

Desarrollo de espíritu emprendedor en estudiantes de ingeniería

*Estela Iris Cortez*¹

estela.cortez@faea.uncoma.edu.ar

*Patricia Alejandra Morales*²

patricia.morales@faea.uncoma.edu.ar

*Ricardo Daniel Adra*³

ricardo.adra@faea.uncoma.edu.ar

*Roberto Bazanini*⁴

roberto.bazanini@docente.unip.br

Recibido 29/10/2023– Aceptado 28/12/2023

Resumen

El presente artículo corresponde con un avance de investigación que, originalmente, tuvo como objetivo analizar la oferta académica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Comahue en sus carreras de grado identificando puntos en común con el desarrollo del espíritu emprendedor en marzo de 2019.

En tiempos recientes la innovación relacionada con la creación de empresas se ha vinculado también a las pequeñas y medianas empresas, al ampliar el concepto de innovación y relacionarla con los procesos de aprendizaje e incorporación de mejoras, asociados a la gestión de conocimiento (Icard, 2022).

Las universidades, por su parte, a partir de las nuevas tecnologías y los cambios que traen consigo en la organización de las empresas y el trabajo, comienzan a percibir los nuevos requerimientos del mercado laboral en la formación de capital humano a través de la enseñanza y la investigación y asumen, en consecuencia, el rol de ser el principal sector de la sociedad en el que se genera conocimiento. En ellas también se desarrollan nuevas teorías que pueden ser llevadas a la práctica a través de la transferencia de conocimiento, lo que demanda una mayor intensidad de vínculos con empresas y emprendedores, a fin de fortalecer los sistemas de innovación a escala nacional y local (Vargas-Larraguível, 2021).

Palabras clave: Emprendedores. Gestión de la innovación y tecnología. Enseñanza universitaria.

Código JEL: L26; O32; A22

Abstract

The present article corresponds to a research advance that originally aimed to analyze the academic offerings of the Faculty of Engineering at the National University of Comahue in

¹ Docente de grado y posgrado e investigadora de la Facultad de Economía y Administración, Universidad Nacional Comahue, Argentina.

² Docente de grado y posgrado e investigadora de la Facultad de Economía y Administración, Universidad Nacional Comahue, Argentina.

³ Docente de grado y posgrado e investigador de la Facultad de Economía y Administración, Universidad Nacional Comahue, Argentina.

⁴ Professor universitário da Universidade Paulista e da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil

its undergraduate programs, identifying common points with the development of the entrepreneurial spirit on March 2019.

In recent times, innovation related to business creation has also been linked to small and medium-sized enterprises, expanding the concept of innovation and associating it with the processes of learning and the incorporation of improvements, all related to knowledge management (Icard, 2022).

Universities, on the other hand, due to the new technologies and the changes they bring to the organization of companies and work, are beginning to perceive the new requirements of the labor market in the training of human capital through teaching and research. Consequently, they take on the role of being the primary sector of society where knowledge is generated. They also develop new theories that can be put into practice through the transfer of knowledge, which requires a stronger connection with companies and entrepreneurs to strengthen national and local innovation systems (Vargas-Larraguível, 2021)

Keywords: Entrepreneurs. Innovation and technology management. University teaching.

JEL Code: L26; O32; A22

1. Introducción

Actualmente existe consenso acerca de la importancia de la creación de nuevas empresas por su impacto en el desarrollo económico, la generación de nuevos puestos de trabajo y su papel de motor de innovación, bienestar y creación de riqueza (OCDE/CEPAL/CAF, 2019).

Según Esteban Wolf (2017), la figura de los emprendedores está vinculada a la generación de nuevas fuentes de trabajo. No obstante, la cantidad de nacimientos de emprendedores tecnológicos no es significativa y las universidades públicas argentinas tienen al respecto un destacado nivel de responsabilidad, ya que sus planes de estudio están preferentemente enfocados a la trasmisión de conocimiento específico y dejan de lado la trasmisión de valores y actitudes emprendedoras.

También puede señalarse la dificultosa conformación y funcionamiento de sistemas regionales y locales de innovación orientados a crear capacidades y dinámicas sistémicas de mejora de procesos, productos y organizaciones y a promover las competencias en los agentes productivos y los del entorno estimulando el surgimiento e intensificación de *feedbacks* en los procesos de creación, absorción y transferencia de conocimiento y en la emergencia de redes.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (Amorós y Abarca, 2014), Calvo, Fernández Laviada (2023), cuando una economía está en una etapa recesiva, si las tasas de interés son bajas, existen políticas de promoción y la posibilidad de acceder a nuevos mercados, puede generarse un buen clima financiero para el surgimiento de actividades emprendedoras, a la que algunos autores denominan “la economía de los emprendedores”. Esto es porque esta situación proporciona una vía de entrada en un mercado laboral altamente competitivo y mayormente inaccesible. A un emprendedor que surge bajo este contexto se lo denomina “emprendedor por necesidad”.

La introducción de innovaciones actúa como fuerza impulsora y revitalizante del sistema productivo de las regiones (Fernández, 2017; Comba, 2020). El surgimiento de numerosas pequeñas empresas hace a las economías más dinámicas y saludables. Una economía “sana”, desde la óptica schumpeteriana, da lugar a procesos de “destrucción creativa”; el emprendedor busca, por medio de la innovación, entrar en los mercados existentes o en nuevos mercados.

Según el documento elaborado por el equipo del Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, la Tecnología y la Sociedad (OCTS), dependiente de la OEI, con sede en la Oficina de Buenos Aires (abril 2018), la imagen de la universidad para ciudadanos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay, es percibida como “autoridad social de la ciencia”. Las universidades siguen siendo instituciones de referencia y confianza a la que una considerable parte de la sociedad aspira alcanzar por su función de facilitadora de la promesa de movilidad social ascendente.

En América Latina, la creciente demanda social por una universidad comprometida con el proceso de desarrollo económico y social de las regiones impone que los perfiles de los egresados actuales deben ser coherentes con las necesidades del mercado laboral de cada región. Se buscan egresados que tengan una fuerte adaptación al cambio, con habilidades y actitudes para emprender nuevos esquemas en el ámbito profesional. Las universidades deben estar a la altura del desafío de contribuir a formar técnicos, profesionales y docentes acordes al

paradigma técnico económico actual. Su misión es formar profesionales con vocación emprendedora e innovadora con un fuerte compromiso ético, social y ambiental.

Adicionalmente, se requiere una transformación de la universidad en sí misma, que forme, en lugar de operadores en la sociedad industrial, impulsores y ejecutores en la sociedad del conocimiento. Edgar Ramírez (2013) y Aimeé Pérez Esparza (2016) consideran que no es una actividad sencilla de llevar a cabo. La nueva conceptualización “universidad emprendedora” ofrece nuevas formas de contribuir al crecimiento y desarrollo económico social de la comunidad referente de las universidades. Entre las principales actividades que deben llevarse a cabo dentro de su nuevo papel como emprendedoras está el fomento del emprendedurismo y el apoyo al desarrollo de empresas locales.

