



Mapeo de Recursos para Emprendedores sociales en las Universidades

Ciudad de Buenos Aires 2018 a 2020

Investigación realizada por Laura Rolla y Mónica Vallejos

en el marco del CAECS de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Abierta Interamericana

Agenda de la presentación

Perfil de las investigadoras y caracterización del trabajo

Parte 1

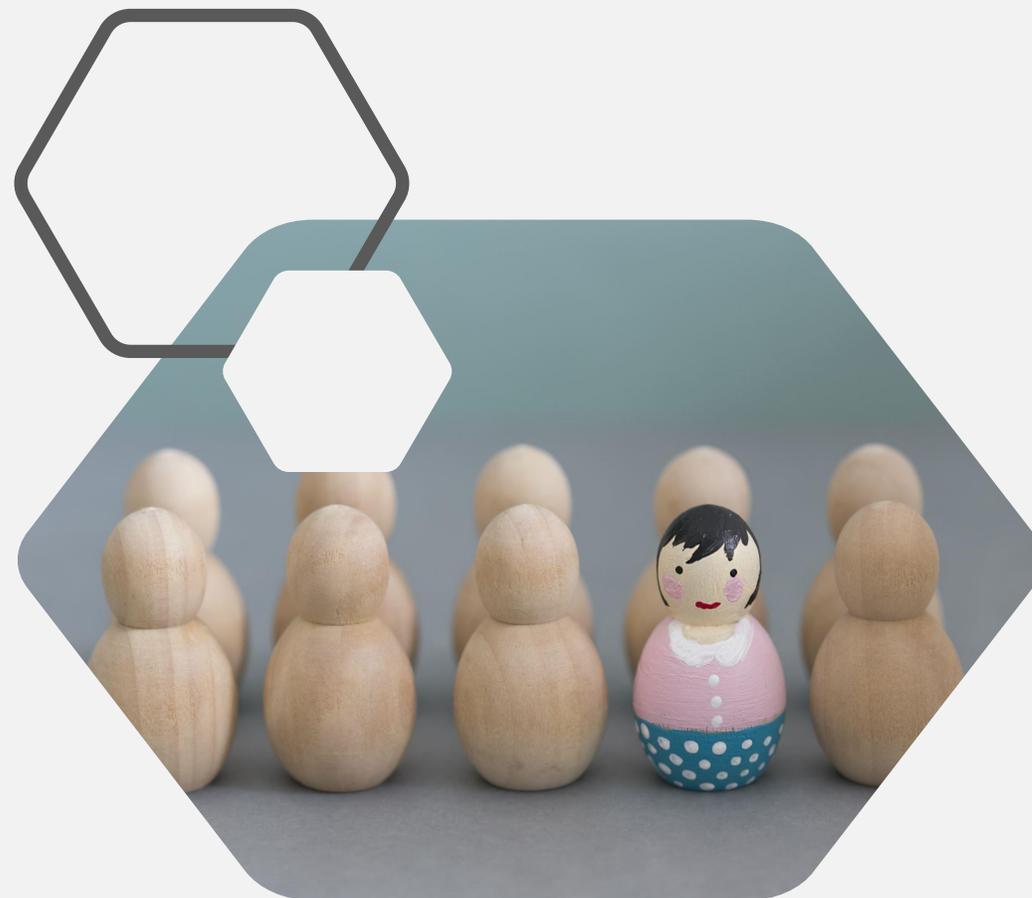
- Emprendimientos y emprendedores sociales
- Perspectiva regional
- Marco institucional en Argentina

