

Departamento de Economía – Universidad Nacional del Sur
Trabajo de Grado de la Licenciatura en Economía

El emprendedorismo en el contexto universitario: el caso de la Universidad Nacional del Sur



Aravena, Gisela Noemí

Profesor Asesor: Lic. (Mg.) Andrea Barbero

Noviembre 2017

Índice

1. Introducción	4
2. El emprendedorismo en el contexto universitario	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. La Universidad Emprendedora.....	8
2.3. Proyecto GUESSS. Panorama mundial	15
3. La temática emprendedora en las Universidades Argentinas.....	22
3.1. Características de la situación en el país en base al Proyecto GUESSS	24
4. La enseñanza del emprendedorismo: el caso de la Universidad Nacional del Sur.....	27
4.1. Algunas características sobre Bahía Blanca	27
4.2. El emprendedorismo universitario en la Universidad Nacional del Sur	29
4.2.1. La Universidad Nacional del Sur, algunas cifras.....	29
4.2.2. Estudio de caso: consideraciones básicas.....	30
4.3. El emprendedorismo en la UNS. Principales resultados.....	31
4.3.1. Análisis de la edición 2016 del Proyecto GUESSS, Sede UNS	31
4.3.1.1. Intención emprendedora	34
4.3.1.2. Ambiente de la Universidad	40
4.3.1.3. Actitudes y Habilidades emprendedoras	43

4.3.2. La situación de la UNS en la visión de los actores que definen y ejecutan políticas relacionadas a las prácticas emprendedoras	46
4.3.2.1. Situación actual del emprendedorismo en la Universidad	47
4.3.2.2. Perspectivas y Proyectos a futuro	53
4.3.2.3. Potencial existente entre los estudiantes para convertirse en emprendedores.....	57
5. Reflexiones Finales	61
6. Bibliografía.....	64
7. Anexo	68

Introducción

El emprendedorismo es un tema que ha tomado mayor relevancia durante las últimas décadas. Algunas de sus consecuencias más importantes son que promueve el empleo y la innovación y, por ende, el desarrollo económico. Debido a esta mayor trascendencia es que han aparecido políticas públicas que intentan contribuir en ese sentido y las universidades como formadoras de profesionales se han comenzado a interesar en el tema.

Los países mejor posicionados de América Latina se encuentran aún lejos de Singapur, Estados Unidos, Finlandia y Canadá, donde los indicadores de desempeño en capacidades emprendedoras duplican los índices registrados por los líderes de nuestra región (Kantis et al, 2015)

Y la falta de capital humano emprendedor es uno de los limitantes a pesar de los avances registrados en la educación y cultura emprendedora.

La universidad debe preparar a los alumnos para generar soluciones en un mundo tan dinámico y cambiante como el actual. Es por ello, que éstas han incorporado una cuarta función a sus funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión y es la de emprender. Lo cierto es que éste no resulta un objetivo simple. Las universidades vienen trabajando desde hace algunos años tratando de incorporar la temática del emprendedorismo en el contexto universitario pero, en términos generales, sólo se han realizado esfuerzos aislados, sin que exista todavía una política institucional en tal sentido.

Existen ciertas particularidades del emprendedorismo que se señalan en la mayoría de la literatura existente. En primer lugar, existe una “brecha de

género”, es decir, que hay una tendencia a que los hombres sean más emprendedores que las mujeres. Algunos autores hacen hincapié en que esto quizás se debe a que los hombres, en general, suelen ser menos adversos al riesgo. Otra de las características de los emprendedores es que, si alguno o ambos padres de un individuo son emprendedores aumenta la probabilidad de convertirse en uno.

El objetivo general de este trabajo es analizar la educación emprendedora en el contexto universitario, poniendo énfasis en los efectos que tiene sobre los estudiantes y las condiciones para fortalecerla.

El trabajo se organiza en tres secciones. En la primera se presenta una revisión de la literatura y la definición de conceptos clave, además de exponer la situación del emprendedorismo en las universidades en términos generales. En la segunda se presenta la situación argentina y en la tercera se estudia el caso de la Universidad Nacional del Sur (UNS). Finalmente se esbozan algunas reflexiones finales.

El trabajo adquiere un carácter exploratorio. La metodología utilizada será el estudio de caso utilizando la escasa información secundaria obtenida y la primaria recogida a partir de entrevistas semiestructuradas a informantes calificados, además de los datos obtenidos a partir de la reciente incorporación de la UNS al proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey), y que indaga sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes.

2. El emprendedorismo en el contexto universitario

2.1 Antecedentes

El término emprendedor proviene del francés *entrepreneur*, que es utilizado para referirse a un individuo que organiza una empresa, asumiendo un riesgo financiero en el emprendimiento. “En un sentido económico fue usado, por primera vez, en el siglo XVIII por Richard Cantillon para describir al agente que asume riesgos en el mercado para combinar factores productivos y ofrecer un nuevo producto” (Burnett, 2000, Formichella, 2004 y Pereira, 2007, citado por Alvarado Muñoz, Rivera Martínez, 2011).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Lo define como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. El autor lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.” (extraído de Formichella, 2004, pp. 11-12).

Asimismo, Peter Drucker (1985) “afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. En su opinión, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no

de personalidad” (Formichella, 2004, p. 14). En la misma línea, Klandt (1993, citado en Postigo y Tamborini, 2002) plantea que las capacidades emprendedoras no son inherentes a los individuos, sino que pueden ser adquiridas y, por ende, pueden desarrollarse a través de un proceso de aprendizaje.

Siguiendo la idea de Drucker y de Klandt de que el emprendedor no nace sino que se hace, es decir, que un individuo puede adquirir ciertas habilidades mediante el aprendizaje de las mismas es que la educación y, en este caso, la educación universitaria cobra un papel relevante a la hora de formar emprendedores ya que puede brindarle o no a los estudiantes las herramientas adecuadas para desarrollar y potenciar sus capacidades emprendedoras.

El primer curso de emprendedorismo fue impartido en 1947 en la Harvard’s Business School, por Myles Mace y se trató de una cátedra denominada “Gestión de nuevas empresas” (Katz, 2003). Hacia la década de los 60 se empezaron a dictar las primeras materias (Vesper, 1993, Vesper/Gartner, 1997, citado por Klandt & Knaup, 2003) y hacia la década de los 80 es que el tema parece tomar mayor importancia en las agendas universitarias. Sin embargo, no existe un consenso entre los autores sobre cuándo el emprendedorismo universitario se estableció como tema primordial, ya que como se mencionó antes, algunos autores plantean que el mismo cobra fuerza a partir de la década de los ´80, mientras que para otros comienza a tener un crecimiento acelerado a partir del año 2000. Además, es necesario destacar que el tema del emprendedorismo no creció de manera homogénea en el mundo, sino que su inclusión en las universidades varió según los países. Por ejemplo, en

Estados Unidos los cursos comenzaron hacia finales de 1940, mientras que en otros países, como Alemania, recién en los años '70 se realizaron las primeras investigaciones sobre emprendedorismo y en 1997 se establece la primera cátedra en el país. Lo cierto es que, aunque la cuestión emprendedora se desarrolló de manera asimétrica en tiempo y espacio, es un tema que ha tenido un alcance mundial en las últimas décadas y que en la actualidad ocupa las agendas universitarias de todo el mundo.

2.2 La Universidad Emprendedora

Las transformaciones en el mundo obligaron a las universidades a adaptarse a la nueva realidad. “La universidad desempeñó un rol secundario en la sociedad industrial, proporcionando personal capacitado e investigación básica. Sin embargo, la universidad juega un rol cada vez más prominente en la sociedad del conocimiento, aportando las bases sobre las cuales se construyen nuevas industrias y firmas” (Etzkowitz & Zhou, 2008).

En esta línea aparece el rol de la universidad preparando a sus alumnos para generar soluciones en un mundo dinámico y cambiante como es el actual.

Es por ello que la universidad tiene cuatro funciones fundamentales: la educativa, la de investigación, la de extensión o vinculación y la función emprendedora. Las primeras tres son las funciones tradicionales de la universidad, mientras que la última se incorpora a la universidad emprendedora (Etzkowitz, 2004, citado por Guerrero-Cano, Kirby, Urbano, 2006).

- Misión Educadora: Desde tiempo medievales, la misión de la universidad ha sido la preservación y diseminación del conocimiento hacia la

enseñanza (Etzkowitz, 2004). Actualmente, la meta educativa de la universidad es que el graduado no sólo sea un buscador de empleos, sino también un creador de empleo (Schulte, 2004).

- Misión de Investigación: En los siglos XIX y XX, la misión de investigación se convirtió en una legítima función universitaria (Etzkowitz, 2004). Actualmente, la meta investigativa de la universidad no es sólo publicar sino las fuentes innovativas de la sociedad y la economía, y el punto de partida para el desarrollo de ideas de negocios para nuevas compañías (Schulte, 2004).
- Misión de Extensión: La extensión universitaria se incorpora como tercera función sustantiva de las universidades latinoamericanas a principios del siglo pasado, pero se instala realmente en la agenda de las mismas recién en los últimos años, a partir del reconocimiento explícito de la importancia de la vinculación de las instituciones educación superior (IES) con la comunidad donde están insertas, puesto de manifiesto en las reuniones realizadas por los proveedores de educación superior. A lo largo de este recorrido se ensayaron diversos conceptos de extensión universitaria sin lograr uno de consenso, hasta que en la Primera Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, convocada por la UDUAL se reconoce a la extensión universitaria como el conjunto de acciones que expresan la vocación universitaria de proyectar dinámica y coordinadamente la cultura, y vincular a todo el pueblo con la Universidad (Fresán Orozco, 2004)

- Misión Emprendedora: En el siglo XXI, la misión emprendedora aparece como resultado del colapso producido por la inevitable producción de resultados de búsqueda con implicaciones prácticas y la demanda externa de mayor utilidad de los descubrimientos públicos (Etzkowitz, 2004). La meta emprendedora de la universidad es hacer frente a las dificultades que pueden surgir durante los períodos de desarrollo de las nuevas compañías, debiendo aumentar la investigación multidisciplinaria (Schulte, 2004). (Guerrero-Cano et al., 2006).

Así es como surge el concepto de Universidad Emprendedora y es pertinente señalar que en la literatura existente es posible encontrar distintas definiciones del concepto, aunque con “elementos similares en ellas que muestran la importancia de factores que afectan a estas universidades” (Guerrero-Cano et al., 2006). La tabla 1 muestra las principales definiciones del concepto Universidad Emprendedora:

Tabla 1. Principales definiciones del término Universidad Emprendedora

Año	Autor	Definición
1983	Etzkowitz	"Universidades que están considerando nuevas fuentes de fondos como las patentes, la investigación mediante contratos y las asociaciones con empresas privadas"
1995	Chrisman, et al.	La universidad emprendedora involucra "la creación de nuevos emprendimientos por parte de profesores, técnicos y estudiantes universitarios"

1995	Dill	"La transferencia de tecnología universitaria es definida como los esfuerzos formales para capitalizar las investigaciones universitarias a la creación de empresas comerciales. Los esfuerzos formales son definidos como unidades organizacionales con responsabilidad explícita para la promoción de transferencia de tecnología"
1998	Clark	Una universidad emprendedora, en sí misma, busca innovar en cómo le va en los negocios. Trata de elaborar un cambio sustancial en el carácter organizativo para llegar a una postura más promisorio para el futuro. Las universidades emprendedoras buscan convertirse en universidades "stand-up" (de avanzada) que son actores significantes bajo sus propios términos.
1998	Röpke	Una universidad emprendedora puede significar tres cosas: la universidad per se, se convierte en una organización emprendedora; los miembros de la universidad -docentes, estudiantes, empleados- se convierten de alguna manera en emprendedores; y la interacción de la universidad con el medio, el "acoplamiento estructural" entre la universidad y la región siguen un patrón emprendedor.
1999	Subotzky	Las universidades emprendedoras se caracterizan por asociaciones "universitario-empresariales" más estrechas, por mayor responsabilidad de la facultad para acceder a fuentes de financiación externa, y por el carácter distintivo gerencial en gobierno, liderazgo y planeamiento institucional.
2002 ^a	Kirby	Como centro de toda cultura emprendedora, las universidades emprendedoras tienen la capacidad de innovar, reconocer y crear oportunidades, trabajar en equipo, asumir riesgos y responder a los desafíos.
2003	Etzkowitz	Así como las universidades forman estudiantes individuales y los envían al mundo, las universidades emprendedoras son una incubadora natural, proporcionando estructuras de apoyo para que profesores y estudiantes inicien nuevos emprendimientos, comerciales y conjuntos.

2003	Jacob, et al.	Una universidad emprendedora se basa tanto en la comercialización continua (cursos a medida de formación continua, servicios de consultoría y actividades de extensión) como en las commodities (patentes, licencias o estudiantes propietarios de start-ups).
------	---------------	--

Fuente: Elaboración propia en base a Guerrero-Cano, M., Kirby, D., & Urbano, D. (2006): "A literature review on entrepreneurial universities: An institutional approach"

Todas estas definiciones hacen hincapié en el hecho de que la universidad emprendedora (y en general la educación emprendedora) se encarga de formar individuos capaces de adaptarse y, en palabras de Kirby (2002^a), de "responder a los desafíos". Entonces, y siguiendo lo que dice Etzkowitz (2003), este tipo de universidades son "incubadoras naturales", ya que le proporciona a los estudiantes un marco para poder desarrollar sus ideas y así llevarlas a cabo. Pero la universidad emprendedora no se limita sólo a generar emprendedores entre sus estudiantes y exalumnos, sino que también pueden incluir profesores, empleados e incluso ciudadanos (Yadollahi Farsi, Imanipour y Salamzadeh, 2012).

Pasar de una universidad tradicional a una universidad emprendedora es un proceso, dado que existen diferencias sustanciales entre ambas ya que distan en contenidos, métodos de enseñanza y objetivos, entre otras cuestiones. La siguiente tabla (tabla 2) muestra una comparación entre la enseñanza tradicional y la educación emprendedora:

Tabla 2. Educación emprendedora vs. Educación tradicional

Enfoque Emprendedor	Enfoque Tradicional
Foco en los procesos	Foco en los contenidos
Profesor como facilitador	Profesor como experto
Know how, Know who	Know what
Énfasis en la relevancia práctica de la teoría	Énfasis en conceptos teóricos
Educación orientada al entrenamiento profesional	Educación genérica y humanística
Foco en competencias pragmáticas	Foco en especialización funcional
Orientación a la toma de decisión, compromiso personal y acción	Orientación analítica
Objetivo de experiencia real en el mundo empresarial	Objetivo académico de imparcialidad
Aceptación de situaciones relativas	Ideales de igualdad

Fuente: Postigo, S. y Tamborini, M. (2002). *“Educación y Entrepreneurship en Argentina: El caso de la Universidad de San Andrés”*

Una de las mayores críticas que se le hace a la educación tradicional es que se enfoca únicamente en la transmisión de conocimientos, ignorando así el estudio de casos y las cuestiones prácticas. Singh (1990, citado en Gorman, Hanlon y King, 1997) plantea que la educación tradicional inhibe el emprendedorismo entre los estudiantes. Por ello, para fomentarlo “es necesario la utilización de métodos didácticos que involucren directamente al estudiantado en el proceso de trasmisión de conocimientos emprendedores (Bager, 2011). Métodos que despierten el lado “creativo” de la persona emprendedora y que le permitan gestionar adecuadamente sus relaciones sociales” (Ripollés, 2011).

