



Revista Pymes, Innovación y Desarrollo
Vol. 2, No. 2, pp. 73–91

Educación emprendedora en las Universidades Públicas: Análisis y diagnóstico del caso argentino^ξ

Guadalupe Oliveras *

José Porras **

Hernán Vigier ***

Resumen

El interés académico por la temática emprendedora, dado el alto impacto que tiene esta actividad en el desarrollo económico y la creación de empleo, ha registrado un notable crecimiento en las dos últimas décadas. Sin embargo, para Argentina, llama a la reflexión el hecho de que un tema de reconocido alto impacto en la economía, y de amplia divulgación y conocimiento a nivel popular, no sea considerado explícitamente como tal por los organismos de conducción de la actividad académica universitaria. Frente a este escenario, el presente trabajo se plantea como objetivo relevar en qué medida las universidades públicas del país están llevando a cabo actividades vinculadas con la cuestión emprendedora. En el estudio se encuentra que, en las universidades públicas de Argentina, si bien el crecimiento del tema emprendedor ha sido progresivo, la mayor parte de las actividades realizadas en ese ámbito se deben a iniciativas aisladas. Asimismo, la dimensión “extensión” es la que cobra mayor protagonismo, lo que puede deberse a la innegable importancia práctica y al impacto sobre la economía de estas iniciativas. Frente a eso, parecería de interés para la consolidación de este campo del conocimiento, que tanto la docencia como la investigación reciban apoyo específico de la respectiva universidad, para así potenciar la realización de actividades vinculadas con el emprendedorismo en estas dos dimensiones académicas.

Palabras Clave: Educación emprendedora; Emprendedorismo; Universidad

Abstract

The academic interest in entrepreneurship has experienced a considerable growth in the past two decades, relying in the high impact belief of this activity on economic development and job creation. Currently in Argentina, it is notable that a recognized topic of high impact on the economy has not been explicitly considered as such by the public agencies in charge of planning the university academic activity, even its dissemination and awareness at the popular level. In this context, this paper has the aim to show evidence of how public universities are developing and carrying out activities related to entrepreneurship. Even when there has been a progressive interest on the entrepreneurial theme, the study found that in public universities in Argentina most of the activities are due to isolated initiatives. Also, the extension activities are

^ξ - Recibido 25 de Septiembre de 2013 / Aceptado 1 de Agosto de 2014.

* Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Universidad Provincial del Sudoeste. Universidad Nacional del Sur. Correo Electrónico: guadalupe.oliveras@upso.edu.ar.

** Centro de Emprendedorismo y Desarrollo Territorial Sustentable (CEDETS). Planta Piloto de Ingeniería Química (PLAPIQUI). Correo Electrónico: jporras@upso.edu.ar.

*** Universidad Provincial del Sudoeste. Universidad Nacional del Sur. Comisión de Investigaciones Científicas (CIC). Correo Electrónico: hvigier@uns.edu.ar.

the more chose. It may be due to the practical importance of these initiatives and its impact on the economy. In this context, it would be relevant that both teaching and research activities receive specific support from the respective University, for the consolidation and adoption in education of this field of knowledge.

Key Words: Entrepreneurship Education; Entrepreneurship; University

Clasificación JEL: L26 Entrepreneurship

1. Introducción

El interés académico por la temática emprendedora, dado el alto impacto que tiene esta actividad sobre el crecimiento de la economía (Birch, 1984; Acs y Audretsch, 1988; Wennekers y Thurik, 2010), ha registrado un notable crecimiento en las dos últimas décadas, en el mundo en general y en la Argentina en particular. La exteriorización más visible fue la proliferación de incubadoras universitarias de empresas a partir de los noventa, que incluso en algún caso llegaron a incubar empresas formales de la misma universidad, como ocurrió por ejemplo en 1998 con La Gleba SA, de la Universidad Nacional del Sur en asociación con su Fundación. En simultáneo, distintos grupos de trabajo comenzaron a investigar sobre el tema, y en algunas universidades dieron inicio los primeros pasos en educación emprendedora (EE).

Una de las principales razones prácticas de incluir EE, era que el sistema educativo argentino no se había caracterizado por generar habilidades ni capacidades para emprender (Postigo y Tamborini, 2002). Al respecto, Ussman y Postigo (2000) habían indicado que la mayoría de las Casas de Altos Estudios tendían generalmente a formar alumnos para que desarrollen una carrera como “empleados”, y sólo en raras ocasiones habían abordado la perspectiva de desarrollar competencias que permitan poner en marcha sus propios proyectos.

Como respuesta a ello, para el año 2000, aproximadamente al 30% de las Universidades presentaba alguna vinculación con la temática (Cesar, Fardelli Corropolese, Federico, Baruj; s.f.) y al mismo tiempo, a través de lo indicado en diferentes trabajos (Braidot, 2001; Postigo y Tamborini, 2002; Shiersmann, Graña, Liseras, 2002; Cutidiano, Cesar, Porras, Partal, 2006; Porras, Partal, Amadío, Murello, Cesar, 2006; Vigier, Partal, Savoretti, Porras, 2006; Porras, Oliveras, Vigier, Savoretti, Dichiara, Bruno, 2009), podía verse un compromiso cada vez mayor con el desarrollo de las capacidades emprendedoras, asociado a un interés creciente por el fenómeno de la creación de empresas. Esto puede confirmarse a través de una entrevista realizada a la directora del *Global Entrepreneurship Monitor* Argentina, Silvia Torres de Carbonell, quien advierte que en Argentina “las universidades están comenzando lentamente a incluir materias, especializaciones, servicios, etc. para promover la actividad emprendedora entre sus alumnos, haciéndola más popular y logrando que sea considerada una opción a la hora de encaminar la carrera profesional” (Torres de Carbonell en Samela, 2013). Sin embargo, lo cierto es que en términos relativos, también se encuentran algunos trabajos que indican que este crecimiento se manifiesta

en menor proporción en comparación con otros países del Mercosur (Kantis y Federico, 2012).

Este notable crecimiento, sin embargo, genera dos interrogantes referidos al tema. El primero de ellos relacionado con el marco institucional en el que se desarrolla esta actividad, es decir ¿acompaña el sistema científico el crecimiento de la temática como su importancia merece? El segundo de los interrogantes, por su parte, tiene que ver con la forma y la metodología adoptada para introducir la cuestión emprendedora al ámbito educativo. Ciertos estudios muestran que se están llevando actividades, ¿pero de qué manera? ¿Se responde a los desafíos que la temática requiere?

