



Revista de estudios y experiencias en educación

ISSN: 0717-6945

ISSN: 0718-5162

Universidad Católica de la Santísima Concepción. Facultad de Educación

Silva-Peralta, Yamila; Rompato, María Emilia;
Pesce, Nadia; Tassier, Dolores; Castaño, Anabella
Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un
análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios
Revista de estudios y experiencias en educación, vol. 21, núm. 46, 2022, pp. 328-344
Universidad Católica de la Santísima Concepción. Facultad de Educación

DOI: <https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243172248019>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

UAEH [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Revista de Estudios y Experiencias en Educación REXE

journal homepage: <http://revistas.ucsc.cl/index.php/rexe>

Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios

Yamila Silva-Peralta^a, María Emilia Rompató^b, Nadia Pesce^c, Dolores Tassier^d y Anabella Castaño^e


Universidad Nacional de Mar del Plata^{abcde}. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)^a. Proyecto Mujer[ES] Emprendedoras Sociales (FFPG, Naciones Unidas)^a. Red Mujer[ES] Emprendedoras Sociales (CYTED)^a. Mar del Plata. Argentina.

Recibido: 22 de marzo 2021 - Revisado: 17 de mayo 2021 - Aceptado: 24 de mayo 2021

RESUMEN


Aunque ha surgido cada vez con más fuerza una línea investigativa centrada en comprender la actividad emprendedora como una de múltiples aristas, vinculada a su composición biográfica, social, educacional y cultural, se vislumbra, aun así, cierto vacío empírico al momento de indagar las formas concretas que adquiere la vinculación entre la educación superior y el ámbito emprendedor. Este trabajo se construyó con el deseo de aportar contenido en este sentido, y con el objetivo de analizar las estrategias actualmente implementadas para fomentar la educación para el emprendimiento en la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), considerando exclusivamente la perspectiva de estudiantes de pregrado. En este sentido, resulta posible decir que se recogieron técnicas propias de la metodología cualitativa, específicamente en lo que refiere a la estrategia de investigación del estudio de caso único y el uso del método de la Teoría Fundamentada, mediante el cual fue tomado un cuestionario a una muestra teórica de 106 estudiantes de pregrado. Los resultados demuestran

*Correspondencia: María Emilia Rompató (M. Rompató).

^a  <https://orcid.org/0000-0003-1917-3406> (yamilasilvaperalta@gmail.com).

^b  <https://orcid.org/0000-0001-6089-2387> (merompato@gmail.com).

^c  <https://orcid.org/0000-0002-0918-3400> (nadia_p90@hotmail.com).

^d  <https://orcid.org/0000-0001-8628-1947> (dolorestassier@yahoo.com.ar).

^e  <https://orcid.org/0000-0002-1939-1166> (ana_rob20@hotmail.com).

que entre las estrategias actuales de mayor envergadura se destacan el desarrollo de perfiles emprendedores en los estudiantes y estrategias de enseñanza- aprendizaje, específicamente dirigidas al desarrollo de emprendimientos. Se concluye que la Universidad Nacional de Mar del Plata fomenta el desarrollo de ciertas estrategias emprendedoras, aunque debiera incursionar en un plan estratégico, sistematizado y riguroso, a la altura de las necesidades educativas, laborales y sociales de su comunidad.

Palabras clave: Educación superior; estudiantes; estrategias; emprendedores; educación y empleo.

Strategies to promote entrepreneurship in higher education. An analysis from the perspective of undergraduate students

ABSTRACT

Although an investigative line has emerged focused on understanding entrepreneurial activity as one of multiple edges, linked to its biographical, social, educational, and cultural composition, there is, even so, a certain empirical void at the moment of investigating the concrete forms that the link between higher education and the entrepreneurial field acquires. This work was built with the desire to provide content in this sense and with the aim of analyzing the strategies currently implemented to promote education for entrepreneurship at the National University of Mar del Plata (Argentina), exclusively considering the perspective of undergraduate students. In this sense, it is possible to say that techniques of the qualitative methodology were used, specifically with regard to the research strategy of the single case study and the use of the Grounded Theory method, through which a questionnaire was taken from a theoretical sample of 106 undergraduate students. The results show that among the current strategies of greater scope, the development of entrepreneurial profiles in students and teaching-learning strategies specifically directed to the development of enterprises stand out. It is concluded that the National University of Mar del Plata encourages the development of certain entrepreneurial strategies, although it should enter into a strategic, systematic, and rigorous plan at the height of the educational, labor, and social needs of its community.

Keywords: Higher education; students; strategies; entrepreneurs; education and employment.

1. Introducción

Que la educación superior ha sufrido transformaciones a lo largo de su existencia no resulta una novedad para nadie. Que debe seguir transformándose, menos aún. En este sentido, no solo se evidencian transformaciones en su estructura, organización y gobernanza, sino también en la inclusión de una formación integral que pueda complementar el desarrollo de conocimientos profesionistas (García Blanco y Cárdenas Sempertegui, 2018).

Esta transformación se encuentra, entre otros motivos, altamente condicionada por el complejo acceso al mercado laboral de los jóvenes profesionales. Es que, si años atrás bastaba

con un título universitario, el mercado hoy se desarrolla de una manera altamente competitiva, marcado por exigencias, tales como el desarrollo de conocimientos y competencias complementarias que prueben la valía de ese joven profesional (Rabanal Oyarce et al., 2020). Es por ello que resulta vital el desarrollo de estrategias propias de la educación para el emprendimiento, dándoles la posibilidad a los estudiantes de reaccionar con mayor apertura y flexibilidad a los cambios constantes de este mundo globalizado y a la complejidad del mercado laboral, convirtiéndose la educación en facilitadora del emprendimiento mediante el involucramiento del estudiante en la práctica.

El análisis de la actividad emprendedora no resulta nuevo, aunque si su viraje hacia una perspectiva multi causal. Mientras que los primeros avances se dieron en torno a su concepción como una actividad económica, las investigaciones más recientes se enfocan en situar dicha actividad en su contexto social, analizando principalmente la relación entre el emprendimiento y diversas instituciones, entre ellas, instituciones de educación superior, con especial énfasis en las universidades (Aliaga y Schalk, 2010; Cabana Villca et al., 2013; Contreras Velásquez et al., 2017; Duran et al., 2016; Vega Guerrero y Mera Rodríguez, 2016; Zambrano et al., 2017, entre otros). Esta línea investigativa comprende a la actividad emprendedora como una forma de pensar y actuar vinculada a la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades (Ornelas et al., 2015). En este sentido, se entiende el término “emprender” en su definición humana y social y no únicamente ligada al desarrollo económico- comercial (Martínez Rodríguez, 2009; Martínez Rodríguez y Carmona, 2009; Sánchez et al., 2011; Sorbrado Fernández y Fernández Rey, 2010; Trejo López, 2015).

Aunque ha surgido cada vez con más fuerza una línea investigativa centrada en comprender la actividad emprendedora como una de múltiples niveles, vinculada a su composición biográfica, social, educacional y cultural, se vislumbra, aun así, cierto vacío empírico al momento de analizar respuestas concretas desde las instituciones de educación superior para fomentar la educación para el emprendimiento. Este trabajo desea aportar contenido en este sentido, permitiendo establecer nexos entre las estrategias universitarias en la educación para el emprendimiento y sus múltiples beneficios. Sobre este último respecto, la bibliografía es altamente positiva. En principio, los beneficios surgen a nivel individual, en tanto se proporciona un desarrollo integral del estudiantado, quienes se formarán en los conocimientos básicos de su profesión, pero también serán capacitados en superar presiones y altas demandas propias del mercado laboral (Velasco Martínez et al., 2019). Consecuentemente se elevan las posibilidades de que los estudiantes se constituyan como potenciales emprendedores que con mayor probabilidad implementarán empresas con innovación competitiva y valor económico sustentable, es decir, organizaciones donde los procesos de innovación y emprendimiento se potencian y adaptan a las necesidades y expectativas del mercado (Cabana Villca et al., 2013). En otras palabras, se genera talento humano que es altamente transferible a la sociedad (Velasco Martínez et al., 2019). Más aun, de acuerdo a Jiao (2011), el desarrollo de estas estrategias en el plano universitario permite una reducción de los recursos ociosos de la comunidad y una mejora en el autoestima y calidad de vida de los ciudadanos en tanto esta dinámica se retroalimenta porque aparecen nuevas iniciativas de emprendimientos y se forman redes sociales que propician el desarrollo local en ese territorio. De esta manera, las universidades se desarrollan como instrumentos de cambio y transformación social.

Así entonces, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las estrategias actualmente implementadas en la Universidad Nacional de Mar del Plata (de ahora en adelante UNMDP), para desarrollar una educación para el emprendimiento. Analizar tales estrategias significa, en última instancia, conocer las herramientas necesarias para abarcar mayores y mejores oportunidades en la realización profesional de los estudiantes una vez egresados, profundizando sobre el impacto de la educación superior en la sociedad.

Para cumplir con tal objetivo se ha estructurado esta investigación en una introducción, aquí presente, en donde se sitúa al lector sobre la temática a analizar; seguidamente se propone una revisión teórica que permita recorrer el principal concepto aquí propuesto: educación para el emprendimiento. A continuación, se plantea un apartado metodológico, en donde se detallan las estrategias seleccionadas para cumplir con el objetivo propuesto; seguidamente se encuentran los resultados. Finalmente, se encuentra la discusión de resultados, en donde se articulan relaciones entre la teoría propuesta y los resultados encontrados, y las conclusiones, en donde se desarrollan líneas para comprender con mayor profundidad la temática aquí vista, junto con limitaciones y propuestas futuras.

2. Revisión teórica

2.1 La educación para el emprendimiento

A través de la educación que los estudiantes reciben a lo largo de sus trayectorias, estos adquieren además de conocimientos teóricos, destrezas que les preparan para su inserción en el ámbito laboral. En este sentido, la educación superior es considerada uno de los factores clave en el fomento del espíritu emprendedor en los jóvenes (López Cozar y Priede, 2014). En esta línea, se señala que la universidad puede jugar una posición estratégica si asume el papel de gestora del cambio, siendo también la mayor proveedora de la cultura emprendedora, de la innovación y de la visión que los estudiantes desarrollan sobre la actividad emprendedora (Fuentes et al., 2011). Por tanto, el rol que deben adquirir las universidades es como agentes de transformación y consolidación del modelo democrático, principalmente ante al reto de construir ciudadanos completos, interesados por buscar activamente soluciones ante las necesidades del entorno físico y social y por la toma de decisiones colectivas, fomentando así la realización de emprendimientos, independientemente de la lógica social, económica o cultural a la que respondan (Espíritu Olmos, 2011; Jorge Moreno, 2012).

La educación emprendedora consiste en cualquier tipo de programa o proceso educacional destinado a desarrollar actitudes y habilidades propias del ámbito emprendedor (Fayolle et al., 2006). Puede desarrollarse con estudiantes, desempleados y grupos minoritarios o en desventaja social (Mwasalwiba, 2010). Como es posible de notar, esta conceptualización resulta poco concluyente, por lo que se indica la necesidad de continuar elaborándola (Lorz et al., 2011). Aun así, resulta posible rescatar antecedentes sobre la temática de notable importancia.

Mwasalwiba (2010) afirma que se encuentran tres tipos de programas educativos para el emprendimiento y que su clasificación depende de sus objetivos, organizándolos en educación “para”, “sobre” y “en” emprendimiento. Bae et al. (2014) afirman que las diferencias entre los tipos de educación para el emprendimiento varían dependiendo el público receptor y el desarrollo que este tenga sobre el ámbito emprendedor. Estos tipos son denominados como “acerca de” (*about*), “para” (*for*), “mediante” (*through*) e “integrado” (*embedded*). La educación acerca del emprendimiento se basa en crear consciencia sobre el ámbito emprendedor y sus fortalezas; en la educación para el emprendimiento se llevan a cabo actividades y tareas para que los estudiantes puedan desarrollar competencias propias del ámbito emprendedor; la educación mediante el emprendimiento comparte características de la educación para el emprendimiento, con la diferencia que tales actividades y tareas suelen darse en contextos organizacionales formales. Finalmente se encuentra la educación emprendedora *integrada*. Esta se desarrolla en ámbitos o disciplinas donde el emprendimiento no surge como una temática naturalmente, sino más bien es compatibilizado con otros tipos de currículas, con el objetivo de dar a conocer la complementariedad existente entre ambas temáticas (Pittaway y Edwards, 2012). Más allá de sus diferencias, el desarrollo de educación emprendedora de-

biera darse idealmente bajo una combinación de enseñanzas basadas en el aprendizaje experiencial, la resolución de problemas y el desarrollo de proyectos, apoyados en una evaluación por pares (Jones y English, 2004).

Por otra parte, se encuentran ciertas temáticas recurrentes dentro de las currículas de educación para el emprendimiento. Entre ellas se puede destacar los distintos tipos de emprendimiento y sus características, las características de individuos emprendedores, formas de financiamiento, el emprendimiento en minorías y mujeres y las contribuciones sociales y económicas del emprendimiento (Kuratko, 2005).