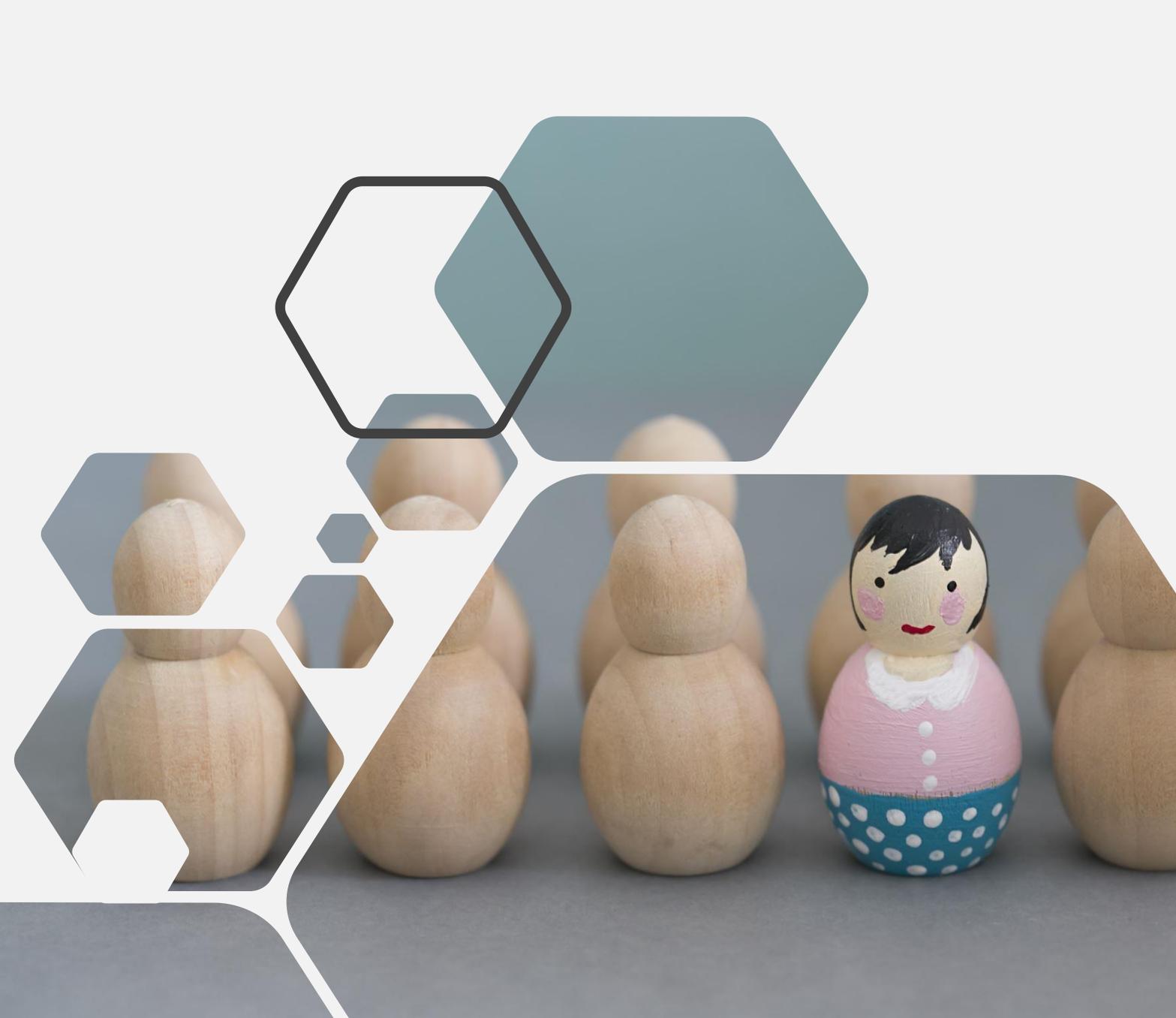
Parte 2

- Escuelas del Emprendimiento social

Parte 3

- Propuesta metodológica de este trabajo
- Principales resultados alcanzados
- Investigación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales



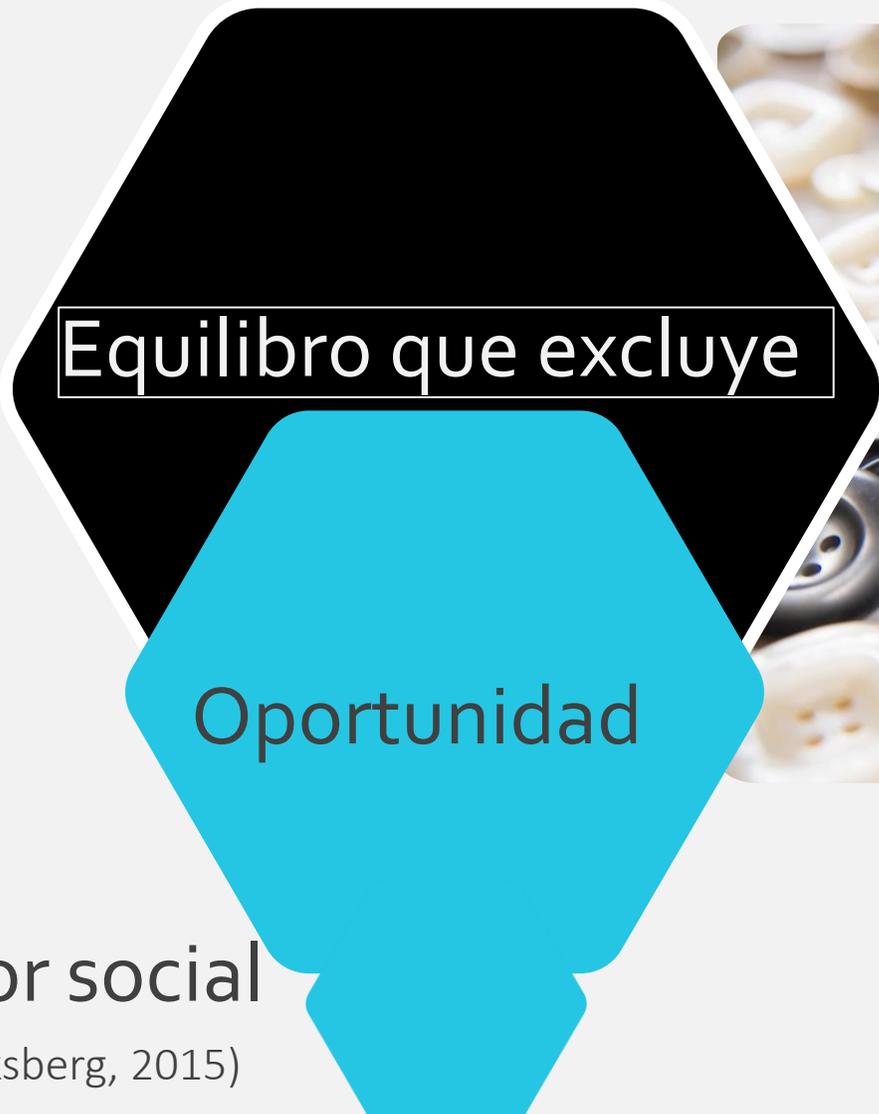


Parte 1

- Surgimiento del campo de estudio del Emprendimiento (fines siglo 20)
- Relevancia en el contexto social y económico de América Latina y Argentina
- Vinculación con la misión de la universidad y el marco institucional argentino

Emprendedor

Entrepreneur “Essai sur la Nature du Commerce en Général” (Catillon,1730) basado en el Capitalismo.