De acuerdo con Haydeé Coelho (2022), los programas educativos destinados a la formación de emprendedores parten de la base de que los “emprendedores se hacen”, es decir que hay un conjunto de conocimientos que son susceptibles de ser transmitidos. Con esto, la educación emprendedora toma vital importancia como un proceso de desarrollo de las competencias necesarias para la creación de empresas.

La misión clásica que ha caracterizado a la universidad hasta el siglo XIX, como institución de enseñanza superior y de iniciación a la ciencia, es insuficiente en el paradigma social y económico actual. Hoy se requiere que la universidad desempeñe nuevas funciones y que se generen instituciones diferenciadas.

La red de Ciencia, Tecnología y Sociedad junto a la Organización de Estados Iberoamericanos desarrollan cuestiones centrales sobre el rol de las universidades en ciencia, tecnología, innovación, transferencia de conocimiento y creación de capacidades tecnológicas (OIE, 2018). A través de esta nueva óptica, los estudiantes universitarios pasan a concebirse como parte de un sistema de innovación y las instituciones educativas de nivel superior se integran a un sistema de flujo constante de innovación en el que interactúan de forma activa con el gobierno y la industria, dando lugar así a la tercera función de la universidad en las economías y sociedades de conocimiento que es contribuir al desarrollo económico y social local mediante innovaciones basadas en conocimientos

El principal problema que inspiró a la presente investigación es la necesidad de formación de ingenieros con espíritu emprendedor frente a lo que tradicionalmente han hecho las universidades argentinas, que es la formación de estudiantes bajo una concepción clásica del desarrollo de capacidades netamente técnicas. Bajo estas perspectivas, las universidades no ayudan a sus estudiantes a reconocer modelos de rol ni motivaciones para ser emprendedores.

2. Marco teórico/ Marco referencial

2.1 Emprendedor: conceptualización preliminar

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (2001), “emprendedor/ra” es quien “emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. Mientras que define emprender, en su primera acepción, como: “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Por su parte, *entrepreneur*, concepto que habla de la persona que se caracteriza por su *entrepreneurship*, se traduce al castellano como *emprendedor*.

Según Fernando Pereira (2003) y Alfonso Rodríguez Ramírez (2009), el vocablo *entrepreneur* se introdujo por primera vez en el escrito *Essai Sur la Nature du Commerce en Général* de Richard Cantillon (1755). En esta primera conceptualización de la palabra, *emprendedor* se aplicaba a una persona que compraba productos a cierto precio para revenderlos en el mercado a precios inciertos. Desde el comienzo, el término se asoció con elementos tales como de recursos y riesgo.

Autores contemporáneos tales como Peter Brook (1968) y Henry Mintzberg y Bruce Ahlstrand (1999), conceptualizan el emprendimiento en términos de innovación, dinamismo, riesgo, creatividad y flexibilidad. Otros simplemente lo enmarcan como la iniciativa de generación de empresas. En tanto que Sergio Postigo, profesor del centro de emprendedores de la universidad de San Andrés, en una entrevista con Nadia Nasavoski (2017) describe a los emprendedores como a “personas que les gusta navegar en la tormenta, sienten que pueden manejar situaciones que van más allá de lo que cualquiera puede manejar”.

En conclusión, una descripción de *emprendedor* no puede ser el resultado de solamente un conjunto de rasgos de personalidad, tampoco de sólo la consideración de la influencia del entorno económico y social, es necesario que a partir de cada uno de estos tópicos pueda vislumbrarse un conjunto de características que demuestren “actitudes emprendedoras”.

2. 2. *El espíritu emprendedor, actitudes emprendedoras*

Roberto Olmos y Miguel Saste Castillo (2007) describen que una “actitud emprendedora” es la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa, teniendo como principal inspiración la confianza en sí mismo, y el valor de actuar con firmeza en la consecución de un objetivo, luchando con perseverancia hasta concretarlo.

Salvador Sánchez Rodríguez, Claudia Alejandra Hernández Herrera y Martha Jiménez García (2016) conceptualizan el espíritu empresarial desde lo expuesto por Ismail Ahmad y Ismail Buchanan (2013); Casson (2010); De Bettignies y Brander (2007) y Heydari, Madani y Rostami (2013): como el conjunto de acciones que los emprendedores o empresarios toman para desarrollar o hacer crecer su negocio. A través de la educación se puede ayudar a mejorar el juicio empresarial y así incrementar el espíritu empresario, por lo que sugieren tener carreras científicas con la capacidad de incentivar a los estudiantes al mundo de los negocios, ya que en la actualidad la mayoría de los programas educativos que se ofrecen sólo forman en competencias específicas según la disciplina.

El término *innovación* proviene del latín *innovare*, acto de innovar o renovar, introducir al mercado una novedad (RAE, 2001). Conlleva a la aplicación de nuevas ideas, conceptos y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Peter Drucker (1985) argumenta que la innovación sistemática consiste en la búsqueda organizada de un objetivo de cambios y en el análisis sistemático de las oportunidades que ellos pueden ofrecer para la innovación social o económica.

Las innovaciones disruptivas, según Clayton Magleby Christensen (2000), son las que se producen cuando una empresa “entrante” lanza al mercado una innovación que se caracteriza

por ser sencilla y accesible que transforma por completo la industria y genera otra totalmente nueva con un producto diferenciado. La disrupción en una industria en manos de soluciones de emprendedores se materializa a través del startup (Ries, 2012).

En contraposición con este concepto, la Innovación Evolutiva o Incremental (IE) era una respuesta natural al ingreso de nuevos competidores al mercado. Las empresas ya consolidadas respondían a los nuevos ingresantes mejorando paulatinamente el valor de los productos mediante un proceso de innovación evolutiva (mejoramiento de funcionalidades de los productos ofrecidos). Dicha secuencia trae aparejada un incremento del costo para los empresarios y una progresiva disminución de la percepción de incremento de valor por parte del cliente.

2.3 La universidad, una mirada sociológica e histórica

Pierre Bourdieu (1984) elaboró un estudio sociológico sobre el campo universitario, el autor lo denominó “su” propio ámbito (p. 295). En su investigación conceptualizó al Homo Academicus con el objeto de mostrar al campo universitario como un espacio de constante lucha por determinar las condiciones y criterios de pertenencia, de desigualdades, de legítimas jerarquías, de competencias y de formas de dominación institucionalizadas, aceptadas y compartidas.