Aunque la educación para el emprendimiento debe ser más innovadora de lo que actualmente lo es (Pittaway y Edwards, 2012), de acuerdo a Fayolle et al. (2006) y Küttim et al. (2014) aquellos estudiantes universitarios que han recibido este tipo de educación muestran más actitudes e intenciones de emprender, que aquellos que no. Contrariamente, Oosterbeek et al. (2010) analizan un programa de educación para el emprendimiento en Holanda y afirman que los estudiantes que tomaron dicho programa no desarrollaron competencias ni rasgos propios de un emprendedor. Sobre este respecto, resulta posible afirmar que el impacto de dichos programas no debe ser evaluado únicamente considerando el desarrollo de intenciones emprendedoras y/o emprendimientos de los estudiantes (von Graevenitza et al., 2010), sino más bien de acuerdo a los efectos sociales positivos que acarrea desarrollar actitudes emprendedoras e innovadoras dentro del ámbito laboral (Küttim et al., 2014). Más aun, Jensen (2014) afirma que los beneficios de desarrollar estrategias de educación emprendedora no solo se vislumbran en el plano laboral, sino que sus consecuencias también inciden en un plano personal. Así entonces, surge la necesidad de desarrollar y evaluar programas sobre emprendimiento en universidades, evaluando sus implicancias holísticas. Para lograr tal cosa, resulta fundamental evaluar la calidad de tales programas, pero por sobre todo, su fundamentación y propósitos (Kirby e Ibrahim, 2011).

También es importante destacar que el fomento a una educación para el emprendimiento no solo debe darse en el seno de carreras relacionadas a la administración de empresas y economía, sino que la cultura emprendedora debe fomentarse en todas las carreras, ya que responde a una forma de realización personal, social y económica (Hernández et al., 2018). Dicho autor considera de gran importancia la creación de programas para que los estudiantes puedan conocer más sobre la importancia del emprendimiento y así mismo, lo que conlleva la realización de un proyecto de emprendimiento, indicando los riesgos y también lo que se puede conseguir si no se falla en el proceso. Sobre esta idea se considera que los modelos creados deben contribuir a que los estudiantes aprendan a tolerar el riesgo, aprendan a equivocarse y desenvolver algunas habilidades de gestión, necesarias para motivar y llevar la idea de negocio en circunstancias marcadas por la incertidumbre y el riesgo (Llorent, 2012).

De lo que se trata en última instancia es de fomentar el desarrollo de emprendedores universitarios, entendido como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento, y está motivado para iniciar y desarrollar sus proyectos de una manera innovadora, asertiva y proactiva, en los diferentes escenarios, sectores económicos, sociales o rama productiva que sean de su interés (Cabello Díaz, 2006). En este sentido, las universidades deben fomentar la educación para el emprendimiento como parte de su contribución a un cambio de modelo en donde todos los agentes políticos, económicos y sociales trabajen conjuntamente en el desarrollo de un sistema universitario fuerte, capaz de favorecer un ecosistema de emprendimiento que dé una mejor respuesta a los importantes retos de la sociedad, entre ellos la recuperación económica y la promoción social (Guerrero et al., 2016).

3. Metodología

3.1 Aclaraciones en torno a las decisiones metodológicas

3.1.1 Enfoque

Se trata de una investigación de metodología cualitativa que utiliza la estrategia de investigación del estudio de caso único (Lee, 1989) y el método de la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967). Su alcance es de carácter exploratorio- descriptivo.

La elección de la metodología cualitativa responde al objetivo propuesto, en tanto se busca analizar las estrategias actualmente implementadas para fomentar la educación para el emprendimiento, desde la propia perspectiva de los estudiantes de pregrado de la UNMDP. Es decir, se privilegia la orientación hacia la acción humana y la subjetividad, destacando las individualidades y el entendimiento que los sujetos hacen del mundo que los rodea (Denzin y Lincoln, 1994; Vasilachis de Gialdino, 1992). Por su parte, de acuerdo a Lee (1989), el estudio de caso único resulta de utilidad cuando se busca conocer un hecho o situación poco conocido y relevante en sí mismo, mediante un recorte empírico y conceptual, aunque siempre subjetivo de la realidad social, pudiendo ser esta un hecho, una institución, una relación, un proceso social, etc. En este sentido, se afirma que las estrategias de fomento a la educación para el emprendimiento que se desarrollan en la UNMDP cumplen con tales requisitos, en tanto no han sido exploradas, pero resultan de total relevancia no solo para la institución en particular sino principalmente como mecanismo de evaluación para cualquier otra institución de educación superior.

Finalmente, las técnicas de la Teoría Fundamentada han sido puestas en práctica en el contexto del análisis del emprendimiento (El Ebrashi, 2013; Neergaard y Ulhøi, 2007), siendo recomendadas por su capacidad para descubrir nuevas dimensiones de un concepto todavía en desarrollo. En este sentido, el grupo de trabajo ha decidido hacer uso de tales técnicas, con el objetivo de dar a conocer experiencias y valoraciones individuales que aporten y complementen en el campo aquí seleccionado y, a su vez, sirvan de insumo en el desarrollo teórico y estratégico de la vinculación entre la temática de emprendimientos y educación superior.

3.2 Población y muestra

La población del presente estudio considera a todos los estudiantes de pregrado de la UNMDP que se encontraran cursando durante el año 2019 en alguna de las diez facultades, a saber: Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Ciencias Agrarias, Ciencias de la Salud y Trabajo Social, Ciencias Económicas y Sociales, Ciencias Exactas y Naturales, Derecho, Humanidades, Ingeniería, Psicología y la Escuela Superior de Medicina. No se consideraron diferencias entre las distintas etapas en las que pudiesen encontrarse los estudiantes, como recién ingresados, próximos a recibirse, etc.

La muestra fue delimitada una vez arribada la saturación teórica, siendo finalmente de 106 estudiantes de pregrado, seleccionados según muestreo teórico (Glaser y Strauss, 1967). Se consideró como criterios de inclusión el interés de los estudiantes por la temática de emprendimientos, visualizada mediante su participación en actividades previas y por el desarrollo de emprendimientos personales, y la diversidad de facultades, sin apuntar a su distribución real. Dicho muestreo fue seleccionando dado que forma parte sustancial de la teoría fundamentada y, tal como se ha nombrado, con la intención de establecer lineamientos en el desarrollo teórico de la temática, considerando en este caso, una teoría sustantiva, de alcance medio. Los estudiantes fueron contactados mediante mail y redes sociales e invitados a completar un formulario de carácter voluntario, fundamentado sobre un consentimiento informado y un acuerdo de confidencialidad del grupo participante.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Para dar respuesta a los objetivos planteados se creó un formulario mediante la plataforma Google. Este contuvo dos conjuntos de preguntas. El primer conjunto, orientado a conocer las características socio demográficas de la muestra, tales como edad, género y facultad de pertenencia. El segundo se orientó específicamente al desarrollo de las estrategias antes descriptas. Aquí se indagó mediante pregunta cerrada la opinión de los estudiantes sobre el fomento de la UNMDP en la temática emprendedora y específicamente en el desarrollo de estrategias para potenciar la educación para el emprendimiento. Seguidamente se pidió mediante preguntas abiertas, la fundamentación de dichas respuestas, siendo estas el mayor insumo para el trabajo aquí presentado.

3.4 Procesamiento de datos

Una vez recabados los datos se procedió a su carga en el programa Atlas.ti (versión 7.5.4) para su procesamiento y análisis. Tal como lo propone la metodología y el método de la teoría fundamentada, el análisis de las respuestas fue llevado a cabo en un orden secuencial de tres fases. Durante la primera fase se realizó una lectura superficial de las respuestas que permitió comenzar a organizar lineamientos para dar respuesta a la pregunta de investigación: “¿qué estrategias implementa actualmente la UNMDP para articular la educación superior y el desarrollo de emprendimientos en sus estudiantes de pregrado?” En esta fase también se codificaron in vivo todas las citas que hicieran alusión a las distintas formas de articulación, tanto aquellas actuales como las necesarias de implementar. Así, se avanzó hacia una segunda fase que tuvo como objetivo la creación de las categorías aquí analizadas: desarrollo de perfiles emprendedores y procesos de enseñanza- aprendizaje específicos, para las estrategias actualmente implementadas, y educación actualizada, para las estrategias necesarias de implementar. En esta fase también se avanzó hacia su visualización y análisis mediante redes. Finalmente, se dio lugar a la tercera fase, en donde dichas categorías fueron interpretadas.

4. Resultados

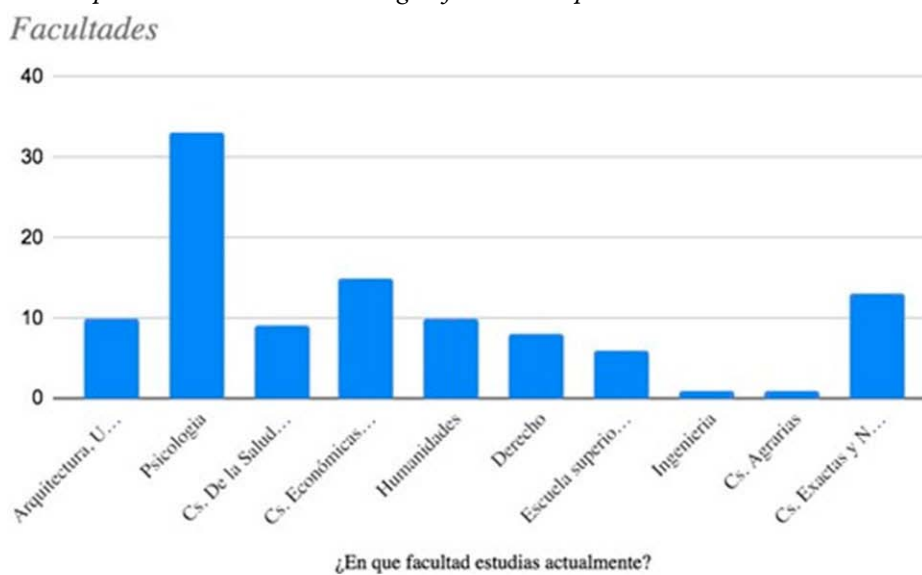
Tal como se ha descripto, los resultados han sido organizados de acuerdo a las estrategias actualmente implementadas en torno al desarrollo de una educación para el emprendimiento en la UNMDP. Pero antes, se realiza un resumen de los datos socio demográficos básicos de la muestra de estudiantes.

De una muestra de 106 estudiantes, un 67% (71) corresponde a mujeres y un 33% (35) a varones estudiantes (ver Figura 1), provenientes de las siguientes especializaciones: 9,4% (10) perteneciente a la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, 0,9% (1) perteneciente a la Facultad de Ciencias Agrarias, 8,5% (9) perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Salud y Trabajo Social, 14,2% (15) perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 12,3% (13) perteneciente a la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, 7,5% (8) perteneciente a la Facultad de Derecho, 9,4% (10) perteneciente a la Facultad de Humanidades, 0,9% (1) perteneciente a la Facultad de Ingeniería, 31,1% (33) perteneciente a la Facultad de Psicología (31,1%, 33) y finalmente 5,7% (6) perteneciente a la Escuela Superior de Medicina (ver Figura 2).

Las edades de los estudiantes participantes oscilan entre los 19 y 50 años. Se advierte que el mayor porcentaje corresponde entre los 24 y 28 años de edad, siendo este del 52,84% (56). Luego continúan las edades entre los 29 y 50 años con el 25,47% (27). Posteriormente, se encuentran las edades entre los 19 y los 23 años con el 21,69% (23) (ver figura 3).

Figura 1*Distribución porcentual de la muestra diferenciada por género.*

Fuente: Elaboración propia.

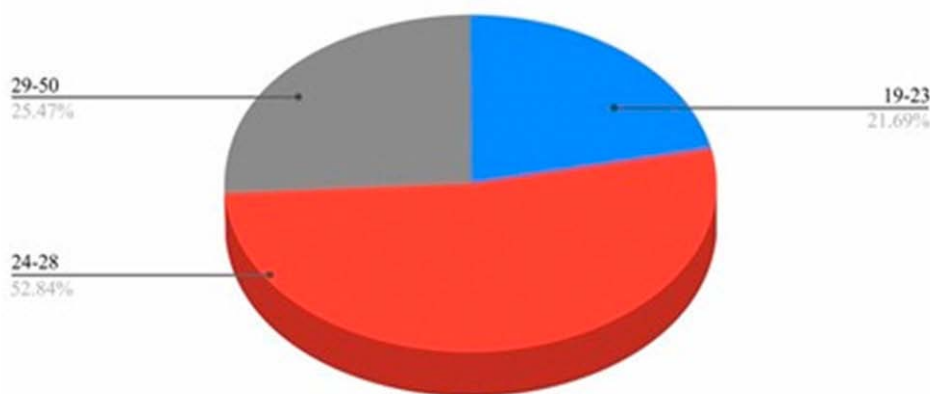
Figura 2*Distribución porcentual de la muestra según facultad de pertenencia.*

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Distribución etaria de la muestra.

