



Año 24 No. 85

Enero - Marzo 2019

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es> ES

Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias: Una revisión de la literatura¹

Zapata Domínguez, Álvaro ²
Corredor Gómez, Alba ³
Mena De la Cruz, Aura ⁴

Resumen

El emprendimiento es estudiado desde diferentes perspectivas, pero muy poco en el contexto de la cultura de las instituciones universitarias, en este sentido, se justifica una exploración detallada, sobre todo desde la visión de la teoría económica institucional original y de la nueva economía institucional. En el presente artículo se revisan los elementos coincidentes en la literatura académica sobre estos temas. A través de una metodología narrativa de revisión de literatura se desagregaron 57 artículos provenientes de la base de datos de web of science sobre la perspectiva de la teoría institucional, el emprendimiento y las instituciones universitarias. Se presentan elementos repetitivos en la literatura sobre: 1) La relación entre cultura y emprendimiento; 2) Los factores culturales de la sociedad que se encuentran en relación con el espacio geográfico que ocupan los emprendedores; 3) La relación entre los aspectos culturales (como factor determinante) y el papel de las instituciones de educación superior (factor influyente) en el desarrollo de la actividad emprendedora; 4) La identidad cultural del emprendedor en el contexto espacial externo e interno de la institución universitaria.

Palabras Clave: emprendimiento; cultura; instituciones; universidad emprendedora; identidad.

Recibido: 20.07.18 Aceptado: 10.12.18

- ¹ Artículo original, elaborado en el marco del proyecto de investigación "Universidades Emprendedoras", actualmente en desarrollo, 2018-2019.
- ² Profesor Titular de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. Doctor en Administración de HEC-Montreal, Canadá. E-mail: alvaroz@uninorte.edu.co, ORCID: 0000-0001-8194-2259
- ³ Rectora Nacional de la Corporación Universitaria Americana, estudiante del programa de Doctorado en Administración de la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. E-mail: acorredor@coruniamericana.edu.co, ORCID: 0000-0003-4677-1225
- ⁴ Estudiante del programa de Doctorado en Administración de la Universidad del Norte. Becaria de Colciencias y de la Universidad del Norte. Integrante del Grupo de Investigación en Organizaciones y gestión de la Universidad del Magdalena, Santa Marta, Colombia. amena@uninorte.edu.co, ORCID: 0000-0003-3180-9470

Entrepreneurship and culture in university institutions: A review of the literature

Entrepreneurship is studied from different perspectives, but very little in the context of the culture of the university institutions, in this sense, a detailed exploration is justified, especially from the vision of the Original Institutional Economic Theory (EIO) and the New Institutional Economics (NEI). In the present article, the coinciding elements in the academic literature on these topics are reviewed. Through a narrative methodology of literature review, 57 articles from the WEB OF SCIENCE (WOS) database on the perspective of institutional theory, entrepreneurship and university institutions were disaggregated. Repetitive elements are presented in the literature on: 1) The relationship between culture and entrepreneurship; 2) The cultural factors of society that are related to the geographical space occupied by entrepreneurs; 3) The relationship between cultural aspects (as a determining factor) and the role of higher education institutions (influential factor) in the development of entrepreneurial activity; 4) The cultural identity of the entrepreneur in the external and internal spatial context of the university institution.

Keywords: entrepreneurship; culture; institutions; entrepreneurial university; identity.

1. Introducción

Las instituciones constituyen el concepto clave del enfoque institucional; tanto desde la visión de la teoría Económica Institucional Original (EIO) como de la Nueva Economía Institucional (NIE); esta última hace referencia a las normas y reglas de juego que rigen en la sociedad; de forma que condicionan y orientan las relaciones que se generan en ella; comprende las estructuras sociales elaboradas; de reproducción y transformación; que son relativamente duraderas; y que permiten comprender la realidad social (North; 1994, citado por Urbano & Díaz; 2009; Lawson; 2004). Las instituciones según Hodgson (2006) delimitan la interacción humana en los diferentes ambientes (económico; social; económico y político) comprenden

una gran variedad de consideraciones (reglas; sistemas sociales; las normas culturales; las convenciones).

Dentro de la categoría de instituciones; se considera que las organizaciones corresponden a una tipología especial de ellas; dada su capacidad para desarrollar estructuras sociales y replicar un marco institucional que se expresa en la gobernanza; la cual considera aquellos aspectos del poder; los incentivos; las reglas y las prácticas rutinarias asociadas a las organizaciones; ya sean estas planificadas o espontáneas (Hodgson; 2006; Lawson; 2004).