La transmisión de conocimientos en una educación emprendedora viene de la mano de los siguientes métodos:

- Clases Magistrales: Se refiere a la exposición verbal por parte del profesor de los contenidos de la materia, lo que incluye la transmisión de conocimientos, información, desarrollos teóricos, experiencias, etc. Para ello, el docente puede utilizar diversos recursos, tales como medios audiovisuales, documentos, discusión por grupos, presentaciones, exposición de experiencias de otros emprendedores, etc. (Oliveras, 2015, p. 100, párr. 1)
- Estudios de casos: Para Labrador, Andreu y González (2008, citado en Oliveras, 2015), los casos de estudio pueden definirse como una herramienta por medio de la cual se lleva al aula una problemática real, para que los alumnos y el profesor examinen a conciencia la situación planteada y desarrollen, a través de la discusión que se genere, conocimientos y habilidades, actitudes y valores, de acuerdo con los objetivos específicos de la sesión y generales del curso.
- Coaching y Mentoring: Junto con el networking son los pilares fundamentales de la educación emprendedora. La mayoría de las cátedras de emprendedorismo contempla que los estudiantes trabajen en sus propios emprendimientos y es allí donde se necesita la presencia de mentores para poder ayudarlos en las diferentes tareas que constituyen el armado y la puesta en marcha de un proyecto.

El mentoring o mentoría, es una relación en la cual el mentor comparte sus conocimientos y aprendizajes con un emprendedor que tiene menos experiencia y que puede beneficiarse de ese intercambio. El rol del mentor es aportar su experiencia general y conocimientos del sector, dar

consejos prácticos al emprendedor y facilitar contacto con potenciales clientes y proveedores (Amorosi, 2013).

- **Networking:** En el ecosistema emprendedor como así también en la educación emprendedora es vital la existencia de una red de emprendedores. Este tipo de red permite que todos los participantes se encuentren conectados y, además, promueve la colaboración entre los mismos.

Desde hace algún tiempo que las universidades vienen trabajando en este tipo de cuestiones y una forma de medir el creciente interés en la temática es mediante la realización de encuestas cuyo objetivo principal es observar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Y, en esta línea de pensamiento es que surge el Proyecto GUESSS.

2.3. Proyecto GUESSS. Panorama mundial

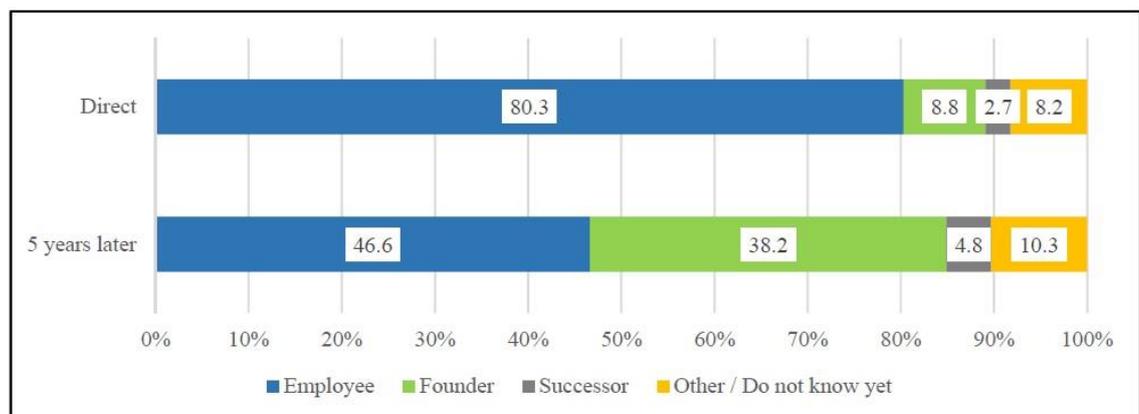
El GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey, según sus siglas en inglés) es un proyecto de investigación global sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes. Su primera edición fue en 2003 en la Universidad de St. Gallen (Suiza) y recién en 2006 adquirió carácter global. El relevamiento se lleva a cabo cada dos años y la última edición se hizo el año pasado (2016).

En primer lugar, es importante mencionar el incremento sustancial que existe en el número de estudiantes encuestados. En el 2006 participaron más de 37.000 estudiantes y este número creció con cada edición, hasta superar los 122.000 en el año 2016. Asimismo, se observa un aumento significativo en el

número de países como así también de universidades que participan de dicha investigación. En el año 2006 sólo participaron 14 países, mientras que la última edición se realizó en 50 países.

Existe un patrón sistemático a lo largo de todas las ediciones a nivel internacional y es el de “primero empleado, luego emprendedor¹” (*“first employee, then founder”*). La tendencia es que los alumnos justo después de terminar sus estudios desean trabajar como empleado más que como emprendedor, pero esta situación cambia luego de 5 años. En ese momento, hay una clara tendencia a que los alumnos tengan una mayor predisposición a ser emprendedores. Esto se puede ver claramente en el siguiente gráfico (gráfico 1), que muestra los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el 2016:

Gráfico 1. Intención emprendedora justo después de terminar los estudios y 5 años después.



Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

Como se observa en el gráfico anterior, el 80,3% de todos los estudiantes desea desempeñarse como empleado en alguna institución justo después de terminar sus estudios y sólo el 8,8% desea ser un emprendedor. Esta situación

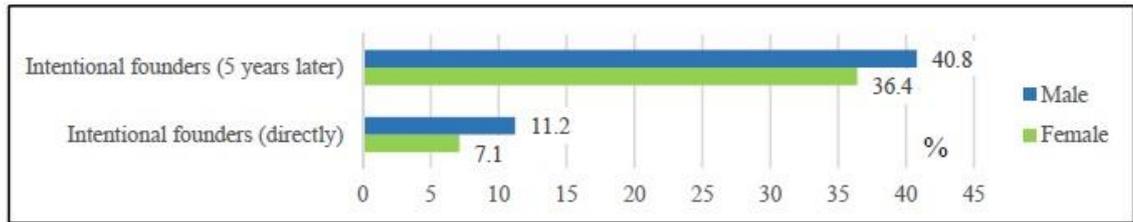
¹ En estos trabajos se toma a la palabra fundador como sinónimo de emprendedor.

se modifica drásticamente luego de 5 años de haber finalizado los estudios. Allí, el 46,6% de los encuestados desea ser empleado y el 38,2% quiere tener su propio negocio. Es decir que el deseo de ser empleado se reduce considerablemente, mientras que la intención emprendedora se eleva de forma significativa.

Otra de las cuestiones que parece seguir un patrón a lo largo de las diferentes ediciones del Proyecto GUESSS es la intención emprendedora entre los países. “Las intenciones emprendedoras son particularmente prominentes en los países en desarrollo (y en particular, en los países de América Latina). Los países desarrollados industriales tienden a aparecer al fondo de la lista, lo que es un fenómeno ya revelado en previas ediciones GUESSS (Sieger, Fueglistaller and Zellweger, 2014, citado en Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016). Los países que presentan una mayor intención emprendedora para el año 2016 son Perú, Colombia, México y Ecuador. Mientras que, los países con menor intención emprendedora entre los estudiantes son Suiza, China, Alemania y Japón.

Tanto en la edición del 2013/2014 como en la del 2016 se observa una “brecha de género”, es decir, que existe una propensión a que los hombres sean más emprendedores que las mujeres. Esto se puede observar en el siguiente gráfico (Gráfico 2):

Gráfico 2. Diferencias de género en la intención emprendedora.

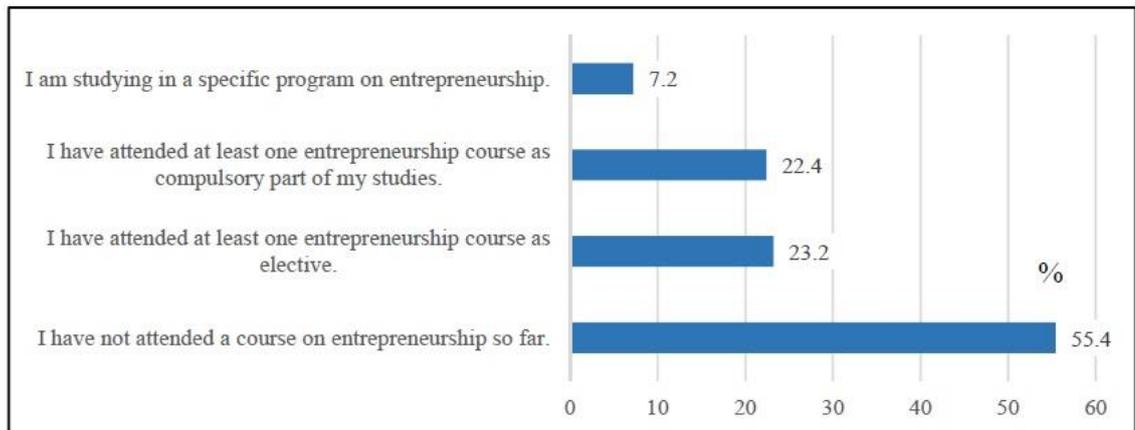


Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

Se puede notar que, tanto directamente después de terminar los estudios como así también 5 años después, existe una diferencia entre hombres y mujeres. En ambos casos la intención emprendedora de las mujeres es más débil que la de los hombres. “Curiosamente, la diferencia relativa justo después de terminar los estudios es de 36,6%; y refiriéndose 5 años después, disminuye al 10,8%” (Sieger et al., 2016).

El proyecto GUESSS también se encarga de analizar el contexto universitario y de ver cuál es la percepción de los estudiantes de acuerdo a las ofertas académicas relacionadas al emprendedorismo. Para el año 2011, los estudiantes decían que el desempeño de las ofertas académicas con temas relacionados al emprendedorismo era buena, pero no muy buena y su mayor demanda era la de “talleres y contactos con empresarios, conferencias sobre innovación y puntos de contactos para asuntos empresariales” (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2011). Asimismo, no sólo es importante analizar las ofertas académicas sino también ver en qué medida los alumnos acuden a éstas. Con respecto a esto, en el año 2016 el 55,4% de todos los estudiantes encuestados jamás asistieron a un curso de emprendedorismo. Mientras que, sólo el 7,2% de los alumnos está estudiando un programa específico en emprendedorismo.

Gráfico 3. Asistencia a las ofertas relacionadas con el emprendedorismo.

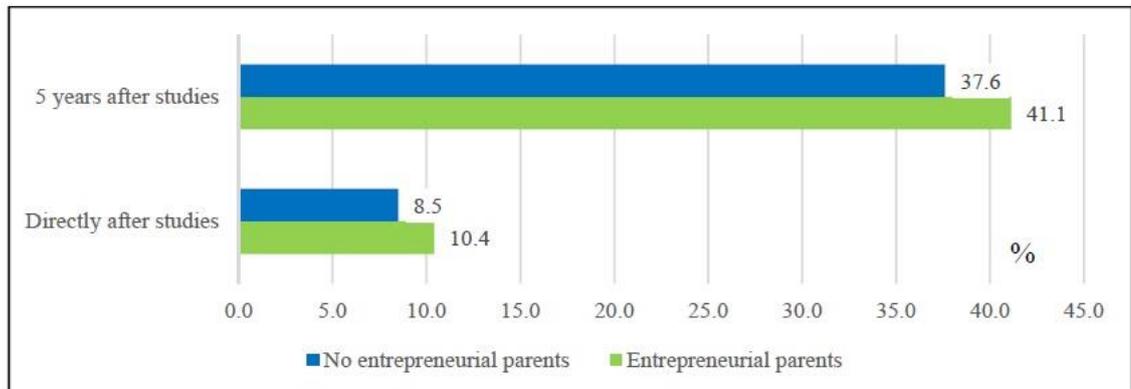


Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

La encuesta también revela que los estudiantes que están involucrados de forma intensiva en clases de emprendedorismo u ofertas relacionadas al tema, tienen intenciones emprendedoras más fuertes y que la universidad tiene un papel importante en la formación de intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Otro de los aspectos que parecen incidir en la formación de intenciones emprendedoras es el contexto familiar y el Proyecto GUESSS también analiza esta cuestión. Parece existir una relación positiva entre padres e hijos emprendedores y esto se puede corroborar al observar los resultados obtenidos en la última edición. El gráfico 4 muestra la intención emprendedora entre estudiantes con padres emprendedores y estudiantes sin padres emprendedores:

Gráfico 4. Proporción de intención emprendedora de acuerdo a si sus padres son emprendedores o no.

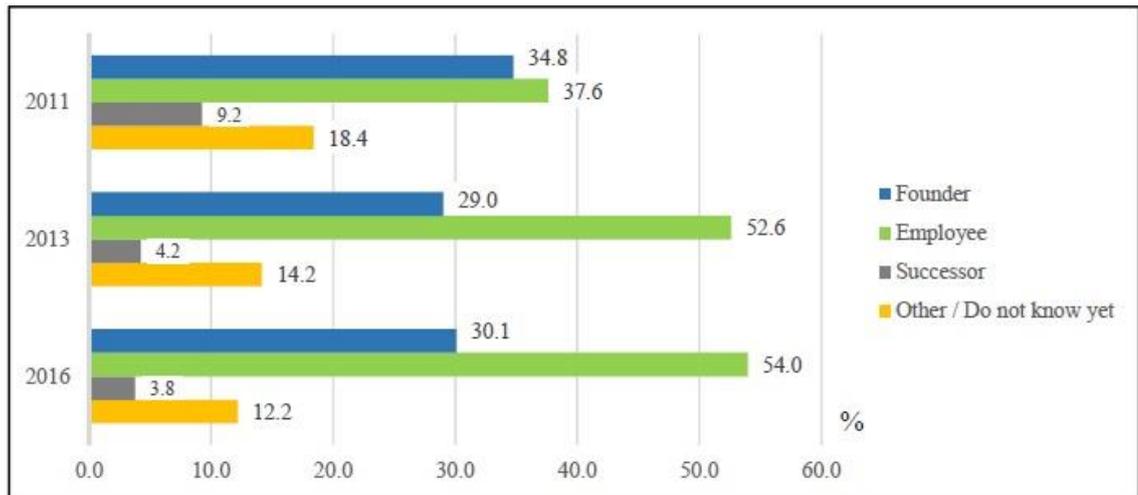


Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

El gráfico muestra que los estudiantes con padres emprendedores tienen una intención emprendedora mayor que aquellos estudiantes cuyos padres no lo son. El 41,1% de los estudiantes encuestados con padres emprendedores desean ser emprendedores 5 años después de haber finalizado sus estudios. Por otro lado, sólo el 10,4% de los estudiantes sin padres emprendedores desean seguir una carrera emprendedora 5 años después de haber culminado sus estudios. “La diferencia relativa en las intenciones emprendedoras es del 8,5% (5 años después de haber terminado los estudios) y del 33,6% (directamente después de finalizar los estudios). Esto significa que el efecto positivo del espíritu emprendedor de los padres es más fuerte en el corto que en el largo plazo” (Sieger et al., 2016).