Equilibrio que excluye

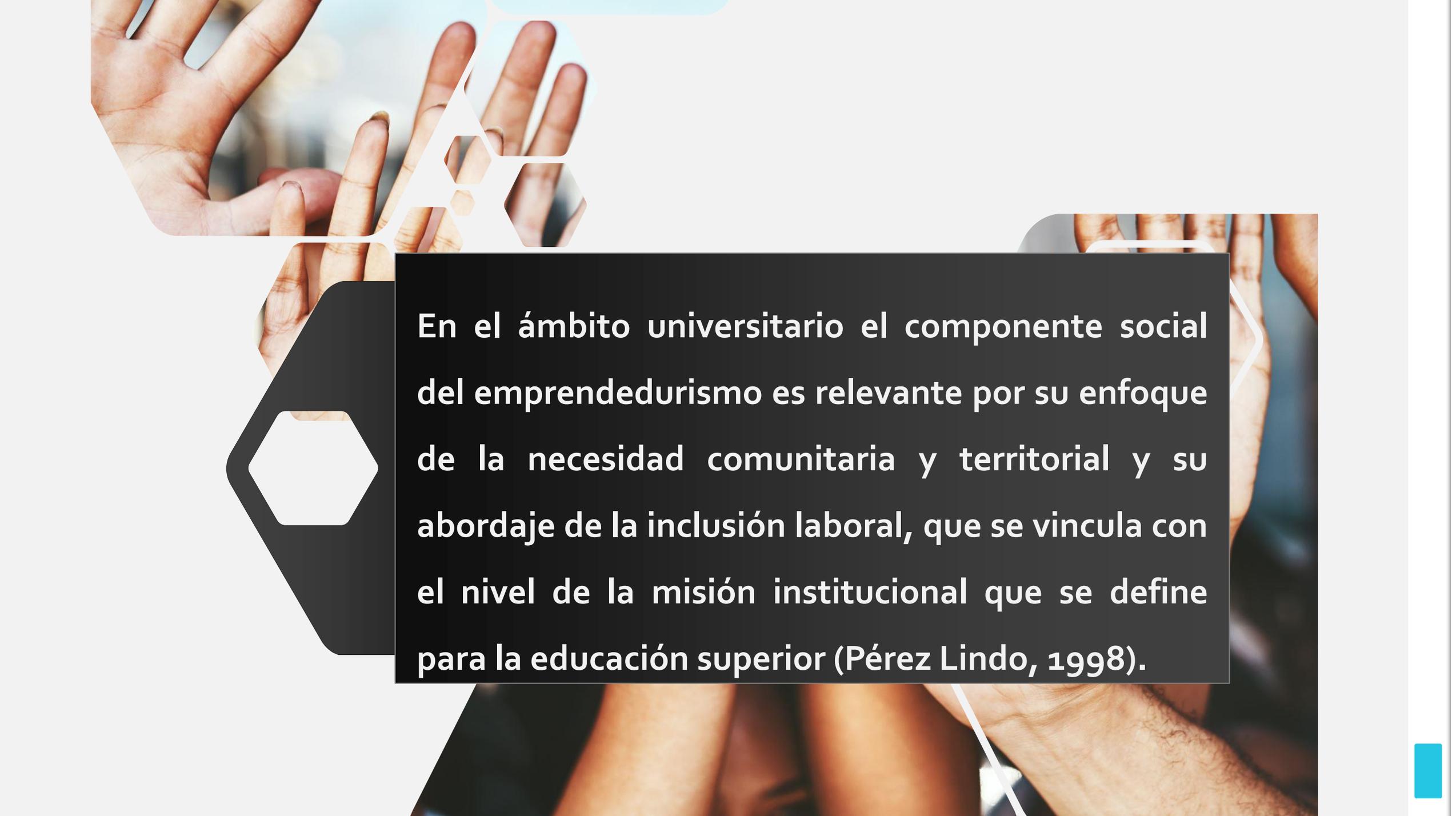
Oportunidad



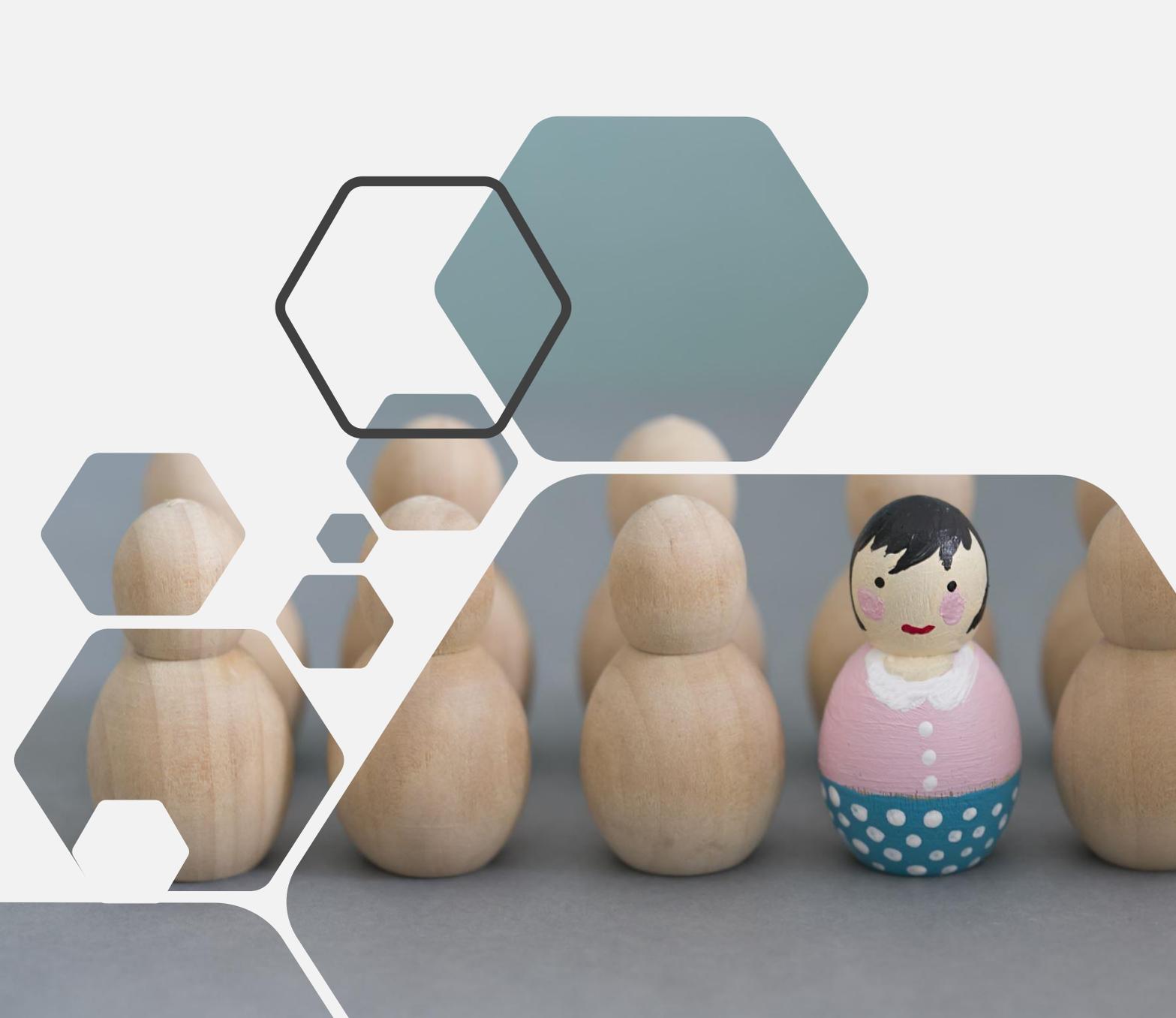
Emprendedor social

Agente de cambio (Kliksberg, 2015)

Creación de valor a partir del
abordaje de las causas
de los problemas

The background of the slide features a close-up photograph of several hands of different skin tones reaching upwards. In the center, a white hexagonal structure is being held together by the fingers. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on human connection and community.