Desde la perspectiva institucional de North (1991); se considera un triple eje que comprende las creencias; las instituciones y la economía como marco para explicar cómo es la incidencia del

contexto institucional en el desarrollo económico y social; en este sentido; la dinámica institucional se encuentra mediada por los factores políticos; sociales y culturales. Urbano & Díaz (2009) y Ayala (1991) señalan dos tipos de instituciones; formales e informales; las primeras comprenden las leyes y reglamentos (estatales); y se enfocan en aquellos problemas que son específicos; de tipo obligatorio y coercitivo; de dominio público. Mientras que las instituciones informales son de tipo social; cuyas reglas no están escritas; comprenden convenciones; códigos de conducta y valores; son voluntarias y de autocumplido; de dominio privado.

Scott (1995) considera tres pilares que constituyen la fuente de conformidad y el orden para un grupo social; estas tres dimensiones son: regulativo; que se centra en la capacidad de establecer reglas tanto formales como informales; sanciones y recompensas; mientras que el normativo; se asocia a los valores y normas sociales que regulan el comportamiento social aceptable; el tercero; el cultural-cognitivo implica el entendimiento colectivo de la composición de la realidad social que permite enmarcar el significado dentro de una sociedad; incluyendo el nivel organizacional y el individual.; este concepto establece que los contextos culturales contribuyen a la formación de interpretaciones y creencias individuales (DiMaggio y Powell, 1983; Scott, 1995).

Últimamente se ha evidenciado una transformación básica en la economía mundial; que ha pasado del llamado capitalismo administrativo al emprendedor (Acs & Armington; 2006; Audrestch et al; 2006; Baumol et al; 2007; citados por Vesga; 2012); el emprendimiento se ha constituido en pilar fundamental para el desarrollo

económico. Entre los factores determinantes para el emprendimiento y la creación de empresas; autores como Davidsson (1995); Busenitz & Chung (1996); Verheul et al (2003); Urbano & Díaz (2009) señalan que la cultura tiene una influencia determinante sobre la actividad emprendedora; por su parte; Hisrich; Langan-Fox & Grant (2007) indican que la discusión entre nacer o hacerse emprendedor; se ha orientado a considerar el emprendimiento como una conducta aprendida.

El contexto institucional permite considerar aquellos factores de formación asociados al sujeto emprendedor (conocimientos académicos y prácticos de la experiencia) que inciden en la decisión de crear empresa; así como el papel de los sistemas educativos en la formación de los emprendedores. En este sentido; las instituciones de educación superior orientan el aprendizaje del emprendimiento como un resultado derivado de la formación integral capaz de dar respuesta a las necesidades de la sociedad y al mundo globalizado; lo cual implica el ejercicio serio de la adquisición de conceptos teóricos y la aplicación práctica desarrollada de acuerdo con la cultura y el entorno (Ortiz; Rodríguez & Gutiérrez 2013).

Los autores que han trabajado la teoría Económica Institucional Original (EIO) y la Nueva Economía Institucional (NEI); la cultura organizacional; el emprendimiento; las universidades emprendedoras y la identidad lo que ha permitido tener un conocimiento previo de la temática; y posibilita que la revisión de la literatura parta de una etapa más descriptiva que meramente exploratoria y que sea identificable particularmente en instituciones de educación superior. Dado lo anterior; se realizó una búsqueda de artículos que asociaran los

conceptos de emprendimiento; cultura del emprendimiento y las instituciones universitarias en la base de datos de WEB OF SCIENCE (WOS). Se tuvo en cuenta los aportes teóricos principalmente de North (1991) y Scott (1995) en la teoría institucional para definir las nociones conceptuales sobre el emprendimiento y la cultura del emprendimiento en la revisión de los artículos.

Se plantearon dos proposiciones:

i) en la formación y desarrollo de sujetos emprendedores las actividades de emprendimiento están mediadas por el marco cultural que soporta la institucionalidad; ii) la cultura de las instituciones universitarias tiene un efecto en la promoción del emprendimiento que incide en el desarrollo cognitivo del sujeto emprendedor. Teniendo en cuenta lo anterior; el contenido del presente artículo se encuentra dividido en tres secciones; la primera comprende aquellos aspectos conceptuales y elementos de la definición de emprendimiento; la segunda sección presenta los resultados obtenidos sobre la relación entre el emprendimiento y la cultura; mientras que; la tercera sección desarrolla los resultados encontrados para las instituciones universitarias con vocación emprendedora. Por último; se presentan las conclusiones sobre el emprendimiento; la cultura del emprendimiento y las instituciones universitarias.

