

## El rol de la Universidad Nacional del Litoral en la creación de *spin-offs* universitarios

---

**Autores:** Nemichenitzer, Christian\*; Dufek, Melina

**Contacto:** \*[c.nemichenitzer@gmail.com](mailto:c.nemichenitzer@gmail.com)

**País:** Argentina

### Resumen

Las *spin-offs* universitarias (SOU) son un mecanismo de transferencia de conocimiento al medio productivo que ha tomado mayor visibilidad en las últimas décadas, debido al éxito de numerosas compañías que surgieron a partir de resultados de la investigación de instituciones públicas. Una SOU es una nueva firma creada para comercializar los resultados de la investigación y el conocimiento científico surgido de universidades e instituciones de investigación. Existen una serie de factores determinantes que influyen en el desarrollo, crecimiento y performance de las SOU, que se clasifican en tres grupos: i) los relacionados con el inventor y el equipo emprendedor, ii) los que tienen que ver con la firma propiamente dicha y iii) los inherentes con la tecnología a explotar.

La Universidad Nacional del Litoral (UNL) es una institución pública que lleva adelante actividades de docencia, investigación y transferencia al medio. Desde el año 1985 ha desarrollado diversos mecanismos para el estímulo de la vinculación tecnológica, como ser normativas específicas, oficinas especializadas, programas de capacitación y sensibilización, líneas de financiamiento específicas, incubadoras, parques tecnológicos, entre otras. Estos mecanismos, junto con lineamientos políticos de apoyo a la creación de SOU plasmados en sucesivos planes estratégicos, han permitido que la UNL cuente hoy con seis SOUs en actividad.

En el presente trabajo se analiza, con un enfoque exploratorio, la contribución de la UNL a los factores que determinan el desarrollo, crecimiento y performance de las SOU, a partir de la descripción de las acciones que fomentan su creación y del análisis de dos casos de SOUs creadas recientemente. Se concluye que la UNL contribuye a generar las condiciones para la creación de SOUs en los factores determinantes que tienen que ver tanto con el inventor y el equipo, como con la firma y con la tecnología.

**Palabras clave:** *spin-off* universitaria; Universidad Nacional del Litoral; transferencia de conocimiento.

\*Ponencia aprobada para su publicación como artículo científico por sistema doble ciego con conformidad de sus autores. Publicado bajo el título "El rol de la Universidad Nacional del Litoral en la creación de *spin-offs* universitarios" en Revista Pymes, Innovación y Desarrollo, Vol. 11 Núm. 3 (2023) ISSN 2344-9195. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/44707>

## Propuesta metodológica para la formación en emprendimiento y competitividad

---

**Autores:** Barrera Albarracín, Norly Tatiana; Castellanos Domínguez, Oscar Fernando\*; Gómez Nivia, Fabián Humberto

**Contacto:** \*[ofcastellanosd@unal.edu.co](mailto:ofcastellanosd@unal.edu.co)

**País:** Colombia

### Resumen

Promover el emprendimiento como una fuerza “impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación” (Sánchez-García, 2020) conlleva al crecimiento económico, la generación de empleo y el desarrollo social, psicológico e institucional de los países, (Pico et al., 2017). En este sentido, la búsqueda y el uso inteligente de la información, permite generar ventajas competitivas a los emprendedores, empresarios y demás actores del ecosistema. Estas actividades potencian el valor agregado y posicionamiento de las ideas de negocio, fortaleciendo las dinámicas sociales, económicas e institucionales del entorno.

Bajo este escenario, la presente ponencia describe una propuesta de fortalecimiento de los procesos de aprendizaje, impulsando el crecimiento psicológico, social e institucional, a través de la adquisición de conocimientos necesarios para tal fin, así como el fortalecimiento de competencias críticas para el desarrollo de proyectos emprendedores. Mediante una metodología cualitativa de participación y la utilización de herramientas como el benchmarking, se desarrolló una propuesta de formación para el fortalecimiento e impulso del emprendimiento, el cual se vio materializado en el Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia Competitiva, implementado durante los años 2021 y 2022 con resultados satisfactorios.

