

**CA12008UNLP**

**UNIVERSIDADE:** Universidad Nacional de La Plata

**AUTORES:** Gabriela Mollo Brisco (gmollo@depeco.econo.unlp.edu.ar); María Andrea Santangelo (asan@arnet.com.ar); Eduardo De Giusti (fortalecer@econo.unlp.edu.ar); Emiliano Rimoldi (erimoldi@speedy.com.ar)

**LA MEDICIÓN DE LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS  
CASO: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS – UNLP**

Palavras chave: Universidade – Empreendedorismo

Palabras clave: Universidad – Emprendedor

## **1. INTRODUCCIÓN**

La crisis que enfrenta nuestro país como otros de Latinoamérica demanda que la Universidad asuma su rol de actor social en la activación del sistema productivo y en el mejoramiento de las condiciones sociales, adecuando el sistema educativo a la realidad laboral a la que se enfrentan los profesionales.

Este trabajo pretende profundizar la relación entre el emprendedorismo y la formación de los profesionales en Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, indagando en esta, su primera etapa, sobre sus *actitudes emprendedoras*.

Si bien esta problemática puede ser compartida por otros centros de estudios, se abordará en este artículo, específicamente, a los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP; convencidos de que este es el ámbito natural de estudio de las organizaciones, de su creación, desarrollo y asesoramiento.

Se ha iniciado una investigación a fin de observar hechos y fenómenos, recortarlos como situación-problema e intentar interpretar estos hechos o fenómenos y sus relaciones con la problemática de la formación de emprendedores.

## **2. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1. Algunas precisiones teóricas sobre el significado de ser Emprendedor**

Etimológicamente el término empresario deriva del verbo emprender. Durante la Edad Media se llamaba así a toda persona que emprendía algo y frecuentemente se lo confundía con el prestamista o capitalista.

B. Say (1767-1823) es quien definió “el oficio de empresario” señalando algunas características:

- No es un simple asalariado, sino alguien independiente que trabaja por su propia cuenta, y que puede tener diversas actividades.
- Organiza la producción, en un contexto de incertidumbre y soporta los riesgos inherentes.
- Sus beneficios no son directos de la producción, pues dependen de muchos otros aspectos.
- Compromete su fortuna en la marcha de la empresa y en caso de bancarrota debe hacer frente a las pérdidas.
- Debe ser capaz de inventar sin cesar, de imaginar las mejores maneras de especular y los mejores medios de realizar negocios.
- No es necesario que posea fortuna, sino por el contrario no tenerla puede ser el estímulo hacia la aventura de emprender.

La escuela austríaca del siglo XIX, representada por los economistas marginalistas, sentó las bases de la escuela neoclásica del empresario. Uno de ellos, Thunen (1783-1850), asoció la función del empresario con la asunción de riesgos y sus ganancias como la remuneración que surge de los beneficios brutos de la gestión de un negocio luego de haber pagado el interés por el capital invertido, los salarios del personal de dirección y una prima de seguro contra el riesgo de pérdidas calculables. Walras, por su parte, estableció que el empresario se limita a la función de producción, combinando los factores naturaleza, trabajo y capital.

Schumpeter, economista heterodoxo (1883-1950), propuso que los empresarios individuales y no la empresa o el mercado son los verdaderos agentes que toman decisiones dominantes en la vida económica. Esta noción de empresario permite explicar con precisión la evolución de la economía. El empresario es alguien que tiene personalidad fuera de lo común, dotado de facultades superiores. Sería el producto de un sistema socioeconómico que presiona al individuo para que tome decisiones. Ante estas presiones, el empresario realiza nuevas combinaciones de los medios de producción que son también nuevas posibilidades de inversión. La innovación es también una prerrogativa del mismo que incluye no sólo el cambio tecnológico y las aplicaciones económicas de las ciencias duras, sino también el cambio organizacional.

