

This is a preprint of the following book chapter:

Rodríguez-Ariza, Lázaro, Fernández-Pérez, Virginia, Alonso-Galicia, Patricia Esther, y Montes-Merino, Ana María (2014). Reflexiones sobre Educación en Emprendimiento. Nuevas Fronteras en la educación en emprendimiento y en la docencia en emprendimiento. En: *Nuevas fronteras en la investigación en emprendimiento y en la docencia del emprendimiento: III Workshop de la Sección de Función Empresarial y Creación de Empresas de ACEDE* (M. C. López Fernández, A. M. Serrano Bedia, & M. García Lastra, Eds.) (pp. 499-518). Editorial de la Universidad de Cantabria. **ISBN: 978-84-8102-715-0**

REFLEXIONES SOBRE EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

Lázaro Rodríguez Ariza

Virginia Fernández Pérez

Universidad de Granada

Patricia Esther Alonso Galicia

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)

Ana Montes Merino

Universidad de Jaén

RESUMEN

La creciente demanda de formación en emprendimiento ha llevado a una eclosión de programas de educación en esta línea, con una gran inversión de recursos y expectativas sobre sus resultados. Sin embargo, pocos estudios y de una limitada robustez inferencial y amplitud han examinado los efectos a corto y largo plazo de esos programas sobre las actitudes, comportamiento y resultado profesional de los estudiantes. Igualmente escasos son los trabajos que evalúan el impacto de las estrategias de potenciación del emprendimiento a nivel de los centros, universidades o de la administración educativa.

En consecuencia, el conocimiento sobre las bases teóricas que permitan programas de educación en emprendimiento más efectivos, los usos pedagógicos, métodos y modalidades más adecuados para promover el comportamiento emprendedor y los resultados y efectos obtenidos por los programas de educación en emprendimiento son limitados y débiles. Es necesario aportar conocimientos sobre las fuerzas e influencias críticas que posibilitan a un individuo a adquirir una mayor confianza en sus habilidades e identificarse con el rol de emprendedor. También, ofrecer experiencias prácticas para la mejora de mecanismos que ayuden a la promoción de la capacidad emprendedora y de autoempleo.

Este trabajo intenta ofrecer una visión global de la evolución, tanto del concepto del emprendimiento como de los diferentes enfoques para su enseñanza, con el objetivo de que sea más fácil comprender la relevancia de establecer adecuadamente cuál es la

finalidad de la educación en emprendimiento, las metodologías y herramientas pedagógicas que van a usarse para alcanzarlos y la necesidad de conocer si los mismos se logran y en qué condiciones.

ABSTRACT

The growing demand for training in entrepreneurship has provoked a sharp increase in the number of such education programmes being offered, with significant investment of resources and high expectations of their results. However, few studies – and of limited inferential robustness and breadth – have examined the short and long-term outcomes of these programmes on the attitudes, behaviour and subsequent careers of their students. Equally scarce are studies to evaluate the impact of the entrepreneurship-support strategies provided by colleges, universities and government.

Consequently, what knowledge we have of the theoretical foundations that would make education programmes in entrepreneurship more effective and the teaching methods and procedures to promote entrepreneurial behaviour more suitable, and our knowledge of the results and effects achieved, is both limited and weak. Further data and analysis are needed to better understand the crucial forces and influences that make individuals more confident in their abilities and identify themselves as entrepreneurs. Analyses of practical experience should also be made in order to devise and improve mechanisms to promote the entrepreneurial spirit and self-employment.

This paper offers an overview of the evolution of entrepreneurship and of diverse approaches to teaching this concept. Our aim is to clarify the importance of properly establishing the goals sought in education for entrepreneurship, the teaching tools and methods to be used in this process and the need to know whether these goals are achieved and, if so, under what conditions.

1. INTRODUCCIÓN

Durante la primera década del siglo XXI hemos presenciado una serie de cambios que están poniendo a prueba los modelos económicos, revelando a los gobiernos la importancia de desarrollar e implementar diversas políticas y mecanismos que coadyuven a incrementar sustancialmente la productividad, la competitividad y el bienestar social.

En el discurso de organizaciones internacionales, gobiernos y académicos, el emprendimiento y la creación de empresas cobran protagonismo, de forma regular, con un elemento en común: el emprendimiento es relevante para el desarrollo económico. Tanto es así que el “Programa de Entrepreneurship e Innovación” (2007-2013) de la Comisión Europea refleja que el desarrollo de una cultura emprendedora y de la innovación constituyen todo un requisito para el fortalecimiento del tejido empresarial.

Son diversos los estudios empíricos que muestran la relación entre conocimiento y crecimiento económico, de forma que la transmisión del conocimiento afecta positivamente al cambio tecnológico y al crecimiento económico (Plummer y Acs, 2005; Acs y Varga, 2005). Tales estudios tienen como referencia los postulados de la Teoría del Crecimiento Endógeno, desarrollada en los últimos años de la década de los ochenta¹,

¹ Los referentes fundamentales sobre los primeros desarrollos de esta teoría, en sus inicios conocida como del Crecimiento basado en el Conocimiento (The Knowledge-Based Growth Model), son Romer (1986) y Lucas (1988), quienes fundamentalmente explican cómo el objetivo de maximización de beneficios de las empresas genera conocimientos en un periodo que es

que identifica el capital de conocimiento como factor asociado al crecimiento económico, estableciendo dos proposiciones fundamentales: primero, la generación de conocimiento y de capital humano tiene lugar como respuesta a las oportunidades del mercado; segundo, la inversión en la generación de conocimiento está probablemente asociada con una gran y persistente transferencia a otros agentes económicos. El crecimiento de la sociedad del conocimiento depende, por lo tanto, de la producción de nuevos conocimientos; su transmisión, divulgación y comunicación; y su empleo por medio de nuevos procedimientos industriales o servicios.

Hemos de aclarar que el emprendimiento tiene que ver con el proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades emprendedoras; pero también con las personas que las descubren, evalúan y explotan. Por tanto, no requiere, pero puede incluir, la creación de nuevas organizaciones. De hecho, suele confundirse con el proceso de puesta en marcha de empresas y así lo utilizaremos frecuentemente en este trabajo. Pero ha de quedar claro que la cultura emprendedora está estrechamente ligada a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar; tienen voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente. Por tanto, el espíritu emprendedor no debe confundirse con el llamado espíritu de empresa. Éste consiste en identificar oportunidades y reunir recursos suficientes de naturaleza varia para transformarlos en una empresa. Sin embargo, el que llamamos espíritu emprendedor conlleva un aspecto mucho más amplio de actitudes positivas. Supone querer desarrollar capacidades de cambio, experimentar con las ideas propias y reaccionar con mayor apertura y flexibilidad.

Además, el espíritu emprendedor presenta una doble faceta. Por un lado, supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, intuición, capacidad de proyección al exterior y de reaccionar y resolver los problemas. Por otro, también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía. Educar el espíritu emprendedor exige formar a los alumnos en la responsabilidad, el compromiso, el esfuerzo, la dedicación, la perseverancia y el espíritu de trabajo. La educación en emprendimiento está relacionada con el conocimiento, las habilidades (especialmente con la habilidad de resolver problemas), la disciplina, la motivación, la autoconfianza...

Ya que el emprendimiento aporta un extenso conjunto de oportunidades de empleo e innovación, la discusión sobre cómo incentivarlo ha cobrado relevancia. Temas como el conocimiento, las habilidades y las actitudes requeridas en la formación de emprendedores gozan de una creciente atención entre académicos, investigadores y agendas políticas, tanto en economías desarrolladas -particularmente en Estados Unidos y Europa (Kuratko, 2005; OECD, 2010) como en economías emergentes (West et al., 2008). Para la mayor parte de los países incluidos en el informe especial del GEM sobre educación en emprendimiento (Coduras-Martínez et al., 2010), más de una quinta parte de la población en edad productiva ha recibido algún tipo de formación en el espíritu emprendedor. De esta proporción, cerca de un 80% se ha obtenido a través de la educación

empleado como input en periodos subsiguientes, para aumentar la producción de bienes, en un escenario donde cada empresa puede solo apropiarse de una porción del conocimiento generado que produce. Así que, parcialmente, las demás empresas se benefician de la transferencia de las inversiones agregadas en conocimiento. En un artículo posterior, Romer (1990) expone el impacto del desarrollo de tecnología en el proceso de crecimiento, de forma que el conocimiento tecnológico agregado está posiblemente influyendo de forma positiva en el aumento futuro de la productividad de la Investigación y Desarrollo.

formal. Particularmente en España, cerca de un 33% de la población en edad productiva ha recibido entrenamiento formal específico en un nivel superior o universitario (p.25).