2. Emprendimiento: precisiones teóricas

Desde el enfoque institucional; el emprendimiento se define como aquella decisión de entrar o no a una industria o mercado; dicha decisión se encuentra influenciada por factores específicos (Gómez; 2004).

Una definición de emprendimiento plantea que este corresponde a una actitud básica que poseen ciertos individuos que les permite reconocer oportunidades y asumir riesgos (Vesga; 2012); pudiéndose entender como aquella manifestación de iniciativas de empresariales que permiten la flexibilidad de la economía regional y que generan una respuesta productiva a los desafíos externos (Fritsch & Wyrwich; 2017).

Dos tipologías de actividad emprendedora; se identifican en las definiciones previas la comercial y la social. En primera instancia; el emprendimiento comercial; se define como aquella actividad emprendedora que genera un aporte a la creación de riqueza; a la productividad y el crecimiento económico; mientras que, el emprendimiento social corresponde aquella actividad emprendedora socialmente motivada que busca contribuir con su ejercicio a la disminución de los problemas sociales de un contexto (Pathak & Muralidharan; 2016).

Concretando el emprendedor, como el sujeto que; influenciado por las condiciones del contexto; descubre y explota una actividad; el emprendedor es un individuo con iniciativa para asumir riesgos y adaptarse a los cambios (Gómez; 2004; Hayton; George & Zahra; 2002).

3. Cultura del Emprendimiento

En los artículos revisados permitieron la identificación de cuatro aspectos o categorías asociadas a la concepción de la cultura del emprendimiento; las cuales son: valores culturales; identidad cultural; espacio geográfico (comunidades); prácticas culturales y liderazgo.

En el cuadro 1, se presenta una clasificación de los artículos revisados que

presentan la relación entre la cultura y el emprendimiento; los artículos presentan conceptualizaciones del fenómeno de la cultura desde el enfoque teórico institucional; según la postura teórica basada en North (1991) la cultura puede

ser vista como un factor institucional; o ser comprendida como una institución informal, mientras que la perspectiva de Scott (1995) enfatiza la noción de la cultura desde las tres dimensiones institucionales (regulador, normativo,

cultural-cognoscitivo).

Cuadro 1 Clasificación de artículos según enfoque institucional de la noción de cultura

NOCIÓN DE CULTURA		ARTÍCULOS REVISADOS
Enfoque Institucional de North (1991)	La cultura como factor institucional	Aparicio; Urbano & Audretsch (2016); Lewellyn & Muller-Kahle (2016); Cullen; Johnson; & Parboteeah (2014); Valdez & Richardson (2013); y Ahlstrom & Bruton (2002).
	<i>La cultura es una Institución Informal</i>	Fritsch & Wyrwich (2016); Huggins & Thompson; (2016); Ostapenko (2016); Pathak & Muralidharan; (2016); Stuetzer et al (2016); Hechavarría (2015); De Clercq; Lim & Oh (2014); Petrou & Daskalopoulou (2014); Sabah; Carsrud & Kocak; (2014); Wyrwich (2014); De Clercq; Lim & Oh (2013); Hopp & Stephan (2012); Li & Zahra (2012) Stephan & Uhlaner (2010); Frederking (2004)
Enfoque Institucional Scott (1995)	<i>Regulador; Normativo y Cultural-Cognitivo</i>	Audretsch et al (2016); Pathak & Muralidharan (2016); Petrovskaya; Zaverskiy & Kiseleva (2016); Valdez & Richardson (2013)

Fuente: Elaboración propia

La primera categoría conceptual sobre la cultura del emprendimiento corresponde a los valores culturales; los artículos revisados hacen énfasis en la relevancia de los valores que son transmitidos desde la cultura; los cuales permiten que los individuos presenten comportamientos emprendedores. La categoría de valores culturales se identificó en diez artículos de lo revisados; uno de estos corresponde a Cullen; Johnson & Parboteeah (2014); los cuales señalan que las combinaciones entre

valores culturales y los demás factores institucionales tiene una cierta influencia en la oportunidad de emprendimiento. Por su parte Pathak & Muralidharan (2016) considera, que los valores culturales se encuentran relacionados con la confianza para el ejercicio de la actividad emprendedora.