Gilder caracterizó al empresario de la siguiente manera:

- Pueden tener orígenes socio económicos y profesiones muy diferentes. Ser empresario no es sinónimo de ser capitalista, a pesar de que se necesite capital para desarrollar una actividad económica.
- Por lo general los empresarios provocan rupturas pues van a contramano de las prácticas económicas convencionales.
- Ven el cambio como algo normal y lo consideran positivo.
- Son personas que toman iniciativas y accionan.
- No poseen necesariamente conocimientos científicos y técnicos necesarios para la creación de una empresa.
- Su cualidad es su capacidad de aportar un juicio sobre la viabilidad del negocio.
- Actúan en el mercado a título individual y siempre para conseguir algo.
- Con su accionar abren nuevas oportunidades a los factores de producción para utilizarlos y crear riquezas.

R. Varela (2001) define el empresario como la persona capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula, libre e independientemente, una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros<sup>1</sup>.

Diversos estudios sobre el tema consideran distintos factores que condicionan el fenómeno emprendedor. En términos generales, y más allá de las variables macro, la decisión de emprender está condicionada por el grado de información con el que cuenta cada individuo y sus percepciones acerca de la incertidumbre y costos asociados a tal decisión. Además, cada individuo está provisto de un conjunto de características, tanto biológicas como psicológicas que, junto con las circunstancias sociales en las que se encuentra (perspectiva de empleo y educación) determinan su tendencia al emprendedorismo<sup>2</sup>.

Este modelo propuesto por Minniti and Bygrave sugiere que la decisión de un individuo de convertirse en emprendedor estaría determinada por tres variables que actúan simultáneamente:

- El contexto económico e institucional.
- Su percepción acerca del nivel de actividad emprendedora que existe en la comunidad.
- Una serie de condiciones o cualidades que le son propias.

---

<sup>1</sup> R. Varela, "Innovación Empresarial". Prentice Hall. Segunda Edición 2001.

<sup>2</sup> S. Postigo, M. F. Tamborini. "Fostering Entrepreneurship in crisis Contexts: The Case of Argentine".

A los fines de este trabajo se define al Empresario (de aquí en más Emprendedor) como aquel que posee un conjunto de actitudes (espíritu emprendedor), un conjunto de aptitudes (conocimiento) y actúa en un contexto caracterizado por la incertidumbre en pos de llevar adelante un negocio. En tal sentido, se indagó sobre las actitudes o espíritu emprendedor que poseen los egresados de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, entendiendo que su definición implica considerar una serie de valores culturales que rigen el comportamiento de los emprendedores.

Facundo Manuel Graña (2002) en su trabajo sobre “Creación de Empresas: Factores Asociados al Éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas” hace referencia a un conjunto de variables entre las cuales se encuentran: la motivación, la propensión al riesgo, la creatividad y la autoconfianza y la capacidad de liderazgo.

En un trabajo de más reciente publicación<sup>3</sup>, sobre el estudio de la vocación emprendedora en alumnos universitarios, se tomaron como factores actitudinales la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de negociación, la orientación a la acción, la propensión al riesgo y actitud frente al desempleo.

Más allá de las variables específicas que se consideren para definir el espíritu emprendedor, la literatura especializada hace referencia a dos enfoques principales que tratan de explicar la existencia de emprendedores en una sociedad. Uno es el enfoque psicológico, el cual propone que el emprendedor nace, es decir, que es un sujeto con características básicamente innatas diferentes al del resto de las personas. El otro enfoque, adoptado por la presente investigación, es el sociológico que, sin perjuicio de considerar los elementos innatos, sostiene que el emprendedor se hace y que las cualidades que lo definen como tal son adquiridas por él a lo largo de su vida.

Tal como expresa Klandt, las capacidades emprendedoras no son únicamente innatas sino que pueden ser incorporadas y, por lo tanto, desarrollarse y mejorarse mediante un proceso de aprendizaje guiado. Es aquí donde hace su aparición la Universidad como actor social responsable de guiar tal aprendizaje.

## **2.2 ¿Por qué incorporar el tema del emprendedorismo en la formación universitaria?**

### **Nuevos escenarios en el mundo de trabajo**

---

<sup>3</sup> Liseras N.; Gennero A.; Graña F.: Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. Octubre 2003.

Durante las dos últimas décadas han acontecido cambios históricos en la economía internacional. Ha surgido un nuevo orden mundial donde se ha transformado la forma de hacer negocios.