En Europa a lo largo de muchos años, la integración de la educación en emprendimiento en todos los niveles de educación ha sido objeto de debate. La Unión Europea ha recomendando a sus Estados miembros y a otras partes implicadas que lleven a cabo acciones decididas en esta materia. Diversos documentos y directivas de acción llaman a autoridades públicas, instituciones educativas y demás partes interesadas a promover la formación en el espíritu emprendedor. El informe derivado del Foro Europeo "Training for Entrepreneurship"² indica que la promoción del espíritu emprendedor entre los jóvenes debería integrar mecanismos que permitan la mejora de la confianza propia de los estudiantes y escolares en sus capacidades de planificación, toma de decisiones y comunicación, así como su voluntad de adquirir responsabilidades y competencias de gestión, implicando también una mejora en su capacidad de cooperación, trabajo en red y aprender a asumir nuevos roles (European Commission, 2000). Por otra parte, la Agenda de Oslo, que ha sido señalada como la más importante al respecto (DGPYME, 2010), insta a evaluar la calidad de los programas de educación en emprendimiento y determinar su impacto en términos de la creación de un modo de pensar más emprendedor. A nivel superior y universitario, recomienda también el desarrollo de indicadores que permitan aproximar el impacto de las actuaciones llevadas a cabo (European Commission, 2006).

Por otro lado, los diversos aspectos relacionados con la educación en el espíritu emprendedor constituyen un tema ampliamente estudiado (Pittaway y Cope, 2007; Mwasalwiba, 2010). En especial, el análisis de la influencia que pudieran tener las universidades sobre la actividad y capacidad emprendedora a través de sus programas de formación (Bécharde y Grégoire, 2005; Urbano y Toledano, 2008). El problema es que, a pesar de los crecientes recursos destinados a la educación y la formación en emprendimiento, todavía existe muy poca evidencia a nivel mundial para demostrar sus beneficios, entendiendo como tales a la puesta en marcha de nuevas empresas o participación en iniciativas emprendedoras por parte del alumnado que haya cursado tales programas.

La mayoría de los estudios de impacto sobre la educación en emprendimiento se apoyan en la hipótesis de que tiene un impacto positivo en el comportamiento emprendedor y en las intenciones emprendedoras (Wilson, Kickul y Marlino, 2007; Liao y Gartner, 2008). Sin embargo, Peterman y Kennedy (2003) afirman que, si bien los autores han puesto de relieve algunos de los beneficios de la educación empresarial "ha habido poca investigación rigurosa sobre estos efectos" (p. 130). Varios expertos lamentan que no hay ninguna indicación clara de una tendencia hacia un mayor rigor metodológico en este momento (Rideout y Gray, 2013; Martin, McNally y Kay, 2013), sobre todo por las deficiencias en los grupos de control (es difícil conseguir muestras amplias y suficientemente parecidas, dadas las diferencias demográficas, de experiencias previas, de formación, etc., entre el alumnado) así como por la dificultad de hacer un seguimiento posterior a la impartición del curso para comprobar la persistencia de sus posibles efectos (sobre todo porque durante dicho período resulta imposible aislar al alumnado de otras posibles influencias). No obstante, dichas dificultades pueden considerarse comunes a todos los estudios empíricos del ámbito de las ciencias sociales.

2

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/nice_00/proceedings_nice_2000en_en.pdf. Consultado el 3 de septiembre de 2012.

En cualquier caso, no tiene demasiado sentido plantearse cuestiones tales como la existencia o no de una disciplina autónoma sobre el emprendimiento (Winkel, 2013) o la cantidad de factores que influyen sobre la intención emprendedora, en tanto que su incidencia es tan compleja que imposibilitan la obtención de resultados definitivos en la investigación empírica al respecto (Rideout y Gray, 2013). Lo cierto es que son incontables los pronunciamientos, grandes proyectos o disposiciones normativas las que emiten las instituciones nacionales e internacionales sobre el tema del emprendimiento. Se ha convertido en algo común en los medios de comunicación y en los blogs, ocupa miles de páginas en internet, se dedican monográficos en las más prestigiosas revistas de investigación internacionales, se suceden los artículos sobre el mismo, las universidades y escuelas de negocios que se precien no paran de tomar iniciativas al respecto. El número de cursos dedicados al espíritu emprendedor crece constantemente. También la variedad de los mismos o la cantidad de actividades extracurriculares que tratan de exponer a los estudiantes a algún aspecto de la iniciativa empresarial. Es irrelevante lo que pensamos y cuánto tiempo dediquemos a discutir sobre las cuestiones anteriores. Todo nos dice que es una disciplina y está creciendo con una intensidad asombrosa. Y, de forma positiva, mejor es plantearnos preguntas alternativas como qué tipo de educación en emprendimiento abordar, impartida por quién, en qué entorno educativo, para qué tipo de alumnos, con qué objetivos y bajo qué circunstancias, entre otras. A estas reflexiones vamos a dedicar las líneas que siguen.

2. LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

Quizás el elemento crucial para el fomento de la iniciativa empresarial, al margen de sus posibilidades en entidades públicas, asociaciones sin ánimo de lucro, organizaciones políticas o en el entorno social, es motivar a las personas a convertirse en empresarios y dotarlos de las capacidades y habilidades necesarias para convertir las oportunidades en empresas de éxito (Bécharde y Grégoire, 2005; Pittaway y Cope, 2007). El fomento del espíritu empresarial se ha convertido en un tópico aceptado e incluido en las decisiones de gestión económica y de gobierno. En consecuencia, muchas universidades y escuelas de negocios han iniciado cursos y programas al respecto en las últimas décadas (Katz, 2003; Matlay, 2005).

Sin embargo, el fenómeno no es nuevo. Suele aceptarse que el inicio de la enseñanza del emprendimiento tuvo origen en los Estados Unidos, con Miles Mace orientando el primer curso de emprendimiento en febrero de 1947 en la Escuela de Administración de Harvard. El propósito de dicho curso era capacitar a excombatientes de la Segunda Guerra Mundial para el mercado de trabajo; principalmente, en lo concerniente a generación de autoempleo (Katz, 2003). Pero es en la década de los ochenta cuando se produce la expansión definitiva, como producto de las críticas sobre los vacíos en la formación en gestión y del aumento de revistas especializadas en el tema (Henrique y Da Cunha, 2008). Actualmente, se estima que al menos seiscientos mil estudiantes universitarios reciben clases de espíritu empresarial cada año en los Estados Unidos (Schramm, 2012). Al mismo tiempo, numerosos gobiernos e instituciones, públicas y privadas, también han puesto en marcha iniciativas para crear conciencia sobre el "espíritu emprendedor" y para capacitar a los empresarios potenciales. Esta tendencia es común en Europa, donde la Comisión Europea percibe "la educación empresarial como esencial, no sólo para dar forma a la mentalidad de los jóvenes, sino también para proporcionar las habilidades y conocimientos que son fundamentales para el desarrollo de una cultura emprendedora" (EACEA 2012, p. 5).

En España la legislación nacional básica sobre la educación (la Ley Orgánica de Educación) recoge entre sus fines conseguir que el alumnado desarrolle el espíritu emprendedor. La LOE, que entró en vigor en 2009, abre la puerta a los avances en esta materia, que se introduce ya de manera oficial en los Reales Decretos sobre Enseñanzas Mínimas. En el ámbito universitario, el desarrollo de la disciplina de “Creación de empresas” es relativamente reciente en relación a otras áreas de la Economía o la Dirección de Empresas. No obstante, en la actualidad esta área de conocimiento tiene un amplio reconocimiento académico y es objeto de un tratamiento diferenciado por las más prestigiosas asociaciones científicas nacionales e internacionales de dirección de empresas³. De la mano del desarrollo científico de la disciplina ha ido la implantación de su enseñanza en diferentes ámbitos académicos. Actualmente, los cursos especializados sobre las materias de emprendimiento han terminado por convertirse en un eje imprescindible dentro de las más prestigiosas universidades y centros de educación superior (p.e., Stanford, Harvard, Babson College), tanto para graduados como para posgraduados. Los programas inicialmente impartidos en las universidades y escuelas de negocios norteamericanas han sido exportados y seguidos por muchas instituciones de enseñanza de referencia, entre ellas, las europeas. De hecho, tanto el Foro Económico Mundial⁴ como la Comisión Europea⁵ han elaborado informes promoviendo la importancia de la enseñanza del emprendimiento. En el caso español, la enseñanza reglada sobre emprendimiento ha tenido una implantación escasa e irregular entre las diferentes universidades. Hay que destacar que las dos universidades pioneras en la inclusión de una asignatura de “Creación de empresas” en las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales fueron la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Cádiz. Posteriormente, otras universidades, como todas las andaluzas, han seguido el ejemplo, incorporando la citada asignatura a sus planes de estudio. No obstante, todavía estamos ante una evidente contradicción, pues mientras los políticos defienden la importancia de la creación de empresas para el desarrollo económico, no todas las universidades lo han visto de igual manera.

Evidentemente, la premisa central de estos esfuerzos es que el espíritu empresarial es un fenómeno aprendido. Es decir, los emprendedores no nacen, sino que crean su experiencia a medida que crecen y aprenden, siendo influenciados por maestros, padres, mentores y modelos a seguir durante su crecimiento (Dickson, Solomón y Weaver, 2008; Klandt, 2004).

Además, se han utilizado una amplia gama de teorías como marco para justificar la importancia de la educación en el desarrollo del espíritu empresarial tanto para el individuo, el éxito de la empresa de negocios y para las tasas de creación de empresas en una sociedad. Una de las teorías económicas más importantes empleadas es la Teoría del Capital Humano (Becker, 1975), la cual sugiere que el conocimiento y las competencias pueden aumentar la capacidad cognitiva y dar lugar a una actividad más eficaz. La literatura distingue entre capital humano en general, que se refiere a la educación en general y la experiencia práctica, y el capital humano específico, que se refiere a la educación y la experiencia con un ámbito de aplicación limitado a una actividad o contexto (Becker, 1975; Gimeno et al, 1997). Numerosos estudios han establecido que el

³ P.e., <http://division.aonline.org/ent/> o <http://www.acede.org/secciones.php?s=3>.

⁴

http://www3.weforum.org/docs/WEF_GEI_EducatingNextEntrepreneurs_ExecutiveSummary_2009.pdf

⁵ http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf

capital humano es un factor clave en la iniciativa empresarial. Por ejemplo, Corbett (2007) demostró que a la hora de identificar oportunidades de proyectos empresariales, la propia base de conocimiento existente es crucial, ya que sirve como base para la interacción con las nuevas experiencias, que a su vez se utilizan como base para interpretar y entender los nuevos estímulos. Otros estudiosos indican la importancia del capital humano en el fracaso, la supervivencia y las posibilidades de un alto crecimiento de nuevas empresas (Brüderl, Preisendorfer y Ziegler, 1992). La educación empresarial formal es uno de los componentes del capital humano que puede ayudar en la acumulación de conocimientos útiles para los empresarios (Martin, McNally y Kay, 2013). La investigación empírica ha obtenido una serie de resultados en cuanto a la relación entre la educación, el espíritu empresarial y el éxito, en el sentido de que la educación con frecuencia produce efectos no lineales en el apoyo a la probabilidad de convertirse en empresario o para lograr el éxito (Souitaris, Zerbinati y Al-Laham, 2007). En un reciente meta-análisis, Martin, McNally, y Kay (2013) han encontrado una relación significativa entre la educación empresarial y los activos de capital humano. Por tanto, en general, la investigación empírica tiende a apoyar la existencia de una relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial.

Por otra parte, la proliferación de los programas de educación en emprendimiento se ha producido en un contexto de evolución y enriquecimiento tanto de la conceptualización del fenómeno emprendedor como del enfoque docente y pedagógico aplicado a su enseñanza. Así, frente a la inicial y simplista idea que identificaba el emprendimiento con la creación de una nueva empresa y al emprendedor como la persona que la crea, se han impuesto visiones más sofisticadas que nos llevan a asumir que el emprendimiento va más allá. El trabajo seminal de Sahne y Venkataraman (2000) define el campo del emprendimiento como el que abarca el estudio de las fuentes de oportunidades; el proceso de descubrirlas, evaluarlas y explotarlas; así como el de las personas que participan en dicho proceso. En el mismo se destaca que el emprendimiento no puede ser explicado únicamente haciendo referencia a las características individuales de las personas sin tener en cuenta la situación o el contexto en el que se encuentran. Por otro lado, argumentan que el emprendimiento no requiere necesariamente de la creación de una nueva empresa, aunque esta circunstancia pueda darse. Más recientemente, Wiklund, Davidsson, Audretsch, y Karlsson (2011) recomiendan centrarse en el fenómeno del emprendimiento entendido como el asociado al nacimiento de nueva actividad susceptible de generar valor (económico, personal, social). Esta nueva actividad puede realizarse mediante la creación de una nueva empresa o integrándose en una organización previamente existente (emprendimiento corporativo o intrapreneurship). El emprendimiento corporativo (Morris, Kuratko y Covin, 2011; Phan, Wright, Ucbasaran, y Tan, 2009) incorpora tanto la creación de una nueva empresa, apoyada y/o relacionada en alguna medida con la original (corporate venturing), como el emprendimiento estratégico, categoría que incluye, entre otros, la renovación estratégica, la innovación disruptiva en el sentido de Schumpeter (1934), así como un amplio abanico de iniciativas emprendedoras que suponen innovaciones organizativas adoptadas en la búsqueda de una ventaja competitiva sostenible (Covin y Kuratko, 2010; Ireland, Hitt, y Sirmon, 2003) y que no necesariamente implican la creación de una nueva empresa que se suma a la ya existente (Corbett, Covin, O'Connor y Tucci, 2013). Actualmente, la acumulación de conocimiento sobre cómo los emprendedores toman decisiones y actúan está empezando a sugerir una visión del emprendimiento como un método generalizable a diversos ámbitos tanto económicos como sociales o políticos (Sarasvathy y Venkataraman, 2011).

Como ha quedado dicho, el número de cursos sobre espíritu emprendedor o creación de empresas, módulos, talleres, seminarios, sesiones de capacitación y similares ha crecido de manera exponencial en todo el mundo. En consonancia, cada vez son más los académicos que imparten la disciplina, a veces sin una adecuada formación previa, y un buen número de profesionales y empresarios están más que dispuestos a añadir su granito de arena acudiendo a las aulas a exponer sus experiencias y visión sobre el emprendimiento. Algunos educadores se enfocan en el desarrollo de un conjunto de habilidades en sus alumnos. Otros se centran en un determinado modo de pensar. Incluso algunos toman un enfoque de competencia más integral, o un enfoque de “caja de herramientas”, o alguna verborrea similar. Sea cual sea el enfoque, sea cual sea el contenido, lo cierto es que la cultura emprendedora ha tomado carta de naturaleza en el panorama de la educación en todo el mundo. Sabemos que el comportamiento emprendedor es fundamental para la sociedad y sabemos que una manera de influir positivamente sobre este comportamiento es a través de la educación.

3. METODOLOGÍAS DOCENTES EN EMPRENDIMIENTO

De forma paralela, se ha producido una evolución en la forma de abordar la educación en emprendimiento. Frente a la visión inicial (McClelland, 1965) del emprendedor como un hombre con unas características personales especiales e innatas y, por lo tanto, imposibles de enseñar, se ha ido demostrando y consolidando que una educación en emprendimiento correctamente orientada puede dotar a las personas de los conocimientos, competencias y habilidades necesarias para ser emprendedores (Winkel, 2013), teniendo en cuenta la concepción más amplia de emprendimiento que acabamos de exponer en el apartado anterior. Es decir, personas capaces de generar valor (económico, social y/o personal) gracias a su capacidad para identificar, evaluar y explotar oportunidades en diferentes contextos y situaciones lo que, se supone, apoyará la generación de empleo y el desarrollo económico de los países y regiones.