El presente trabajo intenta dar una respuesta a estos dos interrogantes. El primero de ellos mediante el análisis del marco en el que se desarrolla la temática emprendedora en la Argentina. El segundo, por su parte, a través de la realización de un relevamiento de las diferentes actividades vinculadas con la temática emprendedora en las universidades públicas argentinas.

2. ¿Cuál es el marco en donde se desarrolla la actividad?

Pareciera que todo el crecimiento observado tuviese lugar en el marco de una serie de indeterminaciones vinculadas al tema. En particular, se destacan dos fuertemente conectadas con la problemática educativa. La primera deriva de la polisemia asociada al término emprendedor. En efecto, algunos restringen el concepto al individuo (y al proceso) que busca convertir una idea en una organización en funcionamiento (Gartner, 1988; Shane, Locke y Collins, 2003; Oliveras, Vigier, Robledo y Porras, 2010), mientras que otros se lo adjudican también a quienes están gerenciando una MyPE (Greve y Salaff, 2003), considerándolo así de hecho como sinónimo de empresario (Veciana, 2005, Liñan, 2004). Wilson (2008) cita a Zahra (2005) para destacar que esta generalización conceptual se vería traducida en que muchos programas vinculados con la cuestión emprendedora, serían en realidad programas de capacitación de PYMEs, centrados en habilidades funcionales a la gestión de esas firmas en lugar de las requeridas para la creación, financiación y fomento de nuevas empresas.

La segunda de las indeterminaciones citadas, tiene que ver con la ubicación misma de la cuestión emprendedora dentro de las ramas en las que se clasifica el conocimiento. Esto se convierte en una dificultad al momento de ubicar las actividades en el tema durante la formulación de informes, proyectos y solicitudes. En particular en Argentina, tanto la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) como la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) plantean la clasificación del conocimiento en términos de cinco Áreas Disciplinarias, a saber: Ciencias Básicas, Aplicadas, Sociales, Humanas, y de la Salud. La CONEAU propone dividir el área correspondiente a las Ciencias Sociales, que es la que debiera incluir el tema de interés de este trabajo, en diez disciplinas¹. En ellas la disciplina Administración, que es la más próxima a la temática, se particiona a su vez en diecisiete subdisciplinas². En este punto

¹ Antropología, Demografía, Derecho, Ciencias políticas, Relaciones institucionales, Geografía, Ciencias de la comunicación, Ciencias contables, Economía y Administración.

² Administración, Administración de empresas de servicios, Administración de instituciones de la salud, Administración de la educación, Administración de recursos humanos, Administración de organizaciones sin fines de lucro, Administración pública, Administración rural, Administración y gestión de Pymes, Agronegocios,

finaliza el fraccionamiento, pudiendo verse que la temática emprendedora no está incluida ni siquiera como subdisciplina. Se debiera de ello asumir que la misma es sólo una parte de alguna subdisciplina, pero la falta de adecuación hace que haya que recurrir a la última del listado, denominada “otra”, ya que por su generalidad admite la inclusión de cualquier tema vinculado con Administración.

De todas maneras, la actual omisión no es universal. Por ejemplo, la prestigiosa editorial internacional Springer, que publica trabajos que representan avances en el conocimiento científico, ya incluye, dentro de Administración y Negocios, la temática Emprendimiento. Llama a la reflexión el hecho de que un tema de reconocido alto impacto en la economía, y de amplia divulgación y conocimiento a nivel popular, no sea considerado explícitamente como tal por los organismos de conducción de la actividad académica universitaria. Ahora bien, ¿cuál es la situación en la práctica? Dicha pregunta se intentará responder en la siguiente Sección.

3. ¿Cómo se lleva a cabo hoy la educación emprendedora en Argentina?

Para poder responder a esta pregunta fue necesario buscar información directa en las Universidades, a través de personas referentes en el tema. El objetivo era relevar en qué medida las universidades públicas del país están llevando a cabo actividades vinculadas con la cuestión emprendedora, así como también cuáles han sido los principales motivos que llevaron a los diferentes grupos de trabajo a realizar actividades relacionadas con esta temática.

Por otro lado, partiendo de la hipótesis de que las actividades llevadas a cabo difieren dependiendo de la dimensión académica a través de la cual se trabaja el tema (investigación, docencia y/o extensión), se propuso realizar el diagnóstico para cada una de las mencionadas funciones.

A continuación se muestra el marco de referencia seguido para la elaboración del cuestionario, instrumento elegido para la recolección de datos. Seguidamente, se presenta la metodología seguida para el relevamiento de la información y luego los principales resultados alcanzados.

3.1. Descripción del marco teórico de referencia

Dentro de este apartado, se hace foco en lo que la bibliografía marca como principales lineamientos en lo que hace a los contenidos y metodologías pedagógicas que se deberían seguir a la hora de hablar de educación emprendedora.

3.1.1. Contenidos

La bibliografía referida a los contenidos que debieran incluirse en los programas o cursos vinculados con emprendedorismo, pueden agruparse en tres grandes grupos: a) de acuerdo al ámbito donde se desarrolle, b) de acuerdo a las etapas del proceso de

creación de una empresa, y c) de acuerdo a los aspectos vinculados con el desarrollo de competencias.

Respecto al ámbito donde se desarrolle, Gibb (2007) afirma que mientras en los niveles primarios deberían primar las actividades curriculares y la aplicación de modelos de rol, a fin de generar el desarrollo personal emprendedor, a nivel universitario los contenidos deberían estar concentrados en la parte “dura” del negocio y en la posibilidad de explotar las habilidades y conocimientos personales adquiridos y la orientación hacia el autoempleo y los negocios emprendedores.

Considerando sólo el ámbito universitario, Liñán, Rodríguez-Cohard y Rueda-Cantuche (2011) afirman que la Universidad, mediante un programa completo, debería incluir factores relacionados con la intención emprendedora, desarrollar la creatividad y el autoconocimiento en los estudiantes (a fin de mejorar su autoeficacia percibida), acercar modelos de rol locales que sirvan de referencia, ser una fuente de redes de contactos y además, constituirse como un espacio en donde los alumnos puedan adquirir herramientas de formulación y evaluación, como por ejemplo, la confección de un plan de empresa.