Con esta iniciativa se logró integrar las necesidades del público objetivo, así como las tendencias de los sistemas de apoyo al emprendimiento, para generar un proceso de fortalecimiento de las capacidades emprendedoras. De igual forma, la implementación del diplomado permitió construir una comunidad de conocimiento dinámico, con una permanencia del 95% en momentos coyunturales, como lo fue el confinamiento por el Covid-19, y, conduciendo a la ideación y fortalecimiento de diez iniciativas de emprendimiento. Finalmente, la presente propuesta metodológica de formación representa una apuesta de contenidos adaptables a diferentes públicos del ecosistema, que busquen potencializar sus habilidades y capacidades emprendedoras.

### 1. Introducción

El impacto del emprendimiento se ve reflejado en su capacidad para modificar y renovar los mercados, así como en la generación de procesos de innovación y crecimiento productivo. En este sentido es un factor determinante en el desarrollo económico y social de los países, a la vez que funciona como un mecanismo esencial en la búsqueda del éxito económico de los individuos (Kuratko, 2005).

El acelerado crecimiento del emprendimiento durante las últimas décadas del siglo 20 y principios del siglo 21 fue el catalizador del surgimiento de procesos de formación y educación para el emprendimiento, principalmente en universidades y centros de educación superior (Neck y Greene, s.f.). En tal sentido se ha reconocido que la formación y promoción del emprendimiento es una disciplina amplia y dinámica que abarca aspectos estratégicos, financieros, legislativos y operacionales en la ideación y puesta en marcha

de ideas de negocio, además de ahondar en componentes de liderazgo, identificación de oportunidades, toma de decisiones y gestión del capital humano (Pittaway y Cope, 2007; Shabbir et al., 2022). Bajo esta misma lógica, los elementos que confluyen para el éxito de las iniciativas empresariales se relacionan con los procesos de creación de valor y la generación de ventajas competitivas, en cuanto estos impulsan la adaptabilidad y el dinamismo en los mercados.

En consecuencia, diversos estudios han hecho énfasis en la importancia de formular mecanismos eficaces en la enseñanza para el emprendimiento, que aseguren la correcta transferencia de conocimiento, el fomento de la cultura emprendedora y la puesta a disposición de herramientas eficaces para la ideación, creación y ejecución de iniciativas empresariales; estas dimensiones deben complementarse a través de la búsqueda de ventajas competitivas, es decir, el fomento de procesos de innovación y la utilización eficiente de los recursos y factores productivos al interior de proyectos emprendedores (Valdiviezo et al., 2020). Sobre este entendido, los procesos de formación para el emprendimiento deben construirse sobre objetivos específicos, definiendo la población objetivo, el diseño del contenido del curso, así como los métodos de enseñanza a aplicar y procesos de evaluación de impacto y resultados.

Dadas estas condiciones, este estudio presenta una propuesta metodológica de formación para el emprendimiento, dirigido a los principales actores del programa gubernamental de apoyo al emprendimiento: Fondo Emprender – SENA. Dicha propuesta se fundamenta en el reconocimiento de las necesidades de los principales actores de la entidad, así como en las tendencias de formación en emprendimiento y la búsqueda de ventajas competitivas.

## 2. Metodología

Se hace uso del método de triangulación de datos (Creswell, 2009), de esta manera se analizan diferentes enfoques y necesidades complementarios en la generación de una propuesta metodológica para la formación en emprendimiento y competitividad. En una primera instancia, se analizan las necesidades de fortalecimiento requeridas por el programa, identificadas a través de la literatura y los principales factores de desempeño en la ejecución de proyectos emprendedores, seguido por un proceso de validación de las tendencias identificadas previamente, contando con la participación de emprendedores, empresarios, gestores de emprendimiento y la Coordinación Nacional de Emprendimiento del Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. La recolección de información se llevó a cabo por medio de talleres de co-creación y la aplicación de encuestas a una muestra de 402 individuos la población objetivo.

En una última etapa se realizó un análisis de benchmarking o análisis comparativo estratégico con el fin de identificar tendencias de capacitación en el ecosistema. En este se analizaron un total de 15 entidades y más de 100 programas de capacitación y fortalecimiento dirigidos al fortalecimiento del emprendimiento. El análisis y articulación de los resultados obtenidos permitió construir una propuesta metodológica a partir de las necesidades priorizadas de los actores del sistema y de las perspectivas en materia de educación para el emprendimiento.