Esta misma idea es apoyada por la visión del emprendimiento como un método que, de forma similar a lo que ocurre con el método científico, puede ser enseñado y aprendido (Saravathy y Venkataraman, 2011). Desde este punto de vista, no es necesario considerar al emprendimiento como una profesión, aunque pueda serlo, sino como una parte esencial de la educación básica, de igual manera que el método científico se enseña a todas las personas en los diferentes niveles, aunque sólo un cierto número de ellas ejerza la profesión de científicos. Acorde con estos cambios, las metodologías empleadas en la educación en emprendimiento han ido cambiando como se describe en trabajos como el de Neck y Green (2011).

3.1. Qué enseñar

Una premisa básica para responder a esta cuestión es que la educación en emprendimiento es diferente a la educación en dirección/administración. Precisamente, debido a que las carreras especializadas en disciplinas tradicionales de negocios, como administración, marketing o contabilidad y finanzas, no obedecen adecuadamente a una cultura emprendedora, surgen un gran número de cursos, titulaciones y similares que pretenden estimular las capacidades emprendedoras de los individuos. Hemos de tener claro que las tareas del emprendedor son mucho más vagas e impredecibles que las de un directivo; en consecuencia, la combinación de habilidades debe ser diferente a las requeridas para dirigir un negocio establecido (Levenburg et al., 2006). El emprendimiento no es un

proceso lineal como la dirección; es un proceso permanentemente cambiante o iterativo. Por tanto, la enseñanza de los contenidos debe orientarse al comportamiento más que a las tareas. El emprendimiento, entretelado con la cultura (Dodd, 2002), es único entre las funciones organizacionales y económicas, debido a que es activado por un acto de voluntad humana (Hofer y Bygrave, 1992).

Igualmente debe de estar siempre presente la idea de que emprender va más allá que crear una empresa. Significa identificar oportunidades capaces de generar valor (económico, social y/o personal), por lo que la enseñanza del emprendimiento debe ir más allá del estudio del valor económico. Significa evaluar y explotar esas oportunidades con los recursos que se tienen o se pueden conseguir, por lo que la enseñanza del emprendimiento debe potenciar la creatividad, autonomía, capacidad de asumir riesgo, resiliencia⁶, responsabilidad e intuición, preparando para buscar activamente los recursos necesarios, para resolver problemas y reaccionar ante lo imprevisto utilizando los recursos disponibles. Y todo ello en diferentes contextos y situaciones. Adicionalmente, la educación del emprendimiento debe enseñar a crear empresas, pero también a ser emprendedor dentro de las empresas e instituciones ya existentes.

Como sostienen Volery et al. (2013), tomando como base la Teoría del Capital Humano, existen cuatro tipos de activos de capital humano relativos al espíritu empresarial : (1) rasgos de personalidad relacionados con el espíritu empresarial, incluyendo la necesidad de logro, la autoeficacia emprendedora, la búsqueda de la autonomía profesional, la propensión al riesgo y la propensión de la innovación; (2) las creencias, incluyendo la conveniencia y la viabilidad percibida, (3) el conocimiento empresarial y (4) competencias empresariales, siendo normalmente la intención emprendedora la variable utilizada en la medida del resultado. De tal forma que el análisis de competencias, motivaciones, conocimientos y conductas son los hitos en los que se ha centrado la investigación sobre la decisión de convertirse o no en emprendedor.

De hecho, suele considerarse a las intenciones emprendedoras como un precursor esencial y un indicador para explicar el comportamiento emprendedor (Fayolle et al., 2006). La formación de una intención es el primer paso del generalmente largo proceso de creación de una empresa (Gartner et al., 1994). Los estudios nos hablan de la intención como precursora del comportamiento (Dickson, Salomón y Weaver, 2008). Las intenciones han demostrado ser el mejor predictor del comportamiento planificado, "sobre todo cuando ese comportamiento es raro, difícil de observar o implica un tiempo impredecible" (Krueger, Reilly y Carsrud 2000, p. 411). Sobre esta base, la idea que subyace es que, en definitiva, si necesitamos estimular el comportamiento emprendedor de los estudiantes, necesitamos poder tener elementos que estimulen la variable precursora de este comportamiento, es decir, la intención emprendedora. En la configuración de la intención emprendedora, como precursora del comportamiento, los autores han tratado la relación existente entre dicha intención y la actitud, la autoeficacia y la norma subjetiva (Bandura, 1986, 1997; Ruiz et al., 2012; Fernández et al., 2013).

Los primeros modelos de intención emprendedora surgen a finales de la década de los ochenta, basados en teorías provenientes de otros campos, como es el caso de la Teoría de la Acción Razonada (Fishbein y Ajzen, 1975) y la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991; Krueger y Carsrud, 1993). Posteriormente, y ligados de forma

⁶ Capacidad que tiene el emprendedor para confrontar situaciones que compliquen la generación y desarrollo de su plan de negocios o su proyecto a emprender, generando sinergia con sus socios o colaboradores para salir airoso y con determinación de ella; basado en la previsión del riesgo.

específica a la investigación en el campo del emprendimiento, se han desarrollado diversos modelos, entre los que destacan el Modelo del Evento Emprendedor (Shapero y Sokol, 1982), el Modelo del Potencial Emprendedor (Krueger Jr. y Brazeal, 1994), el Modelo de Orientación hacia la Actitud Emprendedora (Robinson et al., 1991) y el Modelo de Determinantes de la Intención Emprendedora (Davidsson, 1995). Aun cuando los modelos probados empíricamente han surgido durante las décadas pasadas, esta rama de investigación aún sigue en desarrollo, muestra de lo cual es el Modelo de Intención Emprendedora Contextual-Específico propuesto por Elfving, (2008) y Elfving et al. (2009). En este contexto, el emprendimiento implica una acción con el poder de influenciar todo el proceso y sus resultados (McMullen y Shepherd, 2006). La decisión de actuar de forma emprendedora se forma bajo un contexto en el cual tanto factores internos y como externos tienen un impacto. El comportamiento emprendedor aparece como comportamiento intencional y voluntario y la decisión de convertirse en un emprendedor es deliberada y consciente (Krueger et al., 2000). Si el individuo responde y crea el cambio a través de sus acciones, son los individuos y no las organizaciones las que ejecutan tales acciones (Krueger, 2000) y entonces el comportamiento emprendedor resulta ser una conducta observable e influenciable, principalmente a través de una adecuada educación.

Por ello, el estudio de la educación sobre emprendimiento a menudo ha abordado la exploración de los rasgos y características de los empresarios (Dyer 1994; McClelland 1987). Así, por ejemplo, los factores determinantes de la motivación han sido y siguen siendo el foco de muchos estudios (Shane, Locke y Collins, 2003); otros pueden ser los precedentes familiares, el nivel de educación, los modelos de empresarios o el deseo de cambio (Krueger, 1993; McMullen y Shepherd, 2006). Otro tema activo del estudio gira en torno a reconocimiento de la oportunidad y la iniciativa empresarial basada en la oportunidad (Grégoire y Shepherd, 2012; Shane y Venkataraman 2000) o en la necesidad (Reynolds et al., 2002). Otros temas incluyen la necesidad de logro (Stewart y Roth, 2007), la fijación de metas, la aversión al riesgo o la tolerancia a la incertidumbre (Rauch y Frese, 2006). De hecho, los recientes meta-análisis proporcionan evidencia de la validez predictiva de los rasgos de la personalidad en la investigación de la iniciativa empresarial (Collins, Hanges y Locke, 2004; Zhao y Seibert, 2006). Sin embargo, tampoco faltan escépticos en esta línea. Gartner (1989) argumentó que la diversidad entre los empresarios es mucho más grande que las diferencias entre los emprendedores y no emprendedores. Los empresarios tienden a desafiar los estereotipos y, en consecuencia, tratar de establecer su "perfil" es una tarea de enormes proporciones.

Pero también la transferencia de conocimiento, es decir, la acumulación de información sobre los hechos, es otro activo fundamental del capital humano que forma parte de la mayoría de los programas de emprendimiento. El descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades de negocio requiere de una variedad de conocimientos relacionados con los aspectos técnicos, financieros, organizacionales, legales y de mercado del proyecto (Kuratko, 2005). Ahora bien, si el conocimiento de hechos es importante, el espíritu empresarial es un esfuerzo orientado a la acción. Los empresarios tienen que ser capaces de actuar y poner en práctica sus ideas con el fin de producir los resultados previstos. Por ello, generalmente el objetivo principal de un plan de estudios en emprendimiento debe buscar desarrollar el reconocimiento (Baron, 2004) y la evaluación de las oportunidades de mercado (Dimov, 2007) como las competencias básicas para animar a los estudiantes a iniciar sus propios proyectos empresariales.