Otros autores que consideran que la categoría de valores culturales se encuentra relacionada con la orientación empresarial de los individuos; la creación de nuevas empresas y la

actividad emprendedora son Audretsch et al (2016); Stephan & Pathak (2016); Lassmann & Busch (2015); Puumalainen et al (2015); Kreiser et al (2010); Morris & Schindebutte (2005); y Hayton; George & Shaker (2002). Dado lo anterior; la cultura se define como un conjunto de valores compartidos y arraigados; los cuales también son compartidos por las instituciones y los sistemas sociales; por lo que; los valores culturales hacen alusión a la validación de la deseabilidad o legitimidad de los comportamientos empresariales (Audretsch et al; 2016; Stephan & Pathak; 2016; Lassmann & Busch; 2015; Puumalainen et al; 2015; Kreiser et al; 2010; Morris & Schindebutte; 2005; Hayton; George & Shaker; 2002).

Por su parte; el artículo de Petrovskaya; Zaverskiy & Kiseleva (2016) plantea que los aspectos asociados a los valores y a la ética se encuentran asociados a la cultura en donde el emprendedor desarrolla su actividad emprendedora. Es por ello; que desde la dimensión regulatoria institucional del enfoque teórico de Scott (1995); la cultura tiene una cierta relevancia para la aprobación de los comportamientos empresariales y el emprendimiento; siendo las normas y reglas, formales e informales; y las creencias; los factores influyentes en el proceso de decisión del sujeto emprendedor (Petrovskaya; Zaverskiy & Kiseleva; 2016).

Una segunda categoría identificada para la cultura del emprendimiento corresponde a la identidad cultural; en este sentido; el trabajo de Audretsch et al (2016) señala que la identidad cultural es un factor que comprende el papel de la religiosidad; la migración; las condiciones y las experiencias de trabajos prevalentes; este factor se encuentra asociado con el emprendimiento. Otra categoría identificada en la revisión de la literatura

corresponde al espacio geográfico; los trabajos de Huggins & Thompson (2016) y Valdez & Richardson (2013); el primero aborda la cultura como una institución informal que está asociada a un espacio geográfico específico; mientras que; el segundo considera la cultura desde la perspectiva de las dimensiones normativas y culturales-cognoscitivas.

Para Huggins & Thompson (2016); el espacio geográfico esta en relación con la cultura de una sociedad; por lo que; el espacio geográfico se constituye en un componente cultural que el espacio ocupado por los emprendedores estará mediado por la interacción o influencia de la cultura comunitaria de su entorno geográfico-social. Dado lo anterior; la cultura comunitaria se define como aquellas mentalidades predominantes o dominantes subyacentes que inciden en el funcionamiento de las localidades; como la estructura social; las propiedades de los grupos; la interacción comunitaria y la modelación del entorno (Huggins & Thompson; 2016).

Mientras que otra perspectiva de la categoría del espacio geográfico; corresponde al análisis macro a nivel países que presentan el artículo de Valdez & Richardson (2013); este artículo se orientan a explorar como las instituciones desde los pilares de Scott (1995) pueden tener influencia sobre la actividad emprendedora de un país; los hallazgos evidencian que las instituciones normativas y las culturales-cognitivas tienen un mayor poder en la actividad emprendedora que las instituciones reguladoras; por lo que las diferencias en valores; creencias y habilidades pueden jugar un papel más importante que las consideraciones puramente económicas de oportunidad y costos de transacción.

Por último; se encuentra la categoría de prácticas culturales y

liderazgo; en esta categoría el artículo de Stephan & Pathak (2016) considera que las prácticas culturales pueden estar relacionados con el pilar normativo de Scott (1995); dado que; estas se constituyen en normas descriptivas sobre comportamientos típicos de los individuos en una cultura. Entre los comportamientos típicos legitimados a través de la cultura se encuentra el liderazgo que ejercen los emprendedores en su entorno; los cuales son aprobados o no; por medio de las expectativas culturales que la sociedad tiene de los mismo; en este sentido; la investigación señala dos tipos de liderazgo en la cultura del emprendimiento; el carismático y el autoprotector; entendidos a partir de los valores que reflejan el colectivismo y la feminidad (Stephan & Pathak; 2016).

4. Algunas consideraciones en torno a las Instituciones Universitarias.

Teniendo en cuenta el enfoque institucional se puede considerar que la institución universitaria dentro la tipología especial de instituciones; es decir; como una organización (Hodgson; 2006; Lawson; 2004); esto se debe a que las instituciones universitarias han mostrado una capacidad para la estructuración social; además que; desde una visión histórica; estas han presentado una naturaleza inherente a las grandes organizaciones (Kirby, 2006).