González López, García Piñeiro y Rodríguez Ariza (2012), citan los aportes de Klofsten (2000) e identifican tres actividades básicas que se deberían realizar a nivel universitario. La primera vinculada con la creación y el mantenimiento de una cultura emprendedora en toda la universidad. La cultura debe permear todas sus actividades y ser observable en asignaturas, investigación y actividades externas. La segunda actividad, relacionada con el dictado de cursos separados sobre emprendedorismo a fin de que los estudiantes desarrollen competencias y habilidades pertinentes a la creación de empresas y la tercera, a través de programas específicos de entrenamiento para individuos que deseen empezar su propio negocio.

Por su parte, Oliveras *et al.* (2010) muestran que la participación de las universidades para la EE no solo resulta conveniente sino que podría dar algunos pasos más, brindando conocimiento del negocio particular a emprender. Afirman que siempre el conocimiento del negocio debe ser un desafío del propio emprendedor, pero la Universidad puede proponerse hacer todo lo que esté a su alcance para que logre ese fin.

Honig (2004) determina que mucho de lo que hacen los empresarios es producto de su conocimiento implícito, adquirido en mayor proporción con base en la experiencia. De este modo, determina que los programas de formación deberían reducir la brecha entre el conocimiento formal existente y el conocimiento tácito, mediante la incorporación de educación informal a su currícula.

En relación a las **etapas del proceso emprendedor**, McMullan y Long (1987) afirman que la EE, y por lo tanto sus cursos, necesitan ser diferenciados por las etapas de desarrollo de una empresa. En la misma línea, Gorman, Hanlon y King (1997) afirman que la naturaleza de la EE a impartir depende del estado de desarrollo en el que se encuentre un emprendimiento. Así, clasifican los contenidos en función de si se trata de un estado de iniciativa (los autores lo denominan propensión al emprendedorismo), en una etapa de gestación (lo llaman *start-up*), o de puesta en marcha (*post start up*). Respecto a la etapa de iniciativa, Kuratko (2005), considerando los aportes de Ronstadt (1987), destaca que además, los programas educativos deberían estar diseñados para que los potenciales emprendedores fueran conscientes de las barreras existentes en la

iniciación de su carrera emprendedora, y así pudieran idear la mejor manera de superarlas.

Laukkannen (2000) propone dividir los contenidos en dos grandes áreas: educación “sobre emprendedorismo” y educación “para emprender”³. De acuerdo al autor, la primera presenta una visión más neutral y aborda el tema como un fenómeno social mediante el desarrollo, construcción y estudio de teorías referidas a emprendedores, el proceso emprendedor, la creación de empresas, las pequeñas y medianas empresas y su contribución al desarrollo económico de los países. Como tal, es una concepción más teórica sobre el fenómeno, y su objetivo tiene que ver más con la sensibilización que con actividades que están involucradas en el proceso emprendedor. Por su parte, la segunda área definida, se refiere al qué hacer para poner en marcha un emprendimiento e implica un involucramiento más personal del estudiante. Su principal objetivo es brindar las herramientas necesarias para que los participantes interesados estén preparados para la puesta en marcha de proyectos, tanto fuera como dentro de las organizaciones.

En cuanto a determinar los **contenidos a nivel de competencias**, Johannisson (1991) establece que los contenidos a desarrollar en la EE deberían recaer en el desarrollo de las siguientes competencias: el *Know Why* (actitudes, valores y motivos); *Know How* (habilidades); *Know Who* (habilidades sociales); *Know When* (experiencia e intuición); *Know What* (conocimientos e información para el desarrollo de nueva empresa).

Asimismo, la Comisión Europea (2005) acuerda que el alcance de la EE debe ser mucho más amplio que el entrenamiento sobre cómo iniciar un negocio; debe incluir el desarrollo de las cualidades personales y de competencias transversales como la creatividad, la iniciativa, la confianza en sí mismo, entre otras. Por su parte, Onstenk (2003) define a las competencias emprendedoras como la capacidad estructurada e integrada de llevar a cabo actividades emprendedoras y de resolver problemas empresariales de manera adecuada. Al mismo tiempo afirma que toda competencia se refiere al desempeño individual de los profesionales, emprendedores o empleados. De acuerdo al autor es importante tener en cuenta tres tipos de ellas: las competencias clave y cualidades personales, las competencias de gestión, y las competencias emprendedoras, indicando que en la realidad la EE se ha centrado principalmente en las habilidades de gestión. Esto según dice se refleja en las escuelas de negocios, que preparan a los estudiantes principalmente para la gestión de las grandes empresas.

En este punto también pueden citarse los aportes de Porras, Oliveras y Vigier (2012) quienes afirman que para definir un dado conjunto pertinente de competencias a desarrollar o fortalecer en los alumnos, es importante estudiar cada proceso emprendedor específico. Luego de plantear los pasos o etapas críticas del proceso emprendedor que se desea intentar, deducir a partir de ellas las competencias que necesariamente deberán ponerse en juego para ejecutar cada etapa con éxito. Los autores sostienen que este enfoque tiene particular valor educativo, ya que se integra naturalmente la descripción detallada del proceso (lo que permite detectar y remarcar las dificultades con las que se encontrará el emprendedor), con las competencias que le servirán para sortear eficientemente esas dificultades.

³ El autor define “*about entrepreneurship education*” y “*for entrepreneurship education*”

3.1.3. Metodologías de enseñanza

Aunque Lee y Wong (2005) opinan que no hay un mejor enfoque pedagógico para enseñar emprendedorismo, la bibliografía específica ubica como más citadas a: las clases magistrales, (incluyendo la exposición de emprendedores invitados), la confección de planes de negocios, los casos de estudio y el aprendizaje vivencial (Gartner and Vesper, 1994), que incluye tanto los juegos de rol como las simulaciones, como las principalmente citadas.

Las *clases expositivas* o, *clases magistrales* (consideradas dentro de las metodologías tradicionales) son entendidas como la presentación de un tema lógicamente estructurado, con la finalidad de facilitar información organizada siguiendo criterios adecuados a la finalidad pretendida. Se centra fundamentalmente en la exposición verbal, por parte del profesor, de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. Si bien permite trabajar con grupos numerosos, dar mucha información elaborada sobre un tema y vitaliza los hechos e ideas que aparecen de forma impersonal en los libros, lo cierto es que para ciertos autores como Fayolle (1998) las metodologías tradicionales solo permiten desarrollar conocimientos, pero no así experiencias; aptitudes; actitudes; y rasgos de personalidad. En la misma línea Quinquer (2004) afirma que no son las más adecuadas para que los estudiantes desarrollen capacidades como buscar, seleccionar, organizar y presentar información, trabajar en equipo, afrontar y resolver problemas reales, aplicar técnicas y destrezas prácticas, desarrollar el pensamiento crítico u otras habilidades.