## 3. Resultados

### 3.1. Tendencias en las necesidades de fortalecimiento dentro del Fondo Emprender - SENA

La revisión de literatura permite identificar tres (3) ejes de fortalecimiento potenciales en la estructuración de un proceso de formación en emprendimiento y competitividad, de igual forma para cada uno de los ejes se identificaron temáticas y componentes relevantes; estos se definen a continuación:

- Necesidades técnicas: Todas aquellas habilidades, destrezas y conocimientos necesarios para el desarrollo de la unidad productiva (Gerber, 1995). Entre las temáticas relevantes se identificaron la vigilancia tecnológica y competitiva, planeación estratégica, bases para el emprendimiento, marketing, finanzas, así como normativa y regulación (Al-Weshah et al., 2022; Hung et al., 2023; Morgan y Strong, 1998; Rigtering et al., 2017; Sandberg y Hofer, 1987; Zhang y Roelfsema, 2022).
- Necesidades comportamentales: Inherentes al desarrollo del capital humano, se entenderán como todas aquellas habilidades sociales que permiten fortalecer procesos de relacionamiento, es decir, habilidades blandas (Krueger et al., 2000). Como hitos de fortalecimiento se identificaron la gestión del cambio y de las situaciones complejas, comunicación efectiva, liderazgo y trabajo en equipo, inteligencia emocional y productividad personal (Chirinos Araque et al., 2018; Rey y Peña, 2021; Valdiviezo et al., 2020).
- Necesidades tecnológicas: Habilidades y conocimientos necesarios para hacer uso adecuado y eficiente de las herramientas tecnológicas (Sandberg y Hofer, 1987; Zhang y Roelfsema, 2022). Se resaltan como necesidades identificadas la gestión de la información, manejo de aplicaciones y marketing digital y la gestión del producto por medio del manejo de materiales y maquinaria (Shane, 2001a, 2001b).

### 3.2. Necesidades de fortalecimiento según la comunidad del Fondo Emprender - SENA

En la segunda fase se realizaron 402 encuestas de validación a la comunidad Fondo Emprender - SENA. De manera general se presenta una importante participación por parte de los emprendedores (228 respuestas equivalentes al 56,7%), seguido por los gestores de emprendimiento y empresarios con un porcentaje de participación de 17,4% y 9,9% respectivamente. Por otro lado, se resalta una participación proporcionada en términos de género, con un 52% de participación femenina y 48% masculina. En cuanto a la edad, el 36,8% de los encuestados se encuentra en el rango de 28-37 años, seguido por los rangos 38-47 años y 48-57, con el 31,84% y 14,43% respectivamente.

Ahora bien, los encuestados evaluaron el nivel de profundidad de la formación en relación con las competencias técnicas, comportamentales y tecnológicas presentadas anteriormente. Los resultados de la valoración del componente técnico se presentan en las Figura 1.