Una caracterización de la institución universitaria es la que expone Kirby (2006); puesto que; el marco organizacional de este tipo de instituciones se encuentra en la naturaleza impersonal de las relaciones; en el diseño y conformación de una jerarquía de muchos niveles de

aprobación; la necesidad de control y la consiguiente adhesión a las reglas y procedimientos; la caracterización de una cultura corporativa; la dimensión temporal y la necesidad de resultados inmediatos; la falta de talento empresarial y los inapropiados métodos de compensación. Sin embargo; la evolución de la universidad ha sido compleja para llegar a un escenario donde su rol tiene un sentido importante para el desarrollo empresarial.

Segun Audretsch (2014); las universidades han pasado de su tradición secular del modelo de Humboldt; a responder a los problemas de la sociedad desde tres ejes; uno que la constituye como una fuente de conocimientos que alimenta el crecimiento económico; otro que la orienta como un invernadero para la transferencia de tecnología; y finalmente el último la enfoca como líder para prosperar en la sociedad empresarial. En este orden de ideas; los trabajos de Clark (2004) y Guerrero & Urbano (2011) presentan como las instituciones de educación superior se han orientado a desarrollar un enfoque emprendedor (cuadro 2).

De acuerdo con Clark (2004); las universidades como marco institucional que inciden en la configuración de la actividad emprendedora; tienen su influencia a partir de su cultura organizacional; considerando ésta como el conjunto de ideas; creencias y valores afirmados; que desde la perspectiva simbólica de los componentes materiales se convierte en un aspecto fundamental en la formación de universidades con enfoque emprendedor. En el caso de la Universidad de Warwick; las instituciones universitarias con enfoque emprendedor presentan características como una actitud agresiva compuesta por el optimismo; la toma de riesgos

Cuadro 2

Clasificación de autores acerca de la universidad emprendedora

Autores	Hallazgos
Urbano & Guerrero (2011)	<p><i>Casos empíricos revisados en el periodo 1995-2008</i></p> <p>Universidades en Australia; Canadá; China; Alemania; Italia; Países Bajos; Singapur; Suecia; Tailandia; Estados Unidos.</p>
	<p><i>Modelos teóricos (por autores)</i></p> <p>Clark (1998); Sporn (2001); Etkowitz (2004); Kirby (2006); O'shea et al, (2005); Tothaermel et at. (2007)</p>
Clark (2004)	<p><i>Casos estudiados</i></p> <p>Universidad de Warwick (Europa- década de los 90); Universidad Chalmers (Suecia); Universidad Católica de Chile (América Latina); Monash (Australia); las Universidades de Berkeley; Harvard; Stanford; MIT; Michigan y UCLA (Estados Unidos)</p>
	<p><i>Principales hallazgos</i></p> <p>La cultura organizativa y el uso de estrategias de diversificación favorecen la actividad emprendedora y una cultura enfocada en el emprendimiento.</p>

Fuente: Elaboración propia

y la voluntad de intentar nuevas cosas representa una mejor política que la precaución; los recortes y el conservadurismo académico (Clark; 2004).

Las universidades con fuerte orientación al emprendimiento son aquellas que tienen la capacidad de establecer estrategias de diversificación que permitan el equilibrio entre sus mecanismos gerenciales en los aspectos tanto académicos como financieros (Clark; 2004). Por su parte; Guerrero & Urbano (2011) señalan que la universidad emprendedora está caracterizada por su capacidad innovadora; reconocedora y creadora de oportunidades; de trabajo en equipo; de asumir riesgos y responder a los desafíos. Otras características de las universidades emprendedoras constituyen la adaptación organizacional a los cambios ambientales; los aspectos de su carácter distintivo de gestión y

governabilidad; así como su actitud orientada al desarrollo económico con la creación de nuevos emprendimientos y la comercialización de la investigación (Chrisman, et al; 1995; Clark, 1998; Subotzky, 1999; Jacob et al, 2003).

No obstante que el enfoque tradicional de las actividades de las instituciones de educación superior se concentra en la formación; la enseñanza y la investigación; estos pilares tradicionales de su misión se complementan con el capital emprendedor; que representa la capacidad para involucrarse y generar actividad empresarial (Guerrero & Urbano, 2014; Guerrero et al, 2014; Urbano & Guerrero, 2013; Auderstch et al, 2005).

Por otro lado; la institución universitaria desarrolla actividades que pueden ser consideradas desde la mirada de la economía empresarial;

de manera que, el conocimiento constituye el principal capital; el cual puede ser transformado en un factor de producción dominante y en una fuente de ventaja competitiva. En este sentido, según Gómez (2012); la formación de emprendedores desde la universidad tiene el propósito de incidir en el desarrollo digno de individuos y comunidades; para ello; la docencia constituye una función relevante para la formación de empresarios; corporativos y profesionales sociales. Mientras que las funciones de investigación y extensión se convierten en capacidades para impulsar nuevas empresas y generar conocimientos acerca de cómo educar para emprender (Gómez; 2012).