La tecnología toma un papel cada vez más importante; la competencia mundial es cada vez mayor; se están eliminando miles de puestos de trabajo en casi todas las industrias y los servicios crecen constantemente. Paralelamente aparece un nuevo concepto: la figura del emprendedor, una de las principales fuentes de vitalidad de las economías.

Desde la Revolución Industrial, las grandes empresas fueron la fuente más importante de estabilidad económica en muchos países, y han proporcionado buenas oportunidades a profesionales, técnicos, trabajadores no profesionales, etc. El trabajo duro y la lealtad al empleador ofrecía oportunidades de realizar una carrera y tener una buena jubilación. Sin embargo los cambios económicos y los supuestos en la relación entre trabajador y empleador se modificaron. Los despidos masivos y la reducción de tamaño se tornaron frecuentes aún en tiempos de bonanza.

Algunos estudiosos afirman que la economía se ha desarrollado a tal punto que el puesto de trabajo ha dejado de ser la mejor forma de llevar a cabo las cosas que deben hacerse. Lo que fue una necesidad para la sociedad industrial no lo es para la sociedad post-industrial. Ahora existe la tecnología para manejar grandes instalaciones de producción que solían emplear a miles de trabajadores.

Sea como fuere el futuro, las grandes organizaciones de la actualidad no parecen dudar en eliminar puestos de trabajo y son lentas para establecer nuevos puestos. Como consecuencia, las grandes empresas ya no generan empleo y las pequeñas y medianas solo luchan por subsistir.

Resulta fundamental, entonces, colaborar para fortalecer la capacidad de los egresados para generar trabajo, servicios y bienes que agreguen valor a las condiciones de vida de los ciudadanos. En este sentido, se hace necesario redefinir el rol que deben cumplir la Universidad como formadora de nuevos profesionales que adopten un perfil emprendedor.

### **Datos de nuestro país y región**

Los estudios realizados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre el caso argentino, definen a las empresas como de tipo “Style Life Start Up”, siendo estas el resultado de un emprendedorismo por Necesidad (por no tener una mejor alternativa de trabajo) y no por Oportunidad (para aprovechar una oportunidad de mercado).

Similares resultados se obtuvieron de los Proyectos de Investigación “Causales de Supervivencia de las PyMES en el Gran La Plata en los últimos seis años”<sup>4</sup> y “Creación de PyMES en el nuevo escenario de los negocios en el Gran La Plata. Factores de origen y desplazamiento”<sup>5</sup>, desarrollados en el marco del Departamento de Investigación de Ciencias Administrativas sobre una muestra conformada por PyMES de la región. Los mismos caracterizan a los emprendimientos por poseer pocos empleados (en general familiares), bajo nivel de ventas (\$50.000 anual), escasa utilización de fuentes de financiamiento, horizonte de planeamiento de corto plazo, desconocimiento del funcionamiento general de la empresa y, lo relevante a los efectos de este análisis, precaria profesionalización de los emprendedores, entre otras.

Por otra parte, la evidencia empírica de referencia, muestra que las PyMES generadas por universitarios (25%) tienen resultados sensiblemente superiores medidos en términos de nivel de ventas, rentabilidad, salud de la empresa, entre otros.

Otros estudios (Gennero y Liseras, 2001), han arribado a similares resultados, exponiendo que aquellos individuos con un nivel educativo más elevado tienen mayores posibilidades de éxito, no sólo en la implementación de un nuevo emprendimiento, sino también en su supervivencia durante las etapas tempranas.

Estas relaciones demuestran que existe una vinculación positiva entre nivel educativo (universitario) y el éxito del emprendimiento medido a través de las variables mencionadas. Lo preocupante es, entonces, la escasa participación de los universitarios en la propiedad y/o generación de empresas.

Estos universitarios, que representan un porcentaje muy bajo del total de profesionales relevados, son excepciones que escapan a un modelo educativo que no se ha caracterizado por generar habilidades ni capacidades para emprender. En palabras de R. Varela, “*se educa para el Empleo y no para el Trabajo*”.