Por último, el Proyecto GUESSS también se encarga de hacer un análisis de la evolución en el tiempo de la intención emprendedora. En el gráfico 5 se puede observar la intención emprendedora de las últimas tres ediciones del proyecto llevadas a cabo en 2011, 2013/2014 y 2016:

Gráfico 5. Intención de elección de grupos de carreras a lo largo del tiempo.



Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

El gráfico muestra que la intención emprendedora luego de 5 años de haber finalizado los estudios “ha disminuido considerablemente entre 2011 y 2013/2014 (del 34,8% al 29%, lo que corresponde a una disminución relativa del 16,7%). Posteriormente, se observa un ligero incremento para el año 2016 (al 30,1% con un incremento relativo del 3,7%). Sin embargo, el nivel del 2011 no se ha alcanzado todavía” (Sieger et al., 2016). También, cabe destacar que el deseo de los estudiantes de desempeñarse como empleados aumenta en cada una de las ediciones del periodo analizado y, el mayor incremento se visualiza entre el año 2011 y 2013/2014, pasando del 37,6% al 52,6%, teniendo un incremento relativo del 39,9%. Mientras que, en la última edición el 54% de los alumnos expresó su intención de trabajar como empleado en algún organismo (y con un incremento relativo del 2,7% con respecto a la edición 2013/2014).

3. La temática emprendedora en las Universidades Argentinas

El tratamiento del emprendedorismo en las universidades de nuestro país es un fenómeno relativamente reciente. Postigo y Tamborini (2002) plantean que el sistema educativo argentino, tradicionalmente, no se caracteriza por incentivar habilidades y capacidades emprendedoras entre sus alumnos. Asimismo, “los graduados carecen de actitud emprendedora, dado que la educación que reciben, así como las expectativas sociales, están orientadas a trabajar y ser promovidas dentro de las grandes empresas” (Postigo y Tamborini, 2003). El estudio realizado por dichos autores muestra que para el año 1996 sólo el 4% de las universidades argentinas tenían algún tipo de programa relacionado a la cuestión emprendedora. En la misma línea, Ussman y Postigo (2000, citado en Oliveras, Vigier y Porras, 2014) revelan que existe una tendencia a que las casas de Altos Estudios formen a sus alumnos para que desarrollen una carrera como “empleados”.

Sin embargo, esta tendencia parece estar revirtiéndose de manera paulatina, dado que “para el año 2000, aproximadamente el 30% de las universidades presentaba alguna vinculación con la temática” (Cesar, Fardelli Corropelese, Federico, Baruj, s.f., citado en Oliveras, Porras y Vigier, 2014). Lo que deja en evidencia el interés creciente que existe en nuestro país con relación a la cuestión emprendedora.

En este sentido, se observa el surgimiento progresivo de cursos, cátedras nominadas, laboratorios de desarrollo de capacidades empresariales y otras actividades orientadas al desarrollo de las capacidades emprendedoras. Este

fenómeno se da tanto en las universidades públicas como privadas y consiste básicamente en un incremento de la oferta académica y en un cambio en la concepción tradicional del rol de la universidad como generadora de mano de obra calificada para convertirse en agente de cambio que contribuye al desarrollo del entorno. (Postigo y Tamborini, 2002).

Torres de Carbonell, directora del Global Entrepreneurship Monitor de la Argentina hace hincapié en este punto y advierte que “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 a carrera profesional” (Torres de Carbonell en Samela, 2013, citado en Oliveras, 2015).

Oliveras (2015) en su tesis doctoral realizó un relevamiento de las actividades que se llevan a cabo en las universidades públicas (nacionales y provinciales) del país y encontró que alrededor del 48% del total realizan alguna actividad vinculada a la temática. Dentro de ese porcentaje el 36% de las universidades establece que se realizan en al menos una de las tres dimensiones académicas (extensión, investigación o docencia) y el 12% restante plantea que efectúa tareas de manera integral. Asimismo, en el mismo trabajo se constata que la dimensión académica donde más se efectúan actividades relacionadas al emprendedorismo es la de extensión universitaria, seguida de forma alejada por las áreas de docencia e investigación. Esto reafirma la idea expresada en párrafos anteriores de que el emprendedorismo va ganando relevancia dentro de las instituciones universitarias argentinas y, lo que es aún más importante,

en sus diversas configuraciones, dado que en algunas instituciones se elaboran tareas de manera integral y, en la mayoría, de forma específica.

Una cuestión interesante es que en nuestro país, a diferencia de lo sucedido en otros como Canadá e Inglaterra, este tema no fue promovido por políticas gubernamentales, sino que su implementación en dichas instituciones se dio gracias a iniciativas individuales o a esfuerzos aislados llevados a cabo por personas interesadas en el tema (Postigo y Tamborini, 2002; Oliveras, 2015).

Otro punto que también vale la pena mencionar es que, en un primer momento las ofertas académicas relacionadas al emprendedorismo se concentraban en las universidades de Capital Federal y de la provincia de Buenos Aires. Actualmente, las ofertas académicas se encuentran aglutinadas en la provincia de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe y si se observa con detenimiento las ciudades, se puede notar que la mayor concentración de actividades relacionadas con la cuestión emprendedora se da en los grandes centros metropolitanos (Oliveras, 2015, p. 120, párr. 5).

3.1. Características de la situación en el país en base al Proyecto GUESSS

En nuestro país, la realización de las encuestas del Proyecto se encuentra a cargo del Centro de Entrepreneurship del IAE Business School de la Universidad Austral. Argentina forma parte de esta investigación desde el año 2011 y el número de universidades que participan de la misma se ha incrementado desde esa época, pasando de 23 universidades en 2011 a 45 en el año 2016.

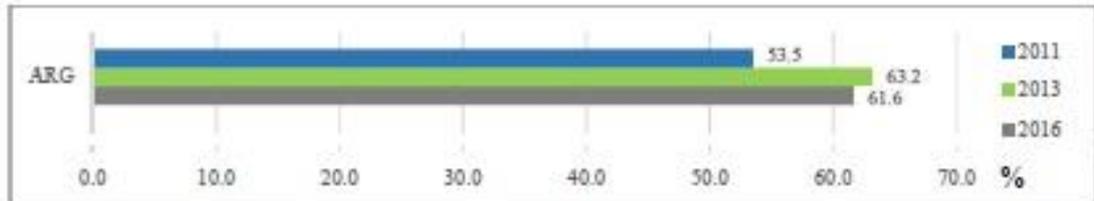
En ésta última edición (2016) nuestro país contó con 2.625 respuestas, de las cuales 59 pertenecían a la Universidad Nacional del Sur. Lo que significa que los datos obtenidos en la UNS representan el 2,2% del total de los encuestados totales.

Al igual que como ocurre a nivel internacional, en Argentina también se observa el patrón de “primero empleado, luego emprendedor”. De acuerdo con los datos obtenidos en la última edición, el 21% de los alumnos desea ser un emprendedor justo después de finalizar sus estudios, mientras que dicho número asciende al 61,6% luego de 5 años de haber culminado los mismos. Cabe mencionar que Argentina se encuentra entre los países con mayor intención emprendedora entre los estudiantes universitarios, más puntualmente en el séptimo lugar y con porcentajes muy por encima del promedio a nivel internacional. Si se comparan los valores de nuestro país con el resto de los países latinoamericanos no existen diferencias sustanciales, principalmente en los porcentajes que representan la intención emprendedora de los estudiantes 5 años después de haber culminado sus estudios. La mayoría de los países latinoamericanos presentan valores muy por encima del promedio en ese período. Pero, al comparar los países cercanos a Argentina sí se pueden observar diferencias considerables, especialmente con Brasil, Chile y Uruguay quienes presentan una intención emprendedora justo después de finalizar los estudios de 9,8%, 8,2% y 10,4% respectivamente. Estos valores están muy por debajo del 21% que presenta nuestro país.

Asimismo, el Proyecto GUESSS hace un análisis de la pretensión de convertirse en emprendedores de los alumnos a lo largo del tiempo. El

siguiente gráfico (gráfico 6) muestra la evolución de la intención emprendedora en Argentina:

Gráfico 6. Intención emprendedora (5 años después de haber finalizado los estudios) a lo largo del tiempo.



Fuente: Reporte Internacional del Proyecto GUESSS 2016.

A diferencia de lo que sucede a nivel mundial (donde se observa una disminución en el deseo de los alumnos de convertirse en emprendedores entre 2011 y 2013/2014 y luego una pequeña recuperación en la última edición), Argentina presenta un incremento en la intención emprendedora, pasando de 53,5% en 2011 a 63,2% en el año 2013/2014 (y un incremento relativo de 18,1%). Luego, sufre una leve caída para el año 2016, donde el porcentaje de alumnos que desea ser emprendedor luego de 5 años de haber finalizado sus estudios es del 61,6% (y con una disminución relativa de 2,5%). Una vez más se puede establecer que Argentina cuenta con un nivel de intención emprendedora muy por encima de los valores presentados a nivel global.

4. La enseñanza del emprendedorismo: el caso de la Universidad Nacional del Sur

La Universidad Nacional del Sur se encuentra situada en la ciudad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires.

4.1. Algunas características sobre Bahía Blanca

Bahía Blanca se localiza en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y es un centro urbano de tamaño medio que, según el Censo del 2010, cuenta con una población de 301.531 habitantes, restando la localidad de Cabildo y la población rural de 2.430 personas, los saldos de 299.101 habitantes corresponden al gran Bahía Blanca, décimo séptimo conglomerado urbano del país (INDEC, 2010, citado en Insausti, 2016).

Bahía Blanca puede clasificarse como "Polo Científico Tecnológico Productivo", dado que cuenta con un número importante de organizaciones educativas como universidades -la ciudad consta de dos universidades nacionales: la Universidad Nacional del Sur (UNS) y la Facultad Regional Bahía Blanca de la Universidad Tecnológica Nacional (FRBB UTN)- una universidad provincial, la Universidad Provincial del Sudoeste (UPSO) e institutos de investigación - CONICET/UNS, Centro Científico Tecnológico Bahía Blanca CCT/Bahía Blanca-, entidades especializadas en la transferencia de tecnología, como así también un polo y parque industrial. Entre las entidades de transferencia tecnológica se pueden encontrar la Agencia de Extensión Rural Bahía Blanca del INTA y Unidad de Extensión Bahía Blanca del INTI; unidades de vinculación

tecnológica: Fundación de la Universidad Nacional del Sur (FUNS), Fundación del Sur para el Desarrollo Tecnológico (FUNDASUR), FUNDATEC (Fundación de la Universidad Tecnológica Nacional), la Unidad de Vinculación Tecnológica de la FRBB UTN, entidades municipales: Agencia Municipal de Ciencia y Tecnología de la Municipalidad de Bahía Blanca² y asociaciones de empresas de base tecnológica: Polo Tecnológico de Bahía Blanca (Fernández, B., 2015, p.21, citado en Insausti, 2016).

Asimismo, y relacionado con la cuestión emprendedora, en el año 2016 se creó el Club de Emprendedores Bahía Emprende, que funciona como un espacio activo y colaborativo que busca establecerse como un punto de encuentro para promover toda la actividad asociada al emprendedorismo, la innovación y la transferencia del conocimiento para los actores principales del ecosistema emprendedor de la ciudad. También tiene como objetivo potenciar las capacidades emprendedoras locales en base a la capacitación, la incubación/aceleración y el financiamiento de proyectos. (Bahía Emprende, 2017).

En esta misma línea, el gobierno local inauguró este año un centro de innovación educativa tecnológica denominado “Infinito por Descubrir (IxD)”. Dicho proyecto parte de una iniciativa del Ministerio de Educación de la Nación y tiene como propósito estimular y potenciar habilidades blandas y vocaciones en niños y jóvenes de 6 a 18 años. El espacio busca que los niños “puedan experimentar propuestas de robótica, programación, sonido, música, diseño

² Dicha agencia no existe más en la estructura del municipio, dado que fue reemplazada en el año 2016 por la Secretaría de Innovación y Desarrollo Creativo. Asimismo, es necesario destacar que al momento de finalizar este trabajo ésta última fue disuelta para formar parte de la estructura de la Secretaría de Modernización y Gobierno Abierto.

industrial, producción digital, biología, ciencias, diseño gráfico, producción audiovisual y fotografía para conocer las herramientas que ofrece la tecnología para desarrollar ideas y proyectos” (Municipio de Bahía Blanca, 2017).

Esto da claras muestras de que la ciudad de Bahía Blanca está cada vez más interesada en la cuestión emprendedora y que, desde el gobierno local como así también desde los demás organismos que conforman el ecosistema emprendedor están llevando a cabo acciones para que dicho tema se fortalezca en la ciudad. Es en este contexto donde resulta interesante analizar qué es lo que se está haciendo dentro de la Universidad Nacional del Sur con respecto al emprendedorismo y ver cuáles son las perspectivas que existen a futuro.

4.2. El emprendedorismo universitario en la Universidad Nacional del Sur

4.2.1. La Universidad Nacional del Sur, algunas cifras

La Universidad Nacional del Sur fue creada el 5 de enero de 1956 mediante el decreto N°154 del Poder Ejecutivo Nacional. A diferencia de la mayoría de las universidades argentinas, ésta adoptó la organización de su actividad docente y de investigación en Departamentos, en lugar de Facultades. Los Departamentos son unidades fundamentales de la enseñanza universitaria y ejercen su función mediante la docencia, la investigación y la extensión y se constituyen sobre la base de disciplinas afines. Actualmente cuenta con 16 departamentos académicos y 2500 docentes, dicta 53 carreras de grado totalmente gratuitas para 25.000 alumnos regulares y 61 carreras de posgrado

(21 Doctorados, 28 Maestrías y 12 Especializaciones) con un total de 207 inscriptos. (Plan Estratégico UNS 2011-2016-2026, 2013).

4.2.2. Estudio de caso: consideraciones básicas

El estudio de caso tiene como base la sistematización y análisis de los datos obtenidos en el marco de la incorporación de la UNS al Proyecto GUESSS y la información resultante de la realización de entrevistas semiestructuradas a referentes de la temática dentro del establecimiento (en el Anexo se presenta una descripción más detallada sobre estas cuestiones).