En el ámbito universitario el componente social del emprendedurismo es relevante por su enfoque de la necesidad comunitaria y territorial y su abordaje de la inclusión laboral, que se vincula con el nivel de la misión institucional que se define para la educación superior (Pérez Lindo, 1998).



Parte 2

- Caracterización del campo de estudio del Emprendimiento social

Escuelas de Emprendimiento social

Modelos de interpretación. Esquemas de intervención institucional

1- Emprendedor Social

- Enfoque individual
- Yunus, Ashoka y otros. Formación



2- Empresa Social

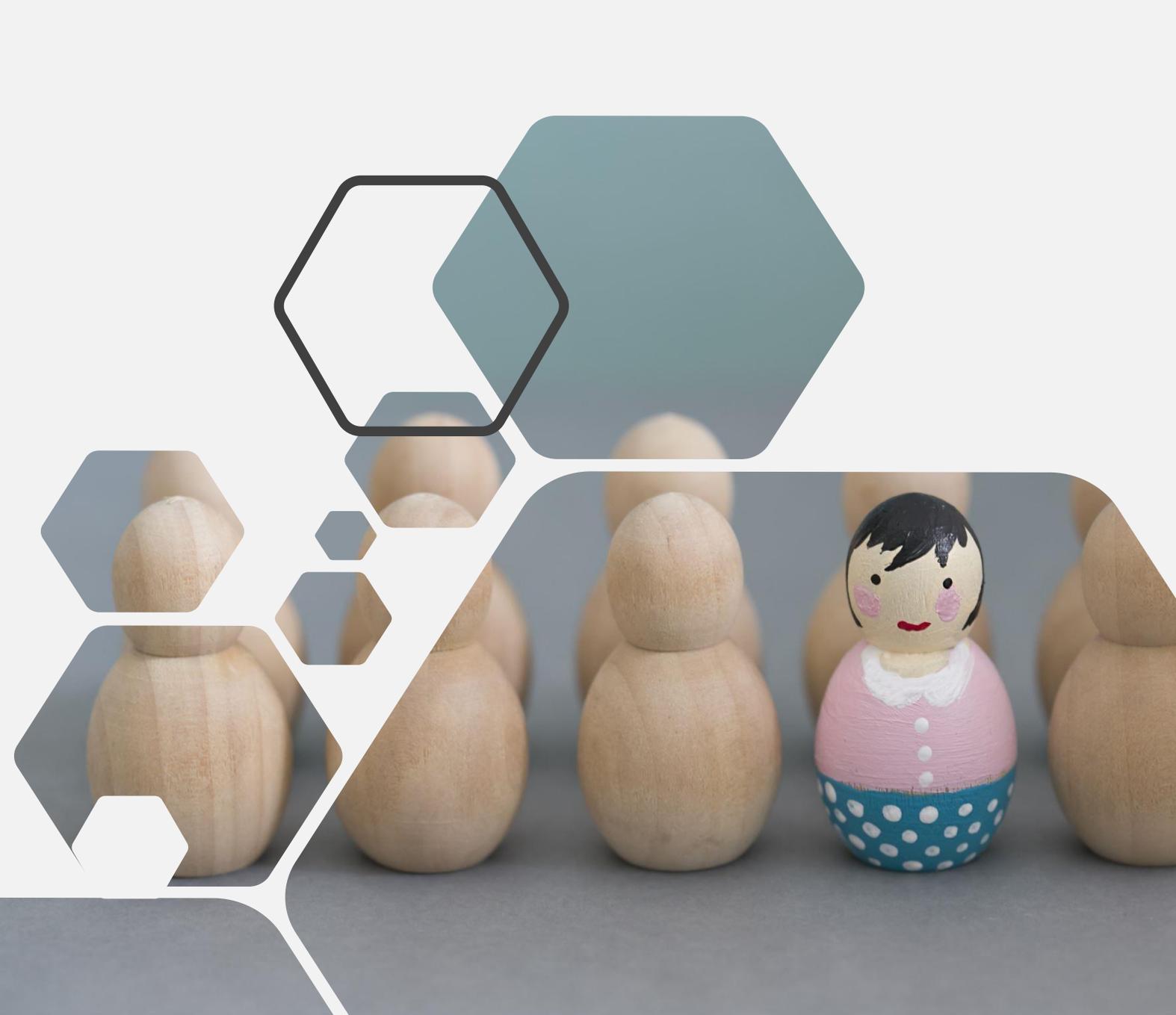
- Enfoque organizacional
- Sociallab, Skoll y otros. Organización