El sistema educativo pareciera no haber contribuido al desarrollo de las capacidades tendientes a fomentar el espíritu emprendedor (actitud emprendedora) y, por tanto, no es frecuente encontrar universidades que impartan a sus alumnos cursos de entrepreneurship. El plan de estudios de la mayoría de las universidades ha tendido generalmente a formar alumnos que desarrollen una carrera como “empleados” y raramente se aborda la perspectiva de ofrecer la oportunidad de desarrollar competencias que les permitan poner en marcha sus propios proyectos (Ussman y Postigo, 2000).

---

<sup>4</sup> Lic. Hector Calvo, Lic. Liliana Galán y Lic. M. Elena Rizzi. Programa de Incentivos E037, 2000.

<sup>5</sup> Lic. Liliana Galán. Programa de Incentivos E063, 2003.

### **3. La investigación. Metodología y aspectos empíricos**

Con el fin de corroborar los argumentos antes expuestos, se ha iniciado una investigación sobre las características de los egresados, en relación con la problemática del emprendedorismo.

En una primera instancia o fase exploratoria se ha delimitado el tema siendo el objetivo principal de este trabajo conocer la situación actual del egresado de la FCE, UNLP. De tal forma, se plantearon tres interrogantes:

- ¿Son emprendedores los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, UNLP?
- ¿Tienen espíritu emprendedor los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, UNLP?

#### **3.1. Metodología de relevamiento. Definición de la muestra y de la información a relevar**

Se ha delimitado el campo de observación, definiendo nuestro universo en los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP. Es importante considerar que este universo comprende a los egresados de tres distintas carreras: Lic. en Administración, Lic. en Economía y Contador Público con las consiguientes diferencias en su formación derivadas de los distintos planes de estudio. Se delimitó el corpus a entrevistar a los egresados que participaron del proceso electoral del Centro y Claustro de Graduados los días 10 y 11 de noviembre de 2003.

La entrevista utilizada fue de tipo escrita-estructurada, con una lista de preguntas que no indujeran las respuestas, no directas y de fácil lectura.

Para finalizar, se mencionan las variables relevadas y detallan sus especificaciones.

- **Sociodemográficas:** incluyen sexo, edad, personas a cargo, y formación (carrera de grado y postgrado).
- **Psicográficas,** que incluyen las siguientes actitudes:
  - Posición ante el riesgo: actitud ante el futuro incierto. Medida a través de como actúa el egresado ante una situación laboral desconocida y cuánto capital y tiempo estaría dispuesto a invertir en pos de un proyecto.
  - Capacidad de liderazgo: facultad para influir en el comportamiento de otra persona apelando a sus habilidades interpersonales.
  - Autoconfianza: confianza en sus capacidades como medio para conseguir un objetivo.

- Creatividad: medida a través de la fluidez (habilidad de generar muchas alternativas), flexibilidad (generar alternativas de categorías diferentes) y representatividad (importancia que se le asigna al pasado en la generación de alternativas).
- Motivación: medida a través de motivación de logro<sup>6</sup> (necesidad de perseguir y alcanzar objetivos y ascender en la escala del éxito).
- Percepción sobre la formación recibida.

- **Socioeconómicas:** condición laboral actual y anterior del egresado.

### **3.2. Datos estadísticos obtenidos: resultados primarios**

De la población censada, donde el 60% son mujeres y el 40% son hombres, la mayoría (54%) son jóvenes presentando una edad entre los 26 y 32 años.

La distribución de las carreras muestra una concentración en la de Contador Público (53%), siendo la Licenciatura en Administración la segunda en cantidad de egresados (33%). Los Licenciados en Economía representan el 12% de la muestra.

Con respecto a los estudios de posgrado, el 62% no ha realizado estudios de maestría, especializaciones y doctorados.

En lo referente a la ocupación actual, el 12% trabaja en forma independiente. Cabe destacar que el 45% de los entrevistados tienen una vinculación full time con el empleo público y el 17% tiene una vinculación part time. Sólo el 6.8% se encuentra desempleado.

El 64% declara nunca haber trabajada en el Sector Pyme y un 60% percibe que su carrera de grado lo ha formado con espíritu emprendedor.