Dentro de las clases expositivas también se ubican la transmisión de experiencias. Gorman, Hanlon, King (1997) así como Gibb (2007) determinan que el proceso de formación de la temática emprendedora se podría reforzar mediante la provisión de modelos de rol, a través de personas que cuenten su propia historia. Sin embargo, de acuerdo a Gartner y Vesper (1994) esta técnica puede conducir tanto al éxito como al fracaso, esto último sobre todo cuando los invitados no abordan los temas asignados o bien cuando carecen de habilidades comunicativas. En la misma línea, para Porras, *et al.* (2009), si bien en variadas ocasiones resulta una metodología de utilidad, es importante tener cuidado con la subjetividad del emprendedor que narra la experiencia, ya que en variadas oportunidades se ha constatado que una vez en el aula, los emprendedores invitados tienden a cambiar la realidad en beneficio de su propia historia o imagen. También ocurre que no necesariamente están dispuestos a brindar toda la información relevante o a narrar todas las dificultades que debieron afrontar hasta convertir su proyecto en un emprendimiento funcionando (por ejemplo cómo obtuvo el financiamiento, cuántos años mantuvo el emprendimiento o parte de éste dentro del mercado informal, etc.). Por otro lado, otra de las cuestiones a considerar es que efectivamente la persona que se elija para contar la experiencia efectivamente cumpla la función de “modelo del rol”. Sino simplemente va a ser un caso más y no necesariamente los alumnos van a ver reflejada su experiencia como un potencial caso a desarrollar por ellos mismos.

En lo que hace al *plan de negocios*, Honig (2004) lo define como un documento escrito que describe el estado actual y el futuro presupuesto de la organización. De acuerdo al mismo autor, dicho instrumento ayuda a los empresarios y emprendedores naciescentes que se dediquen a actividades altamente complejas e inciertas. Sin embargo, afirma que pesar de que su formato puede ser conveniente, no hay pruebas concluyentes de que ayude o no a los estudiantes a aprender los aspectos necesarios del campo de

estudio, o que otorgue algún beneficio en caso de que finalmente decidan convertirse en empresarios. Por su parte, para Gailly (2006), la confección de un plan de negocios resulta eficiente para el proceso de seleccionar el negocio adecuado. Sin embargo, su realización no aumenta significativamente la probabilidad de éxito de la empresa.

Respecto a los *casos de estudio*, se trata de analizar casos de compañías existentes para identificar sus distintos componentes y/ problemas, a fin de resolverlos o proponer soluciones (Shepherd y Douglas, 1997). Exige de los participantes un estudio profundo, a diferencia de la enseñanza magistral, en la cual la parte esencial del trabajo se produce más tarde con el repaso de las notas tomadas en la clase. Según Calderón García (2008), el método del caso incide en una actitud más activa del alumno y conduce al desarrollo de habilidades y actitudes fundamentales en el ámbito profesional, tales como toma de decisiones, juicios de valor, observación, colaboración, habilidades comunicativas y de trabajo colaborativo, entre otras. Sin embargo, uno de los inconvenientes de esta metodología según el autor, en cualquier área que se aplique, es la elaboración o elección del caso. De hecho, la mayoría de los casos existentes se centra principalmente en la resolución de aquellos obstáculos que se presentan cuando la empresa ya está funcionando. Si bien es importante que los estudiantes sepan manejar estas cuestiones, la EE se debería centrar en el análisis sistemático y riguroso del conjunto de actividades que deben llevarse a cabo antes de que el proyecto entre en su etapa de funcionamiento consolidado.

Por último, el *aprendizaje vivencial*, según Shepherd y Douglas (1997), está vinculado con el cambio en el énfasis de la enseñanza al aprendizaje. Los estudiantes toman decisiones de acuerdo con sus conocimientos (los adquiridos y los revisados), sus criterios, personalidad y su manera de hacer las cosas, para poder aprender de los demás y de los resultados obtenidos (Andreu, 2008). Incluye conocimientos y destrezas que se adquieren por medio de tareas, juegos y situaciones vividas fuera y dentro del aula.

De acuerdo con García Carbonell *et al.* (2001 citado de Labrado y Andreu, 2008), este tipo de enseñanza-aprendizaje lleva consigo un cambio significativo respecto a la clase tradicional, pues los estudiantes se convierten en verdaderos artífices de las tareas propuestas, adquiriendo el aprendizaje a través de las decisiones que toman a lo largo de la multitarea, con conocimientos que pueden serles de utilidad en el campo profesional pero sin correr riesgo alguno. De este modo, pueden aprender de los errores cometidos a la vez que integran la teoría y la práctica de la asignatura.

Ante estos métodos, la Comisión Europea (2008) propone introducir enfoques de aprendizaje más interactivos, en los que el profesor actúe más como moderador que como conferenciante.

4. Metodología de investigación

La metodología elegida para llevar a cabo el presente estudio incluye la realización de un trabajo de campo. Las tareas principales contenidas dentro de él se pueden dividir en dos apartados: 1) el relevamiento de la información y 2) la definición de las variables de análisis.

4.1. El relevamiento de la información

El relevamiento de la información se llevó a cabo directamente a través del contacto con personas referentes en el tema de Universidades públicas de Argentina. Para ello se llevó a cabo un trabajo de investigación que se implementó en dos etapas.

En una primera, a través de fuentes de información secundaria, se relevaron las actividades realizadas en el tema por las 52 universidades públicas (nacionales y provinciales) del país⁴. En ese momento (junio de 2012) se buscó a través de diferentes portales de Internet cuáles eran las que manifestaban desarrollar actividades vinculadas con la cuestión emprendedora. Esa primera búsqueda permitió comprobar que, del total, eran 31 las Casas de Altos Estudios que decían llevar a cabo tareas de este tipo en al menos alguna de sus facultades o departamentos. En una segunda etapa, previa localización de referentes en cada caso, se contactaron mediante correo electrónico a todas las universidades, o directamente las facultades y departamentos, que en Internet manifestaban sostener actividades vinculadas con el tema.

En total se enviaron 82 correos electrónicos en consulta. Para todos los casos, el envío se repitió con periodicidad para aumentar la tasa de respuesta, definida como el número de cuestionarios completos recibidos, respecto al número de envíos totales. De acuerdo a un trabajo realizado por Sánchez Fernández, Muñoz Leiva, Montoro Ríos (2009) “una manera efectiva de mejorar la tasa de respuesta y de retención consiste en el envío de invitaciones semanalmente” (p. 9), y eso fue lo que se realizó.