Se intenta analizar el impacto de los factores que influyen en la elección de carrera (sobre todo en lo que hace a actividades empresariales) y la conducta emprendedora: como es el entorno universitario y la educación, relacionados con el espíritu empresarial, las motivaciones personales, la situación familiar, etc. (Krauss, Bonomo, Volfovicz, Mandirola y Cardozo, 2016).

En lo que hace a los resultados conseguidos a partir de la última edición del Proyecto GUESSS, el análisis se presenta a partir de la consideración de tres ejes fundamentales:

- **Intención Emprendedora:** se estudiará la intención emprendedora existente entre los alumnos de la universidad y, luego se hará una descripción de la intención de emprender según el género, según el contexto familiar y según Linan & Chen (multi-ítems).
- **Ambiente de la Universidad:** Se analizará la percepción de los estudiantes de la UNS con respecto al nivel de emprendedorismo que hay en la misma, el nivel de ofertas académicas relacionadas al tema y

la asistencia a cursos y programas sobre esta temática por parte de los alumnos.

- Actitudes y Habilidades Emprendedoras: Se estudiará cuáles son las actitudes y habilidades que los estudiantes creen que poseen y que les pueden servir para desempeñarse como emprendedores.

En lo que hace a las entrevistas, las mismas se basaron en tres ejes fundamentales:

- Situación actual del emprendedorismo en la universidad: Se hará hincapié en la descripción de actividades relacionadas al emprendedorismo que se llevaron a cabo en la institución hasta el momento y un análisis de la situación actual.
- Perspectivas y proyectos a futuro: Se relevan las acciones que existen en la UNS para fomentar el emprendedorismo.
- Potencial existente entre los estudiantes para convertirse en emprendedores: Se intenta recabar la percepción que tienen los distintos encuestados con respecto al nivel de estudiantes emprendedores que hay en la UNS y cuáles son los factores que limitan o incentivan el emprendedorismo dentro de la institución.

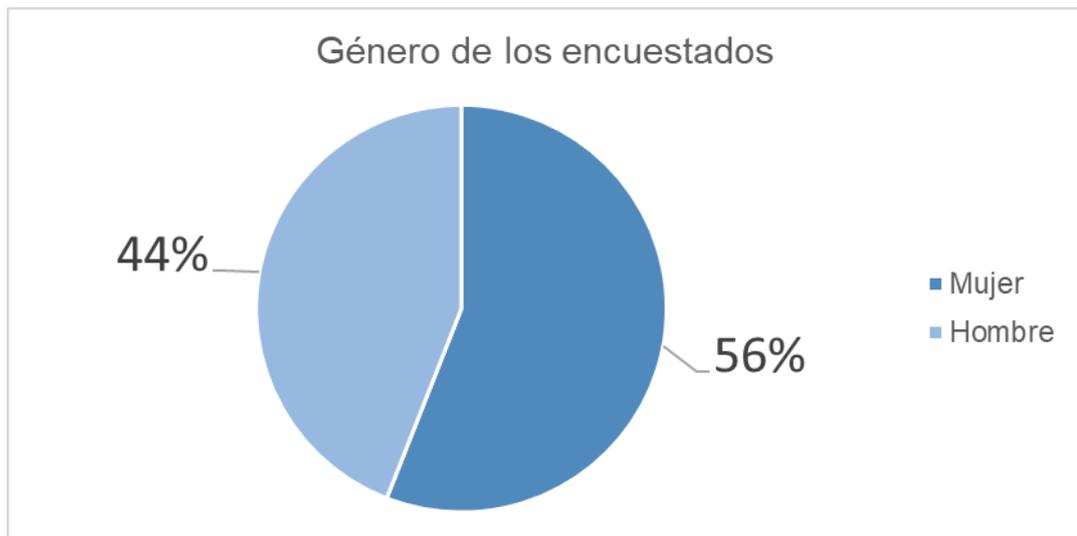
4.3. El emprendedorismo en la UNS. Principales resultados

4.3.1. Análisis de la edición 2016 del Proyecto GUESSS, Sede UNS

Antes de exponer los principales resultados del análisis exploratorio llevado a cabo en la institución es necesario señalar algunas características importantes

con respecto a los datos recolectados. En primer lugar, cabe mencionar que sólo completaron la encuesta 59 estudiantes, es decir un número relativamente bajo. La difusión del proyecto se hizo por distintas vías, pero no a partir de una política institucional que lleve el relevamiento a la totalidad de los estudiantes (más allá del carácter opcional de la respuesta). Esto limita en parte los resultados pero constituye una primera aproximación cuantitativa al tema. Seguramente en futuras ediciones del GUESSS se podrá perfeccionar la participación y precisar más el análisis. En este caso, el 56% de los encuestados son mujeres y el 44% restante son hombres (Gráfico 7). Estos porcentajes son parecidos a los que existen a nivel internacional.

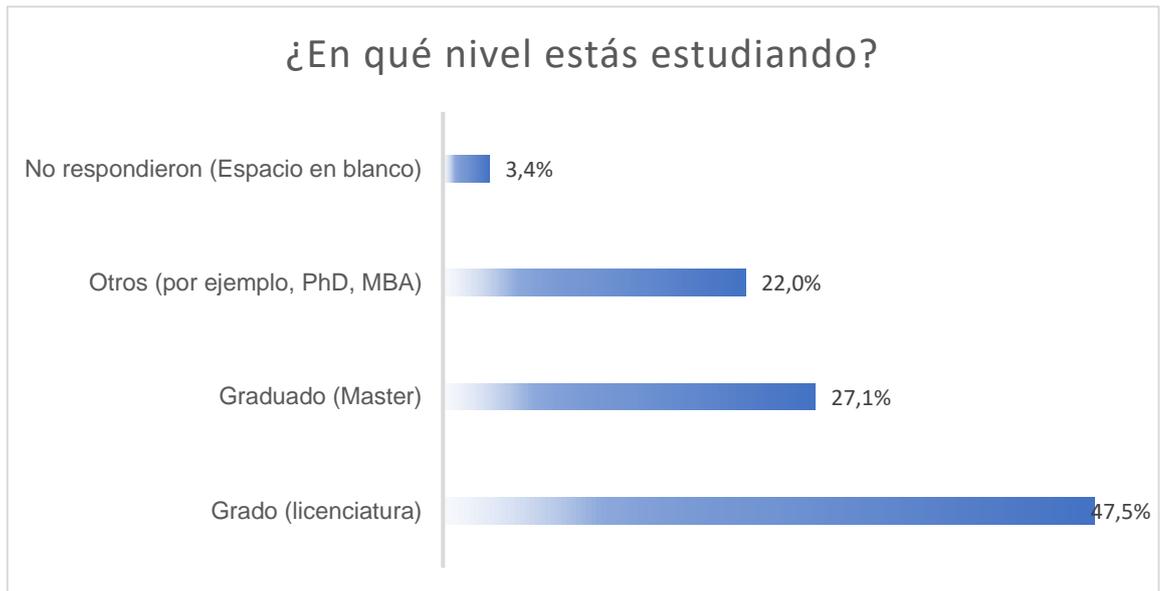
Gráfico 7. Género de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la composición en cuanto al nivel de estudio de los encuestados, se puede observar en el Gráfico 8 que el 47,5% de los individuos están estudiando una carrera de grado (valor muy por debajo del porcentaje a nivel internacional del 79%). El 49,1% está realizando carreras de postgrado.

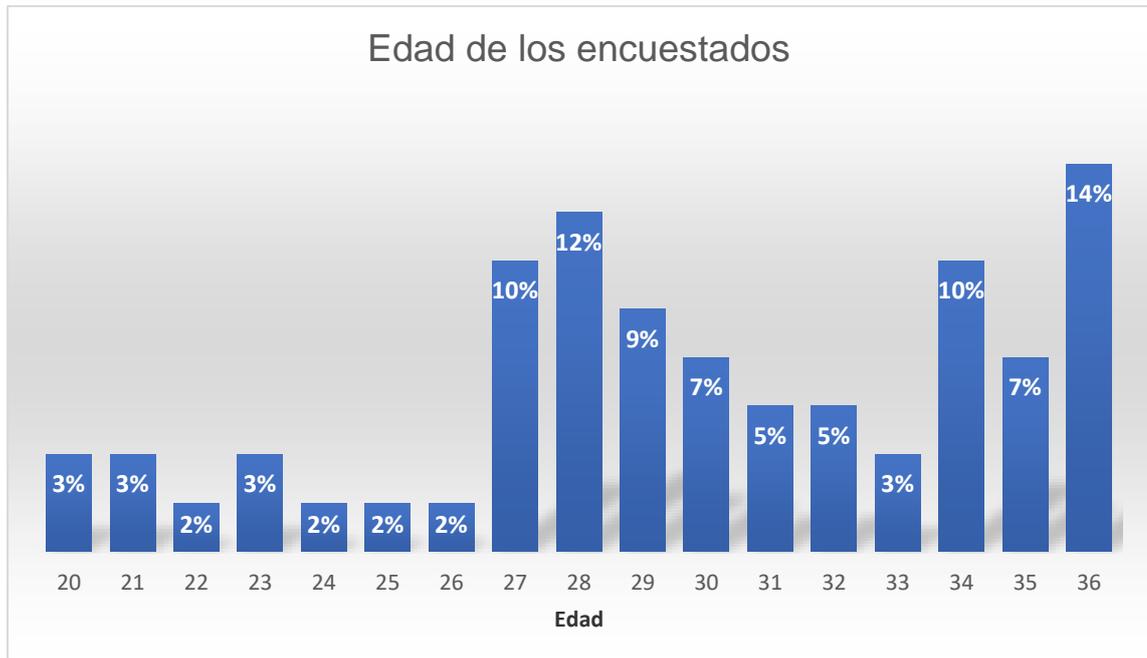
Gráfico 8. Nivel de estudio de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la edad de los encuestados, el porcentaje más alto es de individuos de 36 años (14%), seguido de 28 y 27 años respectivamente (Gráfico 9). También es importante destacar que la edad promedio de los encuestados ronda casi los 30 años.

Gráfico 9. Edad de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

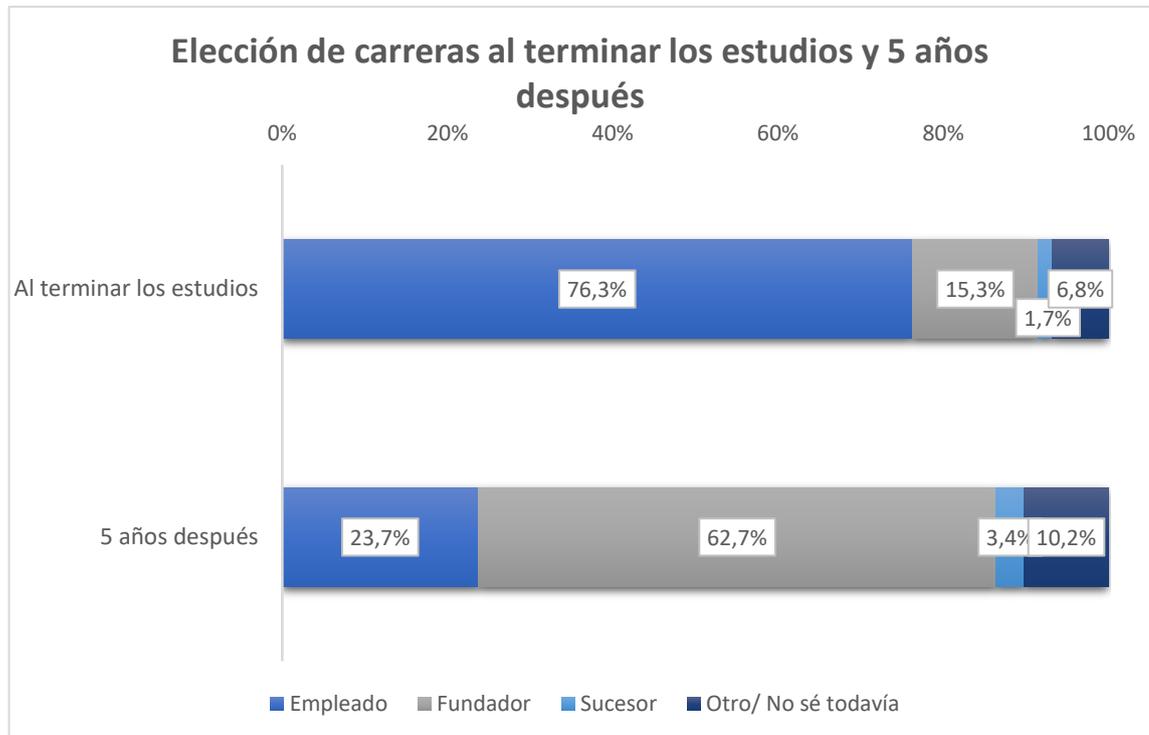
4.3.1.1. Intención Emprendedora

El Proyecto GUESSS se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) para establecer las intenciones emprendedoras y, es por ello, que es de vital importancia analizar la misma después de terminar sus estudios y ver las expectativas que tienen como emprendedores 5 años después de finalizar.

En el Gráfico 10 se puede observar que, justo después de terminar sus estudios, el 76,3% de los estudiantes de la UNS desea trabajar como empleado en algún organismo. Mientras que, sólo el 15,3% desea ser un emprendedor. Estos valores cambian sustancialmente luego de 5 años, donde sólo el 23,7% desea desempeñarse como empleado en algún ente y el 62,7% desea tener su propio emprendimiento. Es decir, que la proporción de alumnos que desea

desempeñarse como emprendedores aumenta más de cuatro veces. Esto verifica la tendencia que existe a nivel internacional de “primero empleado, luego emprendedor”.

Gráfico 10. Elección de carrera al terminar los estudios y 5 años después.



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se compara la intención emprendedora de los estudiantes de la UNS con la que existe a nivel país, se puede observar que no hay diferencias sustanciales entre los diversos valores. Sin embargo, sí se observan algunas diferencias con los resultados obtenidos en países de Latinoamérica cercanos a Argentina. Si se comparan los valores de la UNS con los de Chile, Brasil y Uruguay, se puede notar que la primera tiene la intención emprendedora más alta del grupo, tanto luego de terminar los estudios como 5 años después (Tabla 3). Mientras que, países como Colombia y Perú presentan porcentajes por encima de los vislumbrados en la UNS. Es necesario aclarar que estos

últimos dos países tienen la intención emprendedora más alta de Latinoamérica.

Tabla 3. Comparación de la Intención Emprendedora de la UNS con diferentes países latinoamericanos.

	Intención Emprendedora	
	Al terminar los estudios	5 años después de finalizar los estudios
Universidad Nacional del Sur	15,3%	62,7%
Argentina	21,0%	61,6%
Chile	8,2%	52,3%
Uruguay	10,4%	56,9%
Brasil	9,8%	37,4%
Perú	13,6%	69,3%
Colombia	17,8%	67,4%

Fuente: Elaboración propia.