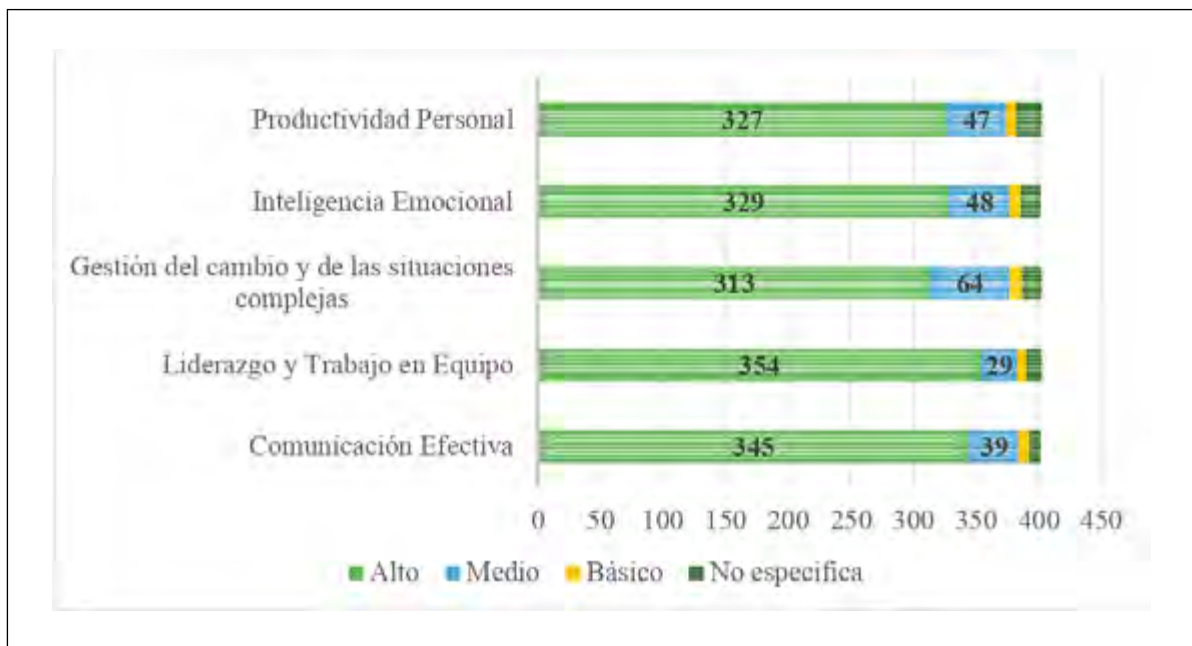
FIGURA 1. Valoración de las competencias técnicas



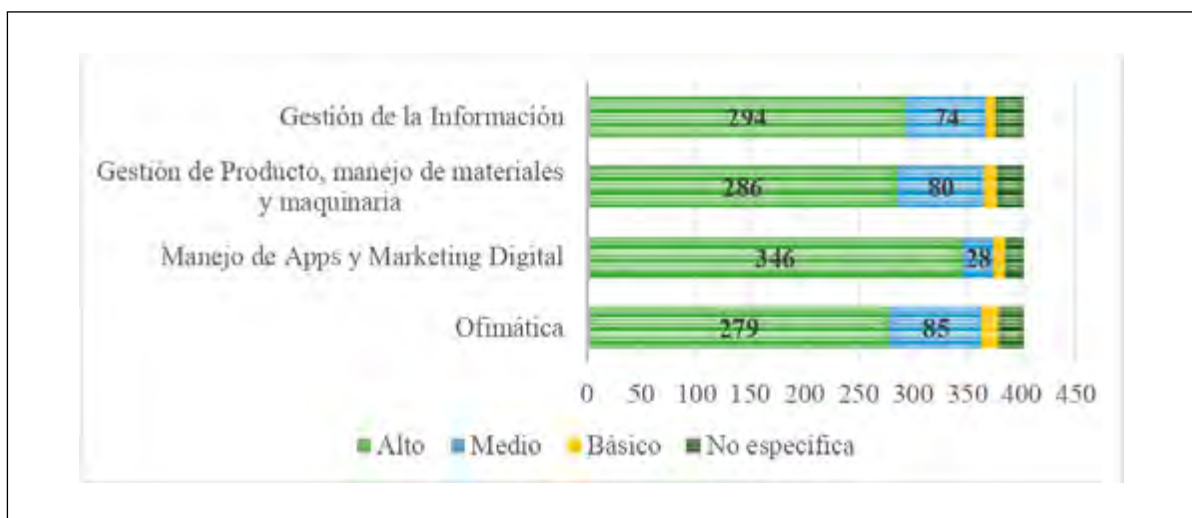
A este respecto, las temáticas de Marketing y Finanzas obtuvieron una mayor valoración en relación con las temáticas Normativa y Regulación, y Bases para el emprendimiento. Sin embargo, los resultados no difieren de manera significativa. En una misma línea, de las competencias comportamentales, las temáticas de liderazgo y trabajo en equipo, y comunicación efectiva son percibidas con mayor relevancia (Figura 2).