Dado que la forma de envío adoptada fue el correo electrónico, se optó para digitalizarlo el programa google docs.

Durante el transcurso del relevamiento, se recibieron 29 respuestas pertenecientes a 26 universidades diferentes. Como se ve, esta modalidad permitió entonces relevar al menos alguna información del 50% de las universidades objeto de estudio. En este punto de desarrollo, se trabajó sobre el número de instituciones que respondieron afirmativamente a la consulta, que fueron 25 de las 26 que contestaron el cuestionario.

Las consultas se dividieron en tres secciones: actividades de extensión, actividades de investigación y actividades de docencia.

4.2. Definición de las variables de análisis

Para la definición de las variables se establecieron cuatro niveles de análisis. El primero destinado a analizar el grado de relación de la temática emprendedora con las tres funciones académicas (extensión, docencia e investigación). El segundo, por su parte, con el objetivo de investigar los principales motivos que condujeron a tomar la decisión de incorporar actividades emprendedoras. El tercero, destinado a recabar información referida a los principales contenidos brindados y las metodologías pedagógicas elegidas en docencia y, por último, la forma mediante la que se adopta la EE, si es a través de un curso en particular, o bien mediante el diseño de carreras específicas para ese fin.

⁴. Al momento de llevar a cabo el trabajo, de acuerdo al Ministerio de Educación, el sistema universitario argentino estaba conformado por 47 Universidades Nacionales y 1 Universidad Provincial. Asimismo, existían otras cuatro Universidades Provinciales (Universidad Provincial del Sudoeste, Universidad Provincial de Ezeiza, Universidad de la Punta, Universidad Pedagógica Provincial) en proceso de acreditación otorgado por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU). De este modo se alcanzó a un total de 52 Universidades públicas.

4.2.1. Grado de relación con la temática: investigación, extensión y/o docencia

El objetivo en este caso, es el de analizar cuál es la principal forma elegida para relacionarse con la temática emprendedora. Las respuestas obtenidas se pueden ubicar en diferentes grupos como lo indica la Tabla 1.

Tabla 1: Relación del emprendedorismo con las dimensiones académicas

Relación con la temática	Tipo de vinculación	Definición de la variable
Sin relación	-	Universidades que no presentan, en ninguna de las tres dimensiones académicas, actividades relacionadas directamente con la temática emprendedora.
Con relación	Parcial	Universidades donde se verifican actividades vinculadas directamente con la temática emprendedora en al menos una de las tres dimensiones académicas
	Integral	Universidades donde se verifican actividades relacionadas con la temática emprendedora en las tres dimensiones académicas

4.2.2. Motivos de su incorporación

Dentro de los motivos de incorporación de la temática emprendedora, se busca saber si el mismo surge como respuesta a una demanda institucional o bien se debe a iniciativas propias de cada grupo de trabajo.

4.2.3. Contenidos y metodologías pedagógicas en las actividades de docencia

Siguiendo los lineamientos propuestos por la bibliografía, se analiza en qué medida los encuestados coinciden con ellos. Para tener respuestas comparables, se realiza un listado de contenidos y metodologías a fin de que los encuestados puedan responder sobre la base de dichas opciones.

5.2.4. Métodos de implementación de la docencia

Los métodos de implementación tienen relación con la forma en que la docencia comienza a desarrollar las actividades de educación emprendedora. Esto es, si se trata de cursos en carreras tradicionales o bien se han diseñado carreras con dicho perfil. Asimismo se analiza si las materias incorporadas resultan ser optativas u obligatorias.

5. Resultados

Los resultados se presentan en la presente Sección y se encuentran ordenados sobre la base de las dos perspectivas definidas según el Apartado 4.2., referido a la definición de variables.

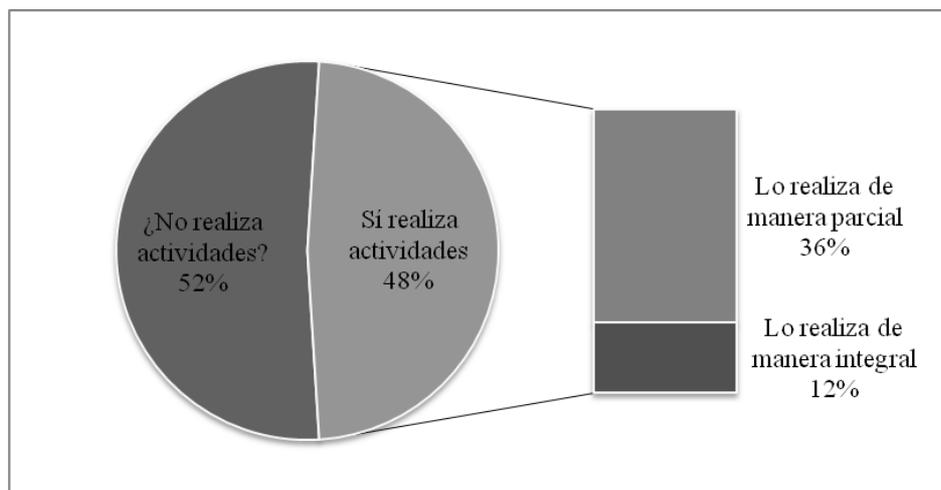
5.1. Educación Emprendedora ¿investigación, extensión o docencia?

De acuerdo a la información recabada y contemplando el margen de error que la metodología aplicada incorpora, se podría afirmar que alrededor del 48% del total de las universidades públicas argentinas reporta llevar a cabo alguna actividad de este tipo. Si se ubican los resultados obtenidos en función a las 24 provincias definidas en el territorio argentino, se observa que considerando sólo las respuestas obtenidas, la provincia de Buenos Aires (sin considerar Capital Federal ni el Gran Buenos Aires) es la que presenta mayor participación (36%), seguida del Gran Buenos Aires (24%), Córdoba (8%) y Santa Fe (8%). Nótese en esta distribución, que en los grandes centros metropolitanos es en donde se manifestaría la mayor la presencia de actividades vinculadas con la cuestión emprendedora.

Realizando un mayor análisis, se puede ver que ese 48% que reporta realizar actividades vinculadas con la temática emprendedora, está compuesto por un 36% que acepta llevarlas a cabo en al menos una de las tres dimensiones académicas, es decir, extensión, investigación o docencia. Por otro lado, se releva que sólo el 12% puede ubicarse entre los que trabajan de la manera integral, es decir, desarrollan actividades emprendedoras que están relacionadas con las tres dimensiones académicas: extensión, investigación y docencia. Esto se observa en el Gráfico 1.

