

# **¿Emprendedor se nace o se hace? Una aproximación a la oferta educativa del AMBA y su rol en el ecosistema emprendedor.**

Sheila Jazmín Amado y Camila Cotorás.

Cita:

Sheila Jazmín Amado y Camila Cotorás (2021). *¿Emprendedor se nace o se hace? Una aproximación a la oferta educativa del AMBA y su rol en el ecosistema emprendedor. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-074/665>

**Título:** ¿Emprendedor se nace o se hace? Una aproximación a la oferta educativa del AMBA y su rol en el ecosistema emprendedor

**Autores:** Sheila Amado, Camila Cotorás y Maurizio Alejandro Ruisoto<sup>1</sup>

**Resumen:** En la actualidad, la creatividad y la innovación son entendidas como el principal motor de la economía contemporánea. Ligado a esta cuestión, cobra mayor protagonismo el concepto de emprendedor, que nombra a aquellos sujetos o grupos que encarnan en su accionar, la creación y la innovación enfocadas principalmente al mercado y al uso de tecnologías digitales. El crecimiento de la actividad emprendedora se ve fomentado por diversos actores, entre ellos la educación superior universitaria.

El objetivo de la presente ponencia es identificar el rol que cumplen, en la promoción de la innovación y el emprendimiento en entorno digitales, las universidades del Área metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Para ello se realizará un análisis de la oferta educativa de 35 universidades, de gestión pública y privada, a partir de la construcción de cartografía. En este relevamiento se busca responder los siguientes interrogantes: ¿Quién ofrece la capacitación? ¿Qué tipo de capacitación se ofrece? ¿Quién está habilitado para capacitar? Y ¿Cuál es el público esperado?

Este trabajo se realiza en el marco del proyecto de investigación UBACyT “Innovación, apropiación y creación de tecnologías: la cultura del emprendedorismo digital en las industrias creativas de la Ciudad de Buenos Aires” dirigido por Silvia Lago Martínez.

**Palabras clave:** Educación - Emprendedorismo - Universidad

## 1. Introducción

Un joven de 35 años, licenciado en Administración de Empresas, ingresa al sitio web de una universidad porteña de gestión privada y teclea en el buscador “curso de emprendedurismo”. Su búsqueda apunta a algún curso breve que le permita mejorar un poco su currículum y quizás empezar a organizar un proyecto profesional propio. Pero los resultados van más allá de lo que imaginaba: manuales de formación, programas de materias, directorio de cátedras innovadoras, eventos institucionales e incluso observatorios y centros organizados puramente en torno a esta temática. Desafiando su búsqueda inicial, el joven licenciado se

---

<sup>1</sup> Este trabajo contó con la colaboración de Emiliano Axelirud, estudiante de la carrera de Sociología (UBA) quien contribuyó en el relevamiento y clasificación de datos preliminares.

pregunta: ¿Y si el emprendedurismo en la universidad es algo más que un curso? Efectivamente, no sólo lo es, sino que gradualmente comienza a tener presencia en las casas de estudios para redefinir su propósito dentro de la sociedad: de espacios de formación e investigación a actores claves en el desarrollo económico y social de los individuos. Las universidades comienzan así a ser entendidas como elementos claves para la transmisión de determinados saberes y valores propios de este ámbito, el denominado *ecosistema emprendedor*.

El objetivo de la presente ponencia es identificar el rol que cumplen en la promoción de la innovación y el emprendimiento en entornos digitales las universidades del Área metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Para ello se realizará un análisis de la oferta educativa de 35 universidades, de gestión pública y privada, a partir de la construcción de cartografía. En este relevamiento se busca responder los siguientes interrogantes: ¿Qué instituciones ofrecen la capacitación? ¿Qué tipo de capacitación se ofrece? ¿Quién está habilitado para capacitar? Y ¿cuál es el público esperado?

Para dar respuesta a estos interrogantes, procedimos a construir un marco teórico en base a los diferentes autores que abordan las relaciones entre educación, universidad y emprendedurismo. En función de los aportes bibliográficos, también pudimos determinar la metodología a partir de la cual abordaríamos la cuestión, combinando tanto análisis cualitativo y cuantitativo con fuentes de información primarias y secundarias.

Teniendo en cuenta los recursos conceptuales y metodológicos es que procedimos a organizar esta ponencia sobre el emprendedurismo dentro de las universidades: comenzamos con la descripción de las instituciones que cuentan con algún tipo de formación o espacio vinculado a este campo (dónde); continuamos con un estudio pormenorizado de las características de estas capacitaciones (qué); y finalizamos con un análisis detenido de las características personales de quienes participan dentro de estos espacios en base al rol que cumplen: capacitadores (quiénes) o capacitados (a quién).

Para cerrar, incluimos las conclusiones y reflexiones surgidas a partir de las respuestas a nuestros interrogantes iniciales. Es de esta forma que pretendemos aportar al entendimiento de un estilo de trabajo y de vida (el ser emprendedor) dentro del contexto social en general, y de la educación superior en particular. Después de todo, y cómo veremos a lo largo de la investigación, estamos hablando de algo más que de simples cursos de capacitación.

## 2. Innovación, creatividad y emprendedorismo

La transición del fordismo a la acumulación flexible “ha generado un impacto desorientador y sorpresivo en las prácticas económico políticas, en el equilibrio del poder de clase, así como en la vida cultural y social” (Harvey,1998, p.315) Este tipo de acumulación trae consigo nuevas formas de pensar la producción y las capacidades que deben tener los trabajadores de nuevo milenio. En este contexto, se interpela a los sistemas educativos para que capaciten a la nueva fuerza de trabajo que el mercado global requiere. Entre las capacidades que comienzan a ser fuertemente valoradas, encontramos la innovación y la creatividad como motores para el cambio económico de las últimas décadas. El término “innovación” precede al de “creatividad” y se suma, al ya tradicional al par “investigación y desarrollo” (I+D), ya que estos factores son considerados como esenciales para el desarrollo de la sociedad en su conjunto. En este marco “los gobiernos, los organismos regionales y multilaterales y las instituciones de ciencia, tecnología y educación, entre otros, desarrollan acciones y propuestas para el desenvolvimiento de la I+D+i (Investigación, Desarrollo e innovación)” (Lago Martínez, 2018, p. 43). La innovación refiere a

“una manera novedosa de realizar tareas con mayor eficiencia (un uso más eficaz de los recursos), la presentación de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), un nuevo sistema de comercialización, o un método organizacional novedoso en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (OCDE, 2005)” (Benavente, J. M., Grazzi, M., 2017, p. 13)

El término creatividad, en cambio, surge como un valor en términos económicos de forma más reciente, la actividades económicas que tienen de base la creatividad son nombrados en la región latinoamericana bajo el nombre de economía naranja, de acuerdo con un informe del BID este tipo de economía abarca “el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (DPI)” (Benavente, J. M., Grazzi, M., 2017, p. 9).

Otra arista que acompaña a las ideas de innovación y creación es la de emprendedorismo. Este término deriva de la palabra inglesa *entrepreneurship* que hace referencia a la habilidad para desarrollar nuevos negocios y saber aprovechar nuevas oportunidades. Pero lo cierto es que existe una diversidad de emprendedores, que no necesariamente se asocian al

mundo empresarial, Pisani (2016) distingue cuatro tipos de emprendedores: emprendedores de negocios, los empleados-emprendedores, emprendedores sociales y los emprendedores activistas.

