Facultad de Psicología - Universidad Nacional de Mar del Plata

Repositorio RPsico **http://rpsico.mdp.edu.ar**

Trabajos de Tesis Tesis de Grado

2022-05-17

Análisis cualitativo de competencias emprendedoras sociales de docentes de la UNMdP

Forestieri, Natalia Belén

http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/1323

Descargado de RPsico, Repositorio de Psicología. Facultad de Psicología - Universidad Nacional de Mar del Plata. Inni

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA

Facultad de psicología

Tesis de grado

Título

Análisis cualitativo de competencias emprendedoras sociales de docentes de la UNMDP.

Cátedra o Seminario de radicación:

Psicología Laboral

Supervisor/a

Dra. Yamila Fernanda Silva Peralta

Apellido y nombre de la alumna

Natalia Belén Forestieri

Año

2022

Esta tesina corresponde al requisito curricular Trabajo de Investigación y como tal en propiedad exclusiva de la alumna Forestieri, Natalia Belén de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Mar del Plata y no puede ser publicada en un todo o en sus partes o resumirse, sin el previo consentimiento escrito de los autores.

“El que suscribe manifiesta que la presente Tesina ha sido elaborada por la alumna Forestieri Natalia Belén, conforme los objetivos y el plan de trabajo oportunamente pautado, aprobando en consecuencia la totalidad de sus contenidos, a los ….. días del mes… del año 2022”

Firma, aclaración y sello del Supervisor y/o Co-Supervisor.

Informe de Evaluación del Supervisor

La tesista ha desarrollado un “camino” de investigación que no ha sido fácil, algunas situaciones se presentaron: cambios en el grupo de trabajo inicial y consecuentes cambios en el cronograma de trabajo planificado. A pesar de todo, la tesista superó dichas dificultades con su compromiso y perseverancia.

Este es el último requisito para que ella se gradúe de Lic. en Psicología. La investigación desarrollada aporta hallazgos al campo emprendedor y contribuye a pensar la Universidad Emprendedora que tenemos y que queremos.

Invito a que los resultados de esta investigación sean publicados en el marco de un congreso o reunión científica vinculados a la temática de la investigación yo bien en formato paper para una revista de Ciencias Sociales o bien interdisciplinaria con referato.

Dra. Yamila F. Silva Peralta

Supervisora

"Atento al cumplimiento de los requisitos prescriptos en las normas vigentes, en el día de la fecha se procede a dar aprobación al Trabajo de Investigación presentado por la alumna Forestieri Natalia Belén, DNI 36797966

Firma y aclaración de los miembros integrantes de la Comisión Asesora:

Fecha de aprobación:

Calificación:

Apellido y nombre de la alumna: Natalia Belén Forestieri
Cátedra de radicación: Psicología Laboral
Supervisor: Dra. Yamila Fernanda Silva Peralta

Título del proyecto: Análisis cualitativo de competencias emprendedoras sociales de docentes de la UNMDP.

Descripción resumida

Se trata de una investigación descriptiva y cualitativa. El objetivo general es analizar las competencias emprendedoras sociales de docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas promotores del emprendedurismo social en la UNMDP. Serán administradas entrevistas semi-estructuradas a docentes con la finalidad de evaluar cualitativamente competencias emprendedoras sociales y construir perfiles a través del análisis de contenido. Desde el punto de vista práctico, los resultados de esta investigación aportarán elementos a decisores políticos-educacionales y organizacionales hacia la generación y fortalecimiento de competencias emprendedoras sociales en los diseños curriculares/extra-curriculares de la UNMDP.
Palabras clave: emprendedurismo; emprendedurismo social universitario; universidad; docente universitario

Descripción Detallada

Motivo: La Realización de esta investigación generará un aporte a la comunidad universitaria destacando la importancia de desarrollar competencias emprendedoras sociales de los futuros graduados universitarios. En este sentido, se consideró que son los docentes quienes tienen un rol estratégico en el desarrollo de dichas competencias siendo referentes de prácticas, proyectos y/o programas que coordinan.

Antecedentes

Se define al emprendedor como un tipo especial de persona, un creativo inconformista del mundo moderno, cuya motivación se caracteriza por dos momentos claramente definidos, al

principio, lo impulsa la búsqueda de un beneficio económico en el corto plazo y que luego se transforma en el placer de crecer y de mejorar su status en la sociedad (Peralta, 2014). Martin, Gomez y Rodriguez (2005) agregarán que el emprendedor es un individuo con intuición y sexto sentido, con valores y actitudes únicas tales como la necesidad de autorrealización o la propensión a asumir riesgos, con una habilidad superior para la innovación, con una elevada capacidad para organizar recursos, planificar y motivar, con capacidad de liderazgo y con aptitudes para maximizar las oportunidades del entorno.

Peralta, Silvera, Miguel, Araujo, Bruna, García, Gardella, Gil, Miguel, Paolini y Saitua (2015) diferencian los emprendimientos por la oportunidad de aprovechar un nuevo negocio (*Tasa de Actividad Emprendedora por Oportunidad*) y por la necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de otras actividades laborales (*Tasa de Actividad Emprendedora por Necesidad*). Los emprendimientos por oportunidad se subdividen en dos: los emprendedores por estilo de vida que no innovan, pero instauran su empresa y los emprendedores de alto impacto que introducen nuevas tecnologías o modelos y logran la innovación. El nivel de actividad emprendedora en etapa temprana en Argentina es del 14,4%, lo cual comprende tanto a emprendedores nacientes como a nuevos propietarios de empresas, esta tasa sitúa a nuestro país entre los 10 primeros del mundo respecto a la actividad emprendedora. Sin embargo, es necesario señalar que estos índices muestran que la mayoría de los emprendimientos son por necesidad. Los emprendimientos que se dan por oportunidad en Argentina están por debajo del nivel que se registra en países como Irlanda, España, Israel y Chile.

Cándida y Díaz (2006) concluyen que la edad promedio de los emprendedores oscila entre los 21 y 25 años en un 74%, se evidencia que los emprendedores son muy jóvenes, pero no iniciaron sus empresas apenas entraron a la universidad sino más bien después de un corto periodo de adaptación. Por otra parte, consideran que las competencias que debe poseer un emprendedor son las siguientes: conocimientos técnicos, asumir riesgos, ser soñador, tener iniciativa, positividad, don de mando, compromiso, responsabilidad, asertividad, innovación, proacción, honestidad, trabajo en equipo, intuición, motivación de logro, altruismo, atención al cliente, deseos de superación, caridad, energía. Durán, Parra y Márceles (2015) se destacan la capacidad de aprender por cuenta propia, la capacidad de análisis, síntesis y evaluación, pensamiento crítico, creatividad, capacidad de identificar y resolver problemas, capacidad para

tomar decisiones, capacidad de trabajo, cultura de calidad y uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones. Siguiendo esta línea Moriano León, Palací Descals y Morales Domíngues (2006) concluyeron que son los valores individualistas los más influyentes en la intención de crear un emprendimiento, complementados con la estimulación por parte de la universidad y el apoyo social que reciba cada uno.

Específicamente, el emprendedor social es un agente de cambio que ayuda a paliar los efectos del desempleo y de la exclusión social de ciertos colectivos mediante la creación de empresas cuyo fin primordial es las inclusiones socio-laboral de colectivos desfavorecidos. Es un empresario que crea el negocio por vocación para cubrir necesidades sociales y donde la viabilidad de la empresa es fundamental para la continuidad del negocio (Melián, Campos & Sanchis, 2011). Bizarrón, Palacios, Castillo y García, (2014) definen al emprendedor social y universitario como poseedor de estudios superiores, motivado para iniciar y desarrollar sus sueños en los diferentes escenarios o sectores económicos o sociales donde le toque gestionar (Cándida & Cabello Díaz, 2006). Atendiendo a estas consideraciones, la educación y la formación son uno de los principales factores que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores (Duran, Parra & Márceles, 2015), según estos últimos autores, potenciar el emprendimiento es un complemento formativo en el ámbito educativo para forjar iniciativas favorables al desarrollo socio personal y lograr emprendedores exitosos. La educación es considerada una variable altamente influyente en el comportamiento emprendedor (Toledano, 2006). Según Delicio (2006) el estímulo de la actividad emprendedora en la universidad es importante para el progreso de la sociedad como para el resto de sus funciones. La universidad, en tanto sistema de producción de saberes, deberá asumir un papel activo y protagónico a las orientaciones del mercado global (Salvador, 2009). En este sentido, no sólo depende del individuo sino, en gran medida, del entorno institucional-legal que crea y facilita condiciones para el desarrollo de las potencialidades de las personas (Oyarvide, 2013). Las conclusiones del estudio descriptivo de Duran, Parra y Márceles (2015) respecto de las habilidades requeridas por los estudiantes universitarios para ser emprendedores exitosos, indican que los estudiantes deben reforzar el aprendizaje autónomo, pensamiento crítico, creatividad, identificación y resolución de problemas, toma de decisiones, fomento del trabajo en equipo para lograr emprender exitosamente.

Para González y Cubillán (2012) los docentes muestran preocupación por la promoción de sus estudiantes atendiendo a sus necesidades de logro mediante la estimulación intelectual y el crecimiento personal, incentivándolos a enfrentar ideas novedosas y creativas para solucionar problemas. Según Krauss (2011) los docentes deben desarrollar su inteligencia emocional y educar por competencias, además fomentar el emprendimiento por medio de una pre-incubadora llamada nexo que asigna un tutor a los estudiantes que lo requieran para apoyarlos a hacer un plan de negocios entendiendo que sobre todo para los estudiantes se debe aprender haciendo y aprender emprendiendo. En la misma línea, Delicio (2006) propone estrategias que fomenten la actividad emprendedora entre los estudiantes de la Facultad de las Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Algunas de estas propuestas son: capacitación de estudiantes a través de asignaturas que integren conocimientos y actividades prácticas referidas a emprendedurismo, asistencia obligatoria a talleres de creación de empresas, capacitación de docentes, difundir la iniciativa emprendedora, desarrollo de proyectos propios de estudiantes y su participación en ferias y concursos.

Es importante considerar, además, la responsabilidad social que tiene la Universidad en generar emprendedores comprometidos con su entorno. En este sentido, la responsabilidad social de la educación superior es entendida por Martí-Vilar, Almerich, Cifuentes, Grimaldo, Martí, Merino y Puerta (2011) como la orientación en materia de valores hacia el bien común, favoreciendo el desarrollo de comportamientos socialmente responsables, así como habilidades empáticas para comprender a las demás personas, consiguiendo formar profesionales comprometidos socialmente. Tambien, Ayala García (2011) considera a la responsabilidad social universitaria como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano social. Al respecto, la UNESCO (1998) dirá que la Universidad debe formar personas para ser profesionales altamente cualificados para su desempeño laboral y para el ejercicio de su ciudadanía de forma responsable, brindando a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de la responsabilidad social. Por lo tanto, la universidad tiene un compromiso en aportar a la transformación social de manera responsable, suministrando las herramientas e incentivos necesarios. El emprendimiento sostenible constituye en una forma de lograr inclusión laboral en comunidades lo cual resulta fundamental para impulsar la economía y el bienestar social (Chirinos, 2014). En la misma línea, Valleys (2009) indica que la responsabilidad social

fundamentada en la gestión de impactos ofrece un marco de actuación más favorable que la promoción de valores porque obliga a preguntarse: ¿quiénes somos y de qué malos impactos en el entorno somos responsables? Induce, así, a ver la responsabilidad social en términos de desarrollo y nunca como asistencialismo ya que transforma la virtud de solidaridad en aprendizaje permanente. Además, resulta crucial diseñar un programa de Responsabilidad Social Universitaria para la creación de emprendimiento sostenible que responda a las necesidades locales, y que esté apegado a los principios universitarios considerando un elemento fundamental que es la vulnerabilidad propia de la comunidad. Chirinos y Pérez (2016).