5. Conclusiones

La literatura revisada permite establecer una relación entre los aspectos culturales (como factor determinante) y el papel de las instituciones de educación superior (como factor influyente) en el desarrollo de la actividad emprendedora. Los hallazgos señalan que la cultura del emprendimiento desde una perspectiva institucional puede ser comprendida a partir de las categorías del espacio geográfico; los valores culturales; la identidad cultural; las prácticas culturales y el liderazgo; estos aspectos asociados a la cultura según la literatura revisada influyen en el comportamiento emprendedor de los individuos.

Otra categoría identificada en la revisión de la literatura y que dentro del enfoque institucional se constituye una tipología de institución especial corresponde a la institución universitaria emprendedora. La categoría de institución universitaria emprendedora se caracteriza por orientar sus

aspectos de la cultura organizacional hacia el favorecimiento de la actividad emprendedora desde sus ejes misionales de formación; investigación y extensión.

En este sentido, la institución universitaria se orienta a hacia la cultura del emprendimiento propiciando no solo una acción dentro de un espacio geográfico para favorecer la actividad emprendedora, sino que; se encuentra en concordancia con la generación de valores culturales; prácticas culturales y liderazgo que propicien en el enfoque emprendedor en los individuos que forman y hacen parte de su estructura.

Una de las categorías conceptuales identificadas en la literatura corresponde a la identidad cultural; como constructo cultural desarrollado en la universidad (sea emprendedora o no); que influye en la construcción de la identidad el sujeto emprendedor.

Finalmente, señalar que la construcción de la identidad del sujeto emprendedor se encuentra mediada por el contexto espacial externo e interno de la institución universitaria, donde las costumbres y tradiciones de la sociedad en general y la cultura organizacional universitaria; se transfieren al sujeto que decide sobre la decisión de emprender.

Referencias bibliográficas

- Ahlstrom, David & Bruton, Garry (2002): An institutional perspective on the role of culture in shaping strategic actions by technology focused-entrepreneurial firms in China. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 26, Number4, pp. 53-70.
- Álvarez, Claudia., Urbano, David & Amorós, José Ernesto. (2014). GEM Research: Achievements and Challenges. **Small Business Economics**, Volume 4, Number 3, pp.445-465

- Aparicio, Sebastian., Urbano, David & Audretsch, David (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. **Technological Forecasting and Social Change**, Volume 102, pp. 45-61
- Ayala Espino, José (1999) **Instituciones y Economía: una introducción al neoinstitucionalismo económico**. México. Fondo de Cultura Económica.
- Audretsch, David, & Lehmann, Erik (2005). Do university policies make a difference? **Research Policy**, Volume 34, Number 3, pp. 343-347.
- Audretsch, David (2014) "From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society". **Journal of Technology Transfer**, Volume 39, Number 3, pp. 313-321
- Audretsch, David., Obschonka, Martin., Gosling, Samuel & Potter, Jeff (2016) A new perspective on entrepreneurial regions: linking cultural identity with latent and manifest entrepreneurship. **Small Business Economics**, Volume 48, Number 3, pp. 681-697
- Busenitz, Lowell & Lau, Chun Ming (1996): A Cross-Cultural Cognitive Model of New Venture Creation. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 20, Number 4, pp. 25-39
- Chrisman, James., Hynes, Timothy & Fraser, Shelby (1995). Faculty entrepreneurship and economic development: the case of the University of Calgary. **Journal of Business Venturing**, Volume 10, Number 4, pp.267-281.
- Chrisman, James, Chua, Jess & Steier, Lloyd (2002): The Influence of National Culture and Family Involvement on Entrepreneurial Perceptions and Performance at the State Level. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 26, Number 4, pp.113-130
- Clark, Burton (1998) Creating entrepreneurial universities: Organizational Pathways of transformation. **Higher Education**, volume 38, number 3, pp.373-374
- Clark, Burton (2003) Sustaining change in universities: Continuities in case studies and concepts. **Tertiary education and management**, Volume 9, number 2, p. 99-116.
- Cullen, Jhon., Johnson, Jean & Parboteeah, Praveen (2014). National Rates of Opportunity Entrepreneurship Activity: Insights from Institutional Anomie Theory. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 38, Number 4, pp.775-806
- Davidsson, Per (1995): Culture, Structure and Regional levels of Entrepreneurship. **Entrepreneurship & Regional Development**, Volume 7, Number 1, pp.41-62
- De Clercq, Dirck., Lim, Dominic & Oh, Chang Hoon (2013) Individual-Level Resources and New Business Activity: The Contingent Role of Institutional Context. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 37, Number 2, pp.303-330
- De Clercq, Dirck., Lim, Dominic & Oh, Chan Hoon (2014) Hierarchy and conservatism in the contributions of resources to entrepreneurial activity. **Small Business Economics**, Volume 42, Number 3, pp.507-522
- DiMaggio, Paul & Powell, Walter (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, Volume 48, Number 2, pp.147-160.
- Frederking, Conklin Loretta (2004) A cross-national study of culture, organization