El emprendedor es aquel que a partir de la observación de su medio, y en coordinación con otros, puede desarrollar una idea innovadora para crear o perfeccionar un producto o servicio. Esto exige tener la habilidad de confeccionar y desarrollar un proyecto en coordinación con un equipo. La capacidad de liderar grupos humanos es parte constitutiva de la figura de emprendedor “Desde el punto de vista de la dirección y gestión, es capaz de planificar, crear y dirigir equipos de trabajo, motivar y estimular, negociar y luchar ante inconvenientes que se le atraviesan en el camino y no le teme al fracaso” (Albano, Barrea, Patriarca, Krapf, Serenelli, y Frey, 2019, p. 208)

En las últimas décadas se han vuelto cada vez más frecuentes los discursos que perciben al emprendedurismo como una solución a los problemas de desempleo presentes en numerosas sociedades. El autoempleo apareció como una forma de sortear la imposibilidad que tiene el mercado laboral de absorber a toda la población económicamente activa y de traer a la vez una mejoría a la sociedad (Sánchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Flórez, J., 2017) . Los emprendedores comenzaron a ser vistos como una oportunidad de desarrollo regional y por lo tanto a cobrar relevancia para la sociedad, así lo afirma María Marta Formichella en su estudio para el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. La autora escribe que “[...] existe un círculo virtuoso entre los conceptos de emprendimiento, educación, empleo y desarrollo local, y que el Estado tiene un importante rol a la hora de alimentarlo.”(p. 3, 2004). Esta cuestión puede verse plasmada en la diversidad de políticas públicas que existen en la región latinoamericana. Según esta perspectiva, cada país debe reconocer y detectar quienes tienen potencial de emprender y desarrollarlos con espíritu de tomar acción, ya que la solución de problemas económicos depende de la propia fuerza laboral del país. En resumen, identificar oportunidades de desarrollo emprendedor y capitalizar en ellas. (Sánchez, 428). En el caso argentino en particular, a partir del año 2016 con llegada al gobierno de Mauricio Macri, se impulsan políticas públicas orientadas a fortalecer la innovación, la creatividad y el emprendedorismo. Entre estas medidas podemos mencionar la creación de la Secretaría de Cultura y Creatividad y la Subsecretaría de Economía Creativa. Además en el año 2017 se promulga la ley de emprendedores, de la cual derivan diversos programas y fondos para financiar proyectos asociados a esta temática.

Según el BID la economía naranja ya contribuye significativamente a la economía de la región, no obstante las políticas públicas asociadas a esta temática no se elaboran de forma integral, ya que no tienen en cuenta a todos los actores que forman parte del circuito de la economía creativa. Para este organismo, es preciso que los Estados adopten un enfoque más sistémico, que integre todos los elementos constitutivos del ecosistema creativo, es decir que se integre la oferta, la demanda y las interrelaciones entre todos los actores involucrados (Benavente, Grazzi, 2017).

El concepto de ecosistema es utilizado también para hacer referencia al entorno emprendedor. Se habla de esta forma de un *ecosistema emprendedor*, por el cual se entiende que la creatividad, la innovación y el emprendedorismo no pueden adjudicarse a un solo individuo u organismo, sino que deben entenderse como el resultado de una acción de múltiples actores que forman parte de un sistema que se retroalimenta. Es por esto que las políticas públicas deben pensar de forma integral, como un proceso que busca fomentar la coordinación de las distintas partes que forman el ecosistema en cuestión. En este contexto, el sistema educativo se suma a la diversidad de actores que tienen el potencial de fomentar la innovación, la creatividad y el emprendedorismo.

### **3. Emprendedorismo y educación universitaria**

En las últimas décadas, las expectativas sociales sobre el rol que debía cumplir las universidades fueron cambiando: a las tradicionales tareas vinculadas con la formación de capital humano y la dirección de investigaciones se le han sumado la necesidad de aportar al desarrollo económico de la sociedad, por medio de la tecnología de empresas o la creación de mismas por parte del alumnado y docencia (Sánchez, Ward, Hernández y Flórez; 2017). En este sentido, los centros de estudio universitario no sólo han comenzado a incluir múltiples capacitaciones relacionadas con el emprendedurismo dentro de su oferta académica, sino que también cuentan con espacios propios (incubadoras, aceleradoras, centros de emprendedores) que brindan asesoramiento técnico y apoyo financiero para el desarrollo de los emprendimientos de alumnos y docentes que pertenecen a su comunidad (Federico, Ibarra Garcia y Kantis; 2020).

Por su parte, Arroyo Vázquez y Jiménez Sáenz (2008) relatan cómo las universidades adquieren cada vez mayor implicancia en el proceso de desarrollo socio-económico de los territorios, dando lugar a una nueva modalidad: La universidad emprendedora. Sostienen además la existencia de una “[. . .] creencia generalizada de que, cuanto mayor es el número de empresas spin-off que una universidad es capaz de crear, tanto más

empresarial se considerará a dicha universidad". Montoya (2011) escribe, sobre la relación entre educación y los emprendimientos, que "Se deduce que a mayor nivel educativo surgirán más personas dispuestas a crear nuevas empresas"(p.59) entendiendo al asunto como un *círculo virtuoso*<sup>2</sup>.

Por último, Sánchez, Ward, Hernández y Flórez (2017) observan cómo esta forma de universidad se está integrando sistemáticamente como misión en el campo educativo y enumeran los valores que promueve, como son la necesidad de logro, el locus de control, la disponibilidad para tomar riesgos, la tolerancia a la ambigüedad, la innovación y la autoconfianza (pp. 410). Detallan además que existen tres ejes a partir de los cuales se desarrolla la educación emprendedora, que son en primer lugar el aprendizaje centrado en la solución de problemas auténticos, es decir el encuentro con situaciones reales donde desarrollar estrategias para problemas auténticos. El segundo eje es la metodología de aprendizaje basada en proyectos para lograr un fin particular o un producto específico. El tercer eje se trata del trabajo en equipos, promoviendo la cooperación entre personas, la organización y planificación de las actividades. Los autores afirman que "Las competencias emprendedoras requieren métodos activos para involucrar a los estudiantes en la creatividad y la innovación"(pp. 413).

#### **4. Metodología**

El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación UBACyT "Innovación, apropiación y creación de tecnologías: la cultura del emprendedorismo digital en las industrias creativas de la Ciudad de Buenos Aires" dirigido por Silvia Lago Martínez. El objetivo general del proyecto es analizar los procesos de apropiación de tecnologías digitales, creación e innovación que llevan adelante sujetos individuales y colectivos con la finalidad de desarrollar proyectos y/o emprendimientos que pueden estar destinados al mercado o a fines sociales, culturales o políticos. En este contexto se busca dar cuenta del rol que cumplen diversos actores como parte del ecosistema emprendedor en que estos sujetos o colectivos están inmersos. En la presente ponencia nos ocuparemos específicamente de analizar el lugar que ocupan las universidades como parte de este entorno emprendedor. Los resultados presentados forman parte de un primer acercamiento al campo, es decir se trata aún de un trabajo en vías de desarrollo.

---

<sup>2</sup> Expresión utilizada por María Marta Formichella en su monografía *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local* en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación", 2004.

Para dar cuenta de los objetivos planteados hemos construido una cartografía de la oferta educativa/formativa orientada a la innovación, la creatividad y el emprendedorismo de la región del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). En ella se han relevado las ofertas a niveles de grado, posgrado y cursos ad hoc ofrecidas por instituciones públicas y privadas durante el año 2020. La muestra está compuesta por un total de 35 universidades, las mismas fueron seleccionadas en base a un criterio teórico, donde se tuvo en cuenta: la participación de las universidades en eventos específicos (como la mesa de Universidades organizada por el GCBA)<sup>3</sup> orientados a la innovación, creatividad y emprendedorismo relevados en etapas previas de esta misma investigación, si la universidad forma parte de alguna política pública relacionada con la temática investigada, la existencia de una oferta académica orientada a los temas tratados y si la institución educativa posee algún centro, instituto o política de extensión universitaria orientada a la innovación, creatividad o formación de emprendedores.