Rango etario de la muestra



Fuente: Elaboración propia.

Estrategias implementadas

Dentro de las estrategias actualmente implementadas por la UNMDP que permiten potenciar el desarrollo de una educación para el emprendimiento, las que mayormente se destacan son: el desarrollo de perfiles emprendedores en los estudiantes y la ejecución de procesos de enseñanza-aprendizaje específicos sobre la temática. El primero es una consecuencia no intencionada de las propias características de la vida universitaria, mientras que el segundo responde a una intención consciente y manifiesta de profesores para acercar la academia al mundo emprendedor; aun así, no responde a una estrategia universitaria, sino a casos aislados.

Desarrollo de perfiles emprendedores

En línea con lo que se ha definido en el marco teórico, un primer elemento que surge del análisis es que los estudiantes comprenden que la actividad emprendedora no solo se relaciona con el desarrollo y puesta en marcha de una actividad comercial, sino que es una cualidad personal que se desarrolla durante su formación y proporciona elementos para adquirir mayores y mejores oportunidades a futuro. Esta definición llevó a la creación de la categoría de “perfil emprendedor”, entendida como aquella persona que, independientemente de su actividad actual, posee ciertos rasgos o cualidades típicas de un emprendedor. Es decir, el desarrollo de este perfil no significa que taxativamente los estudiantes desarrollarán su propio emprendimiento, más bien, se relaciona con la adquisición de ciertas competencias estratégicas que posibilitan pensar en esa clave.

En el caso aquí analizado, se ha encontrado que la inmensa mayoría de los estudiantes de las diversas facultades logran desarrollar un perfil emprendedor como consecuencia de la propia vida académica. Esta vida académica se compone de dos fases que, sin lugar a dudas, se complementan. La primera de ellas responde a la rutina universitaria, compuesta principalmente por instancias de cursada de materias y de estudio para exámenes. Para llevar

a cabo ambas actividades los estudiantes se ven obligados a desarrollar características tales como la responsabilidad, la constancia y el optimismo, los cuales funcionan principalmente como organizadores de la rutina. Tal como afirman los estudiantes:

“(…) nos hace ser más responsables en cuanto a la concurrencia a las clases prácticas y teóricas. Uno siempre tiene voluntad para algún día recibirse y en la carrera te cruzas con gente que está en la misma situación y eso suma y te dan ganas de seguir” (E4).

“(…) en cuanto al estudio, es fundamental en algunas carreras tener constancia ya que un gran esfuerzo no siempre se refleja en un buen resultado” (E32).

La segunda fase de esta vida académica se compone de su propia burocracia. Los tiempos de corrección de exámenes, los fracasos y las injusticias forjan otras cualidades de igual importancia y típicas de un perfil emprendedor. Entre ellas se puede nombrar la perseverancia, la estrategia y la paciencia.

“(…) paciencia para esperar las notas que siempre tardan mil años y perseverancia para re- cursar las materias” (E15).

En líneas generales, estos perfiles se desarrollan en la totalidad de las facultades, pero también se encuentran cualidades que responden exclusivamente a lógicas de carreras específicas. En este sentido, resulta viable nombrar experiencias como las de la Escuela Superior de Medicina o Arquitectura, las cuales, por sus propias dinámicas desarrollan un fuerte trabajo en equipo:

“(…) nos obligan a trabajar en equipo, ya que como futuros profesionales médicos trabajaremos en equipos de salud. Y en todas las materias se trabaja con esta modalidad, así que no tenemos más opción que conocer las debilidades y fortalezas de cada miembro del equipo para poder llevar a cabo las actividades propuestas” (E81).

Paralelamente resulta necesario destacar que el desarrollo de dicho perfil emprendedor no comienza y se agota en el transcurso de la vida académica, sino que se da en continuo con otros espacios de formación alternativos, tales como experiencias de vida y la propia familia. En este sentido, los estudiantes afirman que la universidad no debe ser el único espacio de formación de perfiles emprendedores, más bien debe ser complemento de una educación en el hogar y de las experiencias individuales que cada uno ha sabido forjar en relación a su contexto socio económico, cultural y educativo. Además, afirman que pese a tener las posibilidades de forjar tal perfil, en última instancia depende de *“como cada uno vea la vida”* y de cómo sea cada individuo. En este sentido, surge la idea de la universidad como espacio de refuerzo de ciertos conocimientos, pero no como la responsable de ellos.

“(…) la universidad aporta contenidos académicos, teóricos y en menor medida prácticos. No pienso que directamente permita el desarrollo de estas cualidades, sino que el paso por los diferentes espacios puede permitirlo de una manera indirecta. Creo que el factor subjetivo tiene una gran importancia aquí” (E63).

Así entonces, es posible decir que las complejidades y vicisitudes propias de la vida académica acarrearán el desarrollo de ciertas competencias, tales como, perseverancia, responsabilidad, constancia, paciencia, entre otras. En algunos casos, las propias características de disciplinas específicas conllevan el desarrollo de competencias específicas, como es el caso del trabajo en equipo. Dichas competencias dan lugar al desarrollo de un perfil emprendedor. Esto no significa que necesariamente los estudiantes deban o quieran comenzar un emprendimiento comercial, más bien se plantean como una forma de desarrollo personal integral.

Paralelamente al desarrollo de este perfil emprendedor no intencionado, se genera una segunda estrategia, vinculada a procesos de enseñanza- aprendizaje específicos sobre la temática.

Procesos de enseñanza- aprendizaje específicos

La categoría aquí presente fue creada para resumir aquellas actividades académicas cuyo objetivo redundante en facilitar conocimientos específicos sobre el ámbito emprendedor, generando un acercamiento entre este y la vida académica. A diferencia del desarrollo de perfiles emprendedores, esta actividad es intencionada y mediante ella se busca activamente proporcionar oportunidades de realización profesional en los estudiantes, vinculadas específicamente al desarrollo de emprendimientos comerciales.

En líneas generales resulta posible decir que estas actividades son acotadas principalmente a las facultades de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y Ciencias Económicas y Sociales. Además, adquieren el formato de charlas motivacionales y cursos extracurriculares. No obstante, también surge aquí la imagen de profesores que, aun sin contar con las herramientas institucionales necesarias para llevar a cabo tales actividades, deciden fomentar dicha vinculación desde espacios informales.