- and entrepreneurship in three neighbourhoods. **Entrepreneurship and Regional Development**, Volume 16, Number 3, pp.197-215
- Fritsch, Michael & Wyrwich, Michael (2017). The effect of entrepreneurship on economic development-an empirical analysis using regional entrepreneurship culture. **Journal of Economic Geography**, Volume 17, Number 1, pp. 157-189
- Gómez, Liyis (2004) Creación de empresas y estrategia. Reflexiones desde el enfoque de recursos. **Pensamiento & gestión**, Número 17, Universidad del Norte, pp.112-133
- Gómez, Liyis. (2014) Reflexiones en torno al papel de las universidades frente al fomento del emprendimiento. En Pérez, Libardo (2014) **Currículo y Emprendimiento. Experiencias en Perspectiva**. Bogotá: Editorial Universidad de la Salle
- Guerrero, Maribel & Urbano, David (2012) The development of an entrepreneurial university. **Journal of Technology Transfer**, Volume 37, Number 1, pp. 43-74
- Guerrero, Maribel & Urbano, David (2014). Academics' start-up intentions and knowledge filters: an individual perspective of the knowledge spillover theory of entrepreneurship. **Small Business Economics**, Volume 43, Number 1, pp. 57-74.
- Guerrero, Maribel., Urbano, David., Cunningham, James & Organ, Damien (2014). Entrepreneurial universities: a case study comparison in two European regions. **Journal of Technology Transfer**, Volume 39, Number 3, pp. 415-434.
- Hayton, James., George, Gerard & Zahra, Shaker (2002): National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volume 26, Number 4, pp.33-52
- Hechavarria, Diana (2015) The impact of culture on national prevalence rates of social and commercial entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, Volume 12, Number 4, pp.1025-1052
- Hisrich, Robert., Langan-Fox, Janice & Grant, Sharon (2007). Entrepreneurship research and practice. A call to action for psychology. **Journal American Psychological Association**, Volume 62, Number 65, pp.575-589.
- Hogdson, Geoffrey (2006) "What are institutions". **Journal of Economic Issues**, Volume 40, Number 1, pp.1-25
- Hopp, Christian & Stephan, Ute (2012) The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. **Entrepreneurship and Regional Development**, Volume 24, Number 9-10, pp. 917-945
- Huggins, Robert & Thompson, Piers (2016) Socio-Spatial Culture and Entrepreneurship: Some Theoretical and Empirical Observations. **Economic Geography**, Volume 92, Number 3, pp. 269-300
- Jacob, Merle., Lundqvist, Mats & Hellsmark, Hans (2003) Entrepreneurial transformations in the Swedish university system: the case of Chalmers University of Technology. **Research Policy**, Volume 32, Number 9, pp.1555-1569.
- Kirby, David (2006) Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice. **Journal of Technology Transfer**, Volume 31, Number 5, pp. 599-603.