La oferta educativa fue relevada mediante el análisis de los sitios web de las universidades en cuestión, se relevaron: datos generales de la universidad (ubicación geográfica, dirección web, redes sociales y tipo de gestión), datos generales de centro, instituto o incubadora de emprendedores y detalles específicos sobre cada una de las capacitaciones ofrecidas (nombre de la capacitación, tipo de capacitación, perfil profesional, duración, capacitadores, perfil de los destinatarios, entre otros). Además se hizo una observación de las redes sociales de las universidades, lectura de documentos gubernamentales y políticas públicas, relevamiento de medios de prensa, análisis de perfiles profesionales en sitios web y redes sociales específicas.

## **5. Universidades emprendedoras: características centrales**

La siguiente sección se propone ser una aproximación descriptiva al universo de universidades del AMBA con presencia de capacitaciones para emprendedores, compuesto por 35 unidades<sup>4</sup>. Para su estudio, se procedió al análisis de la información presente en el

---

<sup>3</sup><https://www.buenosaires.gob.ar/hacienda-y-finanzas/desarrollo-economico/emprendedores/noticias/mesas-de-universidades-asi-se>

<sup>4</sup> Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional de la Plata, Universidad del Salvador, Universidad Tecnológica Nacional, Universidad Católica Argentina, Universidad Argentina de la Empresa, Instituto Tecnológico de Buenos Aires, Universidad de Morón, Universidad de Belgrano, Universidad Kennedy, Universidad CAECE, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Universidad de la Marina Mercante, Instituto ESEADE, Universidad del CEMA, Universidad de Palermo, Universidad de San Andrés, Universidad Nacional de La Matanza, Universidad Maimónides, Universidad Austral, Universidad Torcuato Di Tella, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Universidad Nacional de San Martín, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Favaloro, Universidad Nacional General Sarmiento, Universidad Siglo XXI, Escuela Argentina de Negocios, Universidad Abierta Interamericana, Universidad de Flores, Universidad



Anuario de Estadísticas Universitarias 2018, realizado por la Secretaría de Políticas Universitarias dependiente del Ministerio de Educación Nacional, en donde son difundidas las cifras relativas a población universitaria en todo el país, tanto de instituciones públicas como privadas. A su vez, fueron explorados los sitios webs instituciones de las universidades, con el fin de conocer en profundidad la forma en la que se presentan ante el mundo, su misión o lema, como así también para conocer su oferta educativa, ya sean carreras de grado o de posgrado o cursos, tecnicaturas, talleres, diplomaturas, etc.

En las últimas décadas, se ha discutido y repensando el rol que cumplen estas instituciones dentro de nuestra sociedad, yendo más allá de la función formativa y de investigación que tradicionalmente ha cumplido. En este sentido, cada vez se les ha demandado un mayor involucramiento dentro del contexto en que se ubican, dando lugar a una nueva consideración de la misma: la *universidad emprendedora* (Arroyo Vázquez y Jimenez Sáenz, 2008). En este tipo de universidad, quedan combinadas e integradas las tradiciones educativas (formación e investigación) con aquellas nuevas ideas que plantean la necesidad de contribuciones al desarrollo económico y social.

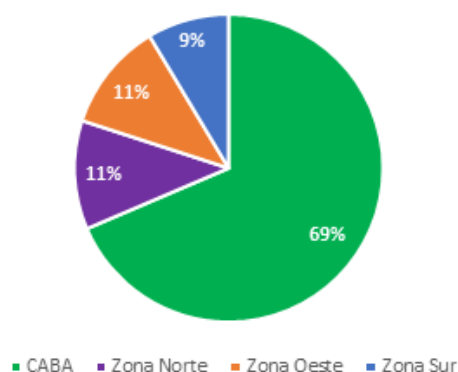
El universo de estas instituciones educativas presenta ciertas variables compartidas que nos permiten entender mejor cómo se posicionan dentro del panorama universitario en general y dentro del ecosistema emprendedor en particular. A partir del análisis en profundidad de estas características es que logramos llegar a un informe descriptivo sobre las universidades que componen este ecosistema.

Un primer análisis de los registros estadísticos nos permite saber con exactitud la **ubicación geográfica** de estas instituciones: casi el 70% de las mismas se encuentra dentro de los límites de CABA, mientras que el resto se reparte en los partidos del conurbano bonaerense (11% tanto para Zona Norte como Zona Oeste, 9% para Zona Sur), cómo se puede apreciar en el Gráfico 1.

---

Nacional de Tres de Febrero, Universidad Nacional de las Artes, Universidad Nacional de Avellaneda, Universidad Metropolitana de Educación y Trabajo y Universidad Nacional de Hurlingham.

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN UBICACIÓN GEOGRÁFICA



FUENTE: SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

Yendo un poco más en profundidad, a la hora de relevar el **tipo de gestión** de las universidades nos encontramos con que 2 de cada 3 son tiene una administración de carácter privado, mientras que las instituciones de carácter público arañan con llegar al tercio del total. En el Cuadro 1 se ve con mayor detalle esta distribución según tipo de gestión. Esta variable juega un papel clave a la hora de determinar cuán permeables son las instituciones para adoptar los lineamientos filosóficos y pedagógicos en materia emprendedora, siendo que las universidades privadas son más proclives y receptivas de este tipo de cosmovisiones y capacitaciones. Canova Herrera y Torres (2019) plantean la existencia de un *sistema inmunológico de la educación pública* en Argentina, el cual se activa a partir de la defensa que la sociedad realiza de los contenidos vigentes en los momentos en los que se pretende realizar reformas educativas pro-mercado.

CUADRO 1: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN TIPO DE GESTIÓN

	Total	%
Pública	11	31%
Privada	23	66%
Extranjera	1	3%
Total	35	100%

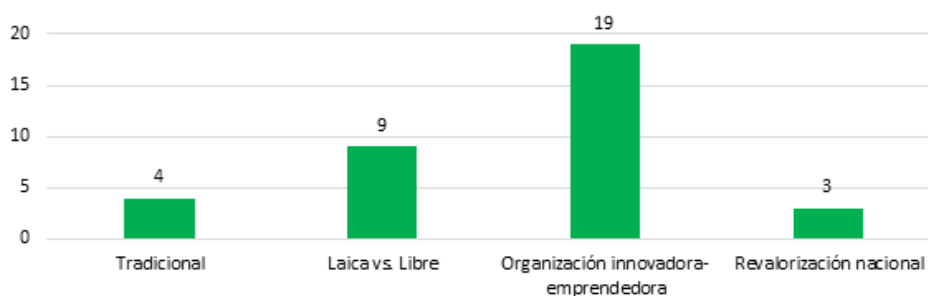
FUENTE: SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

Nos parece pertinente detenernos también en el **momento de fundación** de cada una de las universidades. Con la finalidad de facilitar la lectura de los datos, procedimos a agrupar los distintos años de fundación en periodos de la historia del sistema universitario argentino y sus matrices de desarrollo, dando la clasificación/periodización<sup>5</sup> presente en el Gráfico 2. Como veremos más adelante, aquellas universidades fundadas en los periodos en los

<sup>5</sup> **Periodización** inspirada en el estudio de Rovelli (2012): 1) Universidades tradicionales (1820 - 1955); 2) Surgidas a partir del Laica vs. Libre (1955 - 1975); 3) Surgidas durante la organización innovadora-emprendedora (1976 - 1999); 4) Surgidas con revalorización nacional (2000 - actualidad).

cuales hubo gobiernos de tendencia más liberal (*Laica vs. Libre y Organización innovadora-emprendedora*) presentan mayor presencia de formaciones emprendedoras. En contraposición, aquellas casas de estudio fundadas en periodos en los cuales el Estado era encabezado por gobiernos de mayor intervención en cuestiones públicas y sociales (*Tradicional y Revalorización nacional*), cuentan con menor presencia de este tipo de formaciones dentro de su oferta educativa.