Otra cuestión que es interesante estudiar es la existencia o no de una “brecha de género”. La siguiente tabla (tabla 4) muestra una comparación entre la intención emprendedora por género de los alumnos de la UNS y los valores a nivel internacional:

Tabla 4. Intención emprendedora por género.

	Universidad Nacional del Sur				Internacional			
	Al terminar los estudios		5 años después		Al terminar los estudios		5 años después	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleado	84,6%	69,7%	11,5%	33,3%	78,4%	81,8%	45,0%	48,2%
Fundador	7,7%	21,2%	73,1%	54,5%	11,2%	7,1%	40,6%	36,2%
Sucesor	3,8%	0,0%	3,8%	3,0%	2,9%	2,4%	5,3%	4,5%
Otro/ No sé todavía	3,8%	9,1%	11,5%	9,1%	7,5%	8,7%	9,2%	11,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia (Los datos internacionales son en base al reporte nacional de Uruguay 2016)

Contrariamente a lo que sucede a nivel internacional, en la UNS las mujeres presentan una intención emprendedora mayor que los hombres justo después de terminar los estudios. Esta situación se revierte luego de 5 años, donde los hombres pasan de tener una intención emprendedora del 7,7% luego de culminar sus estudios al 73,1% 5 años después. Mientras que, las mujeres pasan del 21,2% al 54,5%, respectivamente. Estos valores deben ser tomados en cuenta con cierto recaudo, dado que puede que este patrón se modifique si el grado de respuesta fuese mayor.

Asimismo, el Proyecto GUESSS tiene como objetivo analizar si el contexto familiar de un alumno incide en su intención de emprender. Es por ello, que resulta interesante observar si existen diferencias entre los alumnos con padres emprendedores³ y aquellos estudiantes cuyos padres no lo son. La siguiente tabla (tabla 5) muestra esta cuestión:

Tabla 5. Intención emprendedora según el contexto familiar.

	Universidad Nacional del Sur			
	Al terminar los estudios		5 años después	
	Padres No emprendedores	Padres emprendedores	Padres No emprendedores	Padres emprendedores
Empleado	73,5%	80,0%	26,5%	20,0%
Fundador	17,6%	12,0%	55,9%	72,0%
Sucesor	0,0%	4,0%	5,9%	0,0%
Otro/ No sé todavía	8,8%	4,0%	11,8%	8,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

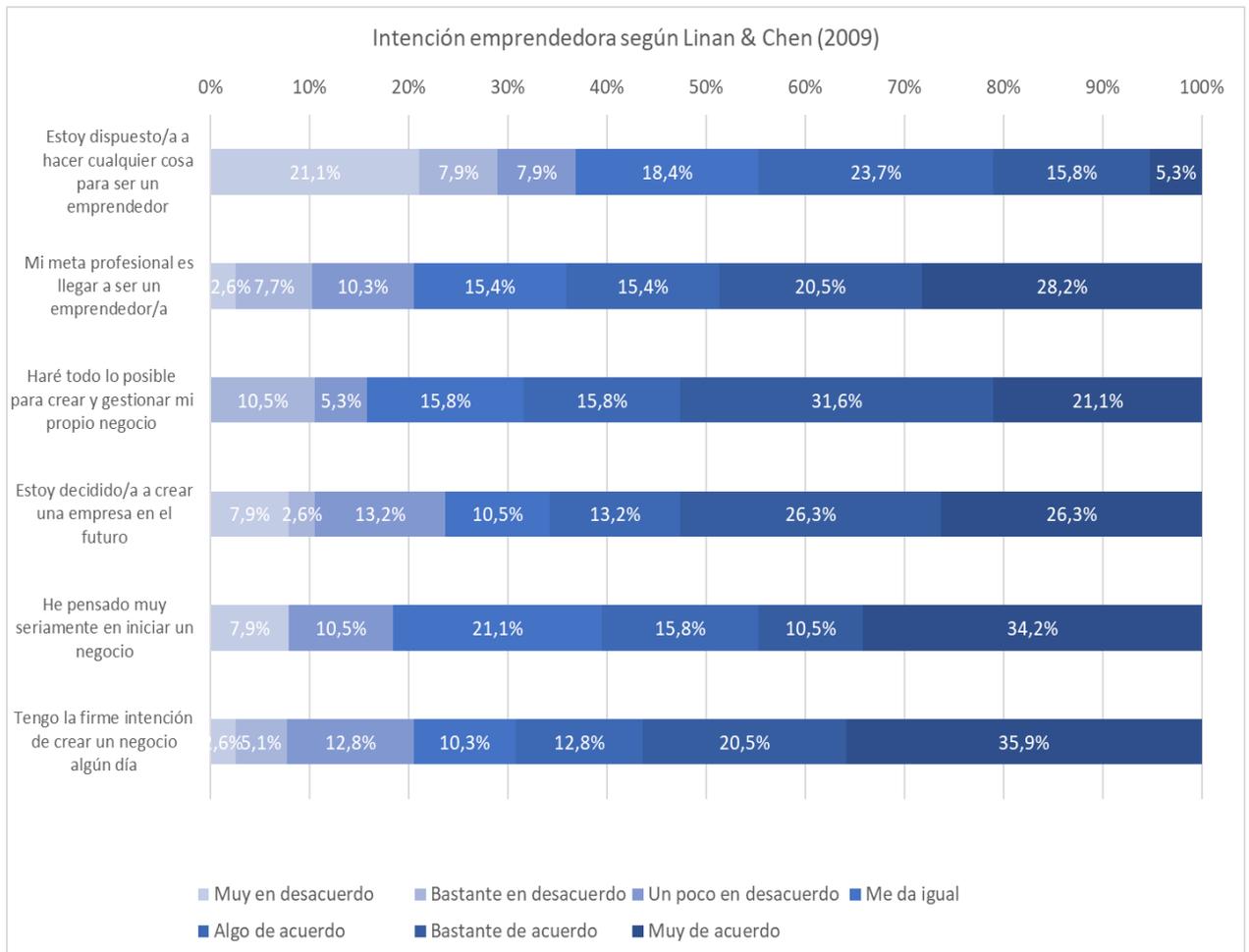
El cuadro muestra que, justo después de terminar sus estudios, los alumnos cuyos padres no son emprendedores tienen una intención más alta que los

³ Se entiende por "Padres emprendedores" a aquellos individuos que trabajan de manera autónoma y/o son socios mayoritarios de una empresa.

alumnos con padres emprendedores (17,6% y 12%, respectivamente). Sin embargo, este escenario se revierte luego de 5 años, donde los alumnos con padres emprendedores tienen una intención del 72% y los estudiantes cuyos padres no se desempeñan de manera autónoma y/o son dueños mayoritarios de una empresa presentan un porcentaje menor (55,9%).

Dentro del estudio de la intención emprendedora, el Proyecto GUESSS también hace un análisis multi-ítems para establecer el grado de acuerdo/desacuerdo con ciertas afirmaciones relacionadas a la percepción del estudiante conforme a las actividades emprendedoras y si tiene una actitud positiva o una fuerte intención de convertirse en emprendedor (Krauss et al., 2016, p. 15). Para ello, utiliza una escala de valores entre 1 y 7, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo. Esto se conoce como Intención emprendedora según Linan & Chen (2009):

Gráfico 11. Intención emprendedora según Linan & Chen (2009).



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 11 reafirma lo mencionado en párrafos anteriores con respecto a la intención emprendedora existente entre los alumnos de la universidad, es decir, que se observa un fuerte nivel de aceptación en todas las afirmaciones, principalmente en los ítems relacionados a *“haré todo lo posible por crear y gestionar mi propio negocio”*, *“estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro”* y *“tengo la firme intención de crear un negocio algún día”*. Esto significa que los alumnos de la UNS ven viable la posibilidad de crear su propia empresa y de seguir una carrera profesional como emprendedor, pero lo tienen

como una posibilidad a materializarse en un futuro no tan cercano lo que se condice con el patrón de “primero empleado, después emprendedor”. Probablemente este deseo de desempeñarse justo después de terminar sus estudios como empleado en alguna entidad esté relacionado al hecho de adquirir experiencia laboral y, una vez que se tenga ésta, ahí recién incursionarán como emprendedores.

4.3.1.2. Ambiente de la Universidad

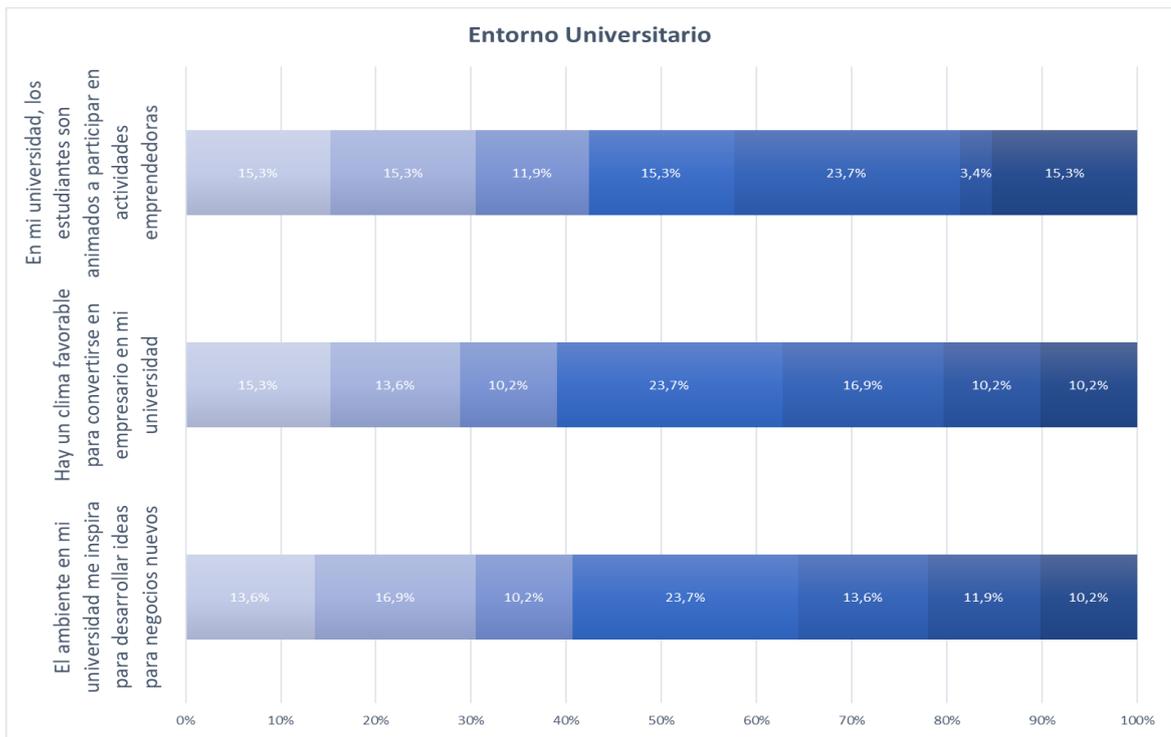
Como se señala en la literatura, el ambiente de la universidad cumple un rol primordial en lo que hace a la capacidad de estimular a los estudiantes y de formarlos como emprendedores. Por lo tanto, es menester estudiar el contexto universitario y obtener resultados en cuanto a la percepción de los alumnos con respecto a si su universidad promueve el emprendedorismo o no.

El siguiente gráfico (Gráfico 12) muestra el grado de acuerdo/desacuerdo con las afirmaciones con respecto al contexto universitario. En éste se distingue que la percepción de los alumnos está levemente más inclinada hacia la idea de que la UNS no promueve el emprendedorismo entre los mismos. Esto es real, ya que la UNS tiene una marcada tendencia a la formación académica lo que dificulta el desarrollo de las capacidades emprendedoras y, como plantea Singh (1990), inhibe el emprendedorismo entre los alumnos.

Todas las afirmaciones tienen alrededor de un 40% de grado de desacuerdo y la que presenta el mayor guarismo de apreciación negativa es la que indica: *“en mi universidad, los estudiantes son animados a participar en actividades emprendedoras”*. Esto da la pauta de que, si bien se realizan actualmente

algunas actividades relacionadas al emprendedorismo en la universidad, los alumnos no suelen ser instados a participar en ellas de manera activa y esto puede deberse al hecho de que tampoco los profesores suelen participar, posiblemente porque en su mayoría son investigadores que no desarrollan sus tareas en el ámbito privado.

Gráfico 12. Entorno Universitario.

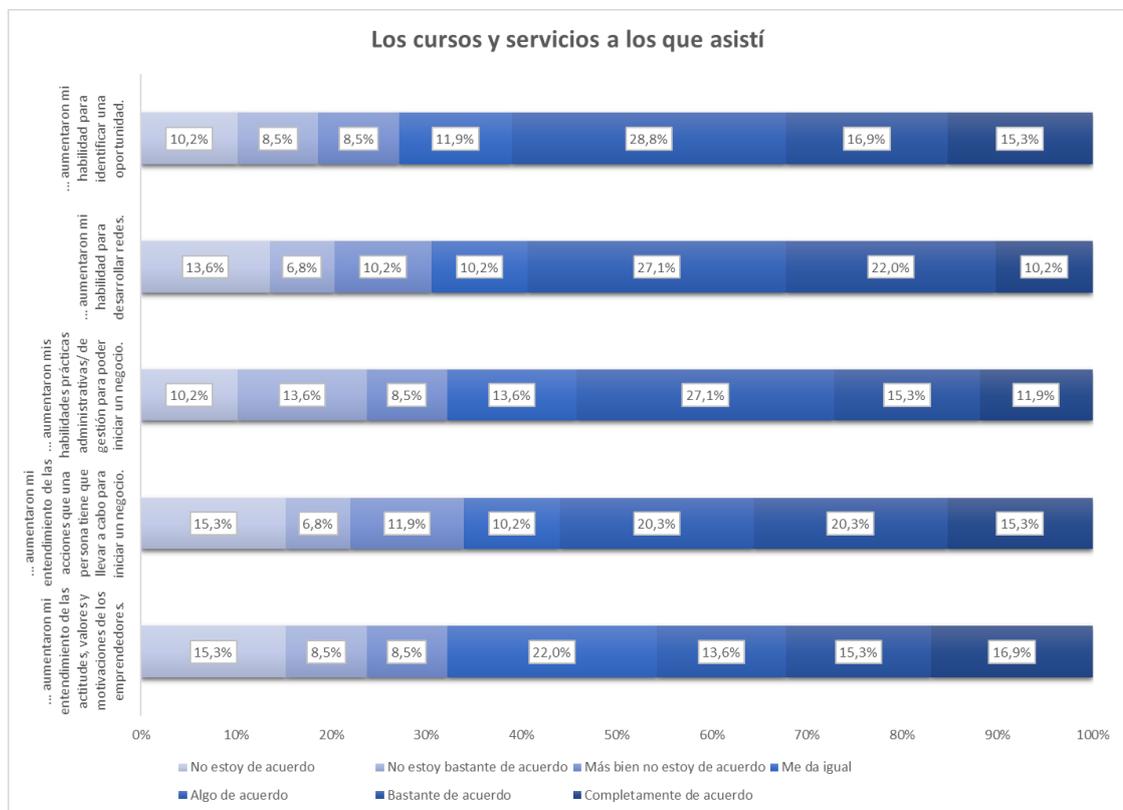


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la asistencia a cursos y servicios que la universidad brinda, se puede notar que los alumnos de la UNS tienen un alto grado de aceptación en todas las afirmaciones (Gráfico 13). Esto significa que los cursos a los que asistieron aumentaron en gran medida sus diversas capacidades, especialmente *la habilidad para identificar una oportunidad, la habilidad para desarrollar redes y el entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio*, lo que se puede evidenciar en toda la

literatura que hay sobre el tema. La afirmación que presenta el menor grado de acuerdo, aunque sigue teniendo un alto grado de aceptación, es la del *“entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores”*. Esto concuerda con el hecho de que la UNS es una universidad que está más avocada a la formación académica y que no está tan interiorizada en el estudio y la formación de emprendedores.