3- Innovación Social

- Enfoque de red
- Red UNES. Vínculos y recursos.





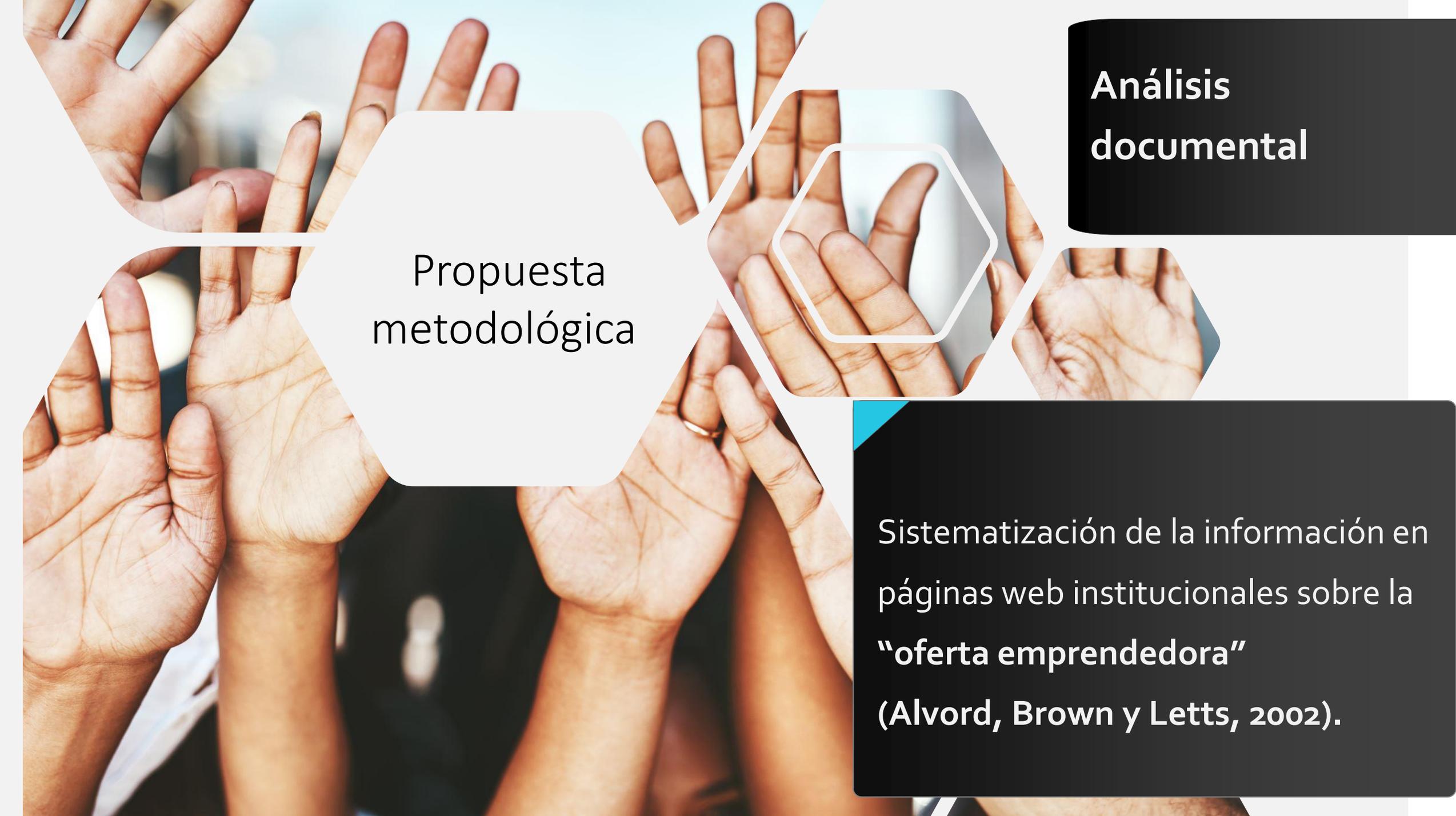
Parte 3

Propuesta metodológica de este trabajo

Principales resultados alcanzados

Conclusiones





Análisis
documental

Propuesta
metodológica

Sistematización de la información en
páginas web institucionales sobre la
“oferta emprendedora”
(Alvord, Brown y Letts, 2002).