En cuanto a las competencias tecnológicas, el manejo de aplicación y marketing digital es priorizado por sobre temáticas como ofimática y, gestión de producto, manejo de materiales y maquinaria (Figura 3).

**FIGURA 2. Valoración de las competencias comportamentales**



**FIGURA 3. Valoración de las competencias tecnológicas**



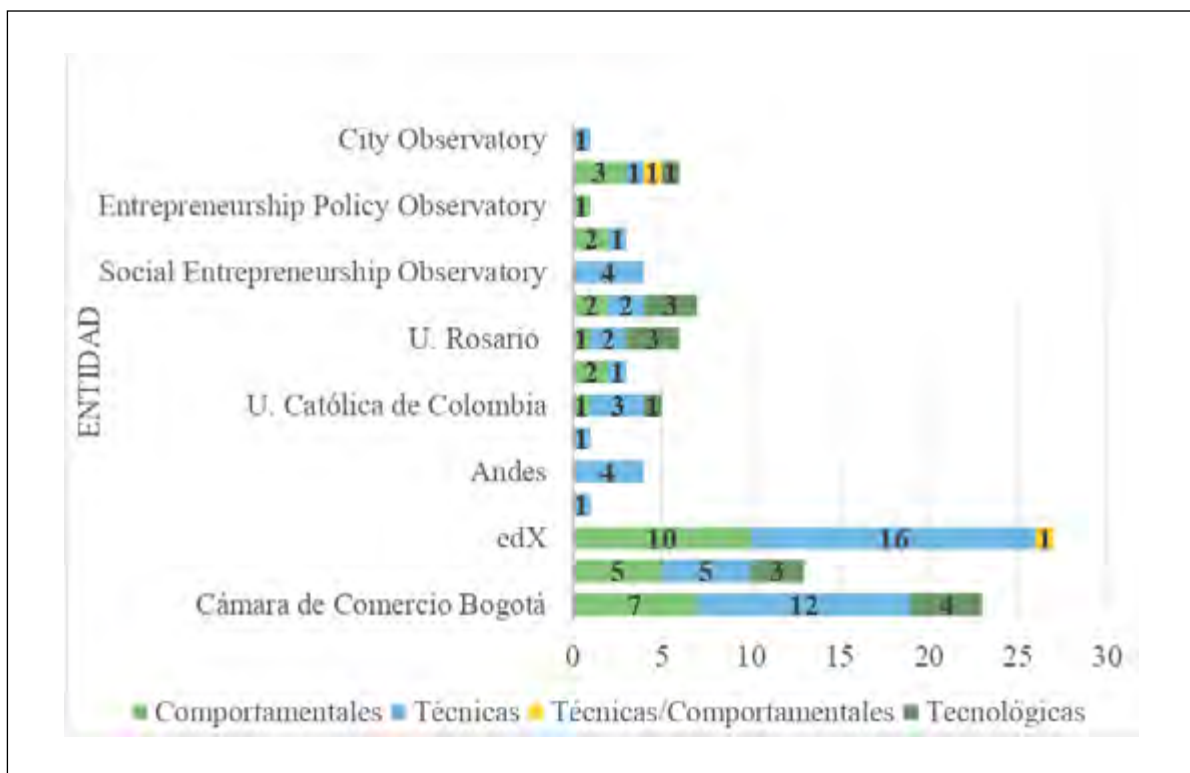
### 3.3. Tendencias en formación en el ecosistema de emprendimiento

La tercera fase de recolección de información comprendió un análisis de benchmarking o análisis comparativo

estratégico con el fin de identificar tendencias de capacitación en el ecosistema de emprendimiento. Entre las entidades a resaltar se presentan entidades de fomento al emprendimiento como *Global Entrepreneurship Monitor*, *World Bank entrepreneurship Survey*, Observatorio Nacional Emprendedor de México, *George Mason University*, *Fairfax Campus* y la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB); plataformas digitales como EDX, Coursera y bogota.gov.co; e instituciones de educación superior IES que son referente a nivel nacional en materia de emprendimiento y empresariedad. De los aspectos analizados, por cada uno de los programas de fortalecimiento se identificaron Syllabus o Contenido, modalidades, y cómo se relacionan con las áreas de fortalecimiento según las necesidades identificadas en el Fondo Emprender.

La Figura 4 presenta el número de cursos o procesos de fortalecimiento ofertados por cada una de las entidades analizadas. De las 15 entidades, se identifica una tendencia a la oferta de cursos que fortalecen las competencias comportamentales y técnicas.

FIGURA 4. Número de cursos ofertados por categoría según entidad



El análisis integral de los resultados permite generar una propuesta metodológica instrumentalizada a través del “Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia Competitiva”, partiendo del objetivo de fortalecer las habilidades y capacidades de los participantes para la gestión en el emprendimiento y la innovación a nivel estratégico en la organización; haciendo uso de herramientas digitales, financieras y de marketing que fomenten la generación de valor, una adecuada administración de los recursos y un sistema de calidad efectivo en el modelo de negocio.

De igual forma, con el fin de fortalecer los procesos de aprendizaje colaborativo, la propuesta se constituye a partir de la metodología abierta de conocimiento, siendo las comunidades que aplican dicha meto-

dología aquellas en donde se establecen intercambios capaces de generar transformaciones institucionales permitiendo una mejor comprensión entre sus miembros (Martínez et al., 2007).

Teniendo esto en cuenta, el desarrollo del Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia Competitiva propone un proceso de aprendizaje transversal que permita fortalecer a los participantes de este y adelantar procesos de transferencia de conocimiento en las diferentes regionales del país. Se apuesta por un proceso de certificación por ciclos, desarrollando una ruta integral de aprendizaje por medio de tres (3) módulos en los cuales se propone fortalecer la idea de negocio (módulo 1), desarrollar las habilidades del emprendedor (módulo 2) y agregar valor a la unidad productiva (módulo 3). La Tabla 1 resumen los objetivos y contenidos definidos para cada módulo.

En cuanto al proceso de implementación, el Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia Competitiva fue llevado a cabo durante los años 2021 y 2022, a través de sesiones virtuales. Se contó con la participación de 33 asistentes con una intensidad horario de 40 horas por modulo. En resumen, el porcentaje de asistencia se mantuvo en un 92,3% durante las 30 clases teórico – prácticas desarrolladas durante el proceso de formación.

**TABLA 1. Objetivos y temáticas del Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia Competitiva**

Modulo	Objetivos	Temáticas
<b>1 - Inteligencia de mercados para el fortalecimiento de emprendimientos</b>	Suministrar a los participantes del diplomado herramientas y conocimientos que permitan desarrollar habilidades y estrategias para el análisis de contexto y fortalecimiento del emprendimiento y empresariedad en Colombia.	Inteligencia en Emprendimiento; Competitividad como Factor Diferenciador. Búsquedas y procesamiento de información no estructurada y estructurada: Bases de acceso libre; Buenas prácticas, redes de colaboración (proveedores, clientes), interfaces gráficas, metabuscadores; Emprendimiento regional: Inteligencia de mercados: local, nacional e internacional; Contexto e Impacto de emprendimientos en Territorio: POT, crecimiento económico y agendas de competitividad; Servicios de Inteligencia Artificial, 4RI, Big Data en inteligencia de mercados; Responsabilidad Social corporativa, Normatividad y Regulación.
<b>2 - Habilidades y Factores de Éxito para el Emprendimiento</b>	Fortalecer, de forma integral el desarrollo de habilidades blandas necesarias para los emprendedores y empresarios de hoy.	Inteligencia Emocional y Desarrollo de habilidades blandas (habilidades gerenciales); Manejo del tiempo y productividad personal. Manejo de situaciones difíciles; Análisis del proceso de negociación. Técnicas y