Por todo ello, si analizamos los contenidos de los programas sobre enseñanza de emprendimiento, normalmente incluyen dos tipos de contenidos (Henrique y Da Cunha,

2008), además de las habilidades y competencias técnicas transversales tales como la comunicación oral y escrita, gestión del tiempo o pensamiento crítico:

1. Competencias y habilidades de dirección y negocios: planificación, comercialización, contabilidad, estrategia, marketing, gestión humana, de vinculación con redes, etc. Es la “ciencia” del emprendimiento, la parte técnica, pero también ha de incluir liderazgo, negociación, toma de decisiones, solución de problemas...

2. Las habilidades y competencias personales del emprendedor, de creación, de reconocimiento de oportunidades emprendedoras, de control interno, innovación, toma de riesgos, orientación al cambio, etc. Es la parte más relacionada con el “arte”.

En cualquier caso, a nuestro juicio, el problema no se centra tanto en qué enseñar sino en cómo cambiar las conductas de un alumnado, en principio, reacio a emprender.

3.2. Cómo hacerlo

Admitido que el espíritu emprendedor se puede enseñar (no sólo la teoría del emprendimiento, sino que también se puede enseñar a ser emprendedor, a desarrollar una mentalidad en el alumnado propensa a la acción y la innovación) y es diferente a la tradicional concepción gerencial (basada en la acumulación de conocimientos), la educación emprendedora requiere de un método pedagógico diferente. De hecho, han pasado más de veinticinco años desde que Ronstadt (1987) planteara la cuestión de lo que se debe enseñar y cómo se debe hacerlo, pero todavía sigue existiendo muy poco acuerdo sobre ambos los elementos (Cuello y Greene, 2011). Por ello, el siguiente paso en la educación emprendedora es estudiar la eficacia de los diferentes métodos contextuales empleados en los programas de educación al efecto. Para analizar cuál es la mejor manera de enseñar a emprender, hay que analizar cuál es el objeto de la enseñanza y que metodología se usa.

Klofsten (2000) identifica tres actividades básicas de entrenamiento o influencia en el campo del emprendimiento dentro de la universidad. La primera versa en relación a la creación y mantenimiento de una cultura emprendedora en toda la universidad; la cultura debe permear todas sus actividades y es observable, entre otros, en asignaturas, investigación y actividades externas. La segunda actividad es la existencia de cursos separados de emprendimiento en donde los estudiantes desarrollen competencias y habilidades pertinentes en la creación de empresas. Por último, la existencia de programas específicos de entrenamiento para individuos que deseen empezar su propio negocio. El fomento a la creación de empresas estaría dado por la ejecución coordinada de estas tres actividades. En este contexto, se ha sugerido que las universidades cuentan con las plataformas adecuadas sobre las que la educación en emprendimiento puede tomar lugar (Peltier y Scovotti, 2010).

En cualquier caso, las prácticas pedagógicas en emprendimiento parecen estar impulsadas no por una teoría basada en la investigación, sino por las tradiciones del pasado (la centralidad de los planes de negocio, por ejemplo) y los principios educativos generales (Honig, 2004). En principio, todas las herramientas docentes utilizadas tienen su valor y su sentido en la enseñanza del emprendimiento, aunque probablemente los extremos no son aconsejables, en el sentido de basarse en su totalidad en las aplicaciones prácticas y el análisis de los casos (no proporcionaría ninguna base para ayudar a los estudiantes a actuar sobre la base de sus decisiones) o, en el otro extremo, que sólo sea teoría (sólo los más intelectualmente curiosos podrían sacar algún provecho). Compartimos la opinión de Kuhn (1970) de que "en realidad, no hay nada tan práctico como una buena teoría", en

tanto que lo ideal sería que una buena teoría nos ayudara a hacer predicciones sobre las consecuencias de nuestras decisiones, pero todas somos conscientes de que un curso mejora con la aplicación práctica de la teoría, sobre todo si el hacerlo conlleva asumir cierta responsabilidad por parte del alumnado. Los nuevos retos de la enseñanza del emprendimiento deben avanzar en la senda desde la teoría hacia metodologías más dinámicas y prácticas.

Como hemos venido comentando, muchos de los estudios e investigaciones, es decir, la teoría, se han centrado en analizar las características y rasgos de los emprendedores. Se ha pasado de una visión naif del emprendedor superhéroe, un hombre con características personales especiales, un visionario capaz de sobreponerse a enormes dificultades para alcanzar un éxito arrollador (éxito siempre basado en parámetros económicos), o la visión elitista de una “casta” de unos pocos elegidos, a entender que hay una gran cantidad de otros emprendedores que o bien no alcanzan un éxito de esa magnitud o bien fracasan, que el emprendimiento no es un fenómeno sólo individual sino que está muy condicionado por el entorno y el contexto institucional, que la mayoría de los emprendedores se mueven por motivaciones personales de necesidad de logro, pero que existen otro tipo de motivaciones, dado el nuevo orden mundial, como es la necesidad de cambio social. Además, el excesivo enfoque en el emprendedor, desde una perspectiva simplemente descriptiva, de estándar de comparación o *rol model*, nos puede llevar a ejercer efectos perversos o negativos a los deseados, en tanto que los alumnos pueden utilizar los estándares “aceptados” para autoexcluirse, pensando que no cumplen con ellos. Pueden pensar que son inalcanzables y que llegar al éxito es algo muy difícil. Como profesores, debemos enfatizar en que no existen modelos únicos y debemos procurar buscar ejemplos donde los alumnos puedan verse reflejados.

Teniendo en cuenta que no hay un solo tipo de emprendedor y reconociendo la diversidad de motivaciones y de definiciones de éxito, más recientemente el enfoque se realiza de una manera más dinámica que reconoce el potencial para el aprendizaje de cómo pensar de una manera emprendedora. Es decir, se buscan las estructuras de conocimiento que las personas usan para hacer valoraciones, juicios o decisiones que implican la evaluación, la creación de una empresa y su crecimiento (Mitchell et al, 2002). La pregunta útil no es qué es un emprendedor o cuándo es alguien emprendedor sino cómo piensa la gente de forma emprendedora. De esta forma, se reconoce la gran diversidad en la que las personas pueden ser emprendedoras y presta mayor atención a los equipos de emprendedores, al descubrimiento de oportunidades y su explotación. Las metodologías usadas suelen ser los casos y las simulaciones, pero centrándose sobre todo en el proceso de toma de decisiones. También se han usado narraciones y guiones o textos, ejercicios o actividades, juegos heurísticos, etc., identificándose una tendencia emergente hacia una mayor integración de las aplicaciones prácticas, tales como los casos en vivo, consultoría o simulaciones.

No obstante, la mayoría de los libros sobre emprendimiento y los contenidos de materias de creación de empresas siguen el enfoque del proceso emprendedor. Este suele ser presentado de manera lineal, partiendo de la identificación de la oportunidad o idea de negocio, el desarrollo del concepto, la evaluación de los recursos necesarios y su adquisición, la puesta en marcha y las formas de salida. Quizás este enfoque analítico, de planificación y predicción del proceso es el más usado porque también es el más cómodo para los docentes. Es relativamente fácil enseñar a cómo hacer un plan de negocios, herramienta que simplifica todo el proceso. Para enseñar el proceso del emprendimiento, el *business plan* y el método del caso son los métodos pedagógicos preferidos. Sin embargo, cada vez son más las voces que indican que, en la práctica, un plan de empresa

sirve para bien poco y no responde a las necesidades reales de los emprendedores. Un excesivo énfasis en el plan de negocios puede orientar a los alumnos a la realización y cumplimiento de tareas relacionadas con habilidades sobre marketing y finanzas, en detrimento de una orientación al comportamiento, a la acción, a la creatividad, la innovación y la resolución de problemas. En esencia, emprender es un fenómeno menos estructurado, predecible y lineal de lo que un plan de negocios puede reflejar.