Gráfico 13. Los cursos y servicios a los que asistí.

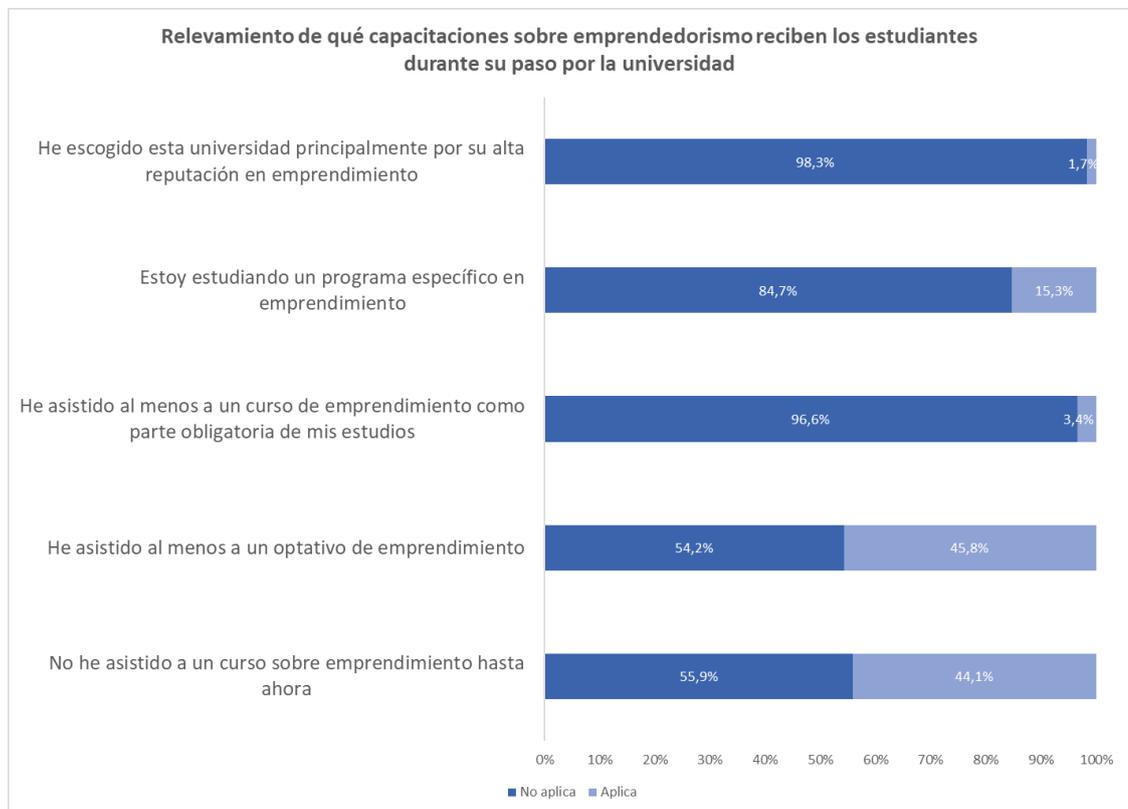


Fuente: Elaboración propia.

También es interesante averiguar el tipo de capacitaciones que reciben los alumnos durante su paso por la universidad. El gráfico 14 muestra que más del 50% de los alumnos no ha asistido a ningún curso/materia sobre emprendedorismo hasta el momento, ni como parte de una materia obligatoria

ni como una optativa. Sólo el 3,4% ha asistido al menos a un curso de emprendedorismo como parte obligatoria de sus estudios y el 1,7% ha elegido la UNS por su alta reputación en emprendedorismo. Estos valores demuestran, una vez más, que la institución no tiene como fortaleza la formación de emprendedores. Asimismo, sólo el 15,3% dice estar estudiando un programa específico en emprendedorismo.

Gráfico 14. Relevamiento de qué capacitaciones sobre emprendedorismo reciben los estudiantes durante su paso por la universidad.



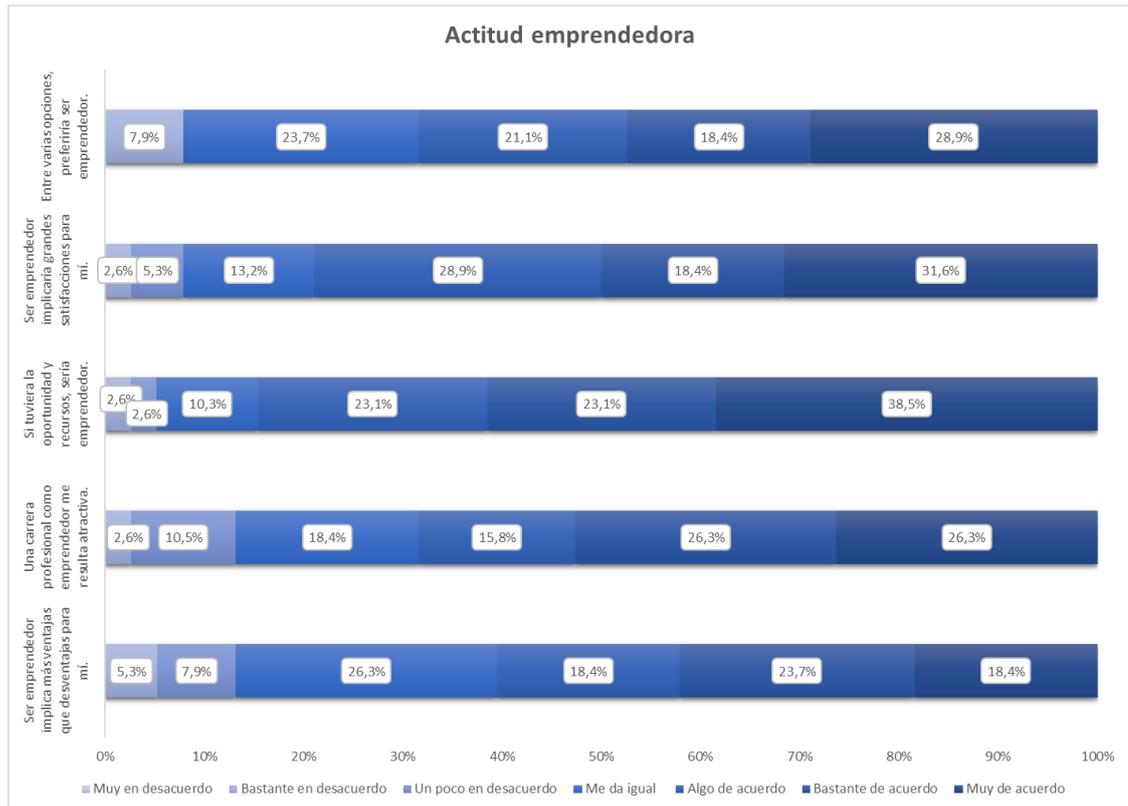
Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.3. Actitudes y Habilidades emprendedoras

En la misma línea de análisis, se presentan las actitudes emprendedoras de los alumnos en la UNS (Gráfico 15). Se puede apreciar que los alumnos

encuestados tienen un alto grado de acuerdo con las afirmaciones. La mayoría plantea que ser emprendedor sería una gran satisfacción para ellos y que, si tuvieran la oportunidad y los recursos, serían emprendedores.

Gráfico 15. Actitud emprendedora.

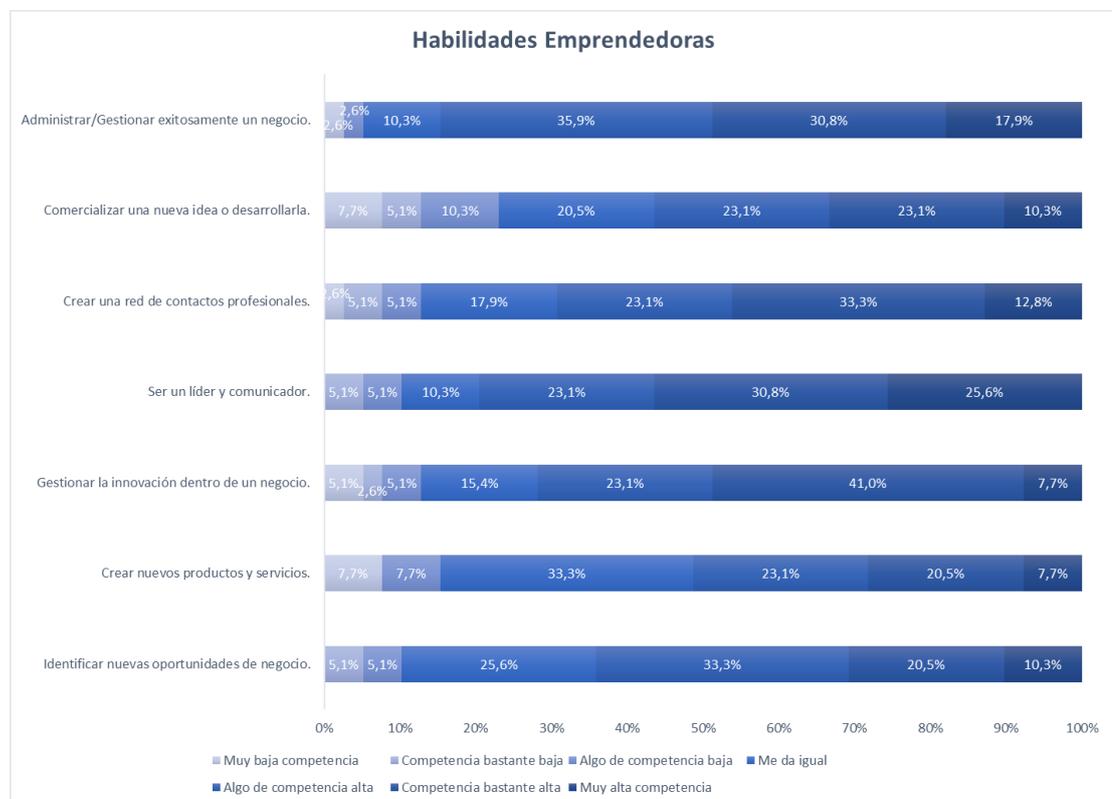


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las habilidades emprendedoras, se puede decir que existe un altísimo grado de acuerdo con las afirmaciones (Gráfico 16). Los alumnos encuestados señalan que las habilidades con mayores grados de aceptación son las de *administrar/gestionar exitosamente un negocio, crear una red de contactos profesionales, ser un líder y comunicador y gestionar la innovación dentro de un negocio*. Mientras que, las habilidades “menos” aceptadas (ya que igual tienen un valor de aprobación por encima del 50%) son *comercializar una*

nueva idea o desarrollarla y crear nuevos productos y servicios. Es por ello, que resulta interesante que la universidad y, en este caso la UNS, les proporcione a sus alumnos las herramientas necesarias para poder potenciar sus habilidades emprendedoras y hacer que en el futuro se desempeñen de manera exitosa como emprendedores. Es decir, que les brinden una educación con un enfoque mucho más emprendedor, que se centre en los procesos y en el *know how*, donde el énfasis esté puesto en la práctica y no solamente en la teoría y en la transmisión de conocimientos, una educación orientada al entrenamiento del alumno en cuestiones específicas y no una enseñanza en cuestiones generales. En definitiva, la idea de los estudiantes es que la UNS pueda formarlos con un enfoque mucho más emprendedor y no tan académico.

Gráfico 16. Habilidades emprendedoras.



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. La situación de la UNS en la visión de los actores que definen y ejecutan políticas relacionadas a las prácticas emprendedoras

En base a las entrevistas realizadas a diversos referentes de la temática emprendedora dentro de la universidad se puede establecer que, si bien es un tema que se viene desarrollando desde hace algunos años, aún es incipiente y las actividades que se han ido realizando se deben a esfuerzos dispersos. Asimismo, se puede evidenciar que hay departamentos que están más estimulados que otros con respecto al emprendedorismo y que hay materias que se dictan en diversas carreras relacionadas con el tema, principalmente en departamentos que están asociados con las ingenierías y la economía. Pero desde el año pasado existe una decisión institucional a nivel de la gestión para tornar a la universidad más emprendedora, lo que permite vislumbrar un panorama bastante favorable a mediano plazo. El año pasado la UNS aplicó a la convocatoria “Universidades Emprendedoras” del Ministerio de Educación y Deporte de la Nación, que tiene como objetivo promover las capacidades emprendedoras de todos los actores universitarios, estimular la incorporación del emprendedorismo como eje transversal en los planes de estudio de las carreras de grado, incentivar la creación de centros de desarrollo emprendedor y fomentar el desarrollo económico mediante la combinación del mundo académico con el productivo. Por lo tanto, la universidad parece cada vez más interesada en fomentar el emprendedorismo entre sus estudiantes y esto se debe, en parte, a que perciben que entre los alumnos hay potencial para convertirse en emprendedores y que, ellos como formadores de profesionales, tienen la obligación de brindarles las herramientas necesarias para poder

desempeñarse como tales, de formar profesionales capaces de autogestionarse y no sólo de prepararlos para ser “empleados”.

También es menester destacar que en la actualidad la universidad está llevando a cabo acciones en este sentido. En la misma línea, la UNS junto al Municipio de Bahía Blanca crearon una incubadora a través de su Fundación (FUNS), lo que va a permitir poder aplicar a convocatorias para seguir estimulando el emprendedorismo y ayudando a los emprendedores, no sólo de la universidad sino también en la ciudad.

Cabe mencionar que se conformó una comisión con representación de los Departamentos académicos para impulsar la creación de un Centro de Innovación y un Parque Tecnológico. Si bien solo se han realizado un par de reuniones, parece haber consenso en la iniciativa.

A partir de este panorama general, es interesante analizar cada uno de los ejes definidos para el estudio del caso en detalle.