Teniendo en cuenta las variables que permiten medir las actitudes que posee un emprendedor (espíritu emprendedor), se observa:

- que el 77% presenta motivación de logro, porcentaje que surge de observar la importancia que le asignan a la fijación y control de objetivos y el reconocimiento de sus pares/ jefes /subordinados.
- respecto a la posición ante el riesgo, el 91% es adverso, valor que resulta de advertir que la mayoría de ellos nunca ha iniciado un negocio o actividad independiente comprometiendo su tiempo y capital, y que los motivos por los cuales modificaron su situación laboral no obedecieron a razones intrínsecas (buscar una mejor oportunidad o sentirse insatisfecho en su posición actual). Se entiende que estas razones intrínsecas

---

<sup>6</sup> Mc Clelland, D. The archivyng Society , Mac Millan, New York, 1961.

resultan deseables en el caso de un emprendedor, ya que indican cierta propensión a modificar su contexto.

- alrededor del 6% de los encuestados muestran todas las características de un individuo creativo, destacándose que el 94% de ellos toma decisiones que comprometen su futuro basándose principalmente en las experiencias pasadas, lo que implica el apego al pasado para generar alternativas ante situaciones inciertas (representatividad).
- la autoconfianza, se encuentra presente en el 100% de los casos, medida a través de la percepción respecto a la contribución que su esfuerzo hace al logro de los objetivos organizacionales.
- la capacidad de liderazgo está presente en el 49% de los casos, medida a través de la utilización del carisma como principal fuente de poder y la representatividad que tiene de sus distintos grupos de pertenencia.

#### **4. Análisis de los datos. Algunas reflexiones preliminares**

A la luz de los datos observados se tratará de dar respuesta a los interrogantes sobre si los egresados han desarrollado una idea de negocio y si poseen las actitudes (espíritu) de un emprendedor.

El resultado general de este trabajo muestra que si bien los encuestados perciben que han sido formados con espíritu emprendedor, la evidencia lo contradice, ya que una escasa proporción de ellos tiene actividad independiente.

Las causas de esta problemática podrían encontrarse en:

##### **1) Actitudes:**

Las debilidades en la formación de actitudes están concentradas en la posición ante el riesgo y el desarrollo de la creatividad.

La formación en una estructura de enseñanza tradicional, que hace hincapié en la transmisión de contenidos teóricos en clases magistrales fomentando así la participación pasiva de los alumnos, el desarrollo de un pensamiento lineal para la resolución de problemas y la transmisión unívoca de los conocimientos, con frecuencia solamente conceptuales, no genera un ambiente propicio para el desarrollo de aquellas actitudes.

##### **2) Factores del Contexto:**

Si bien su consideración excede las pretensiones de este trabajo, focalizado en el estudio de las variables en las cuales la institución universitaria puede tener mayor influencia, es inevitable contemplar la incidencia el mercado laboral. Las condiciones de empleo

(inestabilidad, precariedad, insatisfacción laboral) pueden empujar a los individuos a iniciar su propio negocio, siendo el deseo de desempeñar una actividad independiente la fuente más importante de creación de nuevas firmas. En este sentido, el nivel de seguridad que ofrece un trabajo en relación de dependencia es un factor clave en las decisiones laborales: un mercado laboral muy regulado, que da mayores beneficios a quienes se hallan ocupados, incrementa al costo de oportunidad de trasladarse hacia un trabajo por cuenta propia, desincentivando la actividad emprendedora. (Henrekson & Rosemberg, 2000)

Para ejemplificar la incidencia del mercado laboral, basta observar, a la luz de los datos relevados, cómo el bajo nivel de desempleo existente entre los egresados de Cs. Económicas puede resultar un elemento motivacional que desalienta la creación de nuevos negocios por parte de los egresados. Esto puede inducir a pensar, en la casuística, que sólo bajo condiciones de falta de trabajo, disconformidad laboral, o bajo nivel de ingresos se suele abandonar el esquema de inserción laboral tradicional.