En lo que respecta a las charlas, se ha encontrado que abordan un carácter eminentemente motivacional. En ellas son invitados a participar agentes externos a la universidad, que acreditan cierta trayectoria emprendiendo. Estos individuos cuentan sus propias historias e inspiran en la consecución de proyectos personales. Por otra parte, se encuentran los cursos. Estos son ofrecidos de manera extracurricular y presentan una mayor extensión en el tiempo. En general se orientan a la búsqueda de negocios rentables y a las metodologías para concretar tales objetivos. Resulta interesante mencionar que en ningún caso se han evidenciado cursos sobre formación emprendedora centrada en el desarrollo personal, sino más bien únicamente brindando conocimientos técnicos necesarios para desarrollar una oportunidad de negocio. Por otra parte, es necesario retomar el hecho de que estos cursos y charlas se brinden principalmente en las facultades de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y Ciencias Económicas y Sociales. Mientras que los estudiantes de otras facultades mencionan su deseo o necesidad de participar de actividades que fomenten el desarrollo de emprendimientos, los estudiantes de las mencionadas facultades consideran que, si se dan solo allí, es porque son carreras orientadas a *ser tu propio jefe*, es decir, son carreras liberales.

Finalmente, el análisis de la información permitió destacar un actor no menor en este desarrollo: profesores que no cuentan con herramientas institucionales para desarrollar la temática emprendedora, pero lo realizan desde la informalidad. En líneas generales, estos casos se dan en aquellas facultades en donde la temática no adquiere tanta preminencia. Allí, dichos profesores intentan abordarla a partir de dos estrategias. La primera de ellas refiere a la posibilidad de reconfigurar materias y permitir, a través de estas, el diseño y la gestión de proyectos emprendedores. La segunda estrategia se vincula también al espacio de cursado de materias, especialmente aquellas en los últimos años de una carrera, pero en sus momentos de mayor informalidad. Estos momentos son utilizados para indagar sobre las necesidades y deseos profesionales de los estudiantes, brindando consejos y acompañamiento en un período cercano a la graduación y, por tanto, cargado de incertidumbres.

Así entonces, estos procesos de enseñanza- aprendizaje surgen de manera intencionada y planeada y tienen como objetivo facilitar conocimientos específicos sobre la temática emprendedora. En líneas generales se dan con un mayor grado de formalización en las facultades de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y Ciencias Económicas y Sociales y adquieren la forma de charlas motivacionales o cursos extracurriculares. No obstante, en las restantes fa-

cultades surge un actor clave: profesores que, aun sin demasiadas herramientas, intentan facilitar conocimientos específicos. Esto suele darse a partir de la reconfiguración de materias, enfocándolas en el diseño y gestión de proyectos emprendedores, o simplemente a través del acompañamiento en los últimos tiempos de cursada de los estudiantes.

5. Discusión de resultados

Los resultados aquí obtenidos surgen de la intención de analizar las estrategias actualmente implementadas para fomentar la educación para el emprendimiento en la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), considerando exclusivamente la perspectiva de estudiantes de pregrado. Dichos resultados permiten hacer una serie de relaciones en torno a la teoría que los nutren.

La primera de ellas resulta de la reconversión del concepto de “emprendimiento” para los estudiantes, el cual ya no es solamente asociado a una actividad, sino también a una cualidad personal que se desarrolla y forja durante la formación del estudiante. Esta reconversión encuentra relación con la propuesta de [Martínez Rodríguez \(2009\)](#), [Martínez Rodríguez y Carmona \(2009\)](#), [Sobrado Fernández y Fernández Rey \(2010\)](#), [Sánchez et al. \(2011\)](#), [Ornelas et al. \(2015\)](#) y [Trejo López \(2015\)](#), quienes afirman que la actividad emprendedora es una forma de pensar y actuar vinculada al aprovechamiento de oportunidades en sentido amplio, no únicamente ligadas al desarrollo económico- comercial.

Por otra parte, surge como relevante el concepto de “perfil emprendedor” y su relación con la propuesta de [Bae et al. \(2014\)](#), respecto de la educación para (for) el emprendimiento. En la investigación aquí presentada, este concepto se manifiesta mediante los propios estudiantes y su manera de comprender dicho perfil como una forma de desarrollo integral, mediante el fortalecimiento de competencias claves. Esto resulta de amplia relación con el autor antes nombrado, quien diferencia la educación para el emprendimiento como aquella en donde se llevan a cabo tareas y actividades para que los estudiantes puedan desarrollar competencias propias del ámbito emprendedor, a diferencia de las restantes propuestas denominadas educación “acerca de”, “mediante” e “integrado” al emprendimiento. Aun así, es necesario también destacar que el modelo aquí analizado guarda relación con el propuesto por [Pittaway y Edwards \(2012\)](#), el cual denominan educación “acerca del” emprendimiento, en tanto se centra principalmente en realizar una primera aproximación de los estudiantes al ámbito emprendedor. Complementariamente, y siguiendo a [Kuratko \(2005\)](#), es posible decir que tal estrategia se vincula con el reconocimiento de los distintos tipos de emprendimientos y sus características, y las características de sujetos emprendedores, pero tienen una marcada dificultad para ahondar en temáticas de mayor profundidad. Finalmente, el hecho de que se desarrollen con mayor grado de formalización en las facultades de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y Ciencias Económicas y Sociales da cuenta de una diferenciación que [Hernández et al. \(2018\)](#) destacan como contraproducentes para el resto de los estudiantes.

Finalmente, los resultados demuestran que estos procesos de enseñanza- aprendizaje tienen como objetivo facilitar conocimientos específicos sobre la temática emprendedora, surgeniendo de manera intencionada, planeada y con diversos grados de formalidad, dependiendo de la facultad en donde se ejecuten. Pero más allá de la voluntad ejercida por profesores, resulta interesante destacar que tales actividades no se enmarcan en lo que la bibliografía específica recomienda. En este sentido, específicamente se hace alusión a estrategias basadas en el aprendizaje experiencial, la resolución de problemas mediante el desarrollo de proyectos y la evaluación por partes propuesta por [Jones y English \(2004\)](#).

En base a lo anterior, es posible afirmar dos cuestiones. La primera de ellas resulta de la aplicabilidad de los resultados encontrados. En este sentido, se afirma que aun con mucho

por recorrer, dichos resultados demuestran un interés concreto de la institución educativa por la temática del emprendimiento. Asimismo, delimitan fortalezas y debilidades de la perspectiva asumida que bien pueden servir para replicar en instituciones de educación superior que se encuentren en este camino. En definitiva, se alienta a que estos resultados sirvan para conocer experiencias iberoamericanas sobre educación para el emprendimiento. Finalmente, y arribando a la segunda cuestión propuesta, se cree que estos resultados amplían los hallazgos previos al mostrar la capacidad de adecuación que la teoría adquiere a la luz del contexto en la que se aplica. Como tal, muestran su plasticidad e invitan a pensarlos en estrecha relación con el dinamismo de su aplicabilidad, más que como elementos estáticos.