Las personas miembros de la comunidad universitaria, forman grupos, reconocen y apoyan ideologías, con la intención de que se les reconozca. Además, los profesores tienden a mantener cierto nivel de status quo en la tribu, por ello, el ingreso de nuevos docentes está influido por preferencia hacia aquellos que comprenden el juego, que tienen paciencia y soporte económico para esperar su turno de ascenso. La misma temática utilizan para la selección de los temas de tesis, privilegiando e impulsando investigación que armónicamente impactan en el círculo.

El campo universitario es el lugar de competencia de poderes plurales, los profesionales universitarios se autoperciben como libres, despojados de determinismos sociales. Debido a que los campos necesitan tratar con su exterior, la presión de poderes externos al mismo redefine sus fronteras: las transformaciones demográficas exigen retener o animar el orden sucesorio, la industria cultural impone modelos científicos y la gestión administrativa de la investigación prácticas industriales de producción intelectual.

Para Bourdieu las transformaciones de las sociedades en las que se encuentran inmersas las universidades influyen significativamente en sus dinámicas, especialmente por medio de los cambios de estructura, que repercute en todos los niveles estudiantes, cuerpo docente y, por otra parte, la transformación de la relación de fuerzas entre facultades y las disciplinas al interior de ellas.

En nuestro país, la relación entre el Estado y la universidad ha sido siempre compleja y problemática. De acuerdo con Pablo Buchbinder (2008), María Florencia Pulla (2011), Jorgelina Méndez y Rubén Peralta (2016), los acontecimientos que a continuación se detallan fueron los hitos históricos relevantes para la conformación del sistema universitarios nacional de nuestro país:

La Universidad de Buenos Aires (UBA) fue fundada en 1821, su creación y organización fue planificada por las autoridades de la provincia. La UBA se conformó a partir de la fusión de un conjunto de escuelas existentes en la ciudad y que habían sido fundadas desde finales del siglo

XVIII. A diferencia de la Universidad de Córdoba, la teología ocupó un lugar secundario, la educación estaba destinada a dar soluciones a una comunidad porteña integrada por comerciantes, navegantes y burócratas.

Las guerras civiles argentinas que acontecieron entre 1814 y 1880 afectaron el funcionamiento de las dos universidades provocando que trabajaran en forma irregular y precaria, a pesar de ello fueron fuente de formación del personal político del momento.

Con la presidencia de Domingo Faustino Sarmiento (12 de octubre de 1868 hasta el 11 de octubre de 1874) se incorporaron profesores extranjeros, lo que derivó en un impulso a la ciencia. En 1873 inauguró la Facultad de ciencias Físico-Matemáticas.

En 1984 y durante la presidencia de Julio Argentino Roca, se sancionó la Ley de Educación Común 1420, el consenso general de los ciudadanos influyentes argentinos de la época era la identificación de la necesidad de una ley de educación, la gratuidad y obligatoriedad de la escuela. Así, la ley 1420 fue la piedra basal del sistema educativo nacional, estableció el carácter de obligatorio, estatal y laico de la educación en el territorio nacional.

En 1885 se promulgó la Ley 1597 o ley Avellaneda, considerada la primera Ley Universitaria que sirvió de marco de referencia al cuál debían ajustarse los estatutos de las universidades nacionales. Entre los principales enunciados de la ley se destaca la nueva organización de las universidades, avalando la a las facultades que gozaban de un grado alto de autonomía con respecto a la administración central. Así el gobierno por facultad quedó diferenciado del gobierno universitario formada por el rector y el Consejo Superior.

Las funciones de la universidad fueron establecidas recién a finales del siglo XIX, se le adjudicó la misión de formar profesionales en nombre del estado para ejercer libremente sus profesiones.

2.4 La universidad y el emprendimiento

De acuerdo con Frédéric Delmar y Per Davidsson (2000), las publicaciones científicas a nivel internacional evidencian una correlación entre la educación y la creación de empresas, a su vez, son características distintivas de la sociedad actual el conocimiento y la información. Fredy Roza Cañón y Fernando Cardona Madariaga (2016), desde este paradigma, sostienen que la educación es una de las variables clave para explicar el proceso de surgimiento y las perspectivas de desarrollo de los nuevos emprendimientos.

La correspondencia entre emprendedurismo y educación ha sido analizada por varios autores. Burton Clark (1984), Wendy Brown y Chirstian Lüthje (2002) exponen sobre el impacto de las universidades a través de cursos de emprendedurismo. En tanto que Delmar y Davidsson (2002), Roberto Espíritu Olmos y Miguel Ángel Sastre Castillo (2007), Sergio Postigo y Tamborini (2010), Maribel Guerrero y otros (2016) analizan la relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender.

Según Colette Henry, Frances Hill y Claire Leitch (2005) es muy importante distinguir entre:

- Educación sobre emprendimiento: implica una enseñanza desde una perspectiva teórica y tiene como objetivo enseñar a los estudiantes diferentes aspectos sobre la creación de empresas, atendiendo en especial las actitudes y los valores propios de iniciar una empresa,

gerenciarla y hacerla crecer. Bajo esta perspectiva, los estudiantes se forman para que en un futuro deseen crear su propia empresa.

- Educación para emprender: el enfoque es diferente, ya que es pragmático, se trata de formar emprendedores que creen sus propias empresas. Se les enseña la aplicación de diversas herramientas a fin de preparar su propio plan de negocios.
- Educación en la empresa: se da en emprendedores que ya superaron la etapa inicial de su empresa y desean hacerla crecer. Los que toman esos cursos desean actualizar sus conocimientos.

La innovación lineal, modelo concebido hasta los años setenta, comprendía la investigación básica, que debía ser conducida en las universidades e institutos de investigación, y la investigación aplicada que era competencia de las empresas. Es decir que suponía la participación de diferentes actores, especialización, división del trabajo y era secuencial.

Stephen Kline y Nathan Rosenberg (1986) cuestionaron la innovación de tipo lineal para convertirla en un proceso interactivo en el cual el conocimiento se genera, difunde y explota a través de la vinculación de diversos actores y se potencia por una retroalimentación constante.

En el documento presentado por el Observatorio Iberoamericano de la Ciencia, la Tecnología y la Sociedad (OICTS) (2018), se manifiesta que las universidades latinoamericanas son actores protagónicos en los sistemas nacionales de ciencia y tecnología de sus países. A pesar de ello, siguen pendientes problemas tales como la baja contribución efectiva de la investigación producida en el seno universitario al fortalecimiento de la innovación en el tejido productivo de sus regiones.

El protagonismo de las universidades señala también la debilidad de otros actores de los sistemas locales de ciencia y tecnología. Una característica del entramado productivo de América es el escaso involucramiento en actividades de I+D que produce una baja tasa de innovación de las empresas. A su vez, el debilitamiento de la dinámica innovadora produce una demanda muy escasa de conocimiento tecnológico desde las empresas hacia las universidades.

Según datos publicados por el Observatorio Iberoamericano de Ciencia y Tecnología (OICT) (2018), el 62% de los investigadores en América Latina se encuentran trabajando en universidades. En la Unión Europea, el mismo indicador es inferior al 40%.

Salvador Sánchez Rodríguez, Claudia Alejandra Hernández Herrera y Martha Jiménez García (2016) argumentan que en la literatura se encuentran indicadores en los que los patrones tradicionales de educación y valores, tales como concluir una educación, son más valorados por los mercados innovadores en comparación con los mercados tradicionales. Para un empresario, la educación es un potente instrumento para superar los desafíos del mercado, reconocer las oportunidades y utilizar la información asimétrica para las nuevas empresas innovadoras, por lo que la promoción del espíritu empresarial y la innovación en la educación superior requieren ir más allá de la estructura del plan de estudios: es necesario el involucramiento de la estructura del gobierno de la universidad y el liderazgo con el que se toman las decisiones.

Lo hasta aquí expresado evidencia que las relaciones universidad y empresa (RUE) han adquirido en América Latina el estatus de “clave” en las acciones relacionadas con el fomento de la

innovación empresarial y la implicancia de la universidad en el desarrollo socioeconómico. No obstante, la puesta en marcha de mecanismos ha tenido poco impacto en el desarrollo regional.

Según Postigo y Tamborini (2010), en Argentina, al igual que en el resto de los países de Latinoamérica, la mayoría de las universidades diseñan históricamente sus planes de estudios tendientes a formar alumnos que desarrollen una carrera como “empleados”, no cultivan ni fomentan vocaciones de emprendedores. Para los autores, el nivel de formación que reciben los estudiantes en materia emprendedora denota el grado de involucramiento de la universidad en el desarrollo económico y, por ende, social y tecnológico de la región.

Entre las principales motivaciones de los emprendedores de base universitaria, la mencionada publicación distingue la “autorrealización personal”, demostrando así que un factor no económico fue el dispositivo catalizador de emprendedores de base tecnológica.

De acuerdo con el informe del GEM Argentina, realizado por Silvia Torres Carbonell (2016), 20 años atrás en países más desarrollados se realizaban promociones para la actividad emprendedora; en Argentina, no existía conciencia colectiva sobre el potencial de los emprendedores para el desarrollo del país. Hoy, tanto en Latinoamérica en general como en Argentina en particular, se están construyendo ecosistemas de ayuda y apoyo a los emprendedores. Entre las iniciativas destacan la participación de instituciones del ámbito privado, académico y público para promover y consolidar este ecosistema. Sin embargo, señalan los autores, persisten aún fuertes limitaciones a nivel político e institucional, situación que se agrava aún más por los efectos del deterioro de la micro y macroeconomía, abstención de inversiones externas debido a la baja confiabilidad del país. A pesar de ello, los gobiernos nacionales, provinciales y municipales están llevando a cabo programas tendientes a promover el ecosistema emprendedor, un ejemplo es la sanción de la ley de emprendedores N.º 27.349.

Lucio Fernández, Elena Castro y Fernando Conesa (2000) analizan las relaciones de las universidades con el entorno socioeconómico y su rol en el proceso de innovación. Para los autores, se comenten errores cuando se habla de las relaciones entre universidades y empresas (RUE). Una primera falacia es considerar la existencia de una universidad estándar y una empresa ideal, a partir de estos supuestos se construyen conclusiones en materia de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) que son muy lejanas a la realidad.

Los autores apuntan que entre las universidades podemos distinguir los siguientes tipos:

- Académica: la docencia es el eje principal, así los recursos y decisiones están fuertemente orientados a mejorar la actividad de enseñanza.
- Clásica: la docencia e investigación son claves, el equilibrio de ambas brinda prestigio a la institución.
- Social: la resolución de problemas de la sociedad son el punto de partida para la planificación de la actividad institucional.
- Empresarial: enfoca una parte de sus actividades docentes y de I+D con criterios empresariales. Todo conocimiento tiene un “valor” de mercado.
- Emprendedora: utiliza el conocimiento como un potencial al servicio de los objetivos de su entorno socioeconómico, esto es, un recurso que, adecuadamente gestionado, le permite desempeñar un papel más activo.

En función del enfoque de la universidad, se dará también la eficacia de las relaciones que se establezcan y su trascendencia social, por ejemplo, es más probable que una universidad del tipo emprendedora pueda relacionarse muy bien con una PyME.

Otro error mencionado por los autores es asignar a las tareas de extensión y vinculación con el medio socioeconómico de la universidad la categoría de “voluntariado”.

Massimo Colombo, Marco Delmastro y Luca Grilli^a (2004) y Litvak y Maule (1976) acuerdan en que la universidad provee conocimientos técnicos que luego, a través de la experiencia laboral empresarial, generará un efecto trinquete potenciando la percepción de oportunidades en el “mundo de los negocios”. En conclusión, las oportunidades suelen ser percibidas por las personas en el entorno de sus conocimientos.

Pere Ortín Ángel, Vicente Salas Fumàs, Maria Victoria Trujillo y Ferran Vendrell Herrero (2007) asignan a la universidad un rol más activo en la formación de estudiantes emprendedores. A través de las llamadas “spin-off” promueven la creación de empresas surgidas en las universidades. Así, la transferencia de tecnologías y conocimiento se potencian y la universidad pasa de ser integradora a emprendedora ya que los resultados científicos y tecnológicos de las investigaciones tienen un reflejo directo en la sociedad.

Para los autores, la ausencia de transmisión de habilidades de gestión empresarial hacia los estudiantes universitarios puede tener consecuencias directas como la mala coordinación del equipo de trabajo, el incumplimiento de los plazos previstos, la escasa orientación al mercado de las tecnologías y productos creados, la presencia de redes de contactos.

Maribel Guerrero, David Ramos y Antonio Urbano (2016), a través del Observatorio de Emprendimientos Universitarios, elaboran cada dos años un informe sobre el perfil emprendedor del alumnado universitario español y su extensión a algunas universidades portuguesas y latinoamericanas. Su objetivo es el de analizar la evolución en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. Los resultados arrojados demuestran que el entorno universitario actúa como incubadora de empresas; además, resulta de interés resaltar que los estudiantes de segundo año presentan indicadores ligeramente más favorables que los de cuarto año en lo relativo a la formación en emprendimiento.

Localmente, en la Universidad Nacional del Comahue, específicamente en la Facultad de Economía y Administración, existen numerosas iniciativas desde los programas de extensión y de acuerdos con el CPyME Adeneu.