"Los emprendedores están transformando el mundo" (Timmons & Spinelli, 2007, p. 29). Ellos crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía. Utilizan el cambio como una oportunidad de mejora económica, no como un problema. Desde esta perspectiva, "un emprendedor puede ser un gerente profesional" (Krauss, 2011, p. 29).

Objetivo general: Analizar el desarrollo de competencias emprendedoras sociales en la UNMDP.

Objetivos específicos: (a) Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores emprendedurismo en la UNMDP. (b) Analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior. (c) Indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados.

Métodos y técnicas: Se trata de una investigación descriptiva-cualitativa. Serán construidas y administradas entrevistas semi-estructuradas a docentes de la UNMDP que estén a cargo de prácticas, proyectos y/o programas promotores del emprendedurismo en la UNMDP, con la finalidad de conocer sus competencias emprendedoras sociales y cómo facilitan su desarrollo en los futuros graduados universitarios. La muestra será intencional no probabilística. Se aplicará análisis de contenido a las respuestas obtenidas y se construirán perfiles de docentes según sea el desarrollo de competencias emprendedoras sociales.

Cronograma de actividades

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lectura y análisis bibliográfico	x	x	x	x	X	x				
Construcción y prueba piloto de entrevistas			x	x						
Administración de entrevistas				x	X	x	X			
Carga de datos						x	X	X		
Análisis de contenido							X	X	x	
Elaboración de conclusiones									x	X

Referencias

Ayala García, M.O. (2011). Responsabilidad Social Universitaria. *Realidad y Reflexión Entrevista cuatrimestral*, 0(33), 1962-6510.

Becerra Bizarrón, M.E., Cortés Palacios, E.M., Malacara Castillo, A.R., & Alegría García, N.L. (2014). Factores detonadores del emprendimiento social, base para el análisis de casos de éxito international. *Review of Business Research Papers*, 10(3), 134-156.

Cabello Díaz, Cándida R. (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 F. Morea y M. Fornoni, Mariel (Eds.), *La formación de emprendedores como clave para el desarrollo* (pp. 179-202). Mar del Plata: Suárez.

Chirinos Araque, Y.V. & Pérez Peralta, C. (2016). La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. *Rev. esc.adm.neg* [online], *0*(81), 91-110.

Chirinos, Y; (2014). Capital Humano Factor potencial para el Emprendimiento Sostenible. *Revista Impacto Científico Núcleo LUZ – COL, 9*(2), 206-306.

Delicio, F.A. (2006). Estrategias para el fomento del emprenderurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. *FACES, 12*(26), 41-65.

Duran, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción, 31*(77), 200-215.

González González, O., & González Cubillán, L. (2012). Estilos de liderazgo del docente universitario. *Multiciencias, 12*(1), 35-44.

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. Dimens. Empres., *9*(1), 28-40.

Martín Cruz, N., Gómez, J. H., Barahona, A., & Rodríguez Escudero, I. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *RAE: Revista Asturiana de Economía, 0*(34), 2005, 131-145.

Martí-Vilar, M., Almerich, G., Cifuentes, M., Grimaldo, J.D., Martí, J., Merino, C., & Puerta, influencia de la educación en la formación de profesionales responsables con la sociedad. Universidad de Valencia, España.

Melián Navarro A., Campos Climent, V., & Sanchis Palacio, J. R. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *Revesco, 0*(106), 150- 172.

Moriano León, J.A., Palací Descals, F. J., & Morales Domíngues, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 22*(1), 75-99.

Ortigoza Diaz de León, E., Vargas Salgado, M., Villalba Villalba S.I., & Cuevas Contreras, T. (2017). Factores que inhiben el emprendedurismo en estudiantes de negocios, de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de http://www.chi.itesm.mx/icm/wp-content/uploads/2014/12/1654778_ARTICULO_FACTORES_DETERMINANTES_PARA_EMPRENDEDURISMO.pdf

Peralta C., Silvera V.R., & Miguel, J.P. (2014). Factores condicionantes de la actividad emprendedora en la Provincia de San Luis. Informe de investigación de la Fundación Emprender, San Luis.

Salvador Benítez, L (2009). *Investigación, ética y Universidad: el desafío de lo complejo.* Toluca: Instituto de Estudio sobre la Universidad, Universidad Autónoma del Estado de México.

Timmons, J., & Spinelli, S. (2007). *New venture creation:entrepreneurship for the 21st century.* NuevaYork: McGraw-Hill.

Toledano Garrido, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación, 0(*341), 803-825.

UNESCO (1998). *Conferencia mundial sobre la educación superior. La educación superior para el siglo XXI: Visión y Acción.* Madrid: Ediciones UNESCO.

Vallaeys, F. (2009). *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

INDICE

AGRADECIMIENTOS 2
INTRODUCCIÓN 3
CAPÍTULO I 5
REVISIÓN TEÓRICA 5
Emprendimiento y Emprendimiento Social 5
Emprendimiento y Universidad 8
Emprendimiento Social Universitario 10
Competencias 13
Marco teórico para esta investigación 14
CAPÍTULO II 17
MÉTODO 17
Modelo de Tunning 18
CAPÍTULO III 20
RESULTADOS 20
Objetivo específico 1. Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores de emprendedurismo en la UNMDP 20
Objetivo específico 2: Analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior. 24
Objetivo específico 3: Indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados. 28
CAPITULO LV 32
DISCUSIÓN 32
CONCLUSIONES 37
Reflexión personal 39
REFERENCIAS 41
Anexo 1. Modelo de competencias de Tunning (Beneitone, Esquitini, González, Marty, Siufi, y Wagenaar, 2007) 44
Anexo 2. Guía de preguntas administrada 47

AGRADECIMIENTOS

A Yamila, mi supervisora, gran profesional con la que he tenido la posibilidad de compartir algunas clases de la cátedra de psicología laboral, logrando despertar mi interés por la temática, quien me acompañó a lo largo de toda la tesis, motivándome y apoyándome para que pueda concretar la presente investigación que en principio era de tres personas, y que luego, por distintos inconvenientes continúe de forma individual. Logró inspirarme, fortaleciendo la confianza en mí misma superándome a lo largo de la investigación.

A mis informantes, docentes de distintas facultades de la Universidad Nacional de Mar del Plata, que de forma desinteresada y con total predisposición me brindaron su tiempo, experiencia y su trayectoria en esta temática para participar de las entrevistas.

A mi mamá y a mi papá quienes me apoyaron desde el momento uno en que decidí mudarme a otra ciudad para cumplir mi sueño de estudiar psicología, y convertirme en profesional. Confiaron en mí a lo largo de todo el trayecto, aun cuando parecía que el momento más esperado tardaba en llegar, ellos estaban presente dando el empujón que necesitaba para poder lograrlo.

A mis hermanos, Sofía y Diego que estuvieron motivándome cuando la carrera se ponía difícil, dándome una palabra de aliento, festejando cada logro que tuve hasta ahora.

A mis amigas de la facultad, pilar fundamental para que este título sea posible, acompañándonos mutuamente y motivándonos, cada palabra de aliento valió la pena en cada parcial y final que se rendía. Me llevo personas increíbles.

A todas las personas que estuvieron presentes en distintos momentos de mi carrera, que confiaron en mí, motivándome para llegar a la recta final.

Sin más que agregar

¡Gracias!

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación surge como cumplimiento del requisito curricular Trabajo
de Investigación Final del Plan de Estudios 2010, necesario para completar la Lic en Psicología de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP).

La Dra. Yamila Silva Peralta fue elegida como Supervisora de la presente investigación, quien es la responsable del Proyecto Mujer[ES] Emprendedoras Sociales que tiene a la UNMDP como Nodo Coordinador. Esto se vincula con la temática elegida para desarrollar el presente trabajo cuyo objetivo general es el análisis cualitativo de competencias emprendedoras sociales de docentes de la UNMDP.

Se trata de una investigación descriptiva y cualitativa. El objetivo general de la misma es Analizar el desarrollo de competencias emprendedoras sociales en la UNMDP. A su vez los objetivos específicos son**:** Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores emprendedurismo en la UNMDP; analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior y, por último, indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados. Se entrevistaron a docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas promotores del emprendimiento social en la UNMDP. Las entrevistas administradas fueron semi-estructuradas con la finalidad de evaluar cualitativamente competencias emprendedoras sociales y construir perfiles a través del análisis de contenido.

Se considera que esta investigación, correspondiente al ámbito Psicología Laboral de la Facultad de Psicología, además de ser de representar un interés personal, puede proporcionar interesantes aportes a los estudiantes y equipos de cátedra, investigadores y extensionistas, generando un impacto positivo en la Universidad respecto al desarrollo emprendedor y su relación con las competencias docentes, necesaria para transmitir a los estudiantes una nueva forma de habitar escenarios laborales y socio-comunitarios independientemente de la carrera universitaria elegida. Esto permitiría ver la importancia del emprender como medio posibilitador de desarrollo y crecimiento profesional como alternativa al rol sesgado que, muchas veces, se deposita en cada estudiante cuando finaliza

sus estudios. A su vez, los resultados de esta investigación aportarán elementos a decisores políticos-educacionales y organizacionales hacia la generación y fortalecimiento de competencias emprendedoras sociales en los diseños curriculares/extra-curriculares de la UNMDP.

CAPÍTULO I
REVISIÓN TEÓRICA

Emprendimiento y Emprendimiento Social

Para comenzar a desarrollar la investigación se brindará una definición de emprendimiento como así también de características del emprendedor social, se hará foco a su vez en cuál es la responsabilidad que adquiere la Universidad en esta temática y cómo puede la Psicología Laboral, como ámbito profesional de la Psicología, aportar a esta noción emprendedora, teniendo en cuentas las competencias necesarias para el desarrollo emprendedor.

En relación al mismo se han encontrado múltiples definiciones de diferentes autores, quienes coinciden en la idea de que quienes desarrollan un emprendimiento generan una propuesta novedosa, innovadora que persigue un fin económico y en muchas oportunidades genera un impacto social. Se define al emprendedor como un tipo especial de persona, un creativo inconformista del mundo moderno, cuya motivación se caracteriza por dos momentos claramente definidos, al principio, lo impulsa la búsqueda de un beneficio económico en el corto plazo y que luego se transforma en el placer de crecer y de mejorar su status en la sociedad (Peralta, 2014).

Las definiciones utilizadas por diferentes autores son varias, pero todas coinciden en la idea de percibir una oportunidad y utilizar recursos de diversas índoles para lograr materializar la idea innovadora del emprendedor. Por ejemplo, para Kantis, *et al.* (2002) están implicadas todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación de organizaciones para perseguirlas.

Otro de los autores que otorga una definición de emprendimiento es Timmons (1994) según este autor es un proceso creativo, que, a partir de la percepción de oportunidades, se crean una acción o un servicio para cumplir ese objetivo, incluso cuando no haya recursos suficientes para materializar la idea principal. Hisrich y Peters (1998) amplían esta definición agregando que además de la percepción de oportunidad y capacidad creativa se debe tener en cuenta la capacidad de asumir riesgos.

Comeche (2004, p. 1058) define al emprendedor como *aquel que recibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad.* Según Kantis, *et al* (2002, p.101.) *emprender implica las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y la creación de organizaciones para perseguirlos.* En esta misma línea Martin, Gomez y Rodriguez (2005) consideran al emprendedor como un individuo con un sentido de intuición, con valores y actitudes como la constante necesidad de autorrealización y su vez una persona con propensión a asumir riesgos, que está constantemente innovando con una elevada capacidad para organizar recursos, planificando, con motivación y con una alta capacidad para asumir riesgos y liderazgos, para maximizar las oportunidades del entorno. Kuratko (2005) agrega a todas las definiciones dadas por los anteriores autores que el emprendedurismo se caracteriza por ser dinámico, que requiere de una persona creativa con capacidad de adaptarse al cambio y por supuesto que tenga la capacidad de poder trabajar en equipo. Siguiendo esta línea, encontramos a Chell (2007) para quien el proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico. Por su lado, Fournier (2011) agrega que se caracteriza por una iniciativa de acción en un marco privado cuyo fin es generar un beneficio para una parte significativa de la población.