Universo

71 universidades de AMBA, 36 de gestión privada

Principales Resultados

92,5%

de las universidades tiene centro de emprendedores especializado o alguna formación en este campo.

80%

de la “oferta emprendedora” se orienta a 2 categorías

- base tecnológica
- vinculados a comunicación o diseño.

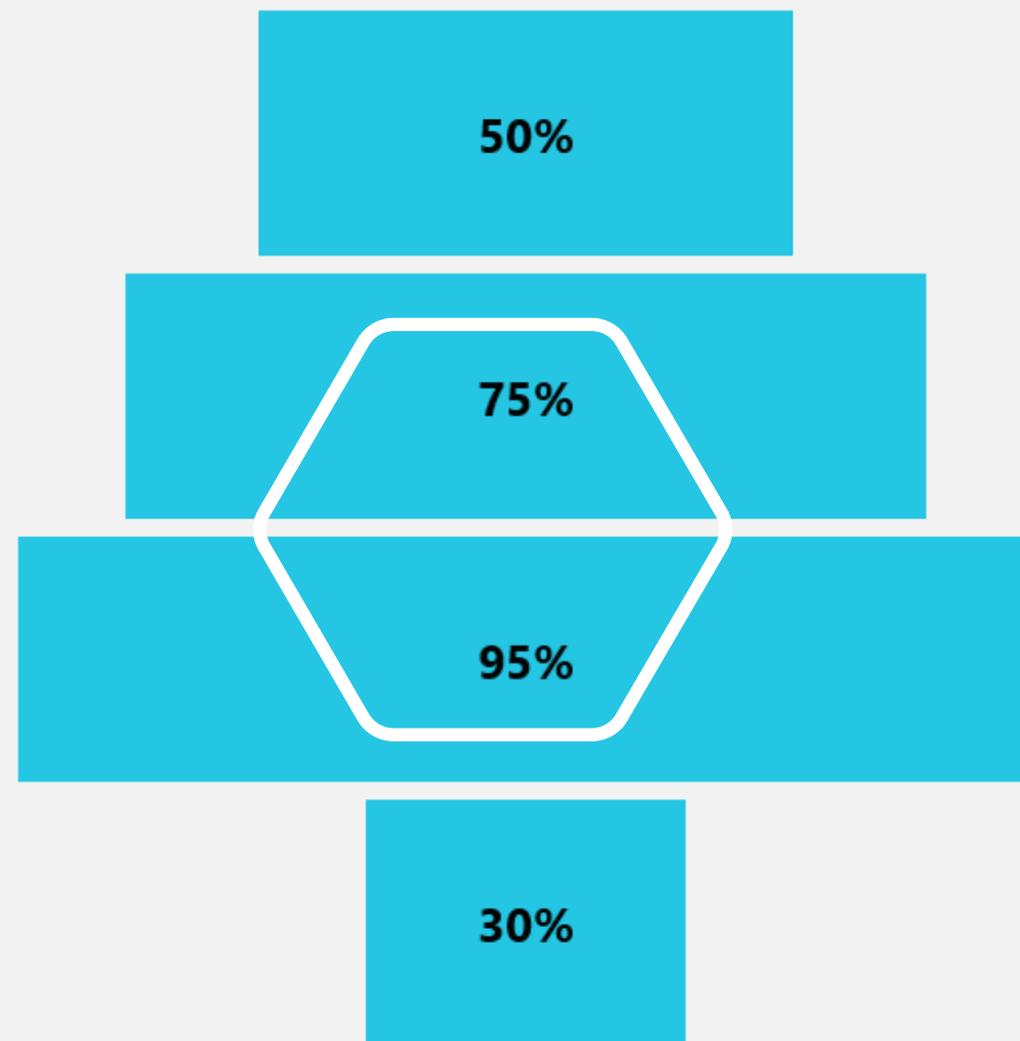


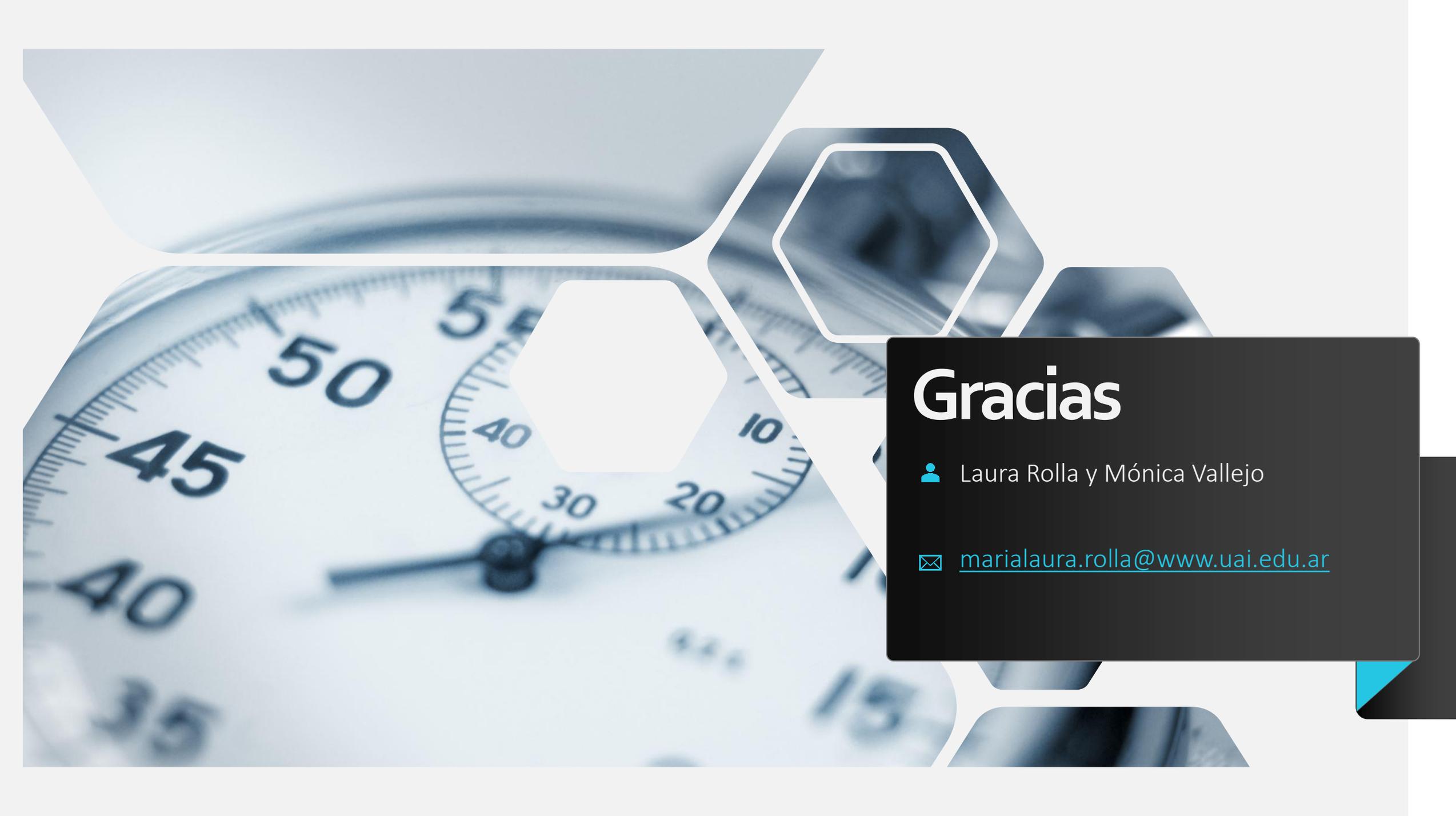
10%

de los contenidos y recursos disponibles se orienta a los emprendimientos sociales.

Mapeo de la oferta emprendedora

- 1. Formación**
(cursos académicos o de extensión, orientados a los emprendedores)
- 2. Estructura institucional**
(estructura identificable del centro de emprendedores)
- 3. Redes y difusión de actividades**
(se limitan a visibilizar convocatorias externas)
- 4. Recursos propios de apoyo**
(iniciativas concretas como concursos o jornadas)



The background features a close-up, slightly blurred image of a stopwatch. The dial is white with black markings and numbers. A large, semi-transparent hexagonal shape is overlaid on the center of the stopwatch. The overall color palette is light blue and white.

Gracias

 Laura Rolla y Mónica Vallejo

 marialaura.rolla@www.uai.edu.ar