4.3.2.1. Situación actual del emprendedorismo en la universidad

Como se mencionó anteriormente, la UNS se caracteriza por tener un perfil fundamentalmente académico. Cuenta con excelentes investigadores y tiene un gran prestigio a nivel nacional, pero falla en el desarrollo de las competencias emprendedoras. Sin embargo, al igual que como ocurre en las universidades argentinas, la UNS ha ido incorporando actividades relacionadas al emprendedorismo en su agenda desde hace ya algunos años. El Subsecretario de Vinculación Tecnológica, Dr. Ing. Pablo Marinángeli, sostiene que la universidad se ha interesado de manera formal en la cuestión

empresaria desde la creación de la Subsecretaría de Vinculación Tecnológica (SVT) en el año 2007. Además, establece que uno de los objetivos de la SVT es el estímulo del emprendedorismo tecnológico y que siempre se trató de hacerlo de diversas maneras, al principio con acciones un tanto tímidas.

La primera iniciativa concreta fue la realización de las “Jornadas de Emprendedores Tecnológicos” (JET), que tuvieron su primera edición en el año 2009/2010. Éstas

Actividades relacionadas al emprendedorismo llevadas a cabo en la UNS

eran jornadas de dos días en las cuales invitaban a diferentes especialistas y se empezaba a aglutinar a las

- ▶ Jornadas de Emprendedores Tecnológicos (JET)
- ▶ Semana del Emprendedor Tecnológico
- ▶ Creando mi empresa
- ▶ Actividades de tipo Hackatón
 - 24 horas de Innovación
 - Rally Latinoamericano de Innovación
 - UNIDEA

personas que trabajaban en el tema en diversos lugares. Para el subsecretario dichas jornadas fueron “los primeros hitos concretos del estímulo al emprendedorismo en la universidad realizados de manera orgánica y sistemática”, dado que se hicieron varias ediciones.

Otra actividad es la “Semana del Emprendedor Tecnológico”, que es una iniciativa del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación, que busca promover la interacción entre actores del sistema científico-tecnológico, empresas y organizaciones del sector productivo, y se viene realizando en la UNS. También se llevaron a cabo varias ediciones de un

concurso denominado “Creando mi Empresa”, dirigido a proyectos orientados a la innovación.

Otra de las actividades que se realizaron en la UNS son las de tipo Hackatón. Dentro de éstas, la universidad participa desde el año 2012 de las “24 horas de Innovación”. En el año 2013, un grupo de la UNS ganó esta competencia a nivel mundial. El proyecto se llamaba “Inno-Bar” y permitía ahorrar agua dulce y reducir el uso de agroquímicos. El funcionario destaca que éste fue el primer éxito grande y que le permitió darse cuenta del potencial que había en los estudiantes. Al año siguiente, la universidad ganó a nivel sudamericano y, para el año 2015, dos años después de haber ganado por primera vez, un grupo de la UNS volvió a ganar esta competencia a nivel mundial. El proyecto se llamó “Solución” y consistía en un dispositivo de alimentación para drones con energía solar y GPS.

Dentro de las actividades de tipo Hackatón también se encuentra el “Rally Latinoamericano de Innovación”, que es un evento similar al anterior y que está organizado por el CONFEDI (Consejo Federal de Decanos de Facultades de Ingeniería). Dicha competencia tiene como propósito contribuir al desarrollo de una cultura de innovación abierta con compromiso social en los estudiantes de las carreras de Ingeniería de Latinoamérica. Éste es el segundo evento de ese tipo que se realiza en la universidad de manera anual. Recientemente se llevó a cabo la edición 2017 y un grupo constituido por alumnos de la Universidad Nacional del Sur, de la Facultad Regional de Bahía Blanca de la Universidad Tecnológica Nacional y del Instituto Juan XXIII ganaron a nivel internacional. El grupo se llamaba “Smart Attack” y su proyecto estaba orientado al desafío de

“calles inteligentes”. Es importante destacar el notable desempeño que tiene la UNS en este tipo de competencias obteniendo premios en diversas oportunidades, dando cuenta del potencial que existe entre los alumnos.

La tercera actividad que se realiza en la UNS del tipo Hackatón y la más reciente fue una actividad denominada “UNIDEA” y tiene como fin promulgar el desarrollo de habilidades y herramientas en los estudiantes. Dicha actividad estuvo a cargo de las Universidades RUNbo⁴. Esta actividad duró tres días y recibían mentorías y asesoramiento. Marinángeli destaca que, si bien fue una actividad acotada ya que sólo pudieron asistir 10 representantes de cada institución, fue una buena forma de interactuar con otras universidades.

Asimismo, subraya que “todas las actividades que se fueron realizando de estímulo al emprendedorismo fueron siempre pensando en dar un apoyo mucho más fuerte pero que una de las limitaciones es la estructura reducida de personal de la SVT”. Además, agrega que “hay departamentos cuya secretaría toma la tarea de vinculación y realiza actividades para estimular, pero seguramente de una manera menos formal”. Una muestra clara de esta situación es que sólo algunos departamentos tienen materias relacionadas con el emprendedorismo, entre los que se destacan los de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras, Economía y Ciencias de la Administración. En este contexto también se encuentra el “Laboratorio Abierto del DIEC”, que es un espacio de trabajo que precisamente funciona en el edificio del Departamento de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras. Surge en el año 2012/2013 a partir de

⁴ Red de Universidades de la Provincia de Buenos Aires. Dicha red está conformada por la Universidad Nacional de Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN), Universidad Nacional de Luján (UNLU), Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), Universidad Nacional de la Plata (UNLP), Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA), Universidad Nacional del Sur (UNS) y Universidad Provincial del Sudoeste (UPSO)

una inquietud de los alumnos que no tenían donde canalizarla. Diana Sánchez, docente de esa dependencia y coordinadora del Laboratorio, explica que originalmente surge como un

espacio para satisfacer necesidades puntuales de los alumnos y que estaba más orientado a alumnos

“Trabajar con personas de diferentes disciplinas y con formaciones diversas los enriquece y los motiva”.

-Guido Temperini

avanzados, principalmente de las carreras de Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Mecánica e Ingeniería Civil. Con el paso del tiempo, el número de alumnos se fue incrementando y, actualmente, participan más de 40 personas. Como su nombre bien lo indica, el Laboratorio está abierto a todo público y en él conviven no sólo alumnos de la Universidad, sino también de nivel medio, graduados y público en general. Guido Temperini, integrante del Laboratorio Abierto explica que el hecho de trabajar con otras personas de diferentes disciplinas y con formaciones diversas los enriquece y los motiva. Asimismo, plantea que las actividades que se desarrollan en el Laboratorio sirven para ratificar la vocación emprendedora o para confirmar que no es lo que quieren seguir.

El Laboratorio también se encarga de hacer actividades de articulación con escuelas con el propósito de hacer vivenciar a los niños la experiencia del desarrollo de un proyecto y para motivar y “despertar” la curiosidad por el emprendedorismo. En este sentido, el Laboratorio Abierto es un espacio de

suma relevancia para estimular y potenciar las capacidades emprendedoras tanto de los alumnos como de la comunidad bahiense.⁵

De acuerdo con todo lo descrito con respecto a las actividades relacionadas al emprendedorismo que se desarrollaron en la universidad hasta la fecha y con la creación del Laboratorio Abierto, se puede decir que la situación actual del tema en la UNS es acotada y heterogénea. También desde la SVT se afirma que “la universidad tiene potencial pero que falta formalizarlo, darle una mayor estructura tanto en las cuestiones relacionadas con las habilidades blandas (habilidades propias de las personas) como en cuestiones más duras como los espacios, la infraestructura, incluso los convenios”. Pero, poco a poco se van realizando acciones para fomentar e incrementar el emprendedorismo en la universidad y estas acciones no sólo se limitan a los estudiantes, sino que también se busca incentivar a los docentes, ayudantes, investigadores y demás integrantes de la comunidad educativa de la UNS, dado que el emprendedorismo es un tema que le compete a todos los integrantes de la comunidad educativa y cuyos beneficios están expresados ampliamente en la literatura existente. Lo cierto es que es un trabajo cuyos resultados se verán más a mediano plazo que de forma inmediata y que necesita de los esfuerzos de la universidad como un todo y no sólo de algunos departamentos o de grupos aislados.

⁵ Actualmente, el grupo de trabajo del Laboratorio Abierto está constituido por cinco personas: Gabriel Eggly (Ingeniero Electrónico, docente y coordinador técnico del Laboratorio), Javier Zandstra (Ingeniero Electrónico, docente y asesor en “Infinito por Descubrir”), Guido Temperini (Ingeniero Electrónico, docente y socio gerente de una empresa de desarrollo), Mauro Tronelli (Emprendedor y docente) y Diana Sánchez (Secretaría Académica del Departamento de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras y Coordinadora del Laboratorio).

4.3.2.2. Perspectivas y proyectos a futuro

A partir de la Convocatoria “Universidades Emprendedoras” que permite poner en marcha un “Plan Estratégico de Emprendedorismo”, el principal objetivo es añadir a la excelencia académica que ya tiene la UNS, líneas que tengan que ver con el desarrollo de competencias emprendedoras tanto en los estudiantes como en los docentes, científicos e investigadores. Además, permitirá formalizar y dar estructura al desarrollo del emprendedorismo en la universidad, ofreciéndole a los estudiantes una formación mucho más completa e integral para así poder adaptarse a este mundo tan dinámico. Asimismo se destaca que el actual contexto externo también favorece el emprendedorismo.

Los ejes principales del “Plan Estratégico de Emprendedorismo” son:

- Fomentar la cultura emprendedora en la UNS a nivel general: Esto está relacionado a actividades de sensibilización.
- Capacitar de modo interdisciplinario a docentes, ayudantes, estudiantes e investigadores: Las mismas serán, en un primer momento, más personalizada en función de intereses, necesidades y carreras, pero el objetivo es la enseñanza de la temática de manera transversal.
- Generar y desarrollar material audiovisual, gráfico y bibliográfico sobre la temática: La idea es crearlo a partir de cada actividad que se desarrolle en la universidad.
- Propiciar y potenciar espacios para la innovación y el emprendedorismo: Se busca crear espacios donde surjan ideas y donde éstas se puedan validar.

- Estimular la generación, la incubación y la aceleración de proyectos: Consiste en ayudar y asesorar a proyectos que ya están en etapas más avanzadas y de poder darles cierta escalabilidad.

El “Plan Estratégico de Emprendedorismo” busca, por un lado, ocasionar un impacto de manera interna en la universidad fomentando el emprendedorismo entre los diversos integrantes y, por otro, vincular a la universidad con los demás actores que componen el ecosistema emprendedor local. Es decir, trabajar de manera mancomunada con el gobierno, la industria y la sociedad en general. Según Pereyra

Huertas, responsable de la ejecución del proyecto en la SVT, la presente es la etapa más difícil ya que “hay que vencer la resistencia al

El “Plan Estratégico de Emprendedorismo” busca ocasionar un impacto de manera interna en la universidad fomentando el emprendedorismo y, vincular a la universidad con los demás actores del ecosistema emprendedor local.

cambio” y trabajar de manera más intensiva en ambientes donde ya se está trabajando. Se hace hincapié en que es un camino de constante aprendizaje y de aprender a partir de las diferentes experiencias. Asimismo, el subsecretario plantea que actualmente están en la etapa de formación de formadores, es decir, de capacitar a los profesores con respecto al emprendedorismo. Esto es positivo, en primer lugar, ya que genera un círculo virtuoso en donde los profesores pueden estimular a los estudiantes a emprender y esto se retroalimenta y, además porque es necesario capacitarlos en metodologías apropiadas para que así puedan convertirse en verdaderos agentes de cambio.

Otra de las metas que existen a largo plazo es crear espacios físicos dentro de la universidad donde se pueda emprender. Si bien, el año pasado la Universidad junto con la Secretaría de Innovación y Desarrollo Creativo de la Municipalidad de Bahía Blanca registraron una Incubadora a través de la Fundación FUNS, ésta actualmente es una estructura principalmente administrativa ya que no se puede realizar la incubación de proyectos en un lugar físico determinado. El “Club de Emprendedores” funciona como un espacio para incubar proyectos, pero es más bien un espacio de co-working, dado que no cuenta con laboratorios. Asimismo, el subsecretario sugiere que la universidad tiene el potencial para ser una Super-Incubadora, ya que posee muchas facilidades para poder desarrollar la incubación de proyectos. Esta idea está relacionada a la definición de Etzkowitz de que las universidades emprendedoras son incubadoras naturales, dado que cuentan con estructuras de apoyo para desarrollar diversos emprendimientos. Actualmente, la universidad no tiene la capacidad de personal suficiente para atender a un gran número de proyectos, dado que la SVT cuenta con 6 personas: tres que se dedican a la parte administrativa, una que se dedica a los temas de Propiedad Intelectual, otra que está en cuestiones relacionadas al emprendedorismo y el subsecretario. Es por ello, que la creación de un espacio físico para incubar proyectos sería de vital importancia debido a que hoy en día están limitados con respecto a la ayuda que pueden brindar a los diversos emprendedores.

Por otro lado, existe la idea de efectuar una cátedra que sea transversal y donde cada estudiante pueda llevar a cabo un proyecto. Se busca que el método de aprendizaje esté más dirigido al *know-how*, es decir, a aprender en

base a la experiencia. En definitiva, se busca dictar una cátedra con un enfoque mucho más emprendedor y teniendo en cuenta los beneficios que trae arraigada una educación de este tipo, mucho más centrada en la práctica y no tanto en los conocimientos teóricos, donde el énfasis se encuentre en los procesos de aprendizaje y no solamente en los contenidos y, en última instancia, donde el objetivo sea que el alumno adquiera diferentes herramientas que le sean útiles para su desarrollo futuro. Hay literatura que plantea que la educación se debe basar en el “desarrollo de competencias tales como, por ejemplo, la visión de largo plazo, la orientación al logro y la autoconfianza, la amplitud perceptual, la flexibilidad y la empatía, el pensamiento conceptual y la orientación al mercado, la construcción de redes empresariales, la toma de decisión y orientación a la acción, la comunicación oral y escrita y la sensibilidad” (Kantis et al., 2015).

Y, por último, se desea seguir realizando competencias. Para el próximo año está la posibilidad de que se realice una actividad tipo Hackatón a nivel local, lo que va a permitir involucrar a empresas y demás organismos del sector productivo. También existe la chance de que se realice una actividad a nivel internacional con universidades que tengan algún programa de intercambio.

Lo cierto es que la universidad tiene proyectos claros para impulsar y fortalecer el emprendedorismo en la UNS. El “Plan Estratégico de Emprendedorismo” es el puntapié inicial para instaurar y darle estructura a la cuestión emprendedora dentro de la universidad y para contagiar el espíritu emprendedor no sólo en los estudiantes, sino que también en toda la comunidad educativa que la compone. De más está decir que la UNS cuenta con el potencial para desarrollar las

competencias emprendedoras y hacer visible dicha cuestión en todos y cada uno de los departamentos. Y será de gran beneficio para que la universidad se vincule de una manera más activa con el entorno, dado que ésta es una de las características relevantes de una universidad emprendedora.