Peralta, Silvera y Miguel (2015) en su artículo mencionan el encuentro para el desarrollo emprendedor que se realizó en Argentina en el año 2009 a partir del cual se logra inferir que nuestro país posee una base sólida, culturalmente hablando, para fomentar el emprendimiento, debido a que consideran que los argentinos “no son reacios al riesgo”. A través de los años dos tercios de la población considera deseable ser emprendedor y esta visión se ha ido plasmando a lo largo de los años. En dicho encuentro se hizo hincapié también que el sector público debería cumplir un rol intermediario en la sociedad a partir de la coordinación y facilitación en el logro de objetivos y comprometerse con el sector privado para de esta manera formar emprendedores. En este sentido, es importante reconocer acciones y estrategias sostenidas desde centros de investigación y organizaciones no gubernamentales encargadas de fomentar el emprendimiento en Argentina a través de la financiación de fondos de capital, promoviendo la formación emprendedora y empresarial. Algunas de ellas son: *Competencias Naves* que acompaña a emprendedores a transformar ideas de negocio en proyecto sustentables. *Desafío Joven,* desde la empresa Shell Argentina

y de la asociación cristiana de dirigentes de la empresa (A.C.D.E), orientando a jóvenes en convertir su idea en un plan de negocio y de esta forma contribuir con el desarrollo del país. *Capital Semilla,* concurso de proyectos productivos a nivel nacional que otorga préstamos a tasa cero con el fin de promover economías regionales.

Torres Carbonell (2006) considera que el argentino es emprendedor por naturaleza y lo fundamenta a través de la historia de los inmigrantes en el país, quienes llegaban en búsqueda de oportunidades y para eso debían innovar y ser creativos para desarrollar su idea de negocio, sin recursos y con una buena predisposición a emprender, otro fundamento que utiliza para afirmar esto son las numerosas crisis que el argentino ha tenido que hacer frente obligándolo a desarrollar ideas innovadoras para sobrellevar y enfrentar los efectos negativos de las mismas. A partir de los datos arrojados por el IAE se ha comprobado que el mayor porcentaje de los argentinos emprenden por oportunidad y solo el 25 por ciento lo hacen por necesidad.

Se puede diferenciar emprendimientos por necesidad y por elección, en relación a esto Peralta, Silvera y Miguel (2015) toman como referencia el proyecto GEM, el cual fue utilizado para medir la actividad emprendedora en diferentes países, el mismo fue adaptado en Argentina en el 2006. Según este proyecto los tipos de emprendimiento se pueden diferenciar por la oportunidad de aprovechar un nuevo negocio (*Tasa de Actividad Emprendedora por Oportunidad*) y por la necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de otras actividades laborales (*Tasa de Actividad Emprendedora por Necesidad*). Los emprendimientos por oportunidad se subdividen en dos: los emprendedores que deciden iniciar un emprendimiento como estilo de vida, por curiosidad, a raíz de una idea, que no innovan, pero instauran su empresa y los emprendedores cuya percepción tiene un impacto en la esfera social que introducen nuevas tecnologías o modelos y logran la innovación. En cambio, los emprendimientos por necesidad, surgen, no a partir de la percepción de una oportunidad sino con la necesidad de generar ingresos, como consecuencia de la falta de alternativas en el mercado laboral. En relación a esto último Cándida y Díaz (2006) concluyen que la edad promedio de los emprendedores oscila entre los 21 y 25 años en un 74%, se evidencia que los emprendedores son muy jóvenes, pero no iniciaron sus empresas apenas entraron a la universidad sino más bien después de un corto periodo de adaptación. A las características de un emprendedor mencionadas

anteriormente se destacan según Durán, Parra y Márceles (2015) la capacidad de aprender por cuenta propia, la capacidad de análisis, síntesis y evaluación, pensamiento crítico, creatividad, capacidad de identificar y resolver problemas, capacidad para tomar decisiones, capacidad de trabajo, cultura de calidad y uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones. Siguiendo esta línea, Moriano León, Palací Descals y Morales Domínguez (2006) concluyeron que son los valores individualistas los más influyentes en la intención de crear un emprendimiento, complementados con la estimulación por parte de la universidad y el apoyo social que reciba cada uno.

Es importante destacar también que existe lo que se conoce como emprendimientos sociales, de hecho, el trabajo de tesis se enmarca en el proyecto dirigido por la Dra. Yamila Silva Peralta, Mujer[ES] Emprendedoras Sociales. Cuando nos referimos a emprendimiento social, debemos mencionar tres componentes que lo diferencian de un emprendimiento. Respecto a esto, Martín y Osberg (2007, p.35) identifican los siguientes: "La identificación de un equilibrio estable pero intrínsecamente injusto que causa marginalización en el cual un segmento de la sociedad carece de recursos financieros y tiene escasa influencia política, el desarrollo de un valor social como inspiración y fortaleza y como último componente que coincide con la idea de emprendedor es la elevada capacidad de riesgo".

Ramírez (2008) en relación a los componentes y características más significativas del emprendimiento social, menciona tres elementos para poder identificar un emprendimiento social, estos son: visualizar y tener un objetivo, una innovación transformadora que tenga impacto en la esfera social y un modelo de negocio sostenible. Emprendimientos de estas características suelen predominar en donde la acción del Estado es ineficaz.

Emprendimiento y Universidad

La responsabilidad social universitaria es una política de gestión de la calidad ética de la Universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia, investigación y extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, transparencia y la participación dialógica de toda la

comunidad universitaria (autoridades, docentes, estudiantes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario (Ayala García, 2001).

El trabajo de la universidad en la actualidad va más allá de sus funciones tradicionales de docencia, investigación y extensión, por eso se requiere que las instituciones de educación superior inicien un proceso de cambio institucional para estar en sintonía con los cambios que han organizado en esta nueva época (Ayala García, 2001).

La universidad como institución creadora y difusora de conocimiento, tiene un importante papel que cumplir en la generación de emprendimientos productivos, entre estudiantes, graduados y docentes (Delicio, 2006). Este autor considera que la Universidad debe fomentar la cultura emprendedora entre sus alumnos y docentes, debe aplicar el conocimiento generado para el nacimiento, el fortalecimiento y la visibilidad de emprendimientos que sean productivos, debe potenciar la creación de empleos productivos en su entorno regional. Según su criterio, la universidad debería impulsar recursos humanos, técnicas para impulsar la creación de emprendimientos productivos y en inculcar una cultura emprendedora entre sus alumnos y docentes. En esta misma línea, Toledano (2006) coincide y resalta lo importante que puede ser la influencia de la universidad en la motivación de los estudiantes a través del impulso de los rasgos característicos de la actividad empresarial, como la motivación de logro y la independencia. A su vez este autor resalta que la universidad que promueve el emprendimiento en los estudiantes, puede aclarar muchas inquietudes de los mismos cumpliendo de esta manera un rol de asesoramiento, acompañamiento, orientación. Algunas universidades como la Universidad Austral, la Universidad Argentina de la Empresa, La Universidad Maimónides, y la Universidad de Palermo, entre otras, cuentan con centros de emprendimiento universitario y materias relacionadas con el tema dentro de la estructura curricular de sus carreras.

En relación a lo expresado anteriormente un estudio realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata en el año 2003, arrojó diversas hipótesis de las cuales dos me resultaron significativas considerarlas dado que muestran relación con la presente investigación: La primera de ellas estaba orientada a qué la proporción de los estudiante con vocación emprendedora de esa Facultad era baja y la siguiente hipótesis postulaba que “las carreras de Ciencias Económicas daban formación

adecuada para la actividad emprendedora de sus estudiantes" (Delicio, 2006, p.4). Según este estudio, la primera hipótesis es difícil confirmar o refutar, dado que, si se analiza en comparación con otros estudios, los resultados arrojaron un porcentaje bajo de vocación emprendedora. Ahora bien, si se tiene en cuenta el estímulo de la universidad respecto a la temática en cuestión, concluyen que el porcentaje que arrojó el estudio es bajo (14.89%). Respecto a la siguiente hipótesis, "Carreras de Ciencias Económicas daban formación adecuada para la actividad emprendedora de sus estudiantes" (Delicio, 2006 p. 7) tampoco puede ser confirmada en totalidad, porque si bien en esa facultad los estudiantes cuentan con materias opcionales como creación de empresas o talleres de emprendedurismo, se considera la insuficiente y se deja ver en el estudio que los estudiantes tienen la necesidad de recibir formación académica más completa respecto a la posibilidad de desarrollar una actividad emprendedora. Como resultado de este estudio descriptivo se concluyó que la mayoría de los estudiantes expresaron su interés en trabajar en una gran empresa o ser profesionales independientes. Si bien la tasa de estudiantes con vocación emprendedora es baja, esto se relaciona con que no hay por parte de la Universidad estímulo a la vocación emprendedora, otro de los factores que tuvo influencia en este estudio es el ejemplo de padres que tienen como vocación una actividad independiente.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en el estudio mencionado anteriormente se puede inferir que la universidad tiene una gran responsabilidad respecto a la actividad emprendedora, no sólo desde la función académica, sino desde la transmisión de motivación y facilitación de recursos para asumir y enfrentar los riesgos que se puedan presentar.

Emprendimiento Social Universitario

Para Cabello Díaz (2006) el emprededurismo es uno de los temas más apasionantes que ocupa el quehacer de muchas personas, la mayoría vinculadas al entorno universitario. Dentro del ámbito académico, el autor enfatiza en el deterioro de carreras profesionales las carreras tradicionales están centradas en pensamientos de estudios anacrónicos que

anteriormente eran vistas como el modelo de empleo deseable y seguro. Se habla que la educación está concebida para formar empleados y no generadores de empleo.

En la revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones (Moriano León, Polaci Descalsa, Morales Domínguez, 2006, p. 75) dedican un artículo a la conducta emprendedora, considerando que *emprender es una capacidad básica que debe ser inculcarse a través del aprendizaje de forma permanente, por eso desde Europa evaluaban la necesidad de un acercamiento estrecho entre las empresas y las instituciones educativas para promover el autoempleo en los estudiantes universitarios, a su vez, tenían la necesidad de estudiar cuáles eran las variables psicológicas y sociales que influyen en la conducta emprendedora.* Los Psicólogos/as que participaron de esta revista concuerdan que en ella intervienen tanto características personales, como efectos económicos, sociales y aspectos culturales caracterizada por ser un campo de investigación plural y multidisciplinar que estudia tanto las características personales, como las actividades empresariales, efectos económicos y sociales, o incluso aspectos culturales.

A las universidades les compete promover la responsabilidad empresarial, la responsabilidad social científica y la responsabilidad social ciudadana para reflexionar acerca de los impactos del conocimiento, los valores y comportamientos que promueve la universidad, por lo que la universidad en tanto sistema de producción de conocimiento deberá asumir un papel activo y protagónico (Salvador, 2009, p. 47).

En un estudio realizado en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) da cuenta que a partir del acercamiento de la universidad con el sector empresarial, impulsa a los estudiantes a la creación de empresas que tengan un impacto en la sociedad. Esto sucede porque se observaba que muchas empresas familiares aseguraban trabajo para cada generación, pero no se le daba importancia al empleo seguro para la comunidad. Lo que se concluye a partir de esto es la importancia que tiene la universidad como incubadora, debido a que brinda a los estudiantes la posibilidad de crear empresas exitosas que tengan un impacto social. Por eso, se establece que la incubadora de la universidad brinda una formación emprendedora a los estudiantes y garantizan su desarrollo profesional y empresarial adquiriendo competencias como liderazgo, trabajo en equipo, motivación.

La universidad se ve comprometida no solo a transferir los conocimientos sino a colaborar con el desarrollo económico, por lo que la incubación no es solo otra forma de vincularse

con la industria, sino que se espera como principal beneficio una remuneración económica, esto implica que el éxito está ligado al éxito de la empresa incubada (García 2011, p. 2).

El modelo de desarrollo de la carrera profesional de Sonenfelt y Kotter (1982), el cual fue utilizado en el estudio de emprendedores por Sanchez-Almagro (2003), permite clasificar las variables psicosociales en tres espacios: (a) Familiar, (b) Socio laboral y (c) Personal.

- Los modelos sociales que proporciona el *entorno familiar* influyen positivamente en el desarrollo profesional a través de auto-empleo, porvenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en el mundo empresarial. El espacio socio laboral refiere a contar con experiencia en el pasado como emprendedor se relaciona más positivamente en comparación con otros tipos de experiencia laboral, no solo con el interés en la carrera profesional como auto-empleado, sino con el éxito en la creación y gestión de una empresa.
- En lo que respecta a la *educación*, las características personales y las habilidades de los/as emprendedores pueden ser desarrolladas a través de la educación. Según algunas investigaciones sugieren que la conducta emprendedora puede ser estimulada a través de programas formales de educación. La educación para el autoempleo puede incrementar los conocimientos sobre creación, gestión de empresas, fomentar características personales asociadas con los emprendedores como la motivación de logro, la autoeficacia (Bonnet y Furnham 1991; Gorman et al, 1997; Housermark 1998; Rasheed 2003).
- Respecto a la variable *personal* hace referencia a los siguientes rasgos de personalidad: Necesidad de logro, locus de control interno, capacidad de asumir riesgos, perseverancia, creatividad y la iniciativa.

Es importante para el presente trabajo de investigación centrarse en lo que señala Vesper (1990) quien enfatiza en el autoempleo y la responsabilidad de la universidad en facilitar el proceso de creación de empresas, esto permite concientizar a los estudiantes de la viabilidad que tiene el autoempleo como salida profesional.

Competencias

Lazzati (2008) basándose en otros autores, define las competencias como una característica personal que está relacionada con un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. También distingue dos maneras de emplear las competencias: por un lado, las competencias que posee una persona o grupo de personas o las competencias que se requieren para un determinado puesto de trabajo. Detenerse en esta última sería útil para la temática que se va tratar. Boyatzis (1982) cita la clásica definición de competencia, como una característica subyacente en una persona que está causalmente relacionada con un desempeño exitoso en su puesto de trabajo.

David Mc Clelland (1973) partió de la observación de que los test de conocimiento y habilidades no son suficientes para poder predecir el desempeño en un trabajo o el éxito en la vida. En relación a esto, según él, para medir el desempeño de una persona de una manera eficaz, no hay mejor manera que hacerlo observando a la persona en el trabajo. Identificó los siguientes componentes de características subyacentes: (a) Los motivos, rasgos, auto-conceptos que integran la personalidad. Y (b) los conocimientos y las habilidades. Para explicar dichos elementos el autor utiliza la metáfora del iceberg, en el cual los conocimientos se ubican en la parte superior, constituyen las competencias más visibles del emprendedor y los motivos y rasgos están en la parte oculta. Los primeros son más fáciles de evaluar y desarrollar a través de capacitación. A medida que se baja en el iceberg son más difíciles tanto en el diagnóstico como en el cambio personal. Paradójicamente, las competencias más profundas, una vez que son detectadas, permiten predecir comportamientos futuros mejor que las competencias más visibles, por este motivo prefiere referirse a carácter. Mcclelland prefiere hablar de competencias como características personales en lugar de limitarse a lo subyacentes.

Otros autores cómo Spencer y Spencer (1993), Rodríguez y Feliú (1996) y Ansorena Cao (1996) también definen a las competencias como atributos, habilidades que posee una persona, relacionadas con un rendimiento superior en una situación de trabajo específica y que pueden considerarse como atributos de su comportamiento.

Como un común denominador entre estos autores puede concluirse que las competencias no están relacionadas sólo con el saber hacer, lo que implica un conocimiento teórico, sino que

las competencias se relacionan también al saber-hacer y el saber-estar en situación, en contexto. En esta misma línea Lazzati (2010) concluye que las competencias son causa del comportamiento y éste afecta los resultados. Para medir el desempeño laboral de una persona realiza una agrupación de éstas en dos categorías: (a) *Competencias Funcionales:* Consisten en los conocimientos y habilidades inherentes a la especialidad en un área funcional. Y (b) *Competencias compartidas:* Comprenden aspectos de comportamiento comunes o distintas áreas funcionales, el foco aquí en habilidades, actitudes generales identificables directamente con ciertas características subyacentes (comunicación, trabajo en equipo, que forman parte de la inteligencia emocional.

Correa (2011) realizó una revisión teórica sobre diferentes autores que mencionan competencias presentes en emprendedores y emprendedoras, detectando como más importantes las siguientes: Iniciativa/ Autonomía, Innovación/ Creatividad, Orientación a resultados, Confianza en uno mismo, Desarrollo de relaciones, Perseverancia, Pensamiento estratégico, Búsqueda de información, Capacidad de planificación y organización, Compromiso de información, Capacidad de planificación y organización, Compromiso /productividad, Dinamismo/ Energía, Responsabilidad, Calidad de trabajo, Impacto e influencia, Control directivo, Liderazgo, Locus de control, Resolución de problemas e integridad.

Marco teórico para esta investigación

Si bien se encontraron dificultades al inicio de este análisis para seleccionar el modelo que más se ajustara a las competencias que se pretendían analizar, después de una intensa investigación teórica, el modelo de Tuning (2007) fue el seleccionado para proceder con el análisis de los resultados que se obtuvieron. El proyecto *Tuning-América Latina 2004-2006* surge en un contexto de intensa reflexión sobre educación superior, tanto a nivel regional como internacional. Hasta ese momento el mismo había sido una experiencia exclusiva de Europa. El proyecto busca iniciar un debate cuya meta es identificar e intercambiar información, y mejorar la colaboración entre las instituciones de educación superior para el

desarrollo de la calidad, la efectividad y la transparencia. En la búsqueda de perspectivas que puedan facilitar la movilidad de los poseedores de títulos universitarios y profesionales en América Latina, y quizás también en Europa, el proyecto trata de alcanzar un amplio consenso a escala regional sobre la forma de entender los títulos desde el punto de vista de las actividades que los poseedores de dichos títulos serían capaces de desempeñar. De esta forma, el punto de partida del proyecto estaría en la búsqueda de puntos de referencia comunes, centrándose en las *competencias* y en las destrezas basadas siempre en el conocimiento (Europe, 2009, p.3).

El modelo de Tuning propone realizar un análisis desde un paradigma enseñanza-aprendizaje enfatizando en que se está produciendo un cambio en el cual los esfuerzos educativos se centran cada vez con mayor intensidad en el individuo que aprende. Estas ideas están íntimamente relacionadas con la concepción de la educación dentro de un contexto más amplio: Educación continua, donde el individuo necesita ser capaz de manejar el conocimiento, actualizarlo, seleccionar qué es lo apropiado para un contexto determinado, estar en permanente contacto con las fuentes de información, comprender lo aprendido de tal manera que pueda ser adaptado a situaciones nuevas y rápidamente cambiantes.

El interés en el desarrollo de las competencias en los programas educativos corresponde a un enfoque de la educación fundamentalmente centrado en el estudiante y su capacidad de aprender, que exige de éste más protagonismo y cuotas altas de compromiso puesto que es el estudiante quien debe desarrollar la capacidad de acceder a la información original, manipularla, evaluarla en una gran variedad de formas. Esto se relaciona explícitamente con el cambiante papel del profesor, que de ser la persona que estructuraba el proceso de aprendizaje, el protagonista principal en la enseñanza y articulación de conceptos claves, así como el supervisor y director del trabajo de los estudiantes cuyo conocimiento evaluaba, pasa a ser, un acompañante en el proceso de aprender, que ayuda al que estudia a alcanzar ciertas competencias. Si bien, el papel del profesor continúa siendo crítico, se desplaza cada vez más hacia el de un consejero orientador y motivador que señala la importancia y lugar de las áreas del conocimiento, comprensión y capacidad necesaria para aplicar ese conocimiento que relaciona con los perfiles que deben lograrse y las necesidades que deben

satisfacerse, con los intereses personales, lagunas de conocimientos y las capacidades individuales (Beneitone, Esquitini, González, Maletá, Siufi, Wagenaar, 2013).

En el proyecto Tuning el concepto de competencia sigue un enfoque más bien integrador y las define por una dinámica combinación de atributos (Heywood, 1993) que juntos permiten un desempeño competente como parte del producto final de un proceso educativo. Las competencias representan una combinación de atributos (con respecto al conocimiento, la aplicación de este, aptitudes, destrezas y responsabilidades que describen el nivel o grado de suficiencia con que una persona es capaz de desempeñarlo). Las competencias pueden ser verificadas y evaluadas, ésto quiere decir que una persona corriente no posee ni carece de competencias en términos absolutos, pero las domina en cierto grado de modo que pueden situarse en un continuo. Este proyecto trata sobre *competencias genéricas*, según Delors (1996) deben ser entendidas como una combinación de atributos relacionados con la formación completa del conocimiento del sujeto, guiados por el desarrollo de habilidades, prácticas instrumentales y cognitivas fundamentalmente para satisfacer las exigencias del mundo globalizado.

En este sentido, las competencias emprendedoras se conforman como un subgrupo dentro de las *competencias genéricas*, hacen referencia a las características personales que se manifiestan en la forma de pensar y actuar y están vinculadas con la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades (Ornela, Contreras Gonzales, Silva Overa y Liquidano Rodríguez, 2015).

Las 27 competencias genéricas del modelo Tuning están organizadas en tres grupos: (1) *Competencias Instrumentales* que hacen referencia a las habilidades cognoscitivas, metodológicas, destrezas tecnológicas, destrezas lingüísticas. (2) *Competencias Interpersonales*, la habilidad y capacidad de expresar los propios sentimientos, capacidad de trabajar en equipo, asumir un compromiso social y poder ejecutar con organización. Y (3) *Competencias Sistémicas*, que incluyen la comprensión, habilidad de planificación de cambios. En el apartado siguiente se nombrarán las 27 competencias a las que el modelo hace referencia y serán descritas y explicadas brevemente en el Anexo 2. Las competencias específicas se vinculan a una práctica profesional determinada que implica habilidades específicas en la formación de cada perfil profesional.

CAPÍTULO II
MÉTODO

Se trata de una investigación descriptiva y cualitativa.

El objetivo general es analizar las competencias emprendedoras sociales de docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas promotores del emprendedurismo social en la UNMDP. Fueron administradas entrevistas semi-estructuradas a docentes con la finalidad de evaluar cualitativamente competencias emprendedoras sociales y construir perfiles a través del análisis de contenido. Desde el punto de vista práctico, los resultados de esta investigación aportarán elementos a decisores políticos-educacionales y organizacionales hacia la generación y fortalecimiento de competencias emprendedoras sociales en los diseños curriculares/extracurriculares de la UNMDP.

Los objetivos específicos de la investigación son los siguientes**:**

a) Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores de emprendedurismo en la UNMDP.

b) Analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior.

c) Indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados.

Fueron construidas y administradas entrevistas semi-estructuradas a docentes de la UNMDP a cargo de prácticas, proyectos y/o programas promotores del emprendedurismo en la UNMDP, con la finalidad de conocer sus competencias emprendedoras sociales y cómo facilitan su desarrollo en los futuros graduados universitarios. En Anexo II se comparte la guía de preguntas administradas.

La muestra fue intencional y no probabilística. Se aplicó análisis de contenido a las respuestas obtenidas y se construyeron perfiles de docentes según sean sus competencias emprendedoras sociales.

Modelo de Tunning

Para proceder a realizar el análisis correspondiente se tomó como referencia el modelo de competencias de Tunning (Beneitone, Esquitini, González, Marty, Siufi, y Wagenaar, 2007). A continuación, se listan las 27 competencias del modelo Tuning para Latinoamérica (en el Anexo 1 se presenta una breve descripción de las mismas):

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Capacidad de aplicar conocimientos a la práctica
3. Capacidad para organizar y planificar el tiempo
4. Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
6. Capacidad de comunicación oral y escrita
7. Capacidad de comunicación en un segundo idioma
8. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación
9. Capacidad de investigación
10. Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
11. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
12. Capacidad crítica y autocrítica
13. Capacidad para actuar en nuevas situaciones
14. Capacidad creativa
15. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
16. Capacidad para tomar decisiones
17. Capacidad para trabajar en equipo
18. Habilidades interpersonales
19. Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
20. Compromiso con la preservación del medio ambiente
21. Compromiso con su medio socio-cultural
22. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad
23. Habilidad para trabajar en contextos internacionales
24. Habilidad para trabajar de forma autónoma

25. Capacidad para formular y gestionar proyectos
26. Compromiso ético
27. Compromiso con la calidad

Se realizó un análisis cuantitativo de las respuestas brindadas por los/as entrevistados/as agrupando en distintas categorías a fin de organizar los datos brindados.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

En el presente capítulo se analizan los resultados de la investigación en función de los objetivos específicos propuestos. Fueron categorizadas y analizadas las respuestas brindadas por cada docente entrevistado/a.

Se confeccionó un cuadro de análisis a partir de escuchar activa y repetidamente cada una de las entrevistas. Realizar este trabajo, implicó un esfuerzo de comprensión y comparación de las respuestas, debido a que unas eran muy claras, concisas y otras un tanto confusas o escuetas cuando se le solicitaba argumentación o ejemplificación.

Objetivo específico 1. Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores de emprendedurismo en la UNMDP.

Programa Acompañando Emprendedores

Los/as docentes que participaron de las entrevistas, son docentes de las distintas Facultades de la Universidad Nacional de Mar del Plata, involucrados en proyectos de emprendedurismo e intra-emprendurismo; es decir, que fomentan el emprendedurismo en la Facultad, como docentes de distintas cátedras. El 65 % de los entrevistados/as participan en el *Programa Acompañando Emprendedores* de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, que articula con otras Facultades de Ingeniería, de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, de Psicología, de Humanidades, de Medicina y de Ciencias Agrarias. El programa tiene como objetivo general promover e impulsar la cultura y desarrollo emprendedor en la región, en forma articulada con otras instituciones, para la creación de empresas innovadoras y en base a conocimiento. Dentro de los objetivos específicos se encuentran: (a) Promover el espíritu emprendedor en el proceso de formación universitaria y en la comunidad en general, con el fin de contribuir al fomento de la cultura emprendedora a nivel local. (b) Desarrollar competencias emprendedoras con el fin de poder identificar, validar e implementar oportunidades de negocios. (c) Brindar herramientas a los emprendedores para la formulación, evaluación y seguimiento de proyectos que

contribuyan a la puesta en marcha de emprendimientos productivos. (d) Generar espacios de encuentros para promover capacidades de innovación, asociativas y de trabajo en red entre los emprendedores, empresarios y otros actores del ecosistema emprendedor. (d) Fomentar el espacio de apoyo y consulta de los emprendedores, a través de la oficina de Apoyo al emprendedor. En este programa se realizan diversas actividades: Se dictan cursos, capacitaciones y tutorías a emprendedores acerca de la gestión del emprendimiento. En relación al desarrollo de habilidades, se trabaja con vinculación y generación de redes de contacto. El Programa también capacita de forma "multiplicadora" a profesionales para que tengan herramientas para fortalecer a más emprendedores/as (Formación de Formadores). También se hace hincapié en capacitar a los emprendedores en estrategias y habilidades de comunicación, cómo ser efectivos en la presentación en público, cómo fomentar las relaciones públicas, es decir, se transmiten distintas técnicas en materia de comunicación para que puedan desarrollar una imagen, una marca, promover y vender un servicio o producto.

Proyecto Mujeres Emprendedoras

Otros/as de los/as participantes están involucrados/as en el proyecto *Mujeres Emprendedoras*, cuyo objetivo es contribuir a una cultura local emprendedora, sustentable y amigable con el medio ambiente a través del desarrollo de mujeres recicladoras y emprendedoras sociales. Se cuenta con un diagnóstico participativo inicial de cuarenta (40) mujeres que ya participan (directa o indirectamente) en proyectos de extensión e investigación enmarcados en la Facultad de Psicología y Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata orientados a las temáticas de género y desarrollo socio-productivo. Algunas de estas mujeres han vivido o viven situaciones desfavorables (separación, divorcio, viudez, enfermedad, violencia, maltrato, abandono, que las convierten en madres solas, jefas de familia y principal sostén de sus hogares, por esta razón deciden emprender. Sin embargo, muchas de ellas perciben que no cuentan con los recursos técnicos y socio-emocionales pertinentes para avanzar en el proceso de emprender. A partir de esto, se identificó la necesidad de recibir apoyo en las etapas iniciales de sus emprendimientos, no sólo en la gestión de aspectos técnicos, económicos y

de panificación estratégica, sino también en lo relativo a la contención y sostén emocional por las dificultades psicosociales que han atravesado o bien están atravesándolo. Así, se implementan talleres para el desarrollo de equipos de emprendedoras de alto desempeño que trabajan la materia prima, diseño en equipos de ideas-proyectos y prototipo de producción, participación del "Concurso MujeRES" y socialización ampliada con actores gubernamentales, no gubernamentales y privados interesados en la temática. El equipo participante es interdisciplinario, integral y multifactorial conformado por mujeres emprendedoras, docentes, extensionistas investigadoras y estudiantes con trayectoria en temáticas organizacionales y desarrollo de equipo de alto desempeño.

Programa Envión Puerto

Del programa Envión del Puerto, impulsado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires y el Municipio de General Pueyrredón, participan jóvenes de entre 14 y 21 años que no estudian ni trabajan, reciben apoyo escolar, capacitación laboral y hasta alimentación. Se trata de un programa de responsabilidad social compartida ya que abre la posibilidad a empresarios con sus industrias a dar un apoyo para sumarse y promover aprendizaje por medio de becas o pasantías laborales. El programa se orienta a la conformación de una red de contención y de acción desde la comunidad, sumado al apoyo público-privado que destina recursos y oportunidades laborales para los jóvenes. Se organizaràn cursos en los que se dictarán materias vinculadas con formación general y otras específicas en los oficios, y se realizarán prácticas laborales en empresas para adquirir experiencias en ámbitos reales de trabajo.

Incubadora de Empresas de la UNMDP

La Incubadora de Empresas tiene como finalidad contribuir a la creación y desarrollo de Empresas de Base Tecnológica e Industriales. Se brinda a los/as emprendedores tutorías para el seguimiento de proyectos, asistencia técnica específica y acceso a fuentes de financiamiento, además de redes de contacto estratégicas y espacios de trabajo de uso compartido. La incubadora de empresas de la Universidad Nacional de Mar del Plata inicia

su actividad en el año 2015, a partir de una mirada conjunta de las unidades académicas, desde un enfoque colaborativo con el fin de fortalecer los proyectos científicos tecnológicos desarrollados en la ciudad, los cuales tenían un potencial para insertarse en el mercado.

Brindan servicios de asesoría integral a través de servicios como: pre incubación, incubación, tutorías, mentorías y actividades de formación en la adquisición y desarrollo de actividades empresariales y trabajo colaborativo entre pares.

A su vez desde la incubadora se realiza un acompañamiento al emprendedor, a partir de la vinculación con una red de negocios, de manera tal que amplíen su red de contactos nivel local, nacional y regional brindando asesoramiento para acceder a fuentes de financiamiento.

Para cumplir con la misión que propone, consideran esencial los siguientes valores: Responsabilidad social, compromiso basado en las personas, innovación, sustentabilidad, respeto por el medio ambiente, integridad y confidencialidad.

A través de su labor, su misión es fortalecer la cultura emprendedora en la comunidad universitaria y contribuir al desarrollo económico local.

En relación a los objetivos de los proyectos y /o programas en el los que participan los/as docentes entrevistados/as, las respuestas se concentran en:

- Generar oficinas de acompañamiento.
- Brindar tutorías a emprendedores/as.
- Desarrollar estrategias para los emprendedores/as.
- Brindar herramientas y acompañamiento a emprendedores /as
- Brindar herramientas a alumnos/as y docentes.

Las metodologías que de los proyectos en los que participan los/as docentes entrevistados/as son

- *Talleres/ Cursos*: Encuentros grupales de forma vivencial en los cuales se tiene como objetivo aprender a generar un emprendimiento, así como también potenciar las competencias favorables. Estos talleres se ponen en marcha a partir de convocatorias de proyectos, en las que pueden participar universitarios/as y personas de toda la comunidad. En los talleres se realizan actividades prácticas, se realizan diagnósticos y se hace un seguimiento del emprendimiento una vez finalizado el taller.

- *Capacitaciones a docentes:* Se realizan capacitaciones a Formadores del Emprendedurismo (Formación de Formadores).
- *Clases teóricas:* Se brindan conocimientos específicos de forma expositiva.
- *Pre-incubación:* Se trata de una modalidad de taller orientado a la presentación y validación del producto/ servicio. Son espacios de interacción y comunicación que orientan al/ a la emprendedor/a sobre el tipo de cliente al que estará destinado el producto y cómo comunicar la idea-proyecto.

Objetivo específico 2: Analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior.

En la Tabla 1 se presenta la distribución de respuestas a la pregunta 2.*2 ¿Habría diferencia entre un emprendedor/a y un emprendedor/a social?* Para complementar, se seleccionaron fragmentos de los/as entrevistados/as que permitieron ejemplificar las categorías planteadas.

Tabla 1. *Distribución de frecuencias para las respuestas sobre diferencias entre Emprendedor/a Emprendedor/a Social.*

Diferencia entre Emprendedor/a Emprendedor/a Social	F	%
Sí, hay diferencia	75%	75%
No, no hay diferencia	25%	25%
No sabe		
Total respuestas	20	100

A continuación se citan ejemplos de respuestas afirmativas respecto a las diferencias

Sí, creo que radica en la cuestión económica. (E.3)

El emprendedor social trabaja con una necesidad distinta. (E.4)

El emprendedor social tiene más en cuenta el entorno con el que trabaja. (E.6)

Hay diferencia. Porque un emprendedor, a diferencia de un emprendedor social, apunta más al rédito económico. (E.10)

Creo que hay diferencia. Hay distinta visión de lo que uno considera el éxito de un proyecto. El emprendedor social valora más cuestiones vinculadas con lo ambiental, que beneficien a un conjunto de personas. Quizás el lucro no es lo primero. Sino garantizar una fuente de trabajo. (E.14)

El emprendedor social tiene como atributo ser más vocacional y más afectado por un contexto o condicionado por una circunstancia que muchas veces lo hace sentir esa necesidad de emprender no solamente con fines de lucro, sino también que tenga un impacto positivo en la comunidad, de hacer el bien, de ser solidario, de apostar a que el otro también crezca. (E.17)

Hay diferencias con un emprendedor social, este, lo que busca es resolver un problema que hay en la sociedad, su empresa que es en definitiva lo que se termina generando, ataca esa cuestión social y la mejora. (E.20)

A continuación, se citan ejemplos de respuestas negativas respecto a las diferencias:

No hay diferencia. Hoy puede ser un emprendedor social y el día de mañana mutar. (E.15)

Cuando hablamos de emprendimientos, nos referimos a que sean de triple impacto: Económico, social y ambiental. Ambos están dentro de ese paradigma. (E.16)

No en cuanto a las características, pero sí teniendo en cuenta el objetivo. El emprendedor social trabaja con una necesidad distinta, pero tiene las mismas características que un emprendedor. (E.17)

En relación a la pregunta 2.3. *¿Se identifica con un/a emprendedor/a o con un /a emprendedor/a social?*, las respuestas se distribuyen como muestra la Tabla 2. En la misma se observa que más del cincuenta por ciento (50%) de los entrevistados/as logran identificarse con un emprendedor/a

Tabla 2. *Distribución de frecuencias para las respuestas sobre identificación con emprendedor / emprendedor social.*

Se identifica con	F	%
Emprendedor/a social	8	40%

Emprendedor	11	55%
No sabe	1	5%
Total respuestas	20	100

De las características mencionadas en la Tabla 3, se señalan a continuación aquellas competencias consideradas relevantes para un/a emprendedor/a social según los/as entrevistados/as y que a su vez esta variable se considere necesaria para que un docente, pueda transmitir desarrollo emprendedor en estudiantes universitarios. Las categorías con más recurrencia en las respuestas de los/as entrevistados/as fueron Perseverancia (12 respuestas), Sustentabilidad económica (9 respuestas), Habilidad social (8 respuestas) y Compromiso Social (11 respuestas). Las categorías con menor frecuencia de respuesta fueron Planificación (3 respuestas) y Flexibilidad (3 respuestas).

En relación a las siguientes preguntas del anexo 1, se construye la tabla 3:

2.4 ¿Si tuviera que nombrar 3 características de un emprendedor social, ¿cuáles serían?

2.5 ¿Considera que algunas de esas tres son relevantes para un docente /profesor/a que promueve el emprendedurismo en la Universidad? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Tabla 3. *Distribución de frecuencias para las respuestas sobre las características de un emprendedor/a social y si estas eran necesarias o no para los docentes.*

Categorías de Competencias	Contenido incluido en la categoría	%	F	Competencias necesarias para los docentes
Pasión	Ser soñador/a. Tener entusiasmo. Tener motivación para emprender.	20%	4	3 de 4
Perseverancia	Ser resiliente. Tener confianza en uno mismo/a. Ser constante. Ser Perseverante. Tener fortaleza. Tener voluntad. Poseer necesidad de logro.	60%	12	7 de 12
Innovación	Ser creativo/a. Ser Innovador/a.	20%	4	3 de 4

Sustentabilidad Económica	Tener la capacidad para asumir riesgos. Capacidad de Equilibrio económico. Tener Interés por la sustentabilidad. Ser generador/a de empleo. Saber gestionar los recursos.	45%	9	8 de 9
Iniciativa	Ser proactivo/a. Ser curioso/a. Estar abierto/a al aprendizaje	25%	5	5 de 5
Habilidad Social	Ser empático/a. Trabajar en equipo. Poseer habilidad para relacionarse con otros/as	40%	8	8 de 8
Planificación	Ser organizado/a. Tener objetivos claros.	15%	3	3 de 3
Compromiso Social	Tener conciencia por el otro/a. Tener compromiso social. Ser solidario/a. Poseer objetivos sin fines de lucro.	55%	11	11 de 11
Flexibilidad	Ser flexible. Saber adaptarse a los cambios y situaciones.	15%	3	3 de 3

En relación a la columna 4: *Competencias necesarias para los docentes*, pretende plasmar qué porcentaje de los/as entrevistados/as consideran que las competencias necesarias para identificar un emprendedor/a social son también competencias necesarias en un/a docente universitario para que de esta forma pueda transmitir de una manera más efectiva la noción de emprendimientos a los estudiantes.

Habiendo aclarado esto, se observa que, en la totalidad de la tabla, competencias como flexibilidad, compromiso social, habilidad social, perseverancia, iniciativa presentan un ajuste del 100 % tanto para considerarse emprendedor social como para estar presente en los/as docentes universitarios. Otras como sustentabilidad económica, perseverancia y pasión no son necesarias en su totalidad para los docentes en la universidad.

Objetivo específico 3: Indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados.

Para responder a este objetivo y confeccionar las tablas de frecuencia que se observan a continuación se seleccionaron las siguientes preguntas correspondientes al Anexo 1.

3.1 ¿Considera que es necesario promover el emprendedurismo en los estudiantes universitarios? ¿Por qué?

Se observa una coincidencia absoluta entre los entrevistados/as ante la necesidad de promover la noción emprendedora en los estudiantes universitarios. Cabe destacar que, como se mencionó anteriormente, los/as docentes entrevistados, pertenecen a distintas unidades académicas, lo que resulta más interesante aún, dado que la necesidad se encuentra presente en carreras como Arquitectura y Diseño, Económicas, Humanidades, Ingeniería, Psicología. A continuación, se citan respuestas de los/as entrevistados/as que dan cuenta de los porcentajes observados en la tabla anterior.

Tabla 4. *Distribución de frecuencias para las respuestas acerca de promover el emprendedurismo en la Universidad.*

Promover el emprendedurismo	F	%
Sí	20	100
No	0	0
Total respuestas	20	100

Es necesario transmitir la actitud emprendedora para motivar a los /as estudiantes a crear sus propias oportunidades (E2).

Es necesario para no ser solamente empleados de una organización (E4).

Es necesario también por el contexto económico en el que estamos como país (E7).

Es necesario porque cuando uno tiene un conocimiento, es necesario brindarle a la sociedad. Y porque es importante promover el desarrollo personal (E9).

Es necesario porque puede ser una herramienta pedagógica muy útil y que está muy desaprovechada (E10)

A continuación, se comentan citas textuales de las entrevistas que refieren a la pregunta 3.2 del anexo 1: *¿Cuáles son las variables que usted considera que intervienen en la enseñanza emprendedora?*

*Que el docente sea emprendedor**:** Para que pueda transmitir el conocimiento y motivar a los estudiantes con iniciativa, desde lo que ella/él es o hace (E1).*

Que el docente tenga iniciativa y capacidad de acompañar (E10)

*Estrategias pedagógicas a utilizar por los docentes**:** Con actividades prácticas. Tener vocación para transmitir conocimiento. (E1).*

Recurrir a la empatía para con el otro (E6).

*Que la Asignatura esté vinculada directa o indirectamente con el emprendedurismo **(**E10)*

Depende de la materia es necesario poder transmitir la actitud emprendedora. (E5).

*Que los docentes estén capacitados y la falta de sensibilización para con la/el estudiante**.*** (E12)

Para la Tabla 5 se seleccionó de la guía de preguntas correspondiente al Anexo 1 la pregunta 3.3 *¿Considera que actualmente los profesores tienen las competencias que se necesitan para transmitir el emprendedurismo en los alumnos? ¿Cuáles serían?*

Tabla 5. *Distribución de frecuencias acerca de la presencia o ausencia de competencias en los docentes*

Competencias en los docentes	F	%
Si	4	20%
No	9	45%
Parcialmente	3	15%
No se puede analizar	4	20%
Total respuestas	20	100

Sí:

Se debe a que están vinculados a proyectos de extensión y a su vez plantean nuevas dinámicas de trabajo con los/as estudiantes. (E13)

No:

Los docentes no tienen capacidad para transmitir, esto se debe a ser más conservadores. (E11)

Todavía no está desarrollada (E7)

No. Pero por falta de formación. (E14)

No todos tienen competencia para transmitir e emprendedurismo, creo que debe haber un espacio para el docente, para formarlo, el docente tendría que ser un motivador nato en su materia, para poder orientar al estudiante (E16)

No, casi nulas teniendo en cuenta la cantidad de profesores que hay en la Universidad. no tienen las competencias ya sea porque no lo son o porque no se formaron

Parcialmente:

La competencia de los docentes para transmitir emprendedurismo en la facultad dependerá de la materia que dicte y a veces no pasa por falta de capacidad sino por no haber recibido formación sobre ese tema para poder transmitirlo a sus estudiantes. (E20)

No se puede analizar: No te sabría decir, pero en la curricula de diseño está cambiando mucho ¿la materia de abordar las materias. Creo que hay un proceso de reestructuración. (E7)

Teniendo en cuenta las consideraciones de los docentes entrevistados, de las 27 competencias del modelo Tuning y su adaptación para Latinoamérica (Beneitone, Esquitini, González, Marty, Siufi, y Wagenaar, 2007), las que más presencia tienen en la investigación son las siguientes:

Responsabilidad Social

Un emprendedor social, busca tener un impacto en un grupo o sector social (E15)

Hacerse rico, no debe ser lo principal (E17)

Flexibilidad de adaptación

Uno debe practicar la empatía y de esa forma charlar sobre puntos a mejorar y tener la mirada de otra persona (E14).

Toma de decisiones

A veces cuando uno tiene miedo, dialogando puede llegar a obtener una respuesta. Tomar determinadas responsabilidades, al gestionar actividades y de esa forma va tratando de resolverlas, en alguna medida buscando tener una suerte de liderazgo horizontal (E15)

Tengo características de líder, hay coherencia entre lo que hago y lo que digo, mi trabajo siempre tiene que ver con la gestión (E20)

Habilidades interpersonales

Cuando hablo de emprendedurismo, no soy técnico, depende a quien le hable y trato de transmitir el espíritu emprendedor, siempre tratando de transmitir algo, pero lo tenes que sentir. (E17)

Me considero una persona empática, tengo buena llegada con la gente (E20)

Generar una estructura para organizar gente (E17)

Apertura al aprendizaje

Ante una situación de falta de información, trato de obtenerla rápidamente para poder actuar sobre la tarea que tengo que hacer (E14)

Innovación

Una persona que sea innovadora y racional, teniendo en cuenta la sustentabilidad económica y en el ambiente (E15)

CAPITULO lV
DISCUSIÓN

En este apartado de la investigación se promoverá el diálogo entre los resultados obtenidos y los/as autores/as revisados.

Según Toledano (2006) la educación cumple un papel fundamental e influyente para la creación de empresas en la sociedad actual. La universidad generalmente prepara a los estudiantes para ser empleados/as de una organización y no para ser emprendedores/as, independientemente de la carrera que elijan. Inculcar la noción de emprendimiento posibilitará desarrollar las competencias personales, potenciar el desarrollo personal y el impacto social positivo que puede generar en la ciudad.

En la Universidad Nacional de Mar del Plata, según las respuestas obtenidas en esta investigación, los estudiantes son mayormente formados y preparados para ser empleados/as de una organización (ya sea grande o pequeña) y son pocos los docentes que promueven la importancia de la formación para ser emprendedores. Es importante destacar que la percepción de los/as docentes entrevistados/as coincide con lo que postula Cabello Díaz (2006) acerca del deterioro de las carreras universitarias, centradas en una idea de estudio asincrónica, pensando en un modelo de empleo estable y seguro. Sin embargo, se visibiliza un compromiso creciente en algunas facultades por promover emprendimiento en sus estudiantes mediante prácticas curriculares y trabajos de investigación final, por ejemplo, la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, la Facultad de Ingeniería, la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y la Facultad de Psicología. Desde estas unidades académicas, se estaría contribuyendo al desarrollo emprendedor, brindando oportunidades para el desarrollo de herramientas teórico-metodológicas, mentorías, formación de formadores, incubación de empresas y asesoramiento. Es decir, se estaría fomentando la cultura emprendedora desde estas unidades académicas, potenciando la creación de empleos productivos, como lo menciona Delicio (2006). Multiplicar estas acciones en toda la universidad requiere de una formación docente más exhaustiva para poder transmitir y promover el emprendimiento y su importancia para la sociedad como generador de empleos con impacto en la economía regional y provincial. No sólo debe

considerarse fundamental la formación de los docentes, sino que otro factor determinante son las competencias que cada docente debería tener. Como planteaba Lazzati, se pueden distinguir las competencias personales y aquellas competencias para un puesto de trabajo específico. Y aquí toma relevancia la idea de que un/a docente universitario/a sea emprendedor/a influye considerablemente en la transmisión de la noción emprendedora, es decir si se identifica como emprendedor/a social la facilidad, incentivo y asesoramiento a los estudiantes va a ser mucho mayor porque como mencionaba Bayatzis (2002) las competencias se relacionan con desarrollo exitoso en su trabajo y por lo tanto el docente podría transmitir desde su experiencia y trayecto personal. Inculcando también competencias personales como la capacidad de asumir riesgos, perseverancia, creatividad y la iniciativa.