	Específicamente, afianzar los procesos de comunicación efectiva, liderazgo y trabajo en equipo, gestión del cambio y situaciones complejas, e inteligencia emocional.	habilidades de Negociación. Negociación y stakeholders: proveedores, clientes y personal; Gestión y dirección del trabajo en equipo; Trabajo colaborativo, creación de redes empresariales y colaboración para la competitividad
3-Emprendimiento Innovador y Ventajas Competitivas	Promover la creación de procesos de valor agregado en las empresas ya consolidadas, entre los que se encuentran gestión de la información y del conocimiento, diseño de productos y servicios, procesos de calidad y gestión de la innovación como factor diferenciador	Valor Agregado: Concepto, cadena de valor y mecanismos de generación de valor; Gestión de la información y del Conocimiento: Aproximaciones conceptuales, proceso de gestión del conocimiento y la información, inteligencia competitiva; Diseño de productos y de servicios: Métodos, técnicas y herramientas; Procesos de calidad: Definición, gestión interna y aseguramiento de la calidad, calidad en la cadena de valor; Herramientas tecnológicas y Marketing Digital; Gestión de la Innovación como ventaja competitiva: Concepto de innovación, estrategias, oportunidades e incentivos nacionales e internacionales

#### 4. Discusión y conclusiones

La propuesta metodológica presentada en este documento se adhiere a los principios planteados por Blenker et al. (2011), quienes sostienen que los procesos de educación para el emprendimiento no pueden ser genéricos, sino que deben adaptarse a las necesidades específicas del público objetivo. En este sentido, se busca dar respuesta a los requerimientos de los individuos bajo dos aspectos: la creación del valor y el desarrollo de la mentalidad emprendedora.

Bajo esta lógica, el Diplomado en Emprendimiento e Inteligencia competitiva se formula a partir de las necesidades y percepciones de los principales actores del programa: Fondo Emprender –SENA, sin dejar de lado los postulados académicos y las tendencias en formación en emprendimiento a nivel global y regional.

Por otro lado, la competitividad se propone como un elemento transversal al proceso de formación, en cuanto los diferentes temas y módulos que lo componen se desarrollan desde la búsqueda de ventajas competitivas y el éxito empresarial, no solo en la puesta en marcha de ideas emprendedoras, sino en la consolidación de proyectos empresariales.

Vale la pena ahondar en los resultados de la valoración de los componentes propuestos. La percepción de los participantes indica una menor valoración de temáticas como gestión de la información y ofimática. No obstante, el acceso a información relevante sobre los mercados, clientes y la competencia, facilita la identificación de oportunidades, la planeación estratégica y el análisis de los riesgos, factores determinantes en la ejecución de ideas de negocio. De igual forma, las herramientas informáticas proporcionan una mayor efectividad en el desarrollo de los procesos al interior de las empresas, facilitando el trabajo en equipo y la comunicación. Con esto en mente, dichas temáticas no deberían obviarse en el desarrollo de procesos de formación en emprendimiento y competitividad, al contrario, su importancia debería ser resaltada en tales procesos.

Por otra parte, la formación en emprendimiento y competitividad responde a las dinámicas de crecimiento y alta competencia en el ecosistema emprendedor; en este aspecto se reconoce que la “perspectiva emprendedora” puede enseñarse y ser inculcada en los individuos. Elementos como la búsqueda de oport-



tunidades y la inteligencia competitiva permean más allá de la ejecución de ideas de negocio, y pueden ser vectores determinantes en procesos creativos al interior y exterior de las organizaciones.

El fortalecimiento de aspectos técnicos, comportamentales y tecnológicos supone un proceso de formación integral, este se complementa a través del aprendizaje colaborativo mediado (Cardozo, 2010; Roselli, 2016). En este aspecto, las interacciones sociales se validan alrededor del logro de los objetivos en común; y la transferencia de conocimiento y experiencias, y el aprendizaje transversal consolidan el proceso de formación.

Cabe mencionar que la implementación se desarrolló durante los años 2021 y 2022, bajo modalidad 100% virtual o remota. Los resultados se ajustan a las cifras de deserción universitaria en el país<sup>1</sup>, con una participación del 92,3%, sin embargo, la asistencia era completamente optativa, por lo que se destaca el compromiso de los participantes y la importancia de la dinámica del trabajo colaborativo. De igual forma, cabe mencionar el rol de las herramientas digitales en la aportación de nuevas soluciones en el aprendizaje, flexibilización y reducción de costos (Vargas, 2020).

En este sentido, la propuesta metodológica puede ser validada y replicada en escenarios de apoyo al emprendimiento con una convergencia de actores variada, similares al programa Fondo Emprender – SENA. De igual forma para futuros estudios, se recomienda ahondar en las herramientas y resultados de la implementación.