6. Conclusiones

La lógica del emprendimiento logra permear cada vez con mayor intensidad las esferas de la educación superior, erigiéndose como un contenido de obligada mención y desarrollo en la consecución de la transformación social y laboral que hoy se presenta. Pero de la mano de esta transformación surge la necesidad de las universidades de desarrollar contenidos relevantes, de impacto social y en concordancia con las demandas estudiantiles.

En relación a esto, de la investigación previamente desarrollada surge en principio que existen ciertas estrategias para desarrollar una educación para el emprendimiento, pero estas no responden a un plan estratégico, sistemático ni estandarizado. Prueba de esto es la contraposición entre las incipientes estrategias actualmente implementadas y aquellas que la bibliografía específica destaca. Resulta visible en estas últimas un mayor nivel de complejidad y de articulación entre los distintos actores y sectores universitarios; mientras que las actualmente implementadas surgen de otras actividades, es decir no son intencionadas, son aisladas y desarticuladas entre las diversas facultades y carecen de un marco institucional que las regule.

Por otra parte, se cree que las estrategias actuales fomentan una visión mercantilista del emprendimiento que, lejos de comprenderlo como una cualidad personal, lo vincula con aquellas facultades en donde la actividad emprendedora comercial esta naturalizada como una salida laboral. Se afirma que esta perspectiva no colabora con el desarrollo de emprendimientos, sino que fomenta una visión sectorizada y alejada de la posibilidad de desarrollar cualidades emprendedoras como parte de un desarrollo personal integral (Jensen, 2014). Con respecto a este último, surge la necesidad de destacar que no solo este sería provechoso para los estudiantes, sino también para la universidad. Desarrollar competencias como responsabilidad, paciencia y perseverancia puede solo resultar beneficioso en el curso académico. Complementariamente, sería también beneficioso para la sociedad en general, en tanto se avanzaría sobre el reto de construir ciudadanos activamente interesados por su realidad social y capaces de buscar soluciones a posibles problemáticas mediante el desarrollo de proyectos emprendedores (Espíritu Olmos, 2011; Jiao, 2011; Jorge Moreno, 2012).

Así entonces, las implicancias prácticas surgidas en torno al presente análisis resaltan necesidades actuales, pero también obligan a pensar lineamientos futuros que resultan concretos, posibles y necesarios en el desarrollo de la Universidad Nacional de Mar de Plata como una universidad comprometida con un desarrollo integral de sus estudiantes. Sobre este respecto se cree que la técnica de la teoría fundamentada seleccionada, y su desarrollo como teoría sustantiva de alcance medio, ha sido una decisión correcta, dado que ha permitido establecer lineamientos de utilidad para la UNMDP. Colateralmente, se espera que el presente estudio colabore con la visualización del impacto que acarrea fomentar el emprendimiento hacia el interior de las universidades, conjuntamente con el desarrollo de estrategias concretas de fomento en la educación para el emprendimiento de toda institución de edu-

cación superior que así lo requiera. Por tanto, sería necesario ampliar el alcance de la teoría, transformándola a una 'formal', con la cual investigar sobre el fenómeno de la educación para el emprendimiento, más allá de experiencias particulares.

Estrechamente vinculado a lo recién expuesto, surge la necesidad de trabajar la presente temática desde una visión iberoamericana. A través de la lectura de bibliografía específica se ha encontrado que no solo las experiencias sobre educación para el emprendimiento tienen mayor tradición en países anglosajones, sino que también lo tiene su registro mediante investigaciones. Por tanto, resulta clave para seguir elaborando la temática aquí presente generar marcos conceptuales propios de las experiencias educativas iberoamericanas, en tanto poseen sus propias características. Sobre este respecto, sería también necesario continuar elaborando el concepto de "educación para el emprendimiento", no solo en lo que significa en términos conceptuales, sino también en las implicancias cognitivas y sociales que esta acarrea.

Para finalizar, resulta necesario destacar que el desarrollo de la presente no conto con mayores dificultades en su realización, aunque sí se destaca como limitante la falta de una muestra homogénea entre las diversas facultades. En línea con lo anterior, surgen dos líneas futuras de trabajo. La primera de ellas altamente relacionada con las deficiencias muestrales acá desarrolladas, con lo cual se plantea la necesidad de trabajar con una metodología de carácter cuantitativo que permita recoger lo establecido en la presente y buscar aseveraciones de rigurosidad estadística. La segunda de ellas refiere a la importancia de retomar la propuesta de Küttim et al. (2014) y desarrollar investigaciones longitudinales que permitan ver los efectos sociales positivos que acarrea desarrollar actitudes emprendedoras e innovadoras dentro del ámbito de la educación superior.

Agradecimientos

Esta investigación se enmarca en el Proyecto Mujer[ES] Emprendedoras Sociales (FFPG, Naciones Unidas) y la Red Mujer[ES] Emprendedoras Sociales (CYTED), ambas iniciativas internacionales tienen a la Universidad Nacional de Mar del Plata como Nodo Coordinador y a la Investigadora CONICET, Dra. Yamila Silva Peralta, como Directora. Los resultados de esta investigación contribuyen al diseño de prácticas colaborativas latinoamericanas orientadas al desarrollo curricular de competencias emprendedoras sociales, como estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior.

Referencias

- Aliaga, C., y Schalk, A. (2010). E2: Empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33(1), 310- 337. <http://dx.doi.org/10.31619/caledu.n33.145>.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>.
- Cabana Villca, R., Cortes Castillo, I., Plaza Pasten, D., Castillo Vergara, M., y Álvarez Marín, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of technology management & innovation*, 8(1), 65-75. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007>.
- Cabello Díaz, C. (2006). Emprendedurismo dentro del ámbito universitario. Resultados obtenidos en una investigación hecha a 50 estudiantes de educación superior emprendedores-empresarios que desarrollan sus ideas dentro del campus universitario. En Morea, F. y Fornoni, M. (eds.). *La formación de emprendedores como clave para el desarrollo*. (pp. 179-202). Mar del Plata: Suárez.

