

Montes Merino, Ana M.<sup>a</sup> y Peña Hita, M.<sup>a</sup> Ángeles (2020). **El concepto "emprender" ampliado y su influencia en los enfoques de la educación en emprendimiento del alumnado universitario**. José Jesús Gázquez Linares (coord.) María del Mar Molero Jurado (coord.) África Martos Martínez (coord.) Ana Belén Barragán Martín (coord.) María del Mar Simón Márquez (coord.) María Sisto (coord.) Rosa María del Pino Salvador (coord.) Begoña María Tortosa Martínez (coord.) *Investigación en el Ámbito Escolar. Nuevas Realidades en un Acercamiento Multidimensional a las Variables Psicológicas y Educativas*, pp. 681-691, Madrid, Ed. Dykinson, ISBN: 978-84-1377-226-4.

### **Resumen:**

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha propuesto que la dinámica del emprendimiento puede vincularse a condiciones que mejoran (u obstaculizan) la creación de nuevos negocios, denominadas “condiciones del marco emprendedor” (Bosma, Hill, Ionescu-Somers, Kelley, Levie, y Tarnawa, 2020). La combinación de condiciones en el contexto en el que se desarrollan las actividades de emprendimiento conforma el “ecosistema emprendedor” (Kelley, Singer, y Herrington, 2016). La situación actual demanda una intensificación de las actuaciones de todos los agentes implicados para contribuir a la necesaria recuperación del ecosistema emprendedor, profundamente deteriorado por el impacto de la pandemia del COVID-19. Las conclusiones de los expertos españoles entrevistados en el *Informe GEM España* del periodo 2018-2019 (Peña-Legazkue, Guerrero, González-Pernía, y Montero, 2019) señalan como principales obstáculos para emprender el acceso a la financiación (63,0%), las políticas gubernamentales (44,4%), las normas sociales y culturales (44,4%) y la educación y la formación (33,3%), recomendando fortalecer las competencias emprendedoras en los programas formativos impartidos en los diferentes niveles educativos. Los recientes datos publicados por el GEM sobre el impacto del COVID-19 en el tejido emprendedor en España (Global Entrepreneurship Research Association, GERA, 2020) califican la situación con dos adjetivos reveladores: “parálisis” (en el 40% de la actividad empresarial) e “incertidumbre” (en el 58% de las empresas).

En los primeros seis meses tras el inicio de la pandemia, el 47% de empresas con menos de diez empleados esperaba un impacto muy negativo, el 25% cambió su modelo de negocio y/o canceló pedidos a proveedores, el 17% redujo sus precios de mercado y el 12% tuvo que ceder una parte de su mercado; el 14% llegó a acuerdos con proveedores, el 32% congeló sus planes de inversión y el 28% solicitó financiación extra. En un plano positivo, de las empresas que han continuado su actividad mediante el teletrabajo (50%), un alto porcentaje (58%) tiene grandes expectativas sobre el lanzamiento de nuevos productos y servicios, el 57% se esfuerza en la búsqueda de nuevos clientes, mientras que el 49% de los emprendedores cree que hay oportunidades de negocio a medio plazo para empresas que dispongan de recursos suficientes y diversificados.

El ecosistema emprendedor presenta un alto nivel de complejidad en el que interactúan aspectos sociales, económicos, culturales, tecnológicos y medioambientales. Adquirir competencias emprendedoras es uno de los elementos esenciales de dicho ecosistema, por lo que la educación en emprendimiento adquiere un papel relevante. Los expertos coinciden en la necesidad de intensificar los esfuerzos en materia de formación para emprender y en la orientación hacia una cultura emprendedora en todos los niveles educativos, promoviendo competencias en el alumnado universitario que puedan incrementar sus oportunidades de desarrollo profesional como generadores de empleo.

Los estudios de intención emprendedora, uno de los precursores más fiables del comportamiento emprendedor (Liñan, 2004; Prodan y Drnovsek, 2010), dejan constancia, de forma especial, de la influencia que pudieran tener las universidades sobre la actividad y la capacidad emprendedoras a través de sus programas de formación (Urbano y Toledano, 2008). La intención emprendedora del alumnado universitario puede ser potenciada mediante la educación en emprendimiento. Dada la naturaleza de su configuración, es preciso integrar de forma sinérgica el desarrollo de los aspectos cognitivos y emocionales, ya que es la acción conjunta de ambos aspectos, intensificada ante la presencia de educación en emprendimiento, la que produce mayores efectos en la intención emprendedora del alumnado universitario (Fernández-Pérez, Montes-Merino, Rodríguez-Ariza, y Alonso Galicia, 2019). El enfoque y el nivel de análisis desde los que se aborde la definición del fenómeno emprendedor tendrán su traducción en diferentes visiones de la educación emprendedora, en las que la atención, el propósito educativo, la

perspectiva pedagógica y los resultados educativos esperados variarán y nos situarán en escenarios diversos.

Nuestro trabajo plantea la necesaria reflexión sobre la concepción del fenómeno emprendedor, y sobre su influencia en la elección del enfoque y las metodologías de la educación en emprendimiento, ante las evidencias que señalan su efecto positivo en la intención emprendedora del alumnado universitario. Tales reflexiones responden a la necesidad estratégica de contribuir desde las universidades a la recuperación y consolidación de nuestro ecosistema emprendedor.