### Referencias bibliográficas

- Al-Weshah, G., Kakeesh, D. y Alhammad, F. (2022). Entrepreneurial Marketing in Jordanian SMEs: Initiatives and Challenges. En *Entrepreneurial Rise in the Middle East and North Africa: The Influence of Quadruple Helix on Technological Innovation* (pp. 67–91). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-517-220221005>
- Cardozo, J. (2010). Los aprendizajes colaborativos como estrategia para los procesos de construcción de conocimiento. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 2, 87–103.
- Chirinos Araque, Y. D. V., Meriño Córdoba, V. H. y Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>
- MEN (2022). *El Ministerio de Educación Nacional pone a disposición la información estadística de educación superior a 2021*.
- Gerber, M. (1995). *El Mito del Emprendedor*. Grupo Planeta.
- Hung, K.-T., Banerjee, S., Nordstrom, O., Tangpong, C., Li, Y. y Li, J. (2023). The Influence of Top Management's Strategic Planning Capacity and Entrepreneurial Orientation on Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 0(0). <https://doi.org/10.1515/erj-2022-0018>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design - Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

1. El Ministerio de Educación colombiano estima una deserción anual universitaria del 8,25% para el año 2021 (MEN, 2022).

- Martínez, M., Prieto, A. T., Rincón, Y. y Carbonell, D. (2007). *Organizacional: Una aproximación teórica learning in the communities of knowledge from a organizational perspective: a theoretical*.
- Morgan, R. E. y Strong, C. A. (1998). Market orientation and dimensions of strategic orientation. *European Journal of Marketing*, 32(11/12), 1051–1073. <https://doi.org/10.1108/03090569810243712>
- Neck, H. M. y Greene, P. G. (s.f.). *Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers* sbm\_314 55..70.
- Pico, A. A., Del, J., Cortina, R., Trujillo, R. S., Arias, C. R. y Río Cortina, J. Del (2017). ¿El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano y Social? Enterpreunership as a Strategy for Human and Social Development? *SABER, CIENCIA Y Libertad*, 12(1).
- Pittaway, L. y Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 25(5), 479–510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080656>
- Rey, M. y Peña, C. (2021). *Las competencias blandas en el emprendimiento*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Rigtering, J. P. C., Eggers, F., Kraus, S. y Chang, M. L. (2017). Entrepreneurial orientation, strategic planning, and firm performance: the impact of national cultures. *European J. of International Management*, 11(3), 301. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.083872>
- Roselli, N. D. (2016). El aprendizaje colaborativo: Bases teóricas y estrategias aplicables en la enseñanza universitaria. *Propósitos y Representaciones*, 4(1). <https://doi.org/10.20511/pyr2016.v4n1.90>
- Sánchez-García, J. C. (2020). *Emprendimiento e Innovación*. Dykinson, S.L.
- Sandberg, W. R. y Hofer, C. W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 5–28. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90016-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90016-4)
- Shabbir, M. S., Batool, F. y Mahmood, A. (2022). Trends in entrepreneurship education: a systematic literature review. *Higher Education, Skills, and Work-Based Learning*, 12(6), 1040–1056. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-05-2022-0105>
- Shane, S. (2001a). Technological Opportunities and New Firm Creation. *Management Science*, 47(2), 205–220. <https://doi.org/10.1287/mnsc.47.2.205.9837>
- Shane, S. (2001b). Technology Regimes and New Firm Formation. *Management Science*, 47(9), 1173–1190. <https://doi.org/10.1287/mnsc.47.9.1173.9785>
- Valdiviezo, V., Auxiliadora, M. y Gallardo, U. (2020). *Emprendimiento: factores esenciales para su constitución*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Vargas, F. (2020). *Formación profesional en la respuesta a la crisis y en las estrategias de recuperación y transformación productiva post COVID-19*.
- Zhang, Y. y Roelfsema, H. (2022). Entrepreneurial Ecosystems, New Business Formation, and Scale-up Activity: Evidence from 286 Chinese Cities. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(4), 559–595. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0265>