Por ello, más que concebir el emprendimiento como un proceso (donde son predecibles los inputs y los outputs), se empieza a concebir la educación en emprendimiento como un método basado en cómo los emprendedores toman decisiones y actúan, generalizable, y que ofrece una forma alternativa de abordar la resolución de problemas; esto es, como un conjunto de habilidades o herramientas. Enseñar emprendimiento como un método es ayudar a los alumnos a comprender, desarrollar y practicar habilidades y técnicas para un emprendimiento efectivo. La idea es que aprender un método es más importante que aprender contenidos. Acercarse al emprendimiento como un método significa enseñar la forma de pensar y actuar, construyendo un conjunto de presunciones mediante el uso de un portafolio de técnicas (creación una empresa real, uso de simulaciones y juegos, aprendizaje basado en el diseño, prácticas reflectivas, etc.) que favorezcan la acción y la innovación. Supone una práctica continua sobre la premisa de “primero actúa y luego aprende”, contraria a la tradicional “primero aprende y luego actúa”. Por tanto, es aplicable a personas noveles o experimentadas, a cualquier organización y a cualquier nivel.

De esta forma, se intenta pasar del razonamiento causal empleado en, por ejemplo, la confección de un plan de negocios, a un razonamiento o lógica “efectual”, en la que se usan un conjunto de recursos, que evolucionan, para conseguir nuevos y diferentes objetivos, que emergen en el tiempo. Es la filosofía de gestión “*Effectuation*”, que parte del espíritu de la acción emprendedora: “crea tu futuro en lugar de predecirlo” y parte de unos principios básicos. El primero de ellos es el llamado “Principio de pájaro en mano”, que se basa en que no existe la oportunidad perfecta por lo que es absurdo esperar a tenerla. Hay que comenzar un proyecto empresarial mediante la acción, con lo que dispone el emprendedor en el momento de empezar: quién es, qué conoce, a quién conoce, de qué recursos físicos, financieros e intangibles dispone, qué formación tiene, qué conocimientos, etc... A todas estas cuestiones se les denomina en dirección estratégica “gestión de los recursos y capacidades”. Otro de sus principios es el “de la pérdida asequible”, entendiéndose que se deben evaluar las oportunidades sobre la base de si se pueden asumir las pérdidas más que si son atractivos los beneficios previstos. También forma parte de esta filosofía el “Principio de la limonada”, en el sentido de aprovechar las contingencias, dándoles la vuelta y convirtiéndolas en oportunidades. El limón ácido se convierte en limonada, si no eres tú serán otros quienes las aprovechen.

Mientras que el pensamiento causal realiza análisis competitivos para estudiar la composición del mercado, su estabilidad, actores, poderes, etc., con el razonamiento efectual se debe construir el análisis sobre el establecimiento de relaciones interorganizativas estratégicas, de tipo *partnership*. Esto es, se resalta la importancia de construir *partnerships*, más que dedicar esfuerzos a realizar, de forma sistemática y periódica, análisis competitivos del mercado. La filosofía de sus defensores es centrarse en el trabajo, en hacer las cosas bien, más que en analizar qué hacen o qué harán los competidores. Al menos, defienden este razonamiento cuando la empresa es pequeña, hasta que llegue a un determinado umbral de tamaño, donde sí recomiendan completar este pensamiento con el razonamiento causal. Pero mientras, el consejo es construir *partnerships* desde del principio, desde el momento cero. De hecho, para la creación de

empresas, recomiendan que el comienzo ideal sea convertir a los primeros clientes en *partners*. Se destaca, por tanto, la importancia construcción de redes (networking) y de la colaboración.

En cualquier caso, parece evidente que el aprendizaje dentro de un ambiente de negocios real es la clave del éxito en la educación empresarial. Las experiencias de “casos de la vida real” (funcionamiento de una empresa real o virtual, consultorías reales, etc.) permiten a los estudiantes construir su propia percepción de la realidad de la iniciativa empresarial de una manera holística, enseñándoles que no hay sólo una solución única a un problema y que al final no se puede saber si el camino elegido fue el más favorable. El alumnado también debe ser capaz de fallar porque el aprendizaje no sólo se produce a través de proyectos exitosos. Este enfoque holístico del aprendizaje es muy similar a la situación de ser un empresario, es decir, nunca puede saberse lo que va a pasar mañana y se debe estar preparado para trabajar en consecuencia. Los métodos más efectivos utilizados hasta el momento para el aprendizaje de las habilidades emprendedoras han sido proyectos empresariales muy prácticas llevadas a cabo en un entorno real y con clientes reales. Poner al alumnado fuera del aula parecer ser fundamental. Tenemos que enviar a nuestros estudiantes hacia los entornos reales que están estudiando. También los educadores deberían conocer de primera mano esa realidad.

Coincidimos con la filosofía de Alex Bruton⁷: Me encanta la idea de comparar lo que hago con lo que hacen los médicos en un hospital universitario. Nadie discute la importancia del papel de los hospitales de enseñanza en la sociedad... para permitir el aprendizaje de por vida de los residentes y de los médicos, y para mantener la investigación que se lleva a cabo muy centrada en la curación de los pacientes... El trabajo que hacen los médicos ayuda a sus pacientes y amplía el conocimiento de una manera que ayuda a otros pacientes. Sería muy diferente si estudiaran a los enfermos sin a la vez tratarlos. Al igual que los médicos en un hospital universitario, se argumenta que los profesores de la innovación se beneficiarían de los roles más integrados con la realidad como parte de sus trabajos innovadores, ayudando con los retos específicos a los que se enfrentan... Sostengo que los profesores e investigadores de la iniciativa empresarial se beneficiarían de ser empresarios, no por haberlo sido una vez, sino por serlo a diario como parte de, o además de, sus otros roles (Vanevenhoven, 2013).

4. CONCLUSIONES

Después de esta visión global de la evolución, tanto del concepto del emprendimiento como de los diferentes enfoques para su enseñanza, es más fácil comprender la relevancia de establecer adecuadamente cuál es el objetivo de la educación en emprendimiento, las metodologías y herramientas pedagógicas que van a usarse para alcanzarlos y la necesidad de conocer si los mismos se logran y en qué condiciones. Sin embargo, la realidad es que los diferentes programas de educación en emprendimiento se han venido diseñando e implementando bajo el supuesto de que generaban efectos/outcomes positivos en los estudiantes, pero la naturaleza, intensidad y tipo de efectos/outcomes producidos no ha sido bien establecido por la investigación previa (Duval-Couetil, 2013; Rideout y Gray, 2013) y hay una demanda tanto en las revisiones de la literatura empírica sobre educación en emprendimiento (Rideout y Gray, 2013) como en varios *special issues* dedicados al tema (The Academy of Management Learning and Education de 2004, International Entrepreneurship Management Journal de 2011, Education & Training de

⁷ <http://theinnographer.com/> Consultada el 4/01/2014.

2012 o *Journal of Small Business Management* de 2013) para que se evalúe de manera más adecuada, y teniendo en cuenta el contexto, los diferentes programas de educación en emprendimiento de manera que sea posible disponer de conocimiento científicamente válido sobre su efectividad (Maritz y Brown, 2013; Pittaway y Edwards, 2012).

De hecho, trabajos recientes han mostrado resultados contradictorios sobre la educación emprendedora (McNally, Martin y Kay, 2010; Weaver, Dickson y Solomon, 2006). Los hay con resultados positivos que inclinan al optimismo (Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc, 2006; Souitaris, Zerbinati y Al-Laham, 2007) y que señalan un efecto positivo sobre las intenciones emprendedoras (Athayde, 2009; Galloway y Brown, 2002). Pero también tenemos ejemplos de resultado negativos, como Von Graevenitz, Harhoff y Weber (2010) o Volery et al. (2013), en los que, no obstante, se detectaron efectos positivos significativos en las habilidades empresariales. Una posible explicación es que el conocimiento permite adoptar mejores y más informadas decisiones a favor o en contra de la carrera empresarial. Parece que los participantes de un curso de emprendimiento tienen percepciones más realistas acerca de lo que significa ser un empresario. En consecuencia, algunos estudiantes reconocen que una carrera como empresario no es la opción más adecuada para ellos. Otra explicación es que el conocimiento no tiene un efecto directo sobre la intención emprendedora, sino que más bien afecta a antecedentes tales como la percepción de viabilidad, según lo sugerido por Liñán, Rodríguez-Cohard y Rueda-Cantuche (2005).