Del mismo gráfico se puede ver que, en lo que hace al porcentaje que indica no realiza actividades, el mismo se nota con signos de interrogación. Se ha optado por ese modo ya que no se está en condiciones de afirmar que efectivamente resulte así, aunque lo cierto es que coincidirían quienes no han enviado respuesta, con quienes desde las fuentes secundarias, se había encontrando la no vinculación.

Gráfico 1: Realización de actividades vinculadas con la temática emprendedora en las universidades públicas de Argentina



En lo referente a cuáles son las dimensiones académicas donde más se trabaja en el tema, los resultados obtenidos muestran que las actividades de extensión se ubican en el primer lugar (aproximadamente el 96% de las instituciones que reportan trabajar en el tema, desarrollan actividades en esta dimensión), seguidas por la de docencia (50%), quedando en un (cercano) último lugar las de investigación (aproximadamente el 45%). De estos porcentajes se desprende que en muchas Universidades donde se realiza extensión, no se investiga ni se realiza docencia.

Este menor interés comparativo del ámbito científico parece lógico en un medio en donde para algunos de los organismos públicos de investigación, el emprendedorismo no es aun considerado una subdisciplina de las ciencias sociales. De hecho, estos valores difieren significativamente de lo hallado en Europa, donde a nivel general los recursos estarían enfocados a la investigación por sobre el resto de las actividades (Hisrich y O’Cinneide, 1996).

5.2. Principales motivos de su incorporación

Entre los principales motivos que aducen quienes respondieron a ello (cabe aclarar que en este punto cada institución pudo optar por más de una alternativa), el más elegido fue la necesidad de brindar herramientas de este tipo a la sociedad (69%), seguida por la propia iniciativa del equipo de trabajo (63%) (Tabla 2). De este modo, a diferencia de lo ocurrido en otros países como Canadá, Inglaterra, o Estados Unidos, podría asumirse que en Argentina esta dirección de trabajo no fue resultante de políticas gubernamentales (de hecho, solo el 19% mencionan ese motivo), sino que mayoritariamente respondió a la iniciativa de los mismos agentes universitarios que la consideraron social y/o académicamente relevante. Esta situación pareciera incluirse entre aquellos casos en los que la importancia de un tema se impone “de abajo hacia arriba”, y de ser así, su legitimidad social debiera augurar una progresiva incorporación al sistema académico.

En tercer lugar de prioridad se ubica la presunción de que la educación tradicional apaga de cierto modo la intención emprendedora de los alumnos. Esta afirmación coincide con las realizadas por Ussman y Postigo (2000) quienes habían indicado que la mayoría de las Casas de Altos Estudios tendían generalmente a formar alumnos para que desarrollen una carrera como “empleados”. De este modo se observa una respuesta positiva que intenta de algún modo remediar el perfil direccionado hacia la búsqueda de trabajo detectado en la actualidad.

Tabla 2: Motivos que generaron llevar a cabo las actividades

Motivo	Porcentaje
Por impulso de políticas gubernamentales	19%
Por impulso de políticas universitarias	44%
Por las altas tasas de desempleo existentes en las zonas de influencia	22%
Por la tendencia mundial hacia el fomento de políticas para la creación de empresas	34%
Por entender que la educación tradicional apaga de cierto modo la intención emprendedora de los alumnos	47%
Por creer necesario brindar herramientas de este tipo a la sociedad	69%
Por propia iniciativa de un equipo de trabajo	63%

5.3. Contenidos y metodologías pedagógicas en las actividades de docencia

Frente a un listado de contenidos posibles, siguiendo las consideraciones realizadas en el marco de referencia, pareciera que en general, se barren tanto contenidos generales referidos a la cuestión emprendedora y al proceso emprendedor, como aspectos técnicos vinculados con la evaluación de un proyecto. Asimismo, implícitamente es posible observar que los contenidos están en este caso, orientados hacia la formación en emprendedorismo que a la generación de emprendedores. Por otro lado, se incluyen, de acuerdo a las respuestas obtenidas, el desarrollo de ciertas competencias emprendedoras. Lo anterior se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3: Principales contenidos impartidos en docencia

Contenidos	Porcentaje
La cuestión emprendedora en general	90%
Creatividad, generación y selección de ideas de negocios	86%
Formulación, evaluación y diseño de un negocio	86%
Armado, organización y puesta en marcha de una empresa	71%
Gestión de un negocio	43%
Identificación y desarrollo de competencias	90%

En cuanto a las metodologías pedagógicas utilizadas, de acuerdo a las respuestas obtenidas con base en un listado de opciones, la metodología más extendida resulta ser un tipo de clase magistral como es el empleo de expositores que transfieren sus experiencias emprendedoras (90%). Cabe la duda en este punto si los expositores seleccionados cumplen efectivamente como modelos de rol (uno de los objetivos de esta metodología) y si se contemplan las consideraciones del caso.

En segundo lugar se observa la confección de planes de negocios (75%). No resulta sorprendente este punto ya que a nivel mundial existe material bibliográfico sobre esta metodología, cómo llevarla a la práctica y qué lineamientos cumplir en cada caso. En esta cuestión cabe la pregunta si esta metodología es complementada con otras o si se da de manera aislada. Los números no dicen mucho en este aspecto, aunque la probabilidad es que se combine con la transmisión de experiencias que con el resto de las opciones.

Estas cuestiones coinciden con lo afirmado por Kantis y Federico (2012) “(...) predominan metodologías convencionales en un campo en el cual la efectividad suele estar asociada a la innovación pedagógica” (p. 13).

Le siguen en orden de utilización de estudios de caso. Si bien en varias disciplinas resulta casi habitual la elección de esta metodología, en lo que hace a la temática emprendedora, ya se ha expuesto que la mayoría de las veces, estos ejemplos están destinados al análisis de una empresa instalada, que si bien es muy útil cuando se analiza la problemática de la gestión de una firma, es necesario repensar los ejemplos cuando se trata de analizar los problemas de la puesta en marcha de un emprendimiento.

Por último, dentro de las metodologías menos aplicadas, se encuentran las clases magistrales y el aprendizaje vivencial. En este punto se notan dos aspectos de interés.