3. Metodología

La investigación original fue del tipo descriptiva y se construyó a la luz de lineamientos cuantitativos y cualitativos, con predominio del cualitativo, capaces de rescatar las representaciones y prácticas de los actores significativos de la Facultad de Ingeniería. En el trabajo de campo a través de las técnicas de recolección de datos: análisis documental, encuestas a claustros docente y estudiantil, entrevistas con informantes clave, directores de carrera y secretarios de investigación y extensión, y observación directa.

Se tomó contacto con referentes locales en materia de fomento y apoyo al emprendedurismo, los que consideran que las universidades deben implicarse en el fomento del espíritu emprendedor de sus estudiantes.

Se analizó la documentación fundacional de la Universidad Nacional del Comahue, los que visualizaban la necesidad de abastecer con profesionales la industria regional. Se llevó a cabo una búsqueda y análisis de los planes de estudios de las carreras de ingeniería. Los documentos se encuentran disponibles y de fácil acceso para toda la comunidad, evidencian una formación técnica tradicional.

Se realizaron entrevistas con informantes clave que, teniendo una visión general de las carreras, describieron su percepción y oralmente ayudaron a reconstruir la memoria institucional.

Se tomó contacto online con docentes, estudiantes y graduados de la FAIN para consultarles sobre sus experiencias en la facultad, específicamente se trabajó sobre transmisión y recepción de habilidades correspondientes al espíritu emprendedor.

Se analizaron los proyectos de investigación y extensión, de una primera lectura se sospechó la tendencia absoluta de los proyectos con fines netamente técnicos, con el objeto de corroborar la primera impresión se hicieron consultas con ex y actual secretarios de investigación y extensión.

Se realizaron visitas reiteradas para observación directa con la atención puesta en la cartelería informativa. En ninguna de las visitas se detectó información sobre la temática investigada.

Una vez concluidos todos estos tópicos se corroboró la hipótesis establecida: La actual oferta académica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Comahue no es compatible con prácticas de fomento del espíritu emprendedor en sus estudiantes de grado.

En el presente año, se decidió replicar la consulta a docentes de ingeniería de todo el país obteniendo 63 respuestas

4. Resultados

La Figura 1, presenta las provincias participantes. En la Figura 2, a través de una nube de palabras, se resume los representantes por carreras de ingeniería.

Figura 1: Universidades participantes de la encuesta on line



Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Carreras de ingeniería participantes de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Entre los respondientes a nivel nacional se puede decir que:

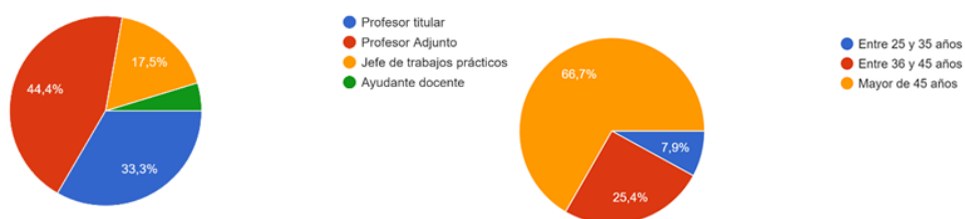


Gráfico 1: Segmentación por cargo docente y edad. Fuente: elaboración propia

A pesar de que el 74,9% de los respondientes manifestaron conocer el significado del espíritu emprendedor, a la hora de transmitir contenidos, pusieron de manifiesto que la tendencia a enfocarse en contenidos específicos es significativamente superior a la transmisión de otras habilidades relacionadas con el fomento del espíritu emprendedor.

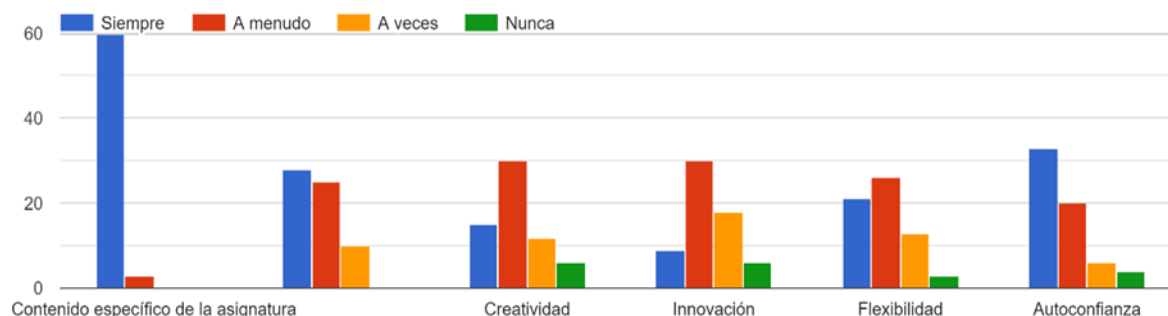


Gráfico 2: Frecuencia de transmisión de contenidos. Fuente: elaboración propia

En cuanto a la transmisión específica del espíritu emprendedor en la asignatura, el 52,5 % respondió que es de baja a muy baja importancia.

El 49,2 % de los respondientes imaginan a sus estudiantes trabajando en empresas privadas, mientras que el 15 % en un organismo público. Sólo el 25,4 % imagina a sus estudiantes creando sus propias empresas. El resto de los respondientes optaron por expresar sus propias ideas que variaron en: cualquiera de las tres, investigando y yéndose del país.

6. Conclusiones

La presente investigación tuvo como principal objetivo estudiar si a nivel nacional existen indicios de correlación entre la investigación realizada en el 2019 –oferta académica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Comahue, asentamiento Neuquén, y analizar si dicha oferta es compatible con prácticas de fomento del espíritu emprendedor en sus estudiantes de grado– y prácticas docente actuales a nivel nacional por docentes en facultades de ingeniería.

Consecutivamente se presentó a las universidades como las instituciones educativas por excelencia para crear y difundir conocimiento. En América Latina, su rol es más importante aún ya que son incubadoras y aceleradoras de innovaciones. Los emprendedores que son estudiantes y graduados de la universidad crean empresas de alto nivel de dinamismo, flexibilidad y generan ideas innovadoras disruptivas que les permiten una supervivencia superior a las empresas creadas por el resto de los emprendedores.

Las universidades argentinas tienen un camino por recorrer aún en su relación con la sociedad y en materia de generación de empresas. De acuerdo a la recopilación bibliográfica presentada en el marco teórico se desprende que en su mayoría son del tipo académicas y clásicas, donde la docencia y la investigación son los principales motores de su política de gestión.

En el diseño de la investigación se trabajó con una serie de herramientas con el objetivo de conocer y analizar la oferta académica de la FAEN en sus carreras de grado para la formación de ingenieros en petróleo, electrónicos, eléctricos, químicos, civiles y mecánicos. En dicho capítulo se retomaron los temas descriptos en el marco teórico con la finalidad de analizar si el conjunto

de expresiones de la FAIN era compatible con universidades del tipo emprendedoras. Se tomó contacto con referentes locales en materia de fomento y apoyo al emprendedurismo y se le consultó sobre la importancia de las universidades en el fomento del espíritu emprendedor de sus estudiantes.