- Kreiser, Patrick., Marino, Louis., Dickson, Pat & Weaver, Mark (2010) Cultural Influences on Entrepreneurial Orientation: The Impact of National Culture on Risk Taking and Proactiveness in SMEs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, Volume 34, Number 5, pp.959-984
- Lassmann, Andrea & Busch, Christian (2015). Revisiting native and immigrant entrepreneurial activity. **Small Business Economics**, Volume 45, Number 4, pp. 841-873
- Lawson, Tony (2004) "What is an institution?" In https://www.researchgate.net/publication/260424067_What_is_an_Institution consultado el 24 de marzo de 2018
- Lewellyn, Krista & Muller-Kahle, Maureen (2016). A configurational approach to understanding gender differences in entrepreneurial activity: a fuzzy set analysis of 40 countries. **International Entrepreneurship and Management Journal**, Volume 12, Number 3, pp. 765-790
- Li, Yong & Zahra, Shaker (2012) Formal institutions, culture, and venture capital activity: A cross-country analysis. **Journal of Business Venturing**, Volume 27, Number 1, pp. 95-111
- Morris, Michael & Schindebutte, Minet (2005) Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: An examination of six subcultures. **Journal of Small Business Management**, Volume 43, Number 4, pp. 453-479
- North, Douglas (1991) Institutions. **Journal of Economic Perspectives**, Volume 5, Number 1, pp. 97-112
- Ortiz Riaga, María., Rodríguez Gaitán, Sandra y Gutiérrez Rodríguez, Julián (2013). El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia. *Gestión social*, Volumen 6, Numero 2, pp.159-174
- Ostapenko, Nataliia (2016) Perceptions of government actions and entrepreneurship performance an indirect effect of national culture/ comparative analysis of Ukraine and Slovak Republic. **Journal of Enterprising Communities-People and Places of Global Economy**, Volume 10, Number 4, pp. 363-396
- Pathak, Saurav & Muralidharan, Etayankara (2016) Informal Institutions and Their Comparative Influences on Social and Commercial Entrepreneurship: The Role of In-Group Collectivism and Interpersonal Trust. **Journal of Small Business Management**, Volume 54, Number S1, pp.168-188
- Petrou, Anastasia & Daskalopoulou, Irene (2014) Is Greece a Rent Seeking Society? A Research on the Relationship Between Entrepreneurship, Trust and Institutions, *Social Indicators Research*, Volume 119, Number 3, pp.1495-1515
- Petrovskaya, Irina., Zaverskiy, Sergey & Kiseleva, Elena (2016). Putting assumptions into words: money and work beliefs and legitimacy of entrepreneurship in Russia. **European Journal of International Management**, Volume 10, Number 2, pp.157-180
- Puumalainen, Kaisu., Sjogren, Helena., Syrja, Pasi & Barraket, Jo (2015). Comparing social entrepreneurship across nations: An exploratory study of institutional effects. **Canadian Journal of Administrative Sciences-Revue Canadienne Des Sciences De L Administration**, Volume 32, Number 4, pp. 276-287
- Sabah, Senay., Carsrud, Alan and Kocak, Akin (2014) The Impact of Cultural Openness, Religion, and Nationalism on Entrepreneurial Intensity: Six Prototypical Cases of Turkish Family Firms. **Journal of Small Business**

- Management**, Volume 52, Number 2, pp. 306–324
- Scott, Richard (1995). **Institutions and organizations**. London: Sage.
- Stephan, Ute & Uhlaner, Lorraine (2010) Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship, **Journal of International Business Studies**, Volume 41, Number 8, pp.1347-1364
- Stephan, Ute & Pathak, Saurav (2016) Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, Volume 31, Number 5, pp.505-523
- Stuetzer, Michael., Obschonka, Martin., Audretsch, David., Wyrwich, Michael., Rentfrow, Peter., Coombes, Mike., Shaw-Taylor, Leigh & Satchell, Max (2016). Industry structure, entrepreneurship, and culture: An empirical analysis using historical coalfields. **European Economic Review**, Volume 86, pp. 52-72
- Subotzky, George., (1999). Alternatives to the entrepreneurial university: new modes of knowledge production in community service programs. **Higher Education**, Volumen 38, Número 4, pp.401–440.
- Urbano, David & Díaz, Juan Carlos (2009) Creación de empresas e instituciones: un modelo teórico. En Hernández, Ricardo., Rodríguez, Lázaro., Codura, Alicia y Fuentes María del Mar (2009): “**Creación de empresas. Aproximación al estado del arte**”. Editorial Juruá, Lisboa, pp.95-109
- Urbano, David, & Guerrero, Maribel (2013) Entrepreneurial universities: socio-economic impacts of academic entrepreneurship in a European region. **Economic Development Quarterly**, Volume 27, Number 1, pp. 41-56.
- Valdez, Michael & Richardson, James (2013). Institutional Determinants of Macro-Level Entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Volumen 37, Número 5, pp.1149-1175
- Vesga, R. (2012). Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? En: <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf> consultado el 24 de marzo de 2018
- Verheul, Ingrid., Wennekers, Sander., Audrescht, David & Thurik, Roy (2003) An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. In Audretsch, D.B. (2003) **SMEs in the Age of Globalization, part of serie: The Globalization of the World Economy**. Edgard Elgar Publishing, UK, pp. 536-606
- Wennberg, Karl., Pathak, Saurav & Autio, Erko (2013) How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. **Entrepreneurship and Regional Development**, Volume 25, Number 9-10, pp., 756-780
- Wyrwich, Michael (2014). Ready, set, go! Why are some regions entrepreneurial jump starters? **Annals of Regional Science**, Volumen 53, Número 2, pp. 487-513

- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES