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal, 14*(4), 1025–1052. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0469-0>
- Santos, S. C., & Cardon, M. S. (2019). What's Love Got to Do With It? Team Entrepreneurial Passion and Performance in New Venture Teams. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 43*(3), 475–504. <https://doi.org/10.1177/1042258718812185>

- Sarkar, S. (2018). Grassroots entrepreneurs and social change at the bottom of the pyramid: the role of bricolage. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(3-4), 421-449. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1413773>
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. X., & Leatherbee, M. (2018). A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: Exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(6), 835-859. <https://doi.org/10.1177/1042258717721482>
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(5), 880-920. <https://doi.org/10.1177/1042258717753142>
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>
- Shahid, M. S., Williams, C. C., & Martinez, A. (2020). Beyond the formal/informal enterprise dualism: Explaining the level of (in)formality of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(3), 191-205. <https://doi.org/10.1177/1465750319896928>
- Shahraki, H., & Heydari, E. (2019). Rethinking rural entrepreneurship in the era of globalization: some observations from Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0162-6>
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., Powell, B. C., & Zhou, H. (2018). Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(1), 60-80. <https://doi.org/10.1177/0266242617704277>
- Su, Y., Zahra, S. A., Li, R., & Fan, D. (2020). Trust, poverty, and subjective wellbeing among Chinese entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(1-2), 221-245. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640483>
- Urban, B. (2019). The influence of the regulatory, normative and cognitive institutions on entrepreneurial orientation in South Africa. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(3), 182-193. <https://doi.org/10.1177/1465750318796721>
- Usman, B., & Yennita. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0136-0>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- van der Westhuizen, T., & Goyayi, M. J. (2020). The influence of technology on entrepreneurial self-efficacy development for online business start-up in developing nations. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(3), 168-177. <https://doi.org/10.1177/1465750319889224>
- van Ewijk, A. R., & Belghiti-Mahut, S. (2019). Context, gender and entrepreneurial intentions: How entrepreneurship education changes the equation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(1), 75-98. <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2018-0054>
- Verbano, C., Crema, M., & Scuotto, V. (2020). Adding the entrepreneurial orientation among the theoretical perspectives to analyse the development of research-based spin-offs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(2), 113-126. <https://doi.org/10.1177/1465750319874592>
- Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 951-974. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0475-2>
- Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>

- Watson, A., Dada, O. (Lola), Wright, O., & Perrigot, R. (2019). Entrepreneurial Orientation Rhetoric in Franchise Organizations: The Impact of National Culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 43*(4), 751–772. <https://doi.org/10.1177/1042258717738519>
- Wieland, A. M., Kimmelmeier, M., Gupta, V. K., & McKelvey, W. (2019). Gendered cognitions: a socio-cognitive model of how gender affects entrepreneurial preferences. *Entrepreneurship and Regional Development, 31*(3–4), 178–197. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551787>
- Wierenga, M. (2020). Uncovering the scaling of innovations developed by grassroots entrepreneurs in low-income settings. *Entrepreneurship and Regional Development, 32*(1–2), 63–90. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640478>
- Williamson, A. J., Battisti, M., Leatherbee, M., & Gish, J. J. (2019). Rest, Zest, and My Innovative Best: Sleep and Mood as Drivers of Entrepreneurs' Innovative Behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 43*(3), 582–610. <https://doi.org/10.1177/1042258718798630>
- Wu, A., Song, D., & Yang, Y. (2020). Untangling the effects of entrepreneurial opportunity on the performance of peasant entrepreneurship: the moderating roles of entrepreneurial effort and regional poverty level. *Entrepreneurship and Regional Development, 32*(1–2), 112–133. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640479>
- Yessoufou, A. W., Blok, V., & Omta, S. W. F. (2018). The process of entrepreneurial action at the base of the pyramid in developing countries: a case of vegetable farmers in Benin. *Entrepreneurship and Regional Development, 30*(1–2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1364788>
- Yi, G. (2018). Impact of internship quality on entrepreneurial intentions among graduating engineering students of research universities in China. *International Entrepreneurship and Management Journal, 14*(4), 1071–1087. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0491-2>
- Zhan, S., Uy, M. A., & Hong, Y. Y. (2020). Missing the Forest for the Trees: Prior Entrepreneurial Experience, Role Identity, and Entrepreneurial Creativity. *Entrepreneurship: Theory and Practice. https://doi.org/10.1177/1042258720952291*
- Zhao, E. Y., & Yang, L. (2020). Women Hold Up Half the Sky? Informal Institutions, Entrepreneurial Decisions, and Gender Gap in Venture Performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice. https://doi.org/10.1177/1042258720980705*
- Zhu, C., Liu, A., & Wang, Y. (2019). Integrating organizational learning with high-performance work system and entrepreneurial orientation: a moderated mediation framework. *Frontiers of Business Research in China, 13*(1). <https://doi.org/10.1186/s11782-019-0057-y>