Se realizaron visitas reiteradas para observar directamente qué lenguaje “hablan” las carteleras de la FAIN. Este eslabón de investigación se realizó con el fin de cerrar el círculo del conjunto de expresiones. Los pasillos de una institución son transitados a diario por los estudiantes y la información publicada ahí representa un medio oficial de difusión de información de la casa de altos estudios.

De esta forma, habiendo cumplido con los objetivos planteados de la presente investigación y en función de los resultados obtenidos, se corroboró la hipótesis formulada al inicio.

6.1 Principales hallazgos

Se realizó un análisis descriptivo con metodología cualitativa cuantitativa, con predominio cualitativo. La hipótesis inicial fue: la actual oferta académica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Comahue no es compatible con prácticas de fomento del espíritu emprendedor en sus estudiantes de grado.

Analizadas las leyes de fundación de la Universidad Nacional del Comahue y los antecedentes sobre la creación de la FAIN, se encontraron en el inicio de la memoria institucional reflejada en los documentos formales indicios de vínculos con empresas estatales, pues quien fuera el primer decano de la FAIN también era jefe de los Talleres de YPF. Por aquel entonces se había vislumbrado la necesidad de abastecer con profesionales a la industria petrolera local.

La planta piloto de producción de ladrillos y la fabricación del cohete experimental constituyen en sí mismos dos antecedentes muy importantes relacionados con iniciativas cercanas al emprendedurismo. A pesar de ello, ambos casos sólo resultan iniciativas para superar el desafío técnico sin intención de avanzar en actividades empresarias posteriores.

La estructura orgánica de la Universidad Nacional del Comahue resulta poco dinámica a los fines de articular en la FAIN un proyecto de cambio curricular, debido a la burocracia profesional, por un lado, que requiere un convencimiento por parte de todos de la necesidad de cambio y la lentitud de los procesos de validación de estos, por el otro. Adicionalmente se suman las restricciones presupuestarias que atraviesan las Universidades Nacionales; en este marco, la Universidad Nacional del Comahue no es ajena a los padecimientos actuales.

A su vez, del análisis documental curricular reflejado en los planes de estudio actuales, los perfiles de egresados de las seis carreras de ingeniería y los programas de asignaturas impartidas hoy en día, no se evidencian actividades institucionales formales vinculadas con el fomento del emprendedurismo. Es decir que, si se realiza una trazabilidad documental tomando como período histórico desde la fecha de creación de la institución y la oferta académica formal actual en vigencia, se desprende que no hay ningún tipo de evidencia que vincule el conjunto de expresiones escritas formales de la institución con la temática del emprendedurismo.

Respecto del conjunto de actividades de investigación y extensión actuales de la FAIN, en ninguno de ellos se manifiesta la intención de reflejar iniciativas representativas compatibles

con universidades de tipo empresarial tal como las descriptas en el marco teórico. Tampoco se encontraron actividades vinculadas al spin-off como las mencionadas en el mismo apartado.

En las prácticas docentes se comprueba una preponderancia marcada hacia la trasmisión de contenido específico de las asignaturas y una visión de los futuros egresados como empleados de una empresa privada. No se encontraron indicadores suficientes que permitan inferir la existencia de un cuerpo docente con clara intención de formar ingenieros emprendedores de los documentos de relevamiento que se adjuntan en esta tesis (entrevistas a directores de carreras y encuestas on line a docentes).

Si a los datos obtenidos respecto de las actividades de enseñanza, investigación y extensión de la oferta actual de FAIN fueran analizados a la luz de una visión sociológica como la expuesta en el marco teórico, podríamos inferir que se percibe un comportamiento de tribu, tendiente a mantener el statu quo de la enseñanza tradicional correspondientes a los de una universidad clásica y académica.

Por otro lado, tanto los estudiantes como los graduados que respondieron a la encuesta se auto perciben con habilidades compatibles con las descriptas por autores en el Capítulo III; sin embargo, la mayoría de ellos no manifestaron que esas habilidades se potenciaran en su experiencia de cursado de las asignaturas de la carrera.

Por último, y a partir de la observación directa expuesta en el Capítulo IV, se concluye que en ninguna de las visitas realizadas se encontró ningún folleto o información plasmada en la cartelería relacionada con la temática del emprendedurismo.

Por lo hasta aquí planteado es propicio decir que se corrobora la hipótesis de investigación.

7. Desafíos

Dentro de los desafíos de la presente investigación se encuentra que los actuales planes de estudios incluyen ya una cantidad considerable de asignaturas, lo que deriva a su vez en un largo trayecto de los estudiantes durante el cursado. Por otro lado, se requiere un convencimiento desde las autoridades y hasta el último eslabón docente de la importancia del tema a fin de que adquiera el estatus de “filosofía institucional” la formación de ingenieros con espíritu emprendedor.

La difícil coyuntura económico-financiera nacional actual versus el impulso actual de la actividad hidrocarburífera opera a favor de la formación de ingenieros para ser absorbidos por empresas en marcha, lo que redundará en otra desventaja para la nueva propuesta curricular.

Aun así, pese a los desafíos expuestos, este trabajo pretende exponer la importancia de fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes de ingeniería, en el paradigma actual surgen nuevas problemáticas que requieren el compromiso de jóvenes con mentalidad empresarial e innovadora.

El gran desafío que enfrentan las economías en general y en particular las economías latinoamericanas es el de motivar a los individuos a convertirse en emprendedores y formarlos con las capacidades y habilidades necesarias para saber detectar oportunidades y convertirlas

en negocios exitosos. En este contexto, el rol de las universidades requiere formar profesionales con las competencias necesarias para tener iniciativas que aporten valor, produzcan desarrollo y calidad de vida. Para ello, deben transformarse los planes de estudios y prácticas docentes para formar a sus futuros egresados para la generación de empresas y no sólo para conseguir empleo. Esto es posible a través de la generación de espacios para incentivar y explotar el potencial emprendedor de los estudiantes.

Referencias bibliográficas

- Ahlstrand, B. y Mintzberg, H. (1999). *Safari a la estrategia*. Gárnica.
- Ajzen, I. (1991). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. University of Massachusetts at Amherst.
- Alonso Nuez, M., y Galve Górriz, C. (2011). "El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución". *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44.
- Amorós, J. E., y Abarca, A. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor*, Reporte Nacional de Chile. Universidad del Desarrollo.
- Audretsch, A., y Keilbach, M. (2007). *The Theory of Knowledge Spillover Entrepreneurship*. *Journal of Management Studies*.
- Audretsch, D., y Thurik, R. (2001). *Linking Entrepreneurship to Growth*. OECD Directorate for Science.
- Bagozzi, R. P. (1992). *The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior*. *Social Psychology Quarterly*.
- Batista Lucio, M., Fernandez Collado, C. y Hernandez Sampieri, R. y (2010). *Metodología de la Investigación*. 5 edición. México: Mc Graw Hill.
- Bosma, N., y Oort, V. F. (2013). "Agglomeration Economies, Inventors and Entrepreneurs as Engines of European Regional Productivity, *The Annals of Regional Science*". Tjalling C. Koopmans Research Institute, Vol. 51, 213-244
- Bourdieu, P. (1984). *Homo Académicus*. Siglo XXI.
- Brazeal, D. V. y Kureger, N. (1994). "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*".
- Brockhaus, R. H. (1982). *The psychology of the entrepreneur*. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Brook, P. (1968). *The empty space*. Paperback Publisher.
- Brown, W. (2002). "Ambition Versus Action: Do Males and Females Exhibit Conflicting Perspectives of Entrepreneurial Potential and Growth". Brighton: 25th ISBA National Small Firms Policy and Research Conference: Competing Perspectives of Small Business and Entrepreneurship.
- Buchbinder, P. (febrero de 2008). "La universidad en la Argentina: una brevísima historia". *Voces en el Fénix*, N° 65, 18-25.
- Burgos, H., Edelstein, L., Mutchinick, E., Novoa, L., y Vivanco, R. (2016). "Plan de Desarrollo Institucional. Neuquén: Universidad Nacional del Comahue".
- Cardona Madariaga, D. y Rozo Cañón, F. (2016). "Sociedad del conocimiento y de la información como condicionante de la dirección". *Criterio Libre*, 260-270.
- Castro, E., Conesa, F. y Fernández, I. (2000). "Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional". *Revista Espacios*, Vol. 21, 127-148.

- Cesar, R., y Braidot, N. (2016). "La universidad como promotora de actitudes emprendedoras. En R. L. Empresa, Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor". EXPERIENCIAS DE LA RED LATINOAMERICANA.
- Chávez-Jiménez, E. y Vargas-Hernández, J. (2012). "Estrategias para la creación de nuevas empresas, enfoque sociocultural o institucional". Ciencias Económicas 30, No.2, 239-246.
- Christensen, C. M. (2000). *The innovator's dilemma: The revolutionary book that will change the way you do business*. Harvard Business School Press.
- Christensen, M. A. (1994). *The Identification of Business Starters Using Attitude Measurements*. University of Calgary.
- Clark, B. D. (1984). "Do courses in entrepreneurship aid in new venture creation?" *Journal of Small Business Management*, 22 (2), 26-31. Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- Colombo, M., Delmastro, m., y Grilli, L. (2004). *Entrepreneurs' human capital and the start-up size of new technology-based firms*. *International Journal of Industrial Organization*.
- Comahue, F. d. (marzo de 2018). Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional del Comahue. http://fainweb.uncoma.edu.ar/images/facultad/carreras_grado
- Coelho, H. (2022) *Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de Paraguaná-Venezuela Universidad del Zulia (LUZ)*, República Bolivariana de Venezuela
- Comba, D. (2020). *Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de Paraguaná-Venezuela*
- CONFEDI, M. d. (2014). Manual CONFEDI. <http://www.fac.org.ar/consejo/reglam/confedma.PDF>.
- Cook, R. y Reichardt, C. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evolutiva*. Sage Publications, Inc.
- Corvalán de Mezzano, A. (2006). "Recuerdos personales - Memorias Institucionales: hacia una metodología de indagación histórica institucional". En I. Butelman (comp.) "Pensando las instituciones: sobre teorías y prácticas en educación". Pp. 40-77. Praidós Grupos e Instituciones.
- Dankhe. (1986). *Metodología de la investigación*. Mcgraw Hill.
- Dehghanpour Farashah, A. (2015). "The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career". *Journal of International Entrepreneurship*.
- Delmar, F., y Davidsson, P. (2000). "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs". *Entrepreneurship and Regional Development* Vol. 12, Nº1, 1-23.
- Diamante, S. (12 de junio de 2016). "Crece la actividad emprendedora en Argentina". *La Nación*.
- Díaz, C. U., y Hernández, R. (2007). *Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal*. Grupo FEDRA.
- Drucker. (1979). "Entrepreneurship in business enterprise". New York University Press. P141
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principle*. Harper y Row.
- Espíritu Olmos, R., y Saste Castillo, M. (2007). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios*. Universidad Complutense de Madrid.
- Europea, C. (2003). *Libro Verde. El espíritu empresarial en Europa*. Cambridge Econometrics.
- Federico, J., Kantis, H. y Lopez, A., Ramos, D., y del Castillo, M. (2014). "¿Emprendimientos dinámicos en América del Sur? La clave es el (eco)sistema". *Red Mercosur*.
- Federico, J., Kantis, H., Postigo, S., y Tamborini, M. (2014). *El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina*. Litec.

- Fernández, R. (2017) *Sistemas Regionales de Innovación en la periferia: una perspectiva crítica*. Universidad Nacional del Litoral.
- Fernandez Lamarra, N. (2002). *La educación superior en la Argentina*. IESALC / UNESCO.
- Fernández Lamarra, N. (2014). *Universidad, sociedad y conocimiento, reflexiones para el debate*. Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Fernández-Laviada, A., Guerrero, M., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I. y Urbano, D., (2016). *Perfil Emprendedor del estudiante universitario*. Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.
- Freeman, R. E., Gilbert Jr, R. E. y Stoner, J. A. y (1996). *Administración 6ta*. Prentice Hall.
- Fronidizi, R. (1971). *La universidad en un mundo e tensiones: misión de las universidades en América Latina*. Paidós.
- Gartner, W. (1998). "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question". *American Journal of Small Business*, 12, 11-32.
- Gialdino, V. (2006). *Estrategias de investigación cualitativas*. Gedisa.
- Goldberg, L. R. (1981). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure. University of Oregon and Oregon Research Institute, Eugene.
- González, M. y Codagnone, T. (2004). "La organización universitaria". IV Coloquio Internacional sobre Gestao, Universitaria na America do Soul.
- Hagen. (1965). *La Teoría del Cambio Social*. El Tercer Mundo.
- Hatak, I., Harms, R. y Fink, M. (2015). "Age, job identification, and entrepreneurial intention". *Journal of Managerial Psychology*.
- Henry, C., Hill, F., y Leitch, C. (2005). "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I". *Education + Training*. 47(2), 98-111.
- Hernández, B., López, P. y Urda, S.(2004). *Las dimensiones del perfil emprendedor*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Hernández Herrera, C. A., Jiménez García, M., y Sánchez Rodríguez, S. (2016). "Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal". *Acta Universitaria*, 70-82.
- Hernández Sánchez, V. y Sánchez García, C. (2016). *Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora*. Universidad de Salamanca.
- Hisrich, R. D. (1986). *The woman entrepreneur: Characteristics, skills, problems and prescriptions for success*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Huefner, J., Hunt, H., Robinson, P. y Stimpson, D.y (1991). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship". *E.T.yP*, 13-31.
- Icard, I. B. (2022). *Creación de Empresas: emprendimiento e innovación*. Ediciones de la U.
- Ishida, K., Kantis, H., y Komori, M. (2002). *Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia*. Inter-American Development Bank.
- Kantis, H. S., Federico, J., y Tamborini, M. (2003). *El surgimiento del emprendedor de base universitaria: ¿En qué se diferencian? Evidencias empíricas caso Argentina*. Littec.
- Kedmenec, I. R. (2015). *The Impact of Individual Characteristics on Intentions to Pursue Social Entrepreneurship*. Ekonomski Pregled.
- Kirzner, I. (1999). "Creative and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur". *The Review of Austrian Economics*, nº 11.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. The University of Chicago Press.
- Kline, S. J., y Rosenberg, N. (1986). *An Overview of Innovation*. Washington dc: National Academy Press.

- Krueger, N. F. (1993). "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*", 18(1), 5-21.
- Brazeal, D. V. Leydesdorff, L. (2005). "The Triple Helix Model and the Study of Knowledge Based Innovation Systems". *International Journal of Contemporary Sociology*, 42, 12- 27.
- López-Cózar Navarro, C., Lupiáñez Carrillo, L. y Priede Bergamini, T. (2014). "El emprendimiento como motor del crecimiento económico". *BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE*, Nº 3048 .
- Lüthje, C. (2002). "Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons form Massachusetts Institute of Technology". Suecia.: 2º conferencia anual de la European Academy of Management.
- McClelland, D. (1968). *La Sociedad Ambiciosa*. Editoria Gaudamarra.
- Mendez, J. y Peralta, R. (23 de marzo de 2016). "Universidad y Dictadura. El terror en los claustros. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires". <https://www.unicen.edu.ar/content/universidad-y-dictadura-el-terror-en-los-claustros>
- Méndez Sánchez, C., Pérez Arellano, P., Pérez Hernández, F. y Sastré, G. (2017). *Los programas de estudio en la educación superior: Orientaciones para su elaboración*. Espectros.
- Minniti, M. (2016). *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*. Department of Strategy and Entrepreneurship Cox School of Business.
- Mintzberg, H. (1988). *La estructuración de las organizaciones*. Ariel.
- Montoya Restrepo, A., Montoya Restrepo, I. y Valencia Arias, A., y (2016). "Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico". *Capital Intangible*.
- Mueller, S. L., y Thomas, A. S. (2001). "Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness". *Journal of Business Venturing*, pp. 51-75.
- Nasavoski, N. (10 de septiembre de 2017). "El cronista pyme". <https://www.cronista.com/pyme/negocios/Entrepreneurholics>
- Negro, D. R. (08 de octubre de 2015). "Desocupación: Neuquén tiene la más alta de la Patagonia". *Diario Rio Negro*.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. OECD Publishing.
- (OCITS), O. I. (2018). *Las universidades: pilares de la ciencia y la tecnología en América Latina*. CRES 2018.
- Olmos, R. E., y Sastre Castillo, M. A. (2007). "La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios". *Cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 17 95-116.
- Ortín, P., Salas Fumás, V., Trujillo, M. V., y Vendrell Herrero, F. (2007). *El spin-off universitario en España como modelo de creación de empresas intensivas en tecnología*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Pérez Esparza, A. (2016). "Razones que motivan la vinculación de la universidad con la empresa: Análisis comparativo México y Argentina". *Revista RAITES (antes Panorama Administrativo)*, Vol. 2, No. 4, 10-28.
- Pereira, F. (2003). "Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano". *Econ. Gest. Desarrollo*, 9-26.
- Pfeilstetter, R. (2011). *El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto*. *Gazeta de Antropología*.
- Postigo, S. y Tamborini, T. (2010). *Educación y Entrepreneurship en Argentina: El caso de la Universidad de San Andrés*. Mimeo, UDESA.
- Profesor Carlson, R. (noviembre de 2009). "Las universidades no hacen lo suficiente para llegar a la industria". (I. y. Emprendedorismo, Entrevistador)

- Pulla, F. (07 de octubre de 2011). "Distintas Latitudes. Educación Pública y Gratuita en la Argentina, historia de éxitos, promesas y noches trágicas". <https://distintaslatitudes.net/la-educacion-no-es-un-bien-de-consumo-historia-de-la-educacion-publica-y-gratuita-en-la-argentina>
- RAE. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). <http://www.rae.es/rae.html>
- Ramírez, E. (2013). "Un análisis de la vinculación entre empresas mexicanas e instituciones de educación superior a partir de los resultados de la encuesta nacional de vinculación". *Perfiles educativos*, vol.35 No.140, 119-131.
- Rampton, J. (2017). *Entrepreneur Live*. Entrepreneur Media, Inc.
- Ries, E. (2012). *El método lean startup*. Dusto SA.
- Ripsas, S. (1998). *Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship*. Small Business Economics.
- Rodríguez Ramírez, A. (julio, 2009). "Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial". *Pensamiento y Gestión*, núm. 26, 94-119.
- Sanguinetti, Brassiolo, Arreaza, Berniell, y Álvarez. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. CAF.
- Sala, M. y Schwab, K.(2012). *Global Competitiveness Report 2011-2012*. World Economic Forum.
- Schumpeter. (1950). *Capitalismo; Socialismo y Democracia*. Harper.
- Schumpeter, J. (2007). *Creative Destruction*. Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. New Brunswick: Transaktion Publisher.
- Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management*, Vol. 25, No. 1, 217-226.
- Shapero, A., y Sokol, L. (1882). "The social dimensions of entrepreneurship". in Kent, Sexton y Vesper (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Spillin, O. (1996). "The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event". *Journal of Business Research*, 91 - 103.
- Freeman, R. E., Gilbert Jr, R. E. Torres Carbonell, S. (2016). GEM Buenos Aires. IAE; GEM.
- Vargas-Larraguível, P. (2021). *Factores de impacto en la información emprendedora en estudiantes de educación superior*. Caso CETYS Universidad.
- Veciana, J. (1999). "Creación de Empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 11-36 Vol 8N 3
- Weber, M. (1984). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Wolf, E. (abril de 2017). Ley de Emprendedores, una ley que facilita crear trabajo. *Telam*.
- Yoguel, G. y Pereira, M. (julio-septiembre 2013). "De Schumpeter a los postschumpeterianos". *Revista Problemas del Desarrollo*, 174 (44), 35-57.