Hemos de tener en cuenta que los contextos en los que se desarrollan todos estos estudios son diferentes entre sí. Además, los estudiantes aprenden cada uno a su ritmo, tienen distintas motivaciones, comienzan los cursos con diferentes bases de conocimientos y experiencias, tienen o no acceso a variadas redes de recursos, etc. Del mismo modo, los educadores provienen de especialidades y disciplinas heterogéneas, poseen diferentes niveles de capacidad y acceso a distintas redes de recursos, además de desarrollar sus tareas en diferentes contextos. Y por si todo esto fuera poco, utilizan una gran variedad de enfoques metodológicos en su labor (Peterman y Kennedy, 2003).

El hecho de que, tras la finalización de un curso de emprendimiento, los estudiantes no muestran una intención más fuerte para formar una empresa en un futuro próximo no es necesariamente un resultado decepcionante en sí. Algunos participantes podrían querer adquirir experiencia en el trabajo primero y convertirse en empresarios más tarde. Además, los educadores (también los responsables académicos y los políticos) no sólo deberían estar interesados en el desarrollo de las intenciones emprendedoras y en aumentar el número de nuevas empresas (la sostenibilidad y el crecimiento de las mismas también es fundamental). Proporcionar a los estudiantes un ambiente de aprendizaje que les ayude a tomar una decisión más profunda a favor o en contra de la carrera empresarial proporciona una función importante. Este efecto de clasificación puede ser socialmente positivo (Von Graevenitz, Harhoff y Weber, 2010), incluso si eso significa que el nivel general de la intención empresarial disminuye. Además, educar a los estudiantes sobre el fracaso potencial puede mejorar su inteligencia emocional y ayudar a hacer frente al miedo y al exceso de responsabilidad ante el cambio, incluso si esto se logra a expensas de la intención empresarial (Shepherd 2004).

En cualquier caso, hay muchos argumentos para apoyar la enseñanza del emprendimiento, sobre todo porque existe un acuerdo generalizado entre los diferentes stakeholders sobre que la educación en emprendimiento puede generar beneficios socioeconómicos, no solo a nivel individual, sino también en general. Los propios estudiantes, ante el cambio en los mercados de trabajo, y las cada vez mayores dificultades para acceder al mercado laboral, ven el autoempleo y la creación de una

empresa como una alternativa a valorar. Desde el punto de vista de los académicos, la enseñanza sobre creación de empresas permite satisfacer las necesidades de políticos y estudiantes, ofreciendo programas más innovadores.

Dado que la habilidad para el emprendimiento no se encuentra igualmente desarrollada en todos los individuos, debe ser enseñada. Su enseñanza –de preferencia holista– exige un compromiso multisectorial en ambientes diversos, cambiantes e inciertos. Es por tanto necesario reconocer que educar en negocios es diferente a educar en emprendimiento, por lo que los contenidos de las denominadas cátedras de emprendimiento deben propender al desarrollo de habilidades del individuo, sin importar si su ámbito de desempeño será social, político o público. El reto es la formación de individuos capaces de asumir riesgos moderados y calculados, de iniciar proyectos de distinta índole (económicos, políticos, públicos o sociales), de propiciar el cambio y el crecimiento de beneficios colectivos. La formación, por tanto, debería fundamentarse en motivaciones diferentes a la necesidad, la supervivencia económica o la generación de riqueza.

5. REFERENCIAS

- Acs, Z.J., Arenius, P., Hay, M., y Minniti, M. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor. 2004 Executive Report*. Wellesley, MA and London: Babson College and London Business School.
- Ajzen, I. (1991): “The theory of planned behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Athayde, R. (2009): “Measuring enterprise potential in young people”. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(2), 481-500.
- Bandura, A. (1986): *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997): *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman & Co.
- Baron, R. (2004): “The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship’s Basic “Why” Questions”. *Journal of Business Venturing* 19(2), 221–239.
- Béchar, J., y Grégoire, D. (2005): “Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education”. *Academy of Management Learning & Education*, 4 (1), 22-43.
- Becker, G. S. (1975): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Brüderl, J.; Preisdorfer, P.; and R. Ziegler (1992): “Survival Chances of Newly Founded Business Organizations”. *American Sociological Review*, 57(2), 227–242.
- Coduras-Martínez, A., Levie, J., Kelley, D., Saemundsson, R., y Schott, T. (2010): *Global Entrepreneurship Monitor Special Report: A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training*. Reporte especial Global Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Research Association.
- Collins, C., P. Hanges, and E. Locke (2004): “The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis,” *Human Performance* 17(1), 95–117.

- Corbett, A. (2007): "Learning Asymmetries and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities". *Journal of Business Venturing*, 22(1), 97–118.
- Corbett, A., Covin, J.G., O'Connor, G. C. y Tucci, C.L. (2013): "Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda". *Journal of Product Innovation Management*, 30(5): 812–820.
- Covin, J. G. y Kuratko, D. F. (2010): "The concept of corporate entrepreneurship". In *Encyclopedia of technology and innovation management*, ed. V. K. Narayanan and G. C. O'Connor 207–14. Oxford: Blackwell Publishers.
- Davidsson, P. (1995): "Determinants of entrepreneurial intentions". Paper presented at the RENT IX Workshop, Piacenza, Italia. 31.
- DGPYME. (2010): "El fomento de la iniciativa emprendedora en el sistema educativo en España. Recopilación de políticas y prácticas". España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Dickson, P. H.; Solomon G. T. and Weaver, K. M. (2008): "Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter?" *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15(2), 239–258.
- Dimov, D. (2007): "Beyond the Single Person, Single Insight Attribution in Understanding Entrepreneurial Opportunities". *Entrepreneurship Theory and Practice* 31(5), 713–731.
- Dodd, S.D. (2002): "Metaphors and meaning: A grounded cultural model of us entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, Vol. 17(5), pp. 519-535.
- Duval-Couetil, N. (2013): "Assesing the impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches". *Journal of Small Business Management*, 51 (3), pp. 394-409.
- Dyer, G. W. (1994): "Toward a Theory of Entrepreneurial Careers". *Entrepreneurship Theory and Practice* 19, 7–7.
- Education, Audiovisual and Culture Agency EACEA (2012): *Entrepreneurship Education at School in Europe: National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. EACEA. March 2012. Bruxelles: European Commission.
- Elfving, J. (2008): *Conceptualizing entrepreneurial intentions: A multiple case study on entrepreneurial cognition and perception*. ABO, Finland: Abo Akademi University Press.
- Elfving, J., Brännback, M. & Carsrud, A. (2009): "Toward A contextual model of entrepreneurial intentions". En M. Brännback (Ed.), *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 23-33; 33) Springer New York.
- European Commision. (2000): "European forum, training for entrepreneurship". Nice Sophia Antipolis
- European Commision. (2006): "Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindset through Education and Learning". Oslo
- Fayolle, A., Gailly, B. y Lassas-Clerc, N. (2006): "Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology". *Journal of European Industrial Training*, 30 (9), pp. 701-720.

- Fernández Pérez, V.; Alonso Galicia, P. E.; Fuentes Fuentes, M.M; y Rodríguez Ariza, L. (2013): "Business networks and academics' entrepreneurial intentions". *Industrial Management & Data System*. ISSN: 0263-5577. Vol. 114, Iss: 2, 2013.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975): *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Galloway, L., and W. Brown (2002): "Entrepreneurship Education at University: A Driver in the Creation of High Growth Firms," *Education & Training* 44, 398–405.
- Gartner, W. B. (1989): "'Who Is an Entrepreneur?' Is the Wrong Question". *Entrepreneurship Theory and Practice* 12(2), 47–68.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., & Katz, J. A. (1994): "Finding the entrepreneur in entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5-9.
- Gimeno, J.; Folta, T.; Cooper, A.; and Woo, C. (1997): "Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms". *Administrative Science Quarterly* 42(4), 750–783.
- Graevenitz, G. v., Harhoff, D., y Weber, R. (2010): "The effects of entrepreneurship education". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112.
- Grégoire, D. A., and Shepherd, D. A. (2012): "Technology-Market Combinations and the Identification of Entrepreneurial Opportunities: An Investigation of the Opportunity-Individual Nexus". *Academy of Management Journal* 55(4), 753.
- Henrique, D.C. y Da Cunha, S.K. (2008). "Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais". *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
- Hofer, C.W. & Bygrave, W.D. (1992): "Researching entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 16(3), pp. 91-100.
- Honig, B. (2004): "Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-based Business Paning". *Academy of Management Learning and Education*, 3, 258-273.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., y Sirmon, D. G. (2003): "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions". *Journal of Management*, 29 (6): 963–89.
- Klandt, H. (2004): "Entrepreneurship Education and Research in German-Speaking Europe". *Academy of Management Learning & Education*. 3(3), 293–301.
- Klofsten, M. (2000): "Training entrepreneurship at universities: A swedish case". *Journal of European Industrial Training*, 24(6), 337.
- Krueger, N. (1993): "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. (2000): "The cognitive infrastructure of opportunity emergence". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 24(3), pp. 9-27.
- Krueger, N. y Brazeal, D. V. (1994): "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000): "Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.