## **5. CONCLUSIÓN**

“El desarrollo económico y social sostenido pasa necesariamente por la creación de nuevas empresas y modernización y efectividad de las ya existentes en un contexto de globalización y aceleración tecnológica” (Luis Poblete)<sup>7</sup>. El factor determinante son los individuos, por lo cual se requiere desarrollar personas emprendedoras y en ello el sistema educativo tiene un papel protagónico. Se trata de formar en una cultura emprendedora, lo cual implica embarcarse en un proyecto de largo aliento, que debería comenzar desde la educación temprana y profundizarse en los niveles superiores del sistema educativo. Para ello resulta necesario, desarrollar programas que apunten al conocimiento, comprensión y valoración de la actividad empresarial en general y de las pequeñas y medianas empresas en particular.

Concuerdan los estudiosos de esta temática en que la Universidad es uno de los ámbitos más adecuados para este propósito. Tradicionalmente se ha puesto énfasis en las que poseen una sólida infraestructura tecnológica, en la creencia de que la innovación proviene solamente de las tecnologías duras. Sin embargo, las carreras “empresariales”, como las de ciencias económicas, cuentan con mallas curriculares compuestas por asignaturas

---

<sup>7</sup> Poblete, Luis. Una necesidad y un desafío ante las demandas del Siglo XXI. Universidad de Magallanes. 2002.

humanísticas y de gestión que, adaptadas y orientadas, optimizarían la formación de emprendedores.

El camino recorrido hasta aquí ha pretendido poner en conocimiento a los actores involucrados (Policy Makers/tomadores de decisiones), sobre el perfil de los egresados y sobre los cambios que resultan necesarios para desenvolverse en un nuevo mundo del trabajo.

Repensar la metodología de enseñanza y revisar los contenidos curriculares son las claves. Esto supone desarrollar la iniciativa, la autonomía de pensamiento y la capacidad crítica y de búsqueda de oportunidades. Respecto a los egresados, resulta necesaria su actualización y el abandono de las formas de asesoramiento tradicionales.

Como ya se ha dicho, es ésta una reconversión de la *cultura* en la que sistema educativo es uno de los protagonistas. La articulación de la trilogía empresa, infraestructura científica/tecnológica y gobierno necesaria para el desarrollo económico-social de un país, pareciera avanzar muy lentamente en la Argentina. Por esto, las Facultades de Ciencias Económicas, como formadoras de profesionales responsables de la administración de organizaciones, son los agentes indicados para impulsar fuertemente la marcha hacia esta integración y cambio cultural, formando profesionales capaces de gestionar las interrelaciones entre los diferentes actores y de generar, gerenciar y asesorar emprendimientos.

## REFERENCIAS

- DEHTER, Mario. El Ser Emprendedor: modelo para desarrollar comportamiento emprendedor individual y corporativo. Justo Ahora. Cambio y Desarrollo Organizacional. Disponible en <[www.justoahora.com](http://www.justoahora.com)>.
- GRAÑA, Fernando M. Creación de Empresas: Factores Asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas. Universidad Nacional de Mar del Plata. Editorial Martin. 2002.
- KOUDILSKY, Marilyn. Entrepreneurship Education: Opportunity in search of curriculum. Publicado en Business Education Forum. 1995.
- LISARES, N; GENNERO, A; GRAÑA, F. Factores Asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur. Rosario, Octubre de 2003.
- POBLETE, Luis. Una necesidad y un desafío ante las demandas del Siglo XXI. Universidad de Magallanes. 2002.

- POSTIGO, Sergio y TAMBORINI María F. Educación y Entrepreneurship en Argentina: El Caso de la Universidad de San Andrés. 2003.
- POSTIGO Sergio, KANTIS Hugo, FEDERICO Juan y TAMBORINI María F. The emergence of University entrepreneurs: What makes the difference?\_Empirical evidences from a research in Argentina. Universidad de San Andrés. 2002.
- POSTIGO, Sergio y TAMBORINI, María F.\_*University Entrepreneurship Education in Argentina*. Universidad de San Andrés. 2003.
- POSTIGO, Sergio y TAMBORINI, María F. “Fostering Entrepreneurship in crisis Contexts: The Case of Argentine”.
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. Ed. Prentice Hall. Segunda Edición 2001.
- VARGAS SANCHEZ, Alfonso. Hacia una Universidad Emprendedora. Universidad de Huelva. 2002.