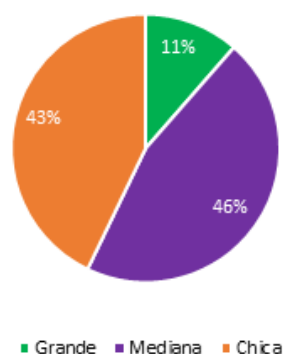
GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN PERIODO HISTÓRICO DE FUNDACIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE SITIOS WEB INSTITUCIONALES

Otra dimensión que nos parece importante a la hora de hablar sobre los centros de estudios es lo que refiere a su tamaño, para cuya medición utilizamos la **cantidad de alumnos** con la que cuentan. En este caso, sólo tomamos en consideración aquellos estudiantes que se encontraran cursando carreras de grado y pregrado, dado que constituyen el grueso del cuerpo estudiantil de las instituciones. A partir de su conteo, clasificamos a las instituciones de acuerdo a la tipología<sup>6</sup> condensada en el Gráfico 3:

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN CANTIDAD DE ESTUDIANTES DE GRADO



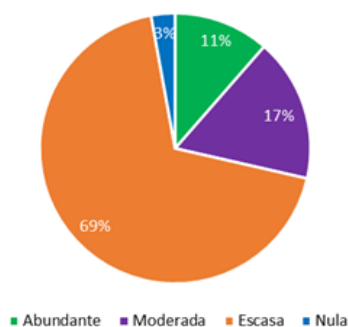
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS DE LA SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

<sup>6</sup> Criterio para la clasificación de universidades según **cantidad de estudiantes**: *Universidades grandes*: más de 50.000 estudiantes – *Universidades medianas*: entre 10.0001 y 50.0000 estudiantes – *Universidades chicas*: hasta 10.000 estudiantes (Elaboración a partir de la clasificación de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación)

Habiendo descripto las universidades en cuanto a ubicación geográfica, tipo de gestión, periodo de fundación y tamaño; pasamos a analizar aquellas variables directamente relacionadas con el emprendedurismo en el ámbito universitario. Hablamos, por un lado, de la oferta educativa de capacitaciones para esa temática en particular; y, por otro lado, de la presencia de incubadoras, aceleradoras y centros de capacitación dentro de sus marcos institucionales (Federico, Ibarra Garcia y Kantis; 2020). La incorporación de estos elementos ligados a esta temática responde a la reconceptualización que se ha dado en las últimas décadas sobre el rol que las instituciones educativas deben cumplir: además de servir a la formación e investigación, tienen que contribuir al desarrollo económico y social en el territorio (Arroyo Vázquez y Jimenez Sáenz, 2008).

En cuanto a la **oferta educativa** relacionada con formación para emprendedores, hicimos una clasificación de las universidades a partir de la cantidad de capacitaciones vinculadas a este campo, agrupando a las mismas dentro de un sistema de categorías<sup>7</sup> creado para esta cuestión. Entendemos como capacitación a cualquier tipo de curso, materia o carrera que sea brindado por la institución para esta cuestión específica, tanto en el área de grado como de posgrado. La distribución de las universidades en función de esto queda plasmada en el Gráfico 4:

GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN CANTIDAD DE CAPACITACIONES PARA EMPRENDEDORES



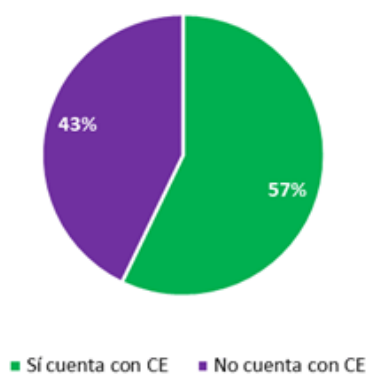
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE SITIOS WEB INSTITUCIONALES

Por último, procedimos a clasificar a las universidades en virtud de si **contaban con un Centro de Emprendedores** dentro de su espacio institucional. Estos espacios no sólo sirven para la socialización de emprendimientos y sus autores; en algunos casos también juegan un rol en la definición de los contenidos incluidos en las capacitaciones que mencionamos anteriormente. Al mismo tiempo, cumplen un papel clave en la provisión de

<sup>7</sup> Criterio para la clasificación de universidades según **oferta educativa**: *Abundante*: 10 a más capacitaciones – *Moderada*: entre 9 y 4 capacitaciones – *Escasa*: entre 3 y 1 capacitaciones – *Nula*: Ninguna capacitación

recursos técnicos y económicos para el desarrollo de proyectos, viéndose esta ayuda materializada en la creación de incubadoras y aceleradoras propias de las instituciones universitarias (Mason y Brown, 2014). En el gráfico 5 podemos constatar que más de la mitad de las universidades cuentan con estos tipos de centros, existiendo casos en los cuales una misma universidad cuenta con más de un centro (siendo las Facultades las encargadas de su gestión).

GRÁFICO 5: DISTRIBUCIÓN DE UNIVERSIDADES DEL AMBA SEGÚN EXISTENCIA DE CENTRO DE EMPRENDEDORES (CE) EN LA INSTITUCIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE SITIOS WEB INSTITUCIONALES

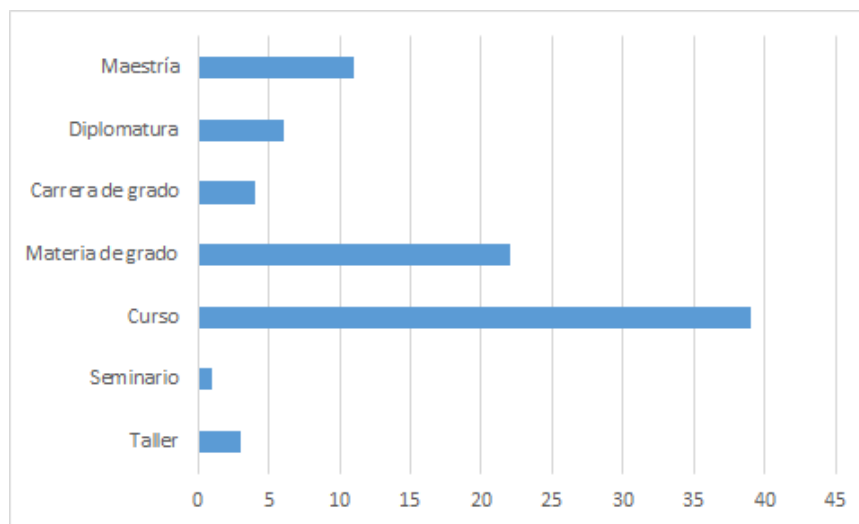
En resumen, las universidades añaden gradualmente espacios formativos, de asistencia y socialización para el desarrollo de emprendimientos: desde capacitaciones presentes en su oferta académica (cursos, materias, carreras, talleres, etc.) hasta centros de creación, desarrollo y socialización de emprendimientos (centro de emprendedores, aceleradores, incubadoras, etc.). Acorde a los nuevos objetivos que la sociedad establece para estas instituciones, es así como el campo universitario pasa a transformarse en un actor clave para el desarrollo del ecosistema emprendedor.