Por eso la universidad, como sector público, no sólo debería intervenir en lo que respecta a la formación académica puntualmente, sino que los estudiantes deberían poder adquirir competencias necesarias para promover a lo largo de su vida laboral. Los docentes entrevistados/as en esta investigación insisten en que ciertas competencias se deberían transmitir a los estudiantes en su formación académica, como la creatividad, flexibilidad, capacidad de adaptación y habilidades para resolver problemas. Lo planteado anteriormente se correlaciona con la idea planteada por (Ayala García, 2011), el papel de la universidad como institución académica no debe limitarse a la transmisión de contenidos, sino también, acoplarse con los cambios que se han dado en la sociedad y que organizan esta nueva época, complementar con herramientas para el desarrollo de capacidades y competencias que fomenten la creatividad, la capacidad de adaptación y las habilidades para aprender a emprender. Duran, Parra y Márceles (2015) consideran también que el contexto universitario es el más apropiado para propiciar competencias que favorezcan a desarrollar un perfil emprendedor fomentando la creatividad, capacidad de resolver problemas, generación de ideas y por supuesto la capacidad de aprender por cuenta propia, como así también lo relacionado con las habilidades motivacionales y afectivas. En este sentido coinciden los/as entrevistados/as, acerca de la importancia de los/as docentes para que puedan transmitir a los estudiantes la noción de emprendimiento, pero para que esto suceda se debe promover a su vez la formación en los docentes, debido a que muchos de ellos,

eligen un estilo más conservador en la transmisión de los contenidos y no hacen foco en fomentar la innovación, capacidad para la resolución de problemas.

Teniendo en cuenta las características que deberían tener los docentes para transmitir, motivar y promover en los estudiantes la posibilidad de emprender, se menciona, en reiteradas entrevistas, la importancia de la influencia positiva que tiene el docente lo cual condice con lo planteado por varios autores revisados (Duran, Parra y Marceles, 2015; Moriano Leon, Palaci Descals, Morales Domínguez, 2006; Olmos y Sastre, 2007; Salvador, 2009; Toledano, 2006). Siguiendo estas líneas se requiere la formación de agentes de cambios, personas que se animen a emprender, que proyecten a futuro formas creativas de desarrollo personal, ocupacional y profesional. Esto tiene recurrencia con lo mencionado por los docentes entrevistados quienes consideran que uno de los motivos por los cuales no está presente la transmisión de la idea

emprendedora a los estudiantes es la falta de formación de los docentes, esto quiere decir que faltarían aún más agentes de cambio que puedan promover esta noción emprendedora desde la universidad. La habilidad mencionada de forma reiterativa por los docentes entrevistados/as para definir a un emprendedor fue perseverancia, en ella se incluyeron las siguientes características: ser resiliente, tener confianza en uno mismo/a, ser constante, ser perseverante, tener fortaleza, voluntad y contar con necesidad de logro.

A partir de las respuestas brindadas en las entrevistas, se puede inferir que la mayoría de los docentes sostienen que la noción de emprendimiento no está aún instaurada en el imaginario académico de la Universidad Nacional de Mar del Plata, un factor que puede incidir en esto, es la falta de formación o capacitación docente en la temática. El docente universitario cumple un rol activo y protagónico en el desarrollo y transmisión de competencias emprendedoras a los estudiantes. La experiencia de los docentes que están al frente de las distintas asignaturas influye de manera considerada en la motivación a los estudiantes, porque pueden formar y fomentar desde su propia experiencia. Es necesario contar con docentes capacitados pertinentemente en estas temáticas y con profesionales que se estén desarrollando como emprendedores para que puedan transmitirles de su experiencia a los estudiantes las oportunidades y dificultades con las que se pueden encontrar. Esto fue mencionado por varios docentes en las entrevistas de esta investigación en las que se mencionaba que docentes emprendedores o que participan de proyectos de

emprendedurismo pueden brindarles más información a los estudiantes y motivarlos a que consideren la idea de emprender tolerando el temor al riesgo o al fracaso. A su vez, es necesario que la noción de emprendimiento traspase las fronteras de los beneficios económicos, generar nuevos proyectos y dar respuesta a problemáticas sociales territoriales. Esta es una de las diferencias radicales entre la noción de emprendimiento y emprendimiento social, dado que este último no tiene como fin el rédito económico, sino más bien su objetivo principal es tener un impacto positivo en la sociedad y considerarla como parte de su emprendimiento, generando fuentes de empleo que sean beneficiosas para el desarrollo local. A partir de visualizar una necesidad o problemática en una sociedad determinada, el/los/as emprendedores sociales gestionan sus recursos a partir de un proyecto que al tomar forma se constituye como un emprendimiento con el fin de dar una respuesta o solución a la necesidad inicial o bien para innovar de forma positiva en la sociedad. Para eso la motivación, la perseverancia y asumir riesgos son competencias necesarias para poder desempeñarse como emprendedor social. A raíz de esto, se puede considerar a la universidad como agente posibilitador para desarrollar un emprendimiento social, a través de la creación de incubadoras de empresas y de la formación de estudiantes para que puedan crear empresas de alto impacto para la sociedad. Esta consideración coincide con la noción del autor Salvador (2009) acerca de lo que les competía a las universidades respecto a promover la responsabilidad empresarial, social científica y ciudadana a sus estudiantes.

Según docentes entrevistados, en general, los jóvenes consideran emprender como un recurso ante la falta de empleo y no como una oportunidad, ya que esto genera incertidumbre y temor ante lo desconocido debido a la falta de capacitación y asesoramiento para su desarrollo. Según Nicola (2011) para generar y lograr este espíritu emprendedor hay que renunciar a la estabilidad clásica de un empleo y debe desarrollarse la capacidad de innovación como competencias específicas. En las entrevistas administradas en esta investigación llama la atención que no se hayan mencionado con recurrencia alta las competencias innovación, creatividad, curiosidad y flexibilidad. Causa curiosidad porque una de las características principales de ser emprendedor, como el ser flexible a los cambios o dificultades que se puedan presentar en el transcurso de un proyecto no haya tenido tanta recurrencia en las respuestas de los docentes. Si nos enfocamos en que esta característica

también es relevante que las tenga un docente, se puede inferir que esta última no fue considerada con tanta recurrencia quizás por la manera tan conservadora de los docentes para transmitir a los estudiantes debido a que se pone el foco como se mencionó anteriormente en la formación para ser empleados/as de una organización y no se fomenta otro estilo de trabajo más autónomo.

.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el objetivo general de esta investigación: Analizar el desarrollo de competencias emprendedoras sociales en la Universidad Nacional de Mar del Plata. Los objetivos específicos fueron: (a) Describir prácticas, proyectos y/o programas curriculares/ extracurriculares promotores emprendedurismo en la UNMDP; (b) analizar competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior y (c) indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados.

Para alcanzarlos se desarrolló una investigación de tipo descriptiva cualitativa, en la cual se realizaron 20 entrevistas semi-estructuradas a docentes de distintas carreras de la Universidad Nacional de Mar del Plata, quienes en su gran mayoría participan de proyectos relacionados al emprendimiento social o universitario, y otros promueven la noción de emprendimiento por medio de sus clases en la facultad. La guía de preguntas administradas, estuvo dividida en tres ejes para responder a los objetivos específicos ya mencionados. Para llevar a cabo la presente investigación se utilizó como marco teórico el Modelo de Competencia Tunning (Beneitone,Esquitini,Gonzalez,Marty,Siufi y Wagenaar, 2007) dado que ofrece el respaldo científico necesario.

Los resultados obtenidos refuerzan la necesidad de desarrollar perfiles docentes que promuevan competencias emprendedoras de los estudiantes universitarios, para lo que se necesita una sólida formación en esta temática, para poder explicar, transmitir, fomentar y dar la oportunidad a los estudiantes de que puedan pensar la posibilidad de desempeñarse de manera autónoma con los conocimientos académicos y herramientas obtenidos a lo largo de la carrera. Este/a docente tendría que contar, a su vez, con experiencia previa en el "camino emprendedor" o haber participado de proyectos o programas de desarrollo emprendedor, dado que de esta manera se podría brindar herramientas no sólo teóricas sino actitudinales y estratégicas para hacer frente a las dificultades que podrían presentarse en la gestación y desarrollo del proyecto emprendedor. También se destaca la necesidad de contener los miedos, inseguridades y emociones que despierta el proceso de emprender.

Son cuatro las Facultades de la Universidad Nacional de Mar del Plata que fueron identificadas como promotoras de estas competencias emprendedoras por implementar acciones, proyectos y programas orientados al desarrollo emprendedor, éstas son: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Facultad de Ingeniería, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño y Facultad de Psicología. En específico, desde la Facultad de Psicología, la cátedra de Psicología Laboral viene incorporando contenidos y metodologías orientados a este objetivo, trabajando competencias consideradas elementales para un/a emprendedor/a, por ejemplo: flexibilidad, trabajo en equipo, asunción de riesgos y tolerancia a la frustración.

Esta investigación pone en relevancia la influencia de la universidad para promover vías laborales alternativas a los futuros graduados, hay otras maneras de insertarse en el mercado laboral alternativas a la relación de dependencia. La Universidad tiene un papel clave en enfatizar las competencias que son necesarias a nivel personal y laboral y que generan impacto en la sociedad. La realización de esta investigación genera un aporte a la comunidad universitaria destacando la importancia de desarrollar estas competencias emprendedoras, en este sentido, los docentes tienen un rol estratégico en su desarrollo siendo los/as referentes de las prácticas, proyectos y/o programas que coordinan.

Esta investigación deja abierta varias líneas para futuros estudios dado que el tema elegido es relativamente joven. En Argentina se requieren más estudios en distintos campos de conocimiento que brinden más información y herramientas sobre esta temática. Quizás futuras investigaciones podrían centrarse en la inquietud y necesidad de los estudiantes en recibir formación académica curricular y extracurricular complementaria, y no sólo talleres o seminarios que traten sobre esta temática, sino cátedras que se enfoquen en esta temática particular, para fomentar así el trabajo autónomo y contribuir al desarrollo de competencias emprendedoras pertinentes.

Otra futura línea de investigación puede orientarse a la cuestión de género, ¿hay más tendencia del género femenino o masculino al transmitir la cultura emprendedora a los estudiantes?, o ¿es indistinto? Y si hubiese diferencia, ¿qué variables van a influir?

A lo largo de la investigación se observó que docentes pertenecientes a Facultades como Ciencias Económicas, Arquitectura, Urbanismo y Diseño e Ingeniería y que a su vez están involucrados en proyectos relacionados al emprendimiento universitario, podían explayarse

en sus respuestas e identifica que la Universidad brinda recursos para promover la noción emprendedora en los estudiantes a través de la Incubadora de Empresas o de las Prácticas Socio-comunitarias que brinda, pero sería interesante conocer la opinión de los estudiantes respecto a esto, *¿Se sienten motivados o acompañados por los docentes respecto a esta idea? ¿Consideran que la universidad brinda los recursos suficientes?*

Reflexión personal

Si bien se logré cumplir con la cantidad estipulada de entrevistas que eran necesarias para llevar a cabo un análisis de la temática presente, fue difícil contactar con docentes que estén involucrados y que promuevan la noción de emprendedurismo, significó hacer un relevamiento previo de los docentes que podían participar de las entrevistas. Las mismas fueron realizadas de forma presencial y virtual, dado que esta investigación estuvo atravesada por la pandemia, y eso significó para mí adaptarme a la situación de la mejor manera posible.

A lo largo del trabajo realizado también se presentaron dificultades para acceder al material teórico utilizado, dado que al ser una temática relativamente nueva y no encontraba tanta literatura científica sobre emprendimiento social universitario explícitamente.

Tuve que familiarizarme con modelos teóricos relacionados para lograr una lectura mucho más rica de las respuestas brindadas por los/as docentes entrevistados y confeccionar así categorías de las competencias necesarias. Esta tarea de lectura, comprensión e interiorización de contenidos nuevos, y el posterior análisis de los datos obtenidos en las entrevistas, fue un desafío personal importante de este trabajo de investigación.