Por un lado, dentro de los contenidos, se establece como una de las más elegidas la identificación y desarrollo de competencias. Sin embargo, pareciera que no se lleva a la práctica con el método pedagógico más recomendado como lo es el aprendizaje vivencial.

Por otro lado, se identifica una cuestión que de algún modo pueden explicar la ubicación obtenida de ambos métodos. Es conocido que, para poder llevar a cabo una clase magistral, es necesario contar con cierto conocimiento, acompañado de material bibliográfico suficiente para poder impartir en una clase. Lo cierto es que a la fecha, se está lejos de haber consensado los contenidos que deberían incluirse en un programa de educación emprendedora de grado. Por su parte, el aprendizaje vivencial también requiere de cierta experiencia y elaboración de dinámicas suficientes para poder aplicar en un espacio áulico.

Por lo anterior, es lógico pensar que se elijan metodologías que su correspondiente material bibliográfico esté disponible (como por ejemplo un plan de negocios) o bien que específicamente no lo requiera (como llevar a un emprendedor a contar su experiencia), frente a otras que su desarrollo es aún reciente. Lo anterior se observa en la Tabla 4.

Tabla 4: Metodologías pedagógicas utilizadas en docencia

Metodologías	Porcent aje
Expositores que transfieren sus experiencias emprendedoras	90%
Confección de planes de negocios	75%
Estudio de casos	60%
Aprendizaje vivencial	55%
Clases magistrales	55%
Otros	10%

5.4. Método de implementación

En la mayoría de los casos sólo se trata de la incorporación de estos temas en las carreras tradicionales, pues sólo el 24% de los que respondieron afirmativamente a la implementación de materias con contenido emprendedor, manifestó haber diseñado carreras con ese perfil. La tarea realizada se asemejaría, en la mayor parte de los casos, a un rediseño de (o incluso un agregado a) las currículas de las carreras clásicas. Esto parece ser así, puesto que los nombres de carreras que se reportan haciendo referencia a este punto son básicamente los de las Ingenierías y Administración. Asimismo, la información recogida dice además, que aproximadamente el 58% de los cursos impartidos tienen carácter obligatorio.

6. Reflexiones finales

El presente trabajo se planteó como objetivo relevar en qué medida las universidades públicas del país están llevando a cabo actividades vinculadas con la cuestión emprendedora, así como también cuáles han sido los motivos principales que llevaron a los diferentes grupos de trabajo a realizar actividades vinculadas con esta temática. Asimismo se propuso realizar un diagnóstico en cada una de las dimensiones académicas respecto a los contenidos abordados, así como también las metodologías pedagógicas elegidas para llevar a la práctica la temática emprendedora.

Con las limitaciones pertinentes que la propia metodología supone, del estudio realizado se desprende que en las universidades públicas si bien el crecimiento del tema emprendedor ha sido progresivo, la mayor parte de las actividades realizadas en ese ámbito se deben a iniciativas aisladas, de grupos de trabajo de ciertas unidades académicas interesados en el tema, y no a una política integrada, luego respaldada institucionalmente.

Lo que merece atención es que sólo el 12% del total de las Universidades articularían extensión, docencia e investigación. Esta cuestión quizás devela que no hay un objetivo claro a seguir y/o una metodología a adoptar.

Asimismo, el estudio llevado a cabo muestra además que en la actualidad, se privilegiarían en mayor medida las actividades de extensión, luego de docencia, siendo las menos preferidas las de investigación. Esta cuestión puede deberse a la innegable importancia práctica y al impacto sobre la economía de estas iniciativas.

De corroborarse estas tendencias parecería de interés, para la consolidación de este campo del conocimiento, que tanto la docencia como la investigación reciban apoyo específico de la respectiva universidad, para así potenciar la realización de actividades vinculadas con el emprendedorismo en estas dos dimensiones académicas.

En cuanto a contenidos y metodologías, si bien pareciera que se barrieran una buena cantidad de temáticas de interés, lo cierto es que se utilizan principalmente métodos pedagógicos tradicionales, quizás producto de falta de investigaciones o material bibliográfico vinculado al emprendedorismo, así como también a la falta de desarrollo de los mismos.

Bibliografía

- Acs, Z. J. y Audretsch, D. B. (1988). Small-Firm Mobility: A First Report. *Economics Letters*, 26 (3), pp. 281-284.
- Andreu Andrés M.A. (2008). Simulación. En Labrado Piquier M.J. y Andreu Andrés, M.A. (Eds.), *Grupo de investigación en Metodologías Activas*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Birch, D. (1984). The Contribution of Small Enterprise to Growth and Employment. En H. Giersch (Ed.). *New Opportunities for Entrepreneurship*. Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel. Tübingen: Mohr.
- Braidot, N. (2001). Educación para la Empresarialidad en el contexto universitario Argentino: ¿Opción o Necesidad? Universidad Argentina de la Empresa (mimeograph).
- Calderón García P. (2008). Estudios de caso en Ingeniería. En Labrador Piquer M.J. y Andreu Andrés M.A. (Eds.), *Grupo de investigación en Metodologías Activas*. Valencia: Universidad Polotécnica de Valencia
- Cesar, R.; Fardelli Corropolese, C.; Federico, J.; Baruj, G. (s.f.). *Mapa de Instituciones Argentinas de Desarrollo Emprendedor*. Instituto de industria. Universidad de General Sarmiento. Recuperado el 10 de agosto de 2010 de <http://www.littec.ungs.edu.ar/e-books/mapa%20instituciones.pdf>
- Comisión Europea. (2002). *Informe final del grupo de expertos. Proyecto del "procedimiento best" sobre educación y formación en el espíritu empresarial*. Dirección General de Empresa, Bruselas, Bélgica: Autor.
- Cutidiano, R.; Cesar, R.; Porras, J.; Partal, C. (2006). *La educación emprendedora en el contexto universitario: la generación de emprendedores como objetivo institucional*. Ponencia presentada en 11ª Reunión Anual Red Pymes Mercosur, Tandil, Argentina.
- Fayolle, A. (1998). *Teaching of entrepreneurship: outcomes from an innovative experience*. Trabajo presentado en IntEnt98, Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Oestrich-Winkel, Alemania.