## 6. Tipo de capacitaciones ofrecidas

En este apartado nos interesa particularmente detenernos en la oferta educativa orientada a la innovación, creatividad y emprendedorismo que ofrecen las universidades relevadas. En relación con el nivel educativo de las capacitaciones halladas en la muestra relevada, encontramos que las universidades ofrecen desde carreras de posgrado y grado hasta cursos cortos abiertos a toda la comunidad con objetivos específicos. La oferta de posgrado incluye maestrías, diplomaturas y en menor medida cursos. En el grado en cambio, es frecuente observar materias que aborden este tipo de problemáticas y solo excepcionalmente podemos hallar carreras de grado en estas temáticas. Vale destacar

también que la oferta de carreras de grado es enteramente de universidades privadas. Los cursos, talleres y capacitaciones son frecuentes en las universidades relevadas, en general tienen una corta duración y están dirigidas a un público amplio. En el siguiente gráfico se pueden observar los distintos tipos de capacitaciones según la cantidad de oferta relevada.

GRÁFICO 6: TIPO DE OFERTA ACADÉMICA SEGÚN CANTIDAD<sup>8</sup>



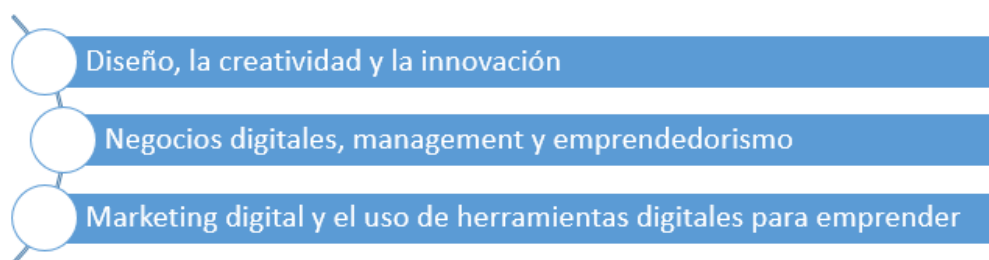
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Los cursos impartidos son los que destacan en número y variedad de temáticas. Muchos de estos no están orientados a un público en particular, sino que buscan fomentar ciertas capacidades emprendedoras que trascienden áreas específicas del conocimiento. Dorochesi Fernandois (2018) sostiene que existen distintos marcos teóricos que afirman que el proceso emprendedor es plausible de ser educado. Para ello es preciso entender a este proceso como un todo orgánico, un proceso multifacético que abarca distintas áreas disciplinarias.

Respecto al área del conocimiento podemos distinguir 3 grandes grupos: una oferta enfocada al diseño, la creatividad y la innovación, otra a los negocios digitales, management y emprendedorismo, y una tercera referida al marketing digital y el uso de herramientas digitales para emprender.

<sup>8</sup> Gráfico ordenado según la duración de cada tipo de capacitación.

FIGURA 1: TIPO DE OFERTA ACADÉMICA SEGÚN ÁREA DEL CONOCIMIENTO OFRECIDA POR LAS UNIVERSIDADES.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el caso de las dos primeras categorías las capacitaciones ofrecidas por las universidades incluyen cursos cortos, carreras de grado y posgrado, mientras que, lo que refiere a marketing digital y herramientas digitales para emprender, se ofrecen mediante cursos cortos de objetivos específicos. Este tipo de oferta parece reafirmar lo que sostienen Dorochesi Fernandois (2018): “Pareciera que el enfoque positivista, dominante en las ciencias tradicionales, si bien ha conducido al desarrollo de modelos, conceptos y clasificaciones de la iniciativa emprendedora, también ha limitado su aplicación sobre ámbitos específicos, reduciendo o fragmentando la comprensión del fenómeno emprendedor a la mera aplicación de herramientas” (p. 90)

La modalidad de las capacitaciones son tanto presenciales (39%) como virtuales (38%). No obstante, cabe aclarar que en el marco del COVID-19, varios de los cursos que suelen darse de forma presencial, se ofrecieron de modo virtual. Algunos cursos ofrecen ambos tipos de modalidades de cursada, es decir, virtual o presencial (22%). De modo excepcional nos encontramos con cursos de modalidad semipresencial (1%).

## 7. Los capacitadores: perfiles profesionales

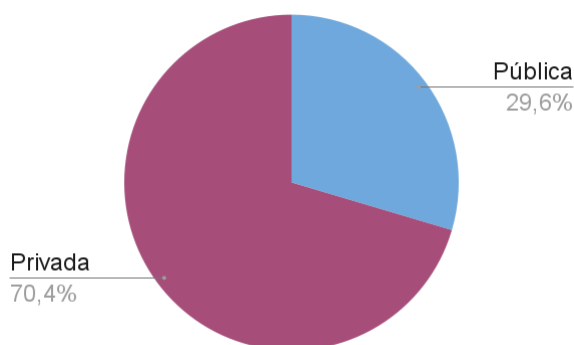
### 7.1 Características generales

El propósito de este capítulo es analizar la población de los responsables de las capacitaciones en el área de emprendedurismo en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Lo primero que llama la atención es la composición en un 78,08% de hombres y solo en un 21,92% de mujeres. Sánchez, Ward, Hernández, & Flórez escriben al respecto que tanto mujeres como ciertas minorías “enfrentan mayores obstáculos en desarrollo emprendedor, tales como menos experiencia, recursos limitados y menos mentores” y entienden que “establecer programas que propicien eventos y ambientes que fomenten actitudes emprendedoras podrían actuar como agente de cambio para contrarrestar este problema”

(p. 411, 2017). Gutiérrez Montoya (2011) argumenta, sobre la brecha existente entre géneros, entendiendo que los hombres se orientan en mayor medida a los logros que las mujeres, siendo más propensos así la creación de empresas. Describe también que las empresas creadas por mujeres a menudo fueron pensadas para cubrir las necesidades propias y de la familia.

Con respecto al tipo de institución en la que trabajan los capacitadores encontramos que un 70% lo hace en universidades privadas y un 30% en públicas. Esto puede ser tanto porque existen más cursos y programas en las universidades privadas como porque emplean más capacitadores. Sobre la injerencia de las universidades de gestión pública Formichella (2011) escribe que la educación privada “no será suficiente para producir los beneficios individuales y comunitarios que permitan poder alcanzar el óptimo social” (p. 23) y que por lo tanto se vuelve necesaria la participación de las instituciones públicas y del Estado.

GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN DE LOS CAPACITADORES SEGÚN LA GESTIÓN DE LA INSTITUCIÓN



FUENTE: PRODUCCIÓN PROPIA

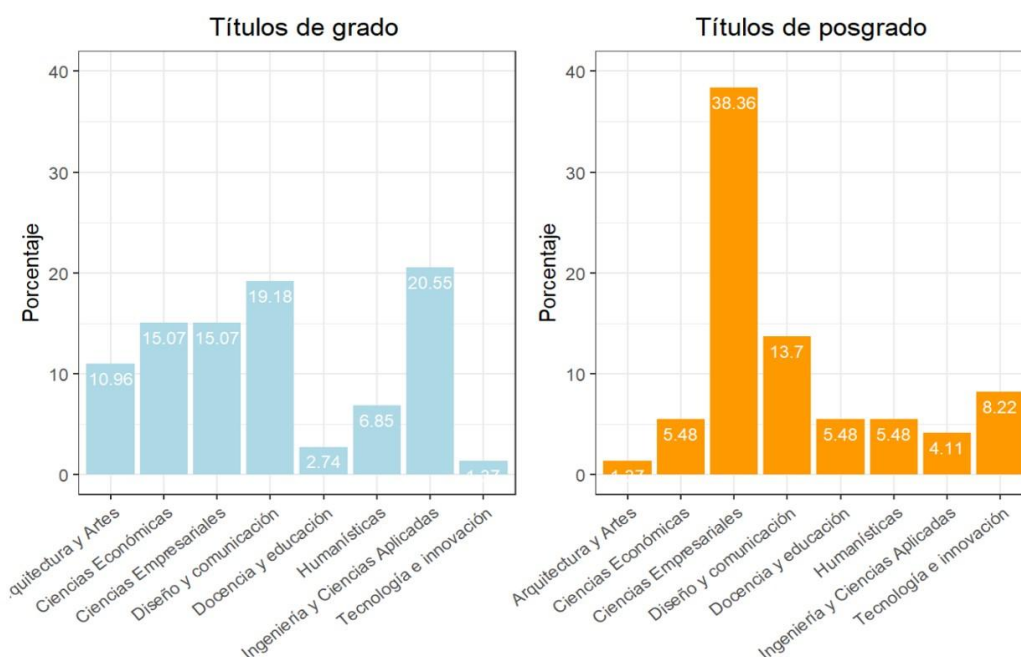
## 7.2 Titulaciones

Al observar el desarrollo educativo de los capacitadores encontramos que hay casi un 10% que no posee título formal terciario y por otro lado hay casi un 70% que además del o los títulos de grado cuenta también con estudios de posgrado.

Con respecto a los títulos de grado existe una distribución variada entre las áreas de Arquitectura y artes, Ciencias económicas, Ciencias empresariales, Diseño y comunicación e Ingeniería y Ciencias aplicadas. Consideramos relevante para el informe la escasa formación en las áreas de Educación y Tecnología. En el caso de los estudios de posgrado hay una marcada tendencia hacia el área de Ciencias Empresariales y aumentan levemente las titulaciones en Educación y Tecnología.



GRÁFICOS 8 Y 9: DISTRIBUCIÓN DE LAS TITULACIONES SEGÚN ÁREA



FUENTE: PRODUCCIÓN PROPIA

### 7.3 Perfil profesional y actividades laborales

Numerosas investigaciones advierten la importancia que posee hoy la educación emprendedora frente a la tradicional. Este término aparece para describir aquellos cambios de estructura presentes en los distintos niveles educativos que fomentan la expansión de las consideradas habilidades emprendedoras en los estudiantes con el objetivo de alentar la formación de proyectos innovadores y creativos. Algunos componentes claves de la educación emprendedora son la centralidad del conocimiento práctico, de negocios, desarrollo de capacidades de liderazgo y toma de decisiones, trabajo en equipo y generación de proyectos (Gutiérrez Montoya, 2011).

Sánchez, Ward, Hernández y Flórez (2017) escriben que los capacitadores tienen un rol central dentro de la educación emprendedora ya que son los facilitadores del aprendizaje y que por ello “[...] todo profesor ha de acceder durante su carrera a una experiencia de formación en los temas y métodos claves relativos al aprendizaje emprendedor y la educación en emprendimiento. Las competencias emprendedoras requieren métodos activos para involucrar a los estudiantes en la creatividad y la innovación” (p. 413).

Arroyo Vázquez y Jiménez Sáenz (2008) señalan también la importancia de que los docentes sean empresarios o emprendedores en sí mismos y estén estrechamente vinculados a la materia que imparten. Encontramos que el 41% de la población analizada es

empresario en vista de que ha fundado, es director, CEO o dueño de una compañía. Por otro lado, si bien menos del 10% se perciben a sí mismos como emprendedores, más del 24% desarrolla actividades de mentoría dentro del ambiente. Gutiérrez Montoya resalta al respecto la centralidad, a la hora de emprender, del vínculo con el mundo empresarial y las redes de contactos en el ambiente. Estas últimas son percibidas como un aspecto clave del ecosistema emprendedor y se construyen, en parte, mediante el vínculo entre docentes y alumnos.

FIGURA 2: PALABRAS CON MÁS APARICIONES EN LOS PERFILES DE PROFESIONALES.



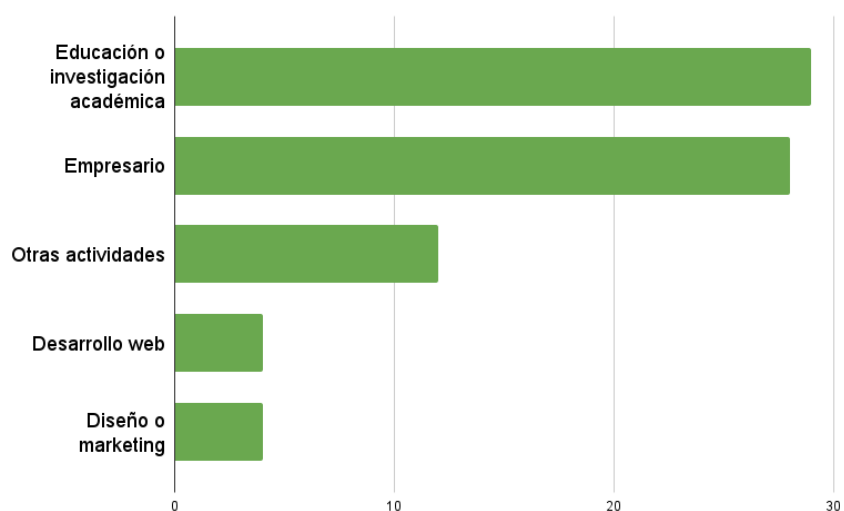
FUENTE: PRODUCCIÓN PROPIA

A través de los perfiles profesionales de los responsables de las capacitaciones, aquellas presentaciones que escriben sobre sí mismos, hallamos que términos como *marketing*, *diseño*, *negocios*, *innovación* y *consultoría* son, entre otros, los que más se repiten. En menor medida pero también con frecuencia aparecen *emprendedor*, *creativo*, *educación*, *digital*, *cambios* y *gestión*. Cabe resaltar que la creatividad aparece como uno de los aspectos centrales a desarrollar para lograr formar personas emprendedoras o con *espíritu emprendedor*<sup>9</sup>, así como la aptitud para adaptarse a los cambios y las ganas de innovar.

Mediante el mismo método podemos conocer que una gran cantidad de las personas analizadas se dedica, por fuera del cargo por el que es relevado, a actividades relacionadas a la docencia, comunicación, cargos de gestión en universidades, consultoría, dirección de empresas y en menor medida desarrollo multimedial y artístico.

<sup>9</sup> Término acuñado por diversos artículos citados en este trabajo, como Formichella (2004), Del Giorgio Solfa et al. (2018), Sánchez et al. (2017), Gutiérrez Montoya (2011).

GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES LABORALES DE LOS CAPACITADORES



FUENTE: PRODUCCIÓN PROPIA<sup>10</sup>

## 8. Destinatarios de las capacitaciones

Al observar las características que deben poseer los destinatarios de la oferta educativa que ofrecen las distintas universidades relevadas, hemos podido constatar que existe un margen amplio de receptores. Esta variedad de destinatarios puede observarse en torno al nivel educativo solicitado, la experiencia requerida en el mundo emprendedor o empresarial, tipo de relación laboral y la jerarquía profesional.