Como estudiante avanzada de la Universidad, habiendo transitado los años de la carrera, no puedo dejar de lado mi opinión respecto a esto, dado que despertó curiosidad en mí la cantidad de respuestas de los entrevistados/as, admitiendo la necesidad de formación docente para poder transmitir la noción de emprendedora, y me pienso en mi labor como futura psicóloga, en el ámbito de la psicología laboral, qué tipo de talleres, o dinámicas pueden utilizarse en la Universidad, y sobre todo en la cátedra Psicología Laboral para formar al estudiante con competencias emprendedoras, para que también pueda aplicarlas cuando se encuentre ejerciendo su rol, por primera vez, es decir, tener herramientas para

asumir riesgos, participar de proyectos acompañando a otros y proyectos propios (como puede ser iniciar con un consultorio), tolerar la frustración cuando algo no resulta como esperábamos aun recibidos y por supuesto la capacidad del trabajo en equipo, el trabajo con otros profesionales que implica la tolerancia a la palabra y diferencia del otro, competencia muy necesaria en todo emprendedor y emprendedor social.

A mí la realización de esta tesis, me permitió darme cuenta que yo, como futura Licenciada en Psicología, también puedo convertirme en emprendedora, desde la participación en un proyecto social que tenga un impacto o acompañando a personas que quieran emprender y se encuentren con dificultades, miedos, incertidumbres.

REFERENCIAS

Ayala García, M.O. (2011). Responsabilidad Social Universitaria: Realidad y Reflexión. *Entrevista Cuatrimestral, 0*(33) 1962- 6510.

Beneitone, Esquitini, Gozalez, Marty, Siufi y Wagennar (2007). *Tunning América Latina*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Boyatzis, R E. (2002). El desarrollo de competencias sin valores es como el sexo sin amor. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 18(2-3), 247-258.

Cabello Díaz, C.R. (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 F. Morea y M. Fornoni (Eds.), *La formación de emprendedores como clave para el desarrollo* (pp. 179-202). Mar del Plata: Suárez.

Chell, E. (2007). Emprendimiento Social y Emprendimiento. *Revista internacional de pequeñas empresas*, 25(1), 5-26.

Comeche Martínez, J.M. (2004). Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo,cap 67, Universidad de Valencia, España 2004, pag 1058. Citado por Cabello Díaz, C.R.(2006). *Emprendedurismo dentro del ámbito universitario.*

*C*arlos Ornelas, C.E, Contreras González, L.E, Silva Olvera, M.A, Liquidano Rodríguez, Ma. del Carmen, *El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano.* Conciencia Tecnológica [en linea]. 2015, (49), 46-51[fecha de Consulta 23 de Febrero de 2022]. ISSN: 1405-5597. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94438997006.

Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C. y Conde Cardona, Y.A. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de Administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Revista EAN, 0*(71), 40-51.

Delicio , F.A. (2006). Estrategias para el fomento del emprenderurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. FACES, *12*(26), 41-65.

Delors. J (1996). *La educación encierra un tesoro.* Madrid: Ediciones UNESCO.

Duarte, T. y Ruìz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV (43), 326-331.

Duran,S , Parra, M & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción, 31*(77), 200-215.

Europe, I.I. (2009). *La contribución de las Universidades al proceso de Bolonia.* España: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Fournier, A. (2011). Emprendimiento Social (Emprendimiento Social). Documentos de investigación, *Administración de Empresas*, 6. 49.

GEM (2020). *Global Entrepreneneurship Monitor*. Londres: London School.

Gomez, MC y Rodriguez Escudero, L. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *RAE: Revista Asturiana de Economía, 0*(34), 2005, 131-145.

González González, O y González Cubillán L. (2012). Estilos de liderazgo del docente universitario. *Multiciencias*, 12(1), 35-44.

Hisrich, R.D. (2000). ¿Se pueden utilizar eficazmente los enfoques psicológicos? Una descripción general. *Revista europea de psicología del trabajo y las organizaciones, 9*(1), 93-96.

Kantis, M. (2002). Empresarialidad emergente en economías emergentes. Creación y desarrollo de nuevas empresas en America Latina y el Este de Asia. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Kuratko, D.F. (2005). El surgimiento de la educación empresarial: desarrollo, tendencias y desafíos. Teoría y práctica del espíritu empresarial, 29, 577-598.

Lazzati. S (2008) Las competencias. En S. Lazzati (Ed). *El cambio de comportamiento en el trabajo* (pp. 179- 210). Buenos Aires: Granica.

Martin, R. y Osberg, S. (2007). Emprendimiento social: el caso para la definición. *Revisión de innovación social de Stanford, 5*(1), 28-39.

McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than for “intelligence”. *American Psychologist*, 28, 1-14

Moriano León, J.A, Palací Descals, F.J. y Morales Domíngues, J.F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 22*(1), 75-99.

Olmos, R y Sastre Castillo, M. (2007) La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos Empresariales*, 17, 95-116.

Peralta, C., Silvera, V.R. y Miguel, J.P. (2014). Factores condicionantes de la actividad emprendedora en la Provincia de San Luis. *Informe de investigación de la Fundación Emprende.o.* Universidad de Cuyo, Argentina.

Ramírez Bravo, R (2008). La pedagogía crítica. Una manera ética de generar procesos educativos. *Revista Folios*, (28), 108-119.

Salvador Benítez, L. (2009). *Investigación, ética y Universidad: el desafío de lo complejo.* Toluca: Instituto de Estudio sobre la Universidad, Universidad Autónoma del Estado de México.

Timmons, J. y Spinelli, S. (2007). *New venture creation:entrepreneurship for the 21st century.* NuevaYork: McGraw-Hill.

Toledano Garrido, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación, 0(*341), 803-825.

Torres Carbonell, S. (2009) *Reporte GEM Argentina 2009*. Buenos Aires: IAE Bussiness School Universidad Austral.

Vesper, K. H. (1990). *New venture strategies.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Anexo 1. Modelo de competencias de Tunning (Beneitone, Esquitini, González, Marty, Siufi, y Wagenaar, 2007)

Capacidad de análisis y síntesis	Permite construir conocimientos nuevos, a partir de los que ya poseíamos, analizar de una manera más profunda las realidades con las que nos enfrentamos)
Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	Utilizar el bagaje teórico obtenido académicamente para aplicarlo en distintas situaciones en los proyectos de los que se puede formar parte)
Planificación y gestión del tiempo	Distribuir el tiempo de manera ordenada
Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión	Conocimiento del objeto de estudio
Responsabilidad social y compromiso ciudadano	Cumple obligaciones y participa de acciones conducentes al bienestar social , priorizando la solidaridad
Comunicación oral y escrita	Capacidad de comunicarse de forma fluida y clara en ambas
Conocimiento de una segunda lengua	Capacidad de comprender y comunicarse de manera efectiva en un segundo idioma
Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación	Manejo correcto de las tecnologías de la información
Capacidad de investigación	Habilidad para plantear un problema, elaborar un marco conceptual, construir modelos de análisis, plantear hipótesis, someterlas a constatación, poder brindar resultados científicos
Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente	Actualizarse permanentemente, asistiendo a talleres, capacitaciones, cursos

Habilidades de gestión de la información	Capacidad para procesar y analizar información
Capacidad de crítica y autocrítica	Habilidad para desarrollar un pensamiento autocrítico y aceptación de sugerencias
Flexibilidad de adaptación	Flexibilidad y adaptación en situaciones diversas y aceptación de opiniones distintas a la propia
Capacidad creativa	Habilidad para crear e innovar en ideas que no hayan sido planteadas
Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	Capacidad de visualizar problemas y brindar soluciones
Tomar decisiones	Capacidad de decidir ante una disyuntiva, ya sea trabajando de forma individual o en grupo, asumir riesgos, motivación ante el riesgo
Trabajo en equipo	Capacidad de colaborar y cooperar con los demás, trabajar juntos
Habilidades interpersonales	Capacidad de relacionarse y comunicarse con personas de manera asertiva
Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes	Capacidad de motivar e influir en el grupo para alcanzar metas mayores
Compromiso con su medio socio-cultural	
Apreciación de la diversidad y multiculturalidad	Capacidad de apreciar la diversidad y multiculturalidad para desarrollar un proyecto
Habilidad para trabajar en contexto internacional	Capacidad para adaptarse en un ambiente cultural, social y territorial diferente
Habilidad para trabajar de formar autónoma	Tener autoconfianza, independencia en la toma de decisiones , tener la habilidad de tomar la iniciativa
Diseño y gestión de proyectos	Formular, organizar, diseñar y planificación de proyectos

Compromiso ético	Compromiso ético teniendo en cuenta las normas que rigen en la sociedad
Preocupación por la calidad	Preocupación por mejorar ampliamente la calidad del proyecto y de los recursos que se necesitan para concretarlo
Iniciativa y espíritu emprendedor	Tener una actitud proactiva, asumir riesgos , ser flexible a los cambios, tener una idea y poder desarrollarla
Motivación para el logro	Querer lograr éxito

Nota: Las competencias nombradas corresponden a la investigación de Valdés Vásquez y Spencer Ruff (2008), incluidas las modificaciones hechas para Latinoamérica. Las competencias fueron tomadas del proyecto Tuning- America Latina (Beneitone, Esquitini, González, Maletá,Siufi, Wagenaar, 2013).

Anexo 2. Guía de preguntas administrada

Eje 1: Descripción de prácticas, proyectos y/o programas (curriculares, extracurriculares) promotores del emprendedurismo Social

1.1 ¿Está involucrada en prácticas, proyectos y/o programas (curriculares/extracurriculares del emprendedurismo en la Universidad? (indagar el nombre formal del proyecto).

1.2 Describa brevemente el objetivo de la práctica/ proyecto del que participa (según corresponda)

1.3 Describa brevemente la metodología de la práctica/proyecto del que participa

1.4 Documentación específica. ¿Poseen documentación específica que formalice a esas prácticas/proyectos/programas (resoluciones, ordenanzas de aprobación o similar)?

1.5 Expectativas ¿Se cumplieron sus expectativas iniciales al comenzar este emprendimiento? ¿Por qué? ¿Esas expectativas siguen siendo las mismas o cambiaron?

Eje 2: Competencias emprendedoras sociales de los docentes a cargo de prácticas, proyectos y/o programas del objetivo anterior

2.1 ¿Qué considera usted que es un emprendedor?

2.2 ¿Habría diferencia entre un emprendedor/a y un emprendedor/a social?

2.3 ¿Con cuál se identifica?

2.4 ¿Si tuviera que nombrar 3 características de un emprendedor social, ¿cuáles serían?

2.5 ¿Considera que algunas de esas tres son relevantes para un docente /profesor/a que promueve el emprendedurismo en la Universidad? ¿Cuáles? ¿Por qué?

2.6 Fortalezas propias: Cuales considera que son sus fortalezas o potencialidades en la práctica / proyectos del que participa (según corresponda)

2.7 Debilidades propias: Cuales considera que son sus debilidades o limitaciones en la práctica / proyectos del que participa (según corresponda)

2.8: Confianza: ¿Cree en sí mismo/a y en sus ideas? ¿Por qué?

2.9 Creatividad: ¿Se considera una persona creativo/a e innovadora?

2.10 Adaptabilidad: ¿Se considera una persona adaptable a los cambios?

2.11 Liderazgo: ¿Se considera líder en su emprendimiento? ¿Por qué?

2.12 Retos/Desafíos: ¿Cómo actúa frente a los retos/desafíos que se presentaron?

2.13 Temores / Miedos: ¿Cuáles son sus temores / miedos en relación al emprendimiento?

Eje 3: Indagar cómo estos docentes promueven el desarrollo de competencias emprendedoras sociales de futuros graduados

3.1 ¿Considera que es necesario promover el emprendedurismo en los estudiantes universitarios? ¿Por qué?

3.2 ¿Cuáles son las variables que usted considera que intervienen en la enseñanza emprendedora?

3.3 ¿Considera que actualmente los profesores tienen las competencias que se necesitan para transmitir el emprendedurismo en los alumnos? ¿Cuáles serían?

3.4 ¿Piensa que el emprendedurismo se fomenta más en algunas áreas/ facultades que en otras? ¿En cuáles? ¿Por qué?

3.4 ¿Cree que la universidad promueve el emprendedurismo?

3.5 ¿Cómo cree que puede potenciarse el emprendedurismo social en la Universidad?