- Kuratko, D. F. (2005): "The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577.
- Levenburg, N., Magal, S.R., & Kosalge, P. (2006): "An exploratory investigation of organisational factors and e-business motivations among SMFOEs". *EM – Electronic Markets: the International Journal of Electronic Commerce & Business Media*, 16(1), 70-84.
- Liao, J. and Gartner, W.B. (2006): "The Effects of Pre-venture Plan Timing and Perceived Environmental Uncertainty on the Persistence of Emerging Firms". *Small Business Economics*, 27(1), 23-40.
- Liao, J. and W. B. Gartner (2008): "The Influence of Pre-Venture Planning on New Venture Creation," *Journal of Small Business Strategy* 18, 1–21.
- Liñán, F., J. C. Rodríguez-Cohard, and J. M. Rueda-Cantuche (2005): "Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels". Paper presented at the 45th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, August 23-27, 2005.
- Maritz, A. y Brown, C.R. (2013): "Illuminating the black box of entrepreneurship education programs". *Education and Training*, 55 (3), pp. 234-252.
- Martin, B., J. McNally, and M. Kay (2013): "Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes", *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- Matlay, H. (2005): "Researching entrepreneurship and education: Part 1: What is entrepreneurship and does it matter?" *Education & Training*, 47(8/9), 665.
- McClelland, D. C. (1965): "Need Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389–392.
- McClelland, D. C. (1987): "Characteristics of Successful Entrepreneurs". *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233.
- McMullen, J.S. & Shepherd, D.A. (2006): "Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur". *Academy of Management Review*, Vol. 31(1), pp. 132-152.
- McNally, J. J., B. C. Martin, and M. J. Kay (2010): "Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes". Paper presented at the Annual Meeting of the Academy of Management. Montreal, Canada.
- Mitchell, R. K., J. B. Smith, K. W. Seawright y E. A. Morse (2000). "Cross-Cultural Cognitions and the Venture Creation Decision". *Academy of Management Journal*, 53(5), 974–993.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., y Covin, J. G. (2011): *Corporate entrepreneurship and innovation* (3rd ed.). Mason, OH: South-Western, Cengage Learning.
- Mwasalwiba, E. S. (2010): "Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators". *Education & Training*, 52(1), 20.
- Neck, H. M. y Greene, P.G. (2011): "Entrepreneurship Education: known worlds and new frontiers", *Journal of Small Business Management*, 49 (1), 55-70.

- OECD (2010): "Empowering people to innovate. In Measuring innovation: A new perspective" (43-43-58). OECD Publishing. Recuperado de www.sourceoecd.org/education/9789264059467 el 20/12/2013.
- Peltier, J. W., y Scovotti, C. (2010): "Enhancing entrepreneurial marketing education: The student perspective". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 514-536.
- Peterman, N. E., y Kennedy, J. (2003): "Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(2), 129-144.
- Phan, P. H., Wright, M., Ucbasaran, D. y Tan, W. (2009): "Corporate entrepreneurship: Current research and future directions". *Journal of Business Venturing*, 24 (3): 197–205.
- Pittaway, L. y Cope, J. (2007): "Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence", *International Small Business Journal*, 25 (5), 479-510.
- Plumber, L.A. & Acs, Z. J. (2005): "Penetrating the 'Knowledge Filter' in regional economics". *Anal of Regional Sciences*. N° 39, pp. 439-456.
- Rauch, A. and Frese, M. (2006): "Meta-Analysis as a Tool for Developing Entrepreneurship Research and Theory," in *Entrepreneurship: Frameworks and Empirical Investigations from Forthcoming Leaders of European Research. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Vol. 9*, Eds. J. Wiklund, D. Dimov, J. A. Katz and D. Shephard. Amsterdam: Elsevier, 29–51.
- Rauch, A., y Frese, M. (2007a): "Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship". En R. Baum, M. Frese y R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship, SIOP organizational frontiers series* (41-41-66). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rauch, A., y Frese, M. (2007b): "Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success". *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E. and Hay, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor GEM 2001 Summary Report*. London Business School and Babson College.
- Rideout, E.C., Gray D.O. (2013): "Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University-Based Entrepreneurship Education". *Journal of Small Business Management*, 51(3), pp. 329-351.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C. & Hunt, H.K. (1991): "An attitude approach to the prediction of entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 15(4), pp. 13-31.
- Ronstadt, R. (1987): "The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education Is Beginning". *American Journal of Small Business*, 11(4), 37–53.
- Ruiz Arroyo, M.; Fuentes Fuentes, M.M.; y Rodríguez Ariza, L. (2012): "Innovativeness and Performance in Women-Owned Small Firms: The Role of Knowledge Acquisition". *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Vol. 25, N° 3, 307-326,

- Sarasvathy, S.D y Venkataraman, S. (2011): “Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, pp. 113-135.
- Schramm, C. (2012): “Expanding the Entrepreneur Class,” *Harvard Business Review* July-August, 40.
- Schumpeter, J. A. (1934): *The theory of economic development*. Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000): “The promise of entrepreneurship as a field of research”. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shane, S., Locke, E. A., and C. J. Collins (2003): “Entrepreneurial Motivation”. *Human Resource Management Review* 13(2), 257–279.
- Shapiro, A., y Sokol, L. (1982): “Social dimensions of entrepreneurship”. In e. a. C.A. Kent (Ed.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Souitaris, V., Zerbinati, S. y Al-Laham, A. (2007): "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources". *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Stewart, W., and P. Roth (2007): “A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers,” *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401–421.
- Urbano, D. y Toledano, N. (2008): "Los sistemas de formación universitaria y su influencia en las actitudes empresariales de los estudiantes: Un estudio de casos múltiple". *OIKOS*, 12(25), 87-103.
- Vanevenhoven, J. (2013): “Advances and Challenges in Entrepreneurship Education”. *Journal of Small Business Management*, 51(3), pp. 466–470.
- Volery, T., S. Müller, F. Oser, C. Naepflin, and del Rey, N. (2013): “The Impact of Entrepreneurship Education on Human Capital at Upper-Secondary Level”. *Journal of Small Business Management*, 2013 51(3), pp. 429–0.
- Von Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. (2010): “The effects of entrepreneurship education”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76 (1), 90-112.
- Weaver, M., Dickson, P. y Solomon, G. (2006): “Entrepreneurship and Education: what is known and not known about the links between education and entrepreneurial activity”, in *The Small Business Economy. A report to the President*, United States Government Printing Office, Washington.
- West, G. P., Bamford, C. E., y Marsden, J. W. (2008): “Contrasting entrepreneurial economic development in emerging Latin American economies: Applications and extensions of resource-based theory”. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 32(1).
- Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D.B. y Karlsson C. (2011): “The Future of Entrepreneurship Research”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 1-9.
- Wilson, F., J. Kickul, and D. Marlino (2007): “Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education”, *Entrepreneurship: Theory and Practice* 31(3), 387–406.

- Winkel, D. (2013): "The Changing Face of Entrepreneurship Education". *Journal of Small Business Management*, 51(3), pp. 313-314.
- Zahra y Wright, (2011): "Entrepreneurship's Next Act". *Academy of Management Perspectives*, pp 67-83
- Zhao, H., and S. Seibert (2006): "The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review". *Journal of Applied Psychology* 91(2), 259–271.