Respecto de los requisitos educativos, vemos que hay una gran cantidad de cursos dirigidos a un público general sin ningún título previo específico, cuya principal cualidad debe ser manifestar las ganas de emprender o autoperibirse como emprendedor. Por otra parte, y del otro lado del espectro analizado, existe una parte de la oferta educativa que se enfoca directamente en el público universitario, tanto sea estudiantes de grado como de posgrado. En este último caso si bien lo que prima es poseer un título (secundario, ser alumno regular de una carrera universitaria o graduado) también existe la posibilidad de arribar a estos

<sup>10</sup> Categorización realizada en base a las actividades que realizan los capacitadores, exceptuando el cargo por el que fueron relevados. Las categorías se formaron de la siguiente forma, a partir de datos recopilados para este trabajo:

- Desarrollo web: Quienes se dediquen a áreas de tecnología, desarrollo web o multimedial
- Diseño o marketing: Quienes se dediquen al diseño, arte, marketing o en algún área comercial con especificidad en diseño
- Educación o investigación académica: Quienes se dediquen a la enseñanza, dirección o gestión de instituciones o participen en tareas de investigación
- Empresario: Quienes sean fundadores, directores, dueños o posean cargos de jerarquía en empresas

estudios superiores a quienes puedan acreditar una trayectoria profesional similar a la de un graduado universitario. Este tipo de evaluación involucra una entrevista con el aspirante y un análisis minucioso de su curriculum. En relación con los requisitos educativos resalta el hecho de que las capacitaciones más extensas y específicas suelen estar relacionadas con los estudios de posgrado y grado, como ser diplomaturas y maestrías.

En relación con la experiencia requerida, nuevamente nos encontramos con una variedad de situaciones. Existen cursos ofrecidos para quienes recién comienzan a emprender y otros para personas con amplia experiencia laboral y profesional. No obstante, lo llamativo de la oferta es que hay capacitaciones dirigidas a todas las situaciones mencionadas, es decir que un mismo curso puede involucrar a quienes recién se inician junto con profesionales consolidados. La oferta destinada a personas con experiencia laboral es aquella que se enfoca en áreas específicas antes que en capacitaciones generales.

El tipo de relación laboral es otra de las variables que se enuncia a la hora de establecer quienes son los destinatarios de la capacitación, en el mundo emprendedor es habitual diferenciar a quienes trabajan en relación de dependencia de quienes lo hacen de forma independiente. Se suele hacer referencia a esto en los cursos cortos o talleres, donde el público destinatario abarca personas en relación de dependencia, freelancers, cuenta propia y emprendedores. Donde si bien se especifica el amplio arco de destinatarios al cual estas están destinadas, las capacitaciones no suelen elaborarse en torno a esta característica, más bien incluyen a todas las personas más allá de su condición laboral de base.

Otra cuestión que aparece diferenciada en las capacitaciones universitarias es la jerarquía laboral. Pero al igual que sucede con la condición laboral, son solo los cursos y talleres quienes distinguen esta cuestión y la oferta de un mismo curso incluye a toda la gama existente dentro de esta condición, es decir desde quienes recién se inician hasta mandos medios y altos dentro de una empresa.

También es posible distinguir distintas áreas del conocimiento a la que deben pertenecer los destinatarios. Entre las principales áreas podemos distinguir tres grandes campos: el primero ligado al mundo del negocio, como ser: administración de empresas, negocios, economía empresarial, Management y Finanzas, Analítica Empresarial y Social, Licenciatura en Comercialización y Licenciatura en Recursos Humanos. En segundo lugar, se encuentran las áreas referidas a la comunicación y lo digital, como son: diseño, arte, comunicación, informática, sistemas y telecomunicaciones. Y finalmente lo que hace al mundo de la industria: electrónica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Informática. Es preciso destacar que

como se viene mencionando desde el inicio de este apartado, muchas capacitaciones tienen como destinatario a emprendedores independientemente de su área específica.

Si observamos nuevamente los tipos de emprendedores clasificados según Pisani (2016), podemos concluir que en el caso de las universidades se busca formar emprendedores de dinero o empleados-emprendedores antes que emprendedores sociales o activistas. Ya que los destinatarios esperados se relacionan siempre con el mundo de la empresa y su jerga específica.

## **9. Centro de emprendedores: Una práctica difundida**

Durante el relevamiento realizado sobre las universidades del Área Metropolitana de Buenos Aires se observó que un gran número de ellas cuenta con centros dedicados específicamente a *actividades emprendedoras*, brindando talleres, mentorías, cursos de formación, organizando jornadas de esparcimiento, concursos con premios económicos y ayudas financieras, entre otras posibilidades. Estos centros buscan fomentar la innovación y gestión de proyectos de los estudiantes, cuentan con directores que a menudo son docentes en carreras de grado o posgrado en la institución y están en estrecho contacto con el mundo empresarial.

De los veinte centros hallados al menos cinco<sup>11</sup> son incubadoras registradas en el ministerio de producción de la nación y otros siete<sup>12</sup> figuran en el “gps emprendedor” como lugares a los que acudir por formación. Acerca de las incubadoras Sánchez, Ward, Hernández y Flórez escriben:

Uno de los retos del sistema educativo es propiciar condiciones relacionadas al autoempleo. Esta reorientación del proceso educativo puede llevar a la utilización de las instituciones educativas como incubadoras de empresas., una herramienta útil para comenzar nuevos negocios, spin offs y construir nexos con las industrias, implicando a los alumnos en entrenamientos. (Sanchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. p. 418)

En relación con las incubadoras y centros de emprendedores en las universidades públicas del AMBA María Marta Formichella (2004) afirma que el Estado debe contribuir a que la

---

<sup>11</sup> Untref, FADU, Universidad de Hurlingham, Universidad nacional de La plata y UTN

<sup>12</sup> Universidad de San Andrés, Universidad de Flores, UNSAM, Universidad de Quilmes, Universidad de Palermo, Facultad de Ciencias Económicas (uba)

educación emprendedora y el desarrollo de las capacidades emprendedoras tenga la difusión necesaria ya que el sector privado “no será suficiente para producir los beneficios individuales y comunitarios que permitan poder alcanzar el óptimo social.” (p. 23)

Otro dato a destacar es la búsqueda por parte de las universidades de emprendedores y proyectos dentro de su propia comunidad así como la activa exposición de los casos exitosos en sus sitios web a modo de publicidad.

FIGURA 3: EMPRENDIMIENTOS LLEVADOS ADELANTE POR LA UNIVERSIDAD DI TELLA



FUENTE: [https://www.utdt.edu/listado\\_contenidos.php?id\\_item\\_menu=23643](https://www.utdt.edu/listado_contenidos.php?id_item_menu=23643)

FIGURA 4: EMPRENDIMIENTOS LLEVADOS POR LA UNIVERSIDAD ARGENTINA DE LA EMPRESA (UADE)



FUENTE: <https://www.uade.edu.ar/acerca-de-uade/uade-hub/nuestros-emprendedores>

Se desprende una visión altamente positiva del emprendedorismo y la innovación en el perfil de los estudiantes egresados, Formichella expresa al respecto que “se puede afirmar que las aptitudes emprendedoras contribuyen positivamente en el desarrollo de un proyecto y en el de una comunidad” (2004, p.2). Observamos también una notable publicidad en los sitios web de las instituciones relacionada a jornadas, concursos y eventos relacionados a emprendedurismo, como en el caso de la Universidad Nacional de La Matanza que si bien no posee centro ni cursos o capacitaciones tiene en este momento un banner publicitario en el inicio de la página.

FIGURA 5: BANNER PUBLICITARIO DEL RALLY LATINOAMERICANO DE INNOVACIÓN EN LA PÁGINA DE INICIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA.