- Gailly, B. (2006). Can you teach entrepreneurs to write their business plan? An empirical evaluation of business plan competitions. En Fayolle A. y Klandt H. (Eds.), *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Gartner W.B. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory and Practise*, 12(4), pp. 47-68.
- Gartner, W.B.; Vesper, K.H. (1994). Experiments in Entrepreneurship Education: Successes and Failures. *Journal of Business Venturing*, 9(3), pp. 179-187.
- Gibb, A. A. (2007). Enterprise in Education. Educating Tomorrow's Entrepreneurs. Pentti Mankinen, 1-19. Recuperado el 5 de marzo de 2008 de <http://www.enorssi.fi/hankkeet/yritytajyyskasvatus/pdf/Gibb.pdf>
- González López García Piñeiro y Rodríguez Ariza (2012). *Indicadores para la evaluación de la educación superior en emprendimiento: una aproximación*. Ponencia presentada en I workshop en experiencias y metodologías docentes en emprendimiento. Granada, España.
- Gorman G.; Hanlon D.; King W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: a ten-year Literature Review. *International Small Business Journal*. 15(3), pp. 56-77.
- Greve, A.; Salaff, J.W. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), pp. 1-22.
- Hisrich, R. D.; O'cinneide, B. (1996). Entrepreneurial activities in Europe-oriented institutions. *Journal of Managerial Psychology*, 11 (2), pp. 45-64.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship Education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3 (3), pp. 258-273.
- Johannison, B., (1991). University Training for entrepreneurship: Swedish Approaches. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31, pp. 67-82.
- Kantis, H.; Federico, J. (2012). Programa Regional de Emprendedorismo e Innovación en Ingeniería (PRECITYE).
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), pp. 577-597.
- Labrador Piquer M.J. y Andreu Andrés M.A. (2008). *Grupo de Metodologías activas*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Laukannen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micro mechanisms for endogenous regional growth. *Journal of Entrepreneurship and Regional Development*, 12, pp. 25-47.
- Lee, L. y Wong, P. K. (2005). Entrepreneurship Education - A Compendium of Related Issues. Recuperado el 5 de junio de 2008 de <http://ssrn.com/abstract=856227> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.856227>

- Liñán F. (2004a). *Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad. Análisis empírico para la provincia de Sevilla*. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J., y Rueda-Cantuche, J.M. (2011) Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role for Education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), pp. 195-218.
- McMullan, W. ED.; Long W A. (1987). Entrepreneurship Education in The Nineties. *Journal of Business Venturing*, 2, pp. 261-275
- Oliveras, G.; Vigier, H.P.; Robledo, C.; Porras, J.A.(2010). *Análisis global de las probabilidades de éxito en la creación y desarrollo de empresas, y sus implicancias sobre la educación emprendedora*. Ponencia presentada en XV Reunión Anual de la Red PyMEs de MERCOSUR, Mendoza, Argentina.
- Onstenk J. (2003). Entrepreneurship and Vocational Education. *European Educational Research Journal*, 2, pp. 74-89.
- Porras, J.A.; Oliveras G. y Vigier, H.P. (2012). Methodological Proposal for Determining Entrepreneurial Competencies from the Entrepreneurship Education Approach. In Bonnet J.; Dejardin M. y Madrid-Guijarro A. (Eds.), *The Shift to The Entrepreneurial Society: A Built Economy in Education, Sustainability And Regulation*. Northampton, Mass and Cheltenham, U.K.: Edward Elgar.
- Porras, E.; Oliveras, G.; Vigier, H.; Savoretti, A., Dichiara, R.; Bruno, M. (2009). *La formación de emprendedores y el fomento a la iniciativa empresarial: la experiencia de la Universidad Provincial del Sudoeste*. Ponencia presentada en Iº Jornada sobre PYME e Iniciativa Empresarial, Getafe, Madrid, España.
- Porras, J.; Partal, C.; Amadío, C.; Murello, D.; Cesar, R. (2006). *El desarrollo de capacidades emprendedoras a través de la educación primaria, secundaria y polimodal*. Ponencia presentada en 11ª Reunión Anual Red Pymes Mercosur, Mendoza, Argentina.
- Postigo, S.; Tamborini, M. F. (2002). *Entrepreneurship education in Argentina: The case of San Andrés University*. Ponencia presentada en Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, (IntEnt02), Malaysia.
- Postigo, S.; Tamborini, M. F. (2005). Entrepreneurship Education in Argentina: The Case of the San Andres University. En Alon, Ilan McIntyre, John (Eds) *Business Education and Emerging Market Economies*. EE.UU: Springer.
- Quinquer, D. (2004). Estrategias metodológicas para enseñar y aprender ciencias sociales: interacción, cooperación y participación. *Íber*, 40, pp. 7-22.
- Samela, G. (2013, 30 de marzo). Leve caída de la actividad emprendedora. *Suplemento económico, Diario Clarín*.
- Sánchez Fernández, J.; Muñoz Leiva, F.; Montoro Ríos F.J. (2009). ¿Cómo mejorar la tasa de respuesta en encuestas on-line? *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época, 1, pp. 45 - 62.
- Shane, S.; Venkataram, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217–226.

- Shepherd, D. A. y Douglas, E. J. (1997). Is Management Education Developing or Killing the Entrepreneurial Spirit? Proceedings of the 1997 USASBE Annual National Conference Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development, San Francisco, California. Recuperado el 5 de diciembre de 2009 de: <https://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/USASBE1997proceedings-P164Shepherd.PDF>.
- Shiersmann, S., Graña F.y Liseras, N. (2002). *Vocación emprendedora en Alumnos universitarios: el caso de la facultad de Ciencias económicas de la UNMDP y FASTA*. Ponencia presentada en 7° Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur, Rafaela, Santa Fe, Argentina.
- Ussman, A. and Postigo, S. (2000). O Papel da Universidade no Fomento da Função Empresarial. *Anais Universitarios. Ciências Sociais e Humanas. 1990-2000 Yearbook Special Issue*.
- Veciana J. M. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. Colección Estudios Económicos Núm. 33. Recuperado el 16 de noviembre de 2010 de <http://blanespromocio.cat/web/upload/public/documents/Biblioteca%20emprenedor/Biblioteca%20emprenedor/La%20creaci%C3%B3n%20d'empreses.pdf>
- Vigier, H.; Partal, C.; Savoretti, A.; Porras, J.A. (2006). Las universidades y el desarrollo local en el sudoeste bonaerense. En Rofman A. (Comp.), *Universidad y Desarrollo Local, Aprendizajes y Desafíos*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (2010). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. In Z. J. Acs (Ed.), *Entrepreneurship and Regional Development*. Northampton, Mass. and Cheltenham, U.K.: Elgar.
- Wilson, K. (2008). Entrepreneurship Education in Europe. En *Entrepreneurship and Higher Education*. OECD 2008.