- Carlos Ornelas, C. E., Contreras González, L. E., Silva Olvera, M. A., y Liquidano Rodríguez, M. C. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Revista Conciencia Tecnológica*, 49(1), 46-51.
- Contreras Velásquez, J., Wilches Duran, S., Graterol Rivas, M., y Bautista Sandoval, M. (2017). Educación superior y la formación en emprendimiento interdisciplinario: un caso de estudio. *Formación universitaria*, 10 (3), 11-20. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>.
- Denzin, N., y Lincoln, Y. (1994). Entering the field of qualitative research. En N. Denzin e Y. Lincoln (Eds.). *Handbook of qualitative research*. (pp. 1-17). Thousand Oaks: CA/ Sage.
- Duran, S., Fuenmayor, A., Cárdenas, S., y Hernández, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo gerencial*, 8(2), 58-75. <https://doi.org/10.17081/dege.8.2.2560>.
- El Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188 – 209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-072011-0013>.
- Espíritu Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1), 65-75.
- Fayolle, A., Gailly, B., y Lassas Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European industrial training*, 30(9), 701-720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>.
- Fuentes, F., Saco, F., y Rodríguez, P. (2011). *Estudio sobre el perfil emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba*. Córdoba. España: Ed. Consejo Social de la Universidad de Córdoba.
- García Blanco, M., y Cárdenas Sempertegui, E. B. (2018). La inserción laboral en la Educación Superior. La perspectiva latinoamericana. *Educación XXI*, 21(2), 323- 347.
- Glasser, B., y Strauss, A. (1967). *The development of grounded theory*. Chicago: Alden.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A. R., Ruiz-Navarro, J., Neira, I., y Fernández Laviada, A. (2016). *Observatorio de emprendimiento universitario en España*. España: Crue Universidades Españolas-Red Emprendia - CISE.
- Hernández, N. B., Guijarro Intriago, R. V., Guevara Espinoza, J. C., y Dávalos Váscquez, P. J. (2018). Competencia de emprendimiento como sustento de la formación integral e inserción social del estudiante. *Revista de entrenamiento*, 4(3), 1-12.
- Jensen, T. L. (2014). A holistic person perspective in measuring entrepreneurship education impact–Social entrepreneurship education at the Humanities. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 349-364. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.07.002>.
- Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149. <https://doi.org/10.1108/17508611111156600>.
- Jones, C., y English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+ training*, 46, (8/9), 416- 423. <https://doi.org/10.1108/00400910410569533>.
- Jorge Moreno, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en docencia*, 1(1), 1-12.
- Kirby, D., e Ibrahim, N. (2011). The case for (social) entrepreneurship education in Egyptian universities. *Education + Training*, 53(5), 403 – 415. <https://doi.org/10.1108/00400911111147712>.

- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., y Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>.
- Lee, A. (1989). Case studies as natural experiments. *Human Relations*, 42 (2), 117-137.
- Llorent, V. (2012). Educación emprendedora para el desarrollo Individual y colectivo. *Formación Gerencial*, 11(1), 62-79.
- López Cózar, C., y Priede, T. (2014). *Una propuesta para acercar al alumnado al emprendimiento responsable y sostenible*. Ponencia presentada en "XI Jornadas internacionales de innovación universitaria", Madrid, 7 y 8 de julio.
- Lorz, M., Müller, S., y Volery, T. (2011). *Entrepreneurship education: A meta analysis of impact studies and applied methodologies*. Ponencia presentada en "Interdisziplinäre Jahreskonferenz zur Gründungsforschung", Zurich, 2, 3 y 4 de noviembre.
- Martínez Rodríguez, F. M. (2009). Programa socioeducativo para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(5), 1- 13.
- Martínez Rodríguez, F. M., y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas. *REICE, Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3), 82-98.
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education+training*, 52(1), 20-47. <https://doi.org/10.1108/00400911011017663>.
- Neergaard, H., y Ulhøi, J. (2007). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. London: Edward Elgar.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., y Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>.
- Pittaway, L., y Edwards, C. (2012). Assessment: examining practice in entrepreneurship education. *Education+ Training*, 54(8/9), 778-800. <https://doi.org/10.1108/00400911211274882>.
- Rabanal Oyarce, R., Muñoz, C. R., Valderrama, L. M., y Valqui, P. C. (2020). Desarrollo de competencias personales y sociales para la inserción laboral de egresados universitarios. *Revista de ciencias sociales*, 26(2), 250- 258.
- Sánchez, J., Caggianno, V., y Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Development and Educational Psychology*, 3(1), 19-28.
- Sobrado Fernández, L., y Fernández Rey, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XXI*, 13(1), 15-38.
- Trejo López, E. (2015). *Perfil psicosocial de la persona emprendedora*. (Tesis de doctorado). Universidad de Valladolid, España.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico epistemológicos*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Vega Guerrero, J. C., y Mera Rodríguez, C. W. (2016). Modelo de formación en emprendimiento social para Instituciones de Educación Superior en Colombia. *Revista EAN*, 81(2), 29-44. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1563>.

- Velasco Martínez, L. C., Estrada Vidal, L. I., Pabón Figueras, M., y Tojar Hurtado, J.C. (2019). Evaluar y promover las competencias para el emprendimiento social en las asignaturas universitarias. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 2(131), 199-223. <https://doi.org/10.5209/REVE.63561>.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., y Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic behavior & organization*, 76(1), 90-112. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>.
- Zambrano, O., Espitia, S., y Hernández, J. (2017). Cultura del emprendimiento en instituciones de educación superior: estrategia de inclusión social. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 176-191. <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2732>.

Anexo

Guion de la entrevista virtual

A. Características socio demográficas

A.1. Lugar de nacimiento

A.2. Edad

A.3. Género con el que se identifica

A.4. Estado civil

B. Trayectoria educacional y laboral del estudiante

B.1. ¿En qué facultad estudia actualmente?

B.2. ¿Qué carrera se encuentra estudiando actualmente?

B.3. ¿Trabaja mientras realiza sus estudios?

B.4. En caso de haber respondido "Sí" o "Solo durante el verano" en la pregunta anterior, por favor describa ese trabajo.

B.5. ¿Sabe qué le gustaría hacer laboralmente una vez que termine su carrera de grado?

B.6. En caso de haber respondido "Sí" o "Tal vez" en la pregunta anterior, describa ese trabajo. Por favor, realice una descripción lo más detallada posible.

C. Estrategias emprendedoras

C.1. Identifique qué cualidades personales son necesarias para ser un emprendedor/a. Por favor, enumere mínimo 5 y máximo 10 cualidades.

C.2. Describa situaciones en las que cada una de dichas cualidades enumeradas son pertinentes/ necesarias. Puede nombrar tantas situaciones para cada cualidad como así lo desee.

C.3. ¿Cree que la universidad fomenta el desarrollo de dichas cualidades?

C.4. De acuerdo a lo que haya respondido en la pregunta anterior, ¿por qué cree que es así? Intente ser lo más descriptivo posible en su respuesta.