FUENTE: <https://www.unlam.edu.ar/>

## 10. Conclusiones

A lo largo de nuestra investigación hemos podido analizar detenidamente cómo se manifiesta el fenómeno del emprendedurismo en la esfera educativa del AMBA. Yendo más allá de la idea de que se limita a un simple curso de capacitación, vemos cómo este tipo de prácticas involucra instituciones en tanto organizadoras de las mismas, cuentan con características propias que las definen y diferencian de lo que se entiende por “educación tradicional”, son dirigidas por profesionales capacitados con amplia trayectoria dentro del ámbito y buscan apuntar un público determinado para formar parte de su audiencia/clientela.

En el caso de las universidades, en tanto instituciones responsables de las capacitaciones que analizamos en el desarrollo de este trabajo, vemos cómo ciertas variables generales (tipo de gestión, momento de fundación, etc.) parecieran tener cierto peso a la hora de explicar la presencia de elementos propios del emprendedurismo. Estos se manifiestan de dos maneras bien claras: mientras que los cursos de capacitación, en sus diferentes modalidades, buscan la transmisión de los valores y conocimientos teóricos propios de este campo; los espacios institucionales como centros de emprendedores, incubadoras y aceleradoras se encargan de proveer de apoyo técnico y material para llevar los proyectos de la comunidad a la práctica. Sumamos también que estas instituciones, al formar parte del dicho ecosistema emprendedor, conforman uno de los tantos espacios de socialización en los cuales los individuos que se desenvuelven dentro de este campo generan redes y conexiones (no sólo útiles para el desarrollo de futuros emprendimientos, sino que también contribuyen a reforzar el sentimiento pertenencia a este ecosistema y la autopercepción como individuos emprendedores).

Al observar las capacitaciones ofrecidas por las diversas universidades hemos podido apreciar que en la oferta educativa prevalece la idea de generar un conocimiento transversal a las distintas áreas temáticas antes que una oferta específica o especializada en una determinada área del conocimiento. Esto se observa en el hecho de que el tipo de oferta educativa más frecuente son los cursos con un público amplio y diverso, es desmedro de las especializaciones de posgrado para profesionales consolidados en un área específica. Esto coincide, por una parte, con la idea de multidisciplinariedad que caracteriza a la educación emprendedora y por otra, con una suerte de fragmentación del conocimiento que lleva a que el impacto de dicha forma de capacitar sea limitado o anecdótico dentro de la formación. En cuanto a las áreas de conocimientos más frecuentes dentro de la oferta de este tipo de cursos observamos que la oferta relevada adquiere en muchos casos características instrumentales antes que la visión holística y actitudinal que implica formar emprendedores.

Encontramos sobre los responsables de las capacitaciones una gran cantidad que cuenta con estudios en Ciencias económicas, empresariales (especialmente en los estudios de posgrado) y marketing, mientras que solo una pequeña posee titulaciones en las áreas de educación y tecnología. A partir de los resultados obtenidos entendemos que actualmente para las instituciones que ofrecen capacitaciones sobre emprendedorismo cobra relevancia que los docentes a cargo posean contacto con el mundo empresarial ya que una gran parte de los mismos son empresarios o se desempeñan en puestos de jerarquía dentro de compañías. A su vez una porción de capacitadores se reconoce emprendedor a sí mismo o mentor de emprendedores, esto contribuye a establecer vínculos entre personas con experiencia y aquellas que se encuentran comenzando o que pueden potencialmente desarrollar un emprendimiento futuro, fortaleciendo y ampliando el ecosistema emprendedor.

Respecto de los receptores esperados para las capacitaciones hemos podido observar que a mayor especialización en un área específica del conocimiento más restrictivo se vuelve el criterio de selección. Esto puede observarse en los cursos y especializaciones de posgrado donde el ingreso requiere tener un título universitario y dedicarse a un área concreta de trabajo. Las tres áreas del conocimiento más solicitadas son: negocios, arte y comunicación, e industria. Por el contrario, cuando observamos los cursos de grado u orientados a un público general, es decir no necesariamente dentro del sistema educativo formal, vemos que los criterios de selección abarcan una población diversa. Cabe aclarar que los cursos ofrecidos suelen dar detalles sobre los destinatarios esperados, a partir de dicho análisis hemos podido observar que este tipo de cursos abarca todo el arco existente respecto de: nivel educativo, experiencia laboral, relación laboral, y jerarquía laboral. Es decir, un mismo taller está destinado tanto a un senior como a un junior, a una persona con más de 30 años



de experiencia como a alguien que aún no posee experiencia. En los casos más extremos los cursos apelan a la autopercepción antes que a las certificaciones formales, si la persona se considera emprendedora el curso está destinado para ella.

A modo de cierre, nos parece importante destacar que el fenómeno emprendedor es aún incipiente en el caso de las universidades Argentinas, esto se expresa tanto en las universidades que ofrecen una educación emprendedora como en la profundidad de la oferta ofrecidas por estas. No obstante podemos apreciar que el carácter multidisciplinar que involucra los procesos de innovación, creatividad y emprendedorismo encuentra su espacio más fecundo en los centros, incubadoras y proyectos de extensión de las universidades. Queda para futuras investigaciones profundizar en las características que adquieren estos centros y analizar de forma exhaustiva los programas y planes de estudios que imparten las universidades.

## **Bibliografía**

Arroyo-Vázquez, M., Jiménez-Sáenz, F. (2008). *La incorporación de la innovación y el emprendedurismo en la educación superior: Una formación a futuro*. (Instituto IDEAS para la Creación y Desarrollo de Empresas). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/36028302.pdf>

Benavente, J. M., Grazi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Canovas Herrera, Gisela y Torres, Guadalupe (2019). *El emprendedorismo en cuestión: la mirada de los docentes de la Ciudad de Buenos Aires (2013-2018)*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <https://cdsa.aacademica.org/000-023/450.pdf>

Dorochesi Fernandois, M. (2018) Elementos de contexto para revisar la educación del emprendimiento. En F. Del Giorgio Solfa y M. Dorochesi Fernandois (Eds.) Educación, diseño e innovación en Latinoamérica. Evolución, análisis de casos y perspectivas sobre la educación técnico profesional: un enfoque desde el emprendedorismo y el desarrollo local (pp. 79-116). Recuperado de <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/book/1010>

Federico, J., Ibarra Garcia S.y Kantis, H. (2020). La visión sistémica del emprendimiento y el ecosistema emprendedor. En D. Suárez, A. Erbes y F. Barletta (comp.) *Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos : herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje*. Madrid: Ediciones complutense y Ediciones UNGS.

Formichella, M. M., (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. (Beca de iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación"). Buenos Aires: INTA

Harvey, David (1998). Capítulo 17 "Compresión espacio-temporal y condición posmoderna". En *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Lago Martínez, S. (2018) Innovación, creación y emprendedorismo en las industrias creativas tecno-digitales en Argentina. En S. Finquelievich (Coord.) *TIC e Innovación Productiva Políticas públicas para el desarrollo local: presente y futuros posibles Conceptos centrales del texto de utilidad para la investigación (concepto y definición)*. Teseo Press. Recuperado de <https://www.teseopress.com/ticeinnovacion/chapter/innovacion-creacion-y-emprendedorismo-en-las-industrias-creativas-tecno-digitales-en-argentina-3/>

Mason, Colin y Brown, Ross (2014). "Entrepreneurial Ecosystems and Growth-Oriented Entrepreneurship". Background paper prepa-red for the workshop organised by the OECD leed Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, La Haya, noviembre de 2013.

Pisani, F. (2016). *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo*. Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica.

Sanchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401 - 473. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

Gutiérrez Montoya, Guillermo (2011). *Educación emprendedora en la universidad: Educando para el futuro*. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 49-68. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550952004>