4.3.2.3. Potencial existente entre los estudiantes para convertirse en emprendedores

Cuando los entrevistados fueron consultados con respecto al volumen de emprendedores que existe entre los estudiantes de la UNS, todos los entrevistados coinciden en que

existe un potencial latente entre los alumnos de la universidad, pero si se toma en cuenta el total de los alumnos de la misma, los

“Hay emprendedores en algunas carreras claves y que suelen ser las carreras que pertenecen a los departamentos que más estimulan a sus alumnos”.

-Dr. Ing. Pablo Marinángeli

estudiantes emprendedores no son un gran número. El subsecretario establece que hay emprendedores en algunas carreras claves y que suelen ser las carreras que pertenecen a los departamentos que más estimulan a sus alumnos. Por ejemplo, los alumnos del departamento de Ingeniería Eléctrica suelen ser más emprendedores debido a que se los estimula desde el propio departamento y, además porque los profesores también tienen esa característica, incluso algunos tienen patentes de spin-offs. Todo esto ayuda a que los alumnos vean al emprendedorismo de otra manera y lo perciban como una posible carrera profesional. Es por ello, que la universidad se está enfocando en formar a los profesores, para que así se pueda contagiar este

tipo de cuestiones. La responsable de la cuestión emprendedora dentro de la subsecretaría también coincide en que desde la universidad se están haciendo todos los esfuerzos posibles para poder aglutinar y potenciar a los estudiantes emprendedores, debido a que la universidad cumple un rol fundamental a la hora de formarlos. Reafirmando lo que dice la literatura existente con respecto al impacto de una educación emprendedora en la intención de crear su propio emprendimiento en los alumnos, el subsecretario dice que la universidad tiene un papel primordial, ya que cuando el alumno ingresa a la universidad no tiene demasiados conocimientos. Además, ésta tiene la tarea de formar a los estudiantes, no sólo en los saberes específicos de su carrera sino también en el desarrollo de diversas capacidades.

Con respecto al perfil de los alumnos con esta vocación en la UNS, se indica que predominan fundamentalmente los emprendedores tecnológicos y la mayoría suelen tener una orientación más social o, al menos, más enfocados en darle soluciones a la gente. Sugiere que esto se debe a que la UNS es una universidad pública y, por ende, los alumnos tienen una tendencia a realizar proyectos o emprendimientos con alguna aplicación social. Asimismo, menciona que, si se comparan a los alumnos de la UNS con los alumnos de las universidades argentinas, los estudiantes de la universidad de Bahía Blanca se encuentran un poco más por encima de la media, pero mucho más atrás con respecto a las universidades donde los alumnos son mucho más emprendedores. Con respecto a la situación de los alumnos de la UNS en comparación a los estudiantes de las universidades latinoamericanas, se puede decir que éstos últimos son mucho más emprendedores que los otros, inclusive

los alumnos chilenos o brasileños son más emprendedores que un estudiante argentino y mucho más que un alumno de la UNS.

A la hora de analizar los factores que motivan y limitan el emprendedorismo en la Universidad Nacional del Sur, se hace énfasis en que el limitante más grande reside en el prejuicio que existe en señalar al emprendedorismo como un sinónimo de “crear empresa”. Se suele entender a la actividad de emprender como un trabajo que es realizado por una única persona (el emprendedor) pero, en realidad, el activo más valioso del emprendedor es su red de contactos. Contrariamente a lo que se piensa, la tarea de emprender se basa fundamentalmente en el trabajo en equipo. Otro de los mitos que está vinculado al emprendedorismo es el altísimo riesgo que implica emprender. Este riesgo es real, pero la parte de mito es que no sólo existe riesgo en emprender, sino que también es riesgoso quedarse en el mismo lugar sin hacer nada. Por ejemplo, muchas personas suelen quedarse siempre en una actividad o trabajando en relación de dependencia pensando que es algo seguro, pero esto no es así. Tanto la acción de emprender como la de permanecer en un mismo trabajo es riesgoso.

Con respecto a los factores que motivan el emprendedorismo en la universidad, se pueden destacar la creación incipiente de espacios de co-working, incubadoras, que funcionan como punto de partida para emprender en un contexto un poco más protegido. Esto promueve y reúne a los emprendedores universitarios en un mismo espacio, generando así un clima contagioso para emprender.

Otro de los factores motivantes es que los trabajos que realicen los alumnos puedan tener algún tipo de impacto social o de triple impacto (económico, social y medioambiental) dado que, en palabras de Subotzky, “las universidades emprendedoras se caracterizan por asociaciones ‘universitario-empresariales’ más estrechas”. Esto motivaría a que los trabajos no se limiten sólo a ser teóricos, sino que se puedan realizar estudios prácticos en las diversas carreras que se dictan en la universidad.

Por último, otro factor fundamental para motivar el emprendedorismo en la universidad es la decisión de institucionalizarlo adoptada el año pasado por la misma. La universidad, a través de su “Plan Estratégico de Emprendedorismo” busca formalizar y dar estructura a la temática emprendedora dentro de la UNS.

Reflexiones Finales

Si bien la literatura da sobradas muestras de los beneficios que genera una educación emprendedora, a partir del estudio de caso es posible sostener que, si bien la Universidad Nacional del Sur está trabajando desde hace algunos años en la temática, todavía no es algo que esté instalado entre los alumnos y mucho menos entre los docentes, que tienen un enfoque más académico. La formación más tradicional de la institución dificulta el desarrollo de las capacidades emprendedoras y, en última instancia, la intención de emprender. También dentro de los condicionantes, cabe señalar que las iniciativas emprendedoras que se han desarrollado en el ámbito de la UNS se deben a esfuerzos aislados de personas interesadas en el tema y no a una política institucional que articule y potencie los esfuerzos dispersos (la política integral promovida desde la SVT es reciente). Esta desarticulación limita el alcance de las acciones. Sin embargo, es posible encontrar espacios dentro de la UNS donde se llevan a cabo actividades relacionadas al emprendedorismo generados a partir del impulso de algunos departamentos. El Laboratorio Abierto del DIEC es un claro ejemplo de esta situación, cuyo surgimiento se realiza por la inquietud de algunos estudiantes y como respuesta, el departamento de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras creó un espacio donde poder canalizar las mismas. Actualmente, el Laboratorio Abierto funciona como un lugar para desarrollar proyectos, resolver problemas, trabajar de forma colaborativa y desarrollar así capacidades emprendedoras, no sólo entre los estudiantes de la Universidad Nacional del Sur sino también entre el público en general. Este tipo de iniciativas son favorables para el impulso del

emprendedorismo y sirven para contagiar a los demás a introducirse en el tema.

Lo cierto es que existe un potencial latente para emprender entre los estudiantes de la universidad tanto desde la visión de los funcionarios de la gestión responsables de esa temática como de los alumnos, tal como se evidencia en los resultados obtenidos del relevamiento del Proyecto GUESSS. Al igual que a nivel internacional, en la Universidad Nacional del Sur se observa que los alumnos tienen la intención de emprender no justo después de culminar sus estudios sino un tiempo después. Es decir, que siguen el patrón de “primero empleado, luego emprendedor”. Como se mencionó durante el trabajo, esto se puede deber a que los alumnos desean adquirir experiencia laboral antes de desempeñarse como emprendedores. Entonces, la universidad tiene como desafío crear espacios para reunir a los estudiantes con el deseo de emprender, crear redes de contactos entre éstos y fomentar el emprendedorismo como una opción de carrera profesional entre todos sus estudiantes. Desde el año pasado se está desarrollando el “Plan Estratégico de Emprendedorismo” en la UNS, cuyo principal objetivo es formalizar y dar estructura al desarrollo del emprendedorismo en la universidad para ofrecerles a los estudiantes una formación mucho más completa y así prepararlos para los desafíos que existen en el mundo actual. No es un camino fácil ni rápido, ya que deben capacitar e inculcar la cultura emprendedora a todos los actores que conforman la comunidad educativa de esta Casa de Estudios: estudiantes, docentes, científicos e investigadores. Esta iniciativa para definir y planificar en forma integral las políticas en este sentido, constituye una clara señal de la

intención que tiene la universidad de que los miembros de la comunidad universitaria se involucren en el tema. El contexto externo con respecto al tema favorece aún más el emprendedorismo.

Como conclusión, se puede decir que en la actualidad se está haciendo más visible la cuestión emprendedora dentro de la universidad y eso, en gran medida, se debe al trabajo de la Subsecretaría de Vinculación Tecnológica que se ha propuesto llevar adelante políticas de mejora en este sentido. Pero, como se establece en párrafos anteriores, no es un camino fácil, dado la resistencia al cambio y la existencia de prácticas que dificultan los avances en este sentido.

Bibliografía

- Alvarado Muñoz, O., & Rivera Martínez, W. F. (2011). "Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores". Cuadernos de Administración (Universidad del Valle), 27(45), 61-74.
- Amorosi, F. (2013). "Start up, Argentina: Desafíos del ecosistema emprendedor de nuestro país". Tesis de Grado. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina.
- Crapiste, G. H. (2013). Plan estratégico Universidad Nacional del Sur: 2011-2016-2026 (No. 378.4). Universidad Nacional del Sur.
- Etzkowitz, H., Zhou, C. (2008). "Introduction to special issue. Building the entrepreneurial university: a global perspective". Science and Public Policy, 35(9), November 2008, pages 627–635.
- Farsi, J. Y., Imanipour, N., & Salamzadeh, A. (2012). Entrepreneurial University Conceptualization: Case of Developing Countries. Global Business & Management Research, 4(2).
- Formichella, M. (2004). "El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación". Buenos Aires, Argentina.
- Fresán Orozco, M. (2004). La extensión universitaria y la universidad pública. *Reencuentro*, (39).
- 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): 56-77.
- Guerrero-Cano, M., Kirby, D., & Urbano, D. (2006, June). "A literature review on entrepreneurial universities: An institutional approach". In 3rd Conference of Pre-communications to Congresses, University of Barcelona.
- Insausti, C. (2016). Ecosistema Emprendedor: La dinámica emprendedora en Bahía Blanca. Tesis de Grado. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2014). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. *Rafaela: Mercosur*.
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876–1999. *Journal of business venturing*, 18(2), 283-300.
- Klandt, H., & Knaup, U. (2003, September). A study on the state of entrepreneurship education and research at German-speaking universities and polytechnics. In Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, Grenoble, France (pp. 8-10).
- Krauss, C.; Bonomo, A., Volfovicz, R., Mandirola, N. y Cardozo, A. (2016). GUESSS: Reporte de Uruguay (2016). NEXO- Centro de Desarrollo Emprendedor, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, Uruguay
- Municipio de Bahía Blanca. (27 de Julio de 2017). Se inauguró el centro Infinito por Descubrir: espacio para el aprendizaje y las nuevas tecnologías.

[Mensaje en blog]. Recuperado de: <https://www.bahia.gob.ar/se-inauguro-el-centro-infinito-por-descubrir-espacio-para-el-aprendizaje-y-las-nuevas-tecnologias/>

Oliveras, G. (2015). La educación emprendedora en la universidad: análisis y propuestas para la inserción de estas actividades en las currículas. Tesis de doctor en Ciencias de la Administración. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina.

Oliveras, G., Porras, J., & Vigier, H (2014). Educación emprendedora en las Universidades Públicas: Análisis y diagnóstico del caso argentino. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 2(2), 73-91.

Oliveras, G., Vigier, H. P., & Porras, J. A. (2014). Analizando la influencia de la educación universitaria en el perfil emprendedor de los estudiantes. *Escritos Contables y de Administración*, 5(2), 15-47.

Postigo, S., & Tamborini, M. (2002). Educación y Entrepreneurship en Argentina: El caso de la Universidad de San Andrés

Postigo, S., & Tamborini, M. (2003). University Entrepreneurship Education in Argentina: A decade of analysis. International Council for Small Business, Belfast, Northern Ireland, June.

Postigo, S.; Tamborini, M.F. (2002, julio). Entrepreneurship education in Argentina: The case of San Andrés University. Ponencia presentada en Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, (IntEnt02), Malaysia.

Ripollés, M. (2011). Aprender a emprender en las universidades. *Arbor*, 187(Extra_3), 83-88.

- Romaní, G., Atienza, M. y Rojas, N. (2017). Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey: Informe Nacional de Chile 2016. Centro de Emprendimiento y de la Pyme, Facultad de Economía y Administración, Universidad Católica del Norte, Chile.
- Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
- Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T. (2014). Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). PROYECTO GUESSS
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. PROYECTO GUESSS

Anexo: Metodología utilizada para el estudio de caso

Se realizó una serie de entrevistas a referentes de la temática dentro de la universidad. La subsecretaría de Vinculación Tecnológica de la UNS representa el área de innovación y emprendedorismo dentro de la institución. Trabaja en conjunto con las Fundaciones FUNS y FUNDASUR y con los departamentos académicos e institutos de la UNS, desarrollando sus funciones en áreas tales como servicios científico-tecnológicos de alta especialización, transferencia de conocimientos científico-tecnológicos, generados por las actividades de docencia e investigación, servicios a terceros y propiedad intelectual. (Insausti, 2016).

También se entrevistó a varios integrantes del Laboratorio Abierto del DIEC (Departamento de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras), que es un laboratorio que funciona actualmente en la universidad y, como su nombre bien lo indica, está abierto tanto para los estudiantes de la UNS como para el público en general.

Sumado a las entrevistas, se analizaron los resultados obtenidos en la última edición del Proyecto GUESSS donde la UNS participó por primera vez. Si bien el número de resultados conseguidos en la institución no es un gran número, va a ser de utilidad para tener una idea de cómo es la situación del emprendedorismo en la universidad y cuál es la percepción que tienen los alumnos con respecto al desarrollo de dicho tema dentro del establecimiento.

La siguiente tabla (tabla I) muestra las técnicas que se utilizaron para analizar la cuestión emprendedora en la UNS.

Tabla I. Detalle de la Metodología utilizada para el estudio de caso.

Metodología utilizada	
-Entrevistas	
Entrevistado	Institución
Lic. Carolina Pereyra Huertas Referente de Emprendedorismo en la STV- UNS	Subsecretaría de Vinculación Tecnológica (UNS)
Dr. Ing. Pablo Marinángeli Subsecretario de VT-UNS	Subsecretaría de Vinculación Tecnológica (UNS)
Diana Sánchez Gabriel Eggly Guido Temperini Integrantes del Laboratorio Abierto	Laboratorio Abierto del DIEC (Departamento de Ingeniería Eléctrica y de Computadoras)
-Proyecto GUESSS	
Análisis de los resultados obtenidos en la edición 2016 del Proyecto realizado en la UNS. Los ejes fundamentales del análisis son:	
<ul style="list-style-type: none"> - Intención emprendedora - Ambiente de la Universidad - Actitudes y Habilidades emprendedoras 	

Fuente: Elaboración propia.