

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

L Núñez Ladeveze, M Núñez Canal (2016): “Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.069 a 1.089
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1135/55es.html>
DOI: 10.4185/RLCS-2016-1135

Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora

Notion for entrepreneurship in school entrepreneurial skills training

Luis Núñez Ladeveze [CV] [ORCID] [Email] CEU San Pablo, Madrid / ladeveze@ceu.es

Margarita Núñez Canal [CV] [ORCID] [Email] CEU San Pablo, Madrid / marganunez@itineribus.com

Abstracts

[ES] Se entiende la competencia emprendedora como actitud para resolver nuevos problemas mediante respuestas no conocidas, se propone una revisión del concepto de “emprendimiento” para aplicarlo al contexto educativo. **Método:** Recurriendo a la fenomenología relacional para gestionar la evolución del significado se revisa su origen, las fases de su variación conceptual, las diversas concepciones y estado del arte de la noción de “emprendimiento”. **Resultados:** El análisis identifica los nexos entre la actividad económica y una educación orientada a incentivar la competencia emprendedora de los alumnos. Orientación que las instituciones mundiales y europeas recomiendan como adecuada para afrontar los problemas económicos en la sociedad digital. **Conclusión:** Las propuestas de incluir una disciplina curricular de “economía emprendedora” o aplicar una “formación transversal”, no son excluyentes. Desde una perspectiva sincrética, una disciplina concreta es complementaria de una formación transversal en emprendimiento.

[EN] Entrepreneurial skills are understood as an attitude to solve new problems by unknown answers. A revision of the concept of “entrepreneurship” to be applied in an educational context is proposed. **Method:** its origin, its phases of conceptual variation, the diverse conceptions and the state of the art of the concept “entrepreneurship” are revised resorting to relational phenomenology in order to manage the evolution of the meaning. **Results:** The analysis identifies the nexus between economic activity and education aimed at encouraging the students’ entrepreneurial skills. Such an aim is recommended by European and world institutions as adequate to confront the economic problems in digital society. **Conclusion:** the proposals to include a curricular discipline of “entrepreneurial economy” or applying a “cross-training” are not mutually exclusive. From a syncretic perspective, a specific discipline is complementary of an entrepreneurial cross-training.

Keywords

[ES] Emprendimiento; competencia emprendedora; Educación escolar para el emprendimiento;

economía emprendedora; conocimiento innovador; iniciativa productora.

[EN] Entrepreneurship; Entrepreneurial Skill; school training for entrepreneurship; entrepreneurial economy; innovative knowledge; creative initiative

Contents

[ES] 1.Introducción; 2. Método para la revisión del concepto de emprendimiento; 3. Revisión conceptual de la noción de “emprendimiento”; 3.1. Orígenes del concepto; 3.2. El crecimiento endógeno: de Solow a Römer; 3.3. Aplicación a pequeñas y medianas empresas. 3.4. El filtro del emprendimiento y la paradoja sueca; 3.5. Calidad del emprendimiento y competencia emprendedora; 3.6. Nuevas formas de emprendimiento social; 4. Resultado: enseñanza de la competencia emprendedora; 4.1. Aspectos terminológicos para centrar la enseñanza del emprendimiento; 4.2. Distintas perspectivas para la investigación y la enseñanza; 5. Conclusiones. 6. Notas; 7. Referencias citadas.

[EN] 1. Introduction; 2. Method for the revision of the concept entrepreneurship; 3. Conceptual revision of the notion “entrepreneurship”; 3.1. Origins of the concept; 3.2. The endogenous growth: from Solow to Römer; 3.3 Application to small and medium enterprises; 3.4. The entrepreneurial filter and the Swedish paradox. 3.5. Quality of entrepreneurship and entrepreneurial skills; 3.6. New forms of social entrepreneurship; 4. Result: teaching of entrepreneurial skills; 4.1. Terminological aspects to centre the teaching of entrepreneurship; 4.2. Different perspectives for investigation and teaching; 5. Conclusions. 6. Notas. 7 .Quoted references.

Traducción de **Paul Gordon**
Profesor de inglés de la USPCEU

1. Introducción

Un reciente artículo publicado en *Revista Latina de Comunicación Social* se plantea una revisión conceptual para determinar “el significado válido” de “emprendedor” y de otras palabras asociadas a ésta, usadas frecuentemente como términos científicos, como “creatividad” e “innovación”. En este texto se asume la conclusión de la profesora Rosario de Mateo sobre lo que denomina “lógica del emprendedor” que, citando a Weisberg (1989), “no es una forma extraordinaria de pensar. El pensar creativamente llega a resultar extraordinario a causa de lo que el pensador produce, y no de la manera en que lo produce”, porque “cualquier persona puede dar a un problema una solución creativa si lo resuelve con una respuesta no conocida anteriormente”.

Desde la perspectiva de nuestra investigación, que aquí se centra específicamente en una revisión del estado del arte de la noción de “emprendimiento” desde su sentido originario para aplicarla al contexto escolar, “cualquier persona”, puede desarrollar una “intención emprendedora” para dar esa respuesta. El concepto de “intención emprendedora”, entendido como conjunto de elementos externos e internos que llevan a tomar la elección individual de emprender, es aplicado en los modelos de intención (Ajzen, 1991) al comportamiento emprendedor (Carsrud y Krueger, 1993). Coincidimos hasta aquí con el texto de la profesora De Mateo. Pero, desde nuestro enfoque, falta añadir que la formación de una intención depende de factores externos como los valores sociales y la cultura (Krueger *et al.*, 2013) y factores internos (actitudes y comportamientos) que pueden ser aprendidos o fomentados mediante una educación basada en habilidades no cognitivas (Heckman, 2000). Para ello es necesario, como piden algunos autores (Fayolle, 2013), profundizar en qué se ha de entender por “emprendimiento” a partir del origen del término para llevarlo, sin pérdida de coherencia, al entorno educativo. Es lo que nos proponemos en este artículo.

2. Método para la revisión del concepto de emprendimiento

El método aplicado a esta revisión de la noción de “entrepreneurship” y de términos emparejados, como “emprendedor”, “empresario”, “intención emprendedora”, “competencia emprendedora”, “educación emprendedora” y, en suma, “emprendimiento”, se basa en la fenomenología relacional (Donati, 1991). Nos ocupamos hermenéuticamente de la gestión histórica del significado en sus relaciones con los productos del sistema social, ya culturales, ya económicos o de otro tipo. Nuestra revisión de “entrepreneurship” parte de sus orígenes en la teoría económica, trata la evolución doctrinal y sus relaciones con nociones posteriormente asociadas como “competencia”, “creatividad” e “innovación”. El objetivo de la revisión tiene trascendencia práctica. Aspectos señalados de las circunstancias actuales inducen a abordar con responsabilidad un tema de cuyas respuestas, aceptadas o rechazadas, depende la aplicación de políticas que fomenten o fracasen al aplicar el emprendimiento a la educación para promover la productividad, el crecimiento, el empleo o un bienestar, que, siendo deseable, sea accesible a la cooperación productiva y al intercambio mercantil. Como el pronóstico está condicionado por el diagnóstico, el error descriptivo puede llevar a consecuencias perniciosas. Las instituciones mundiales y la Unión Europea insisten en encaminar la educación hacia el emprendimiento en sentido similar al expuesto por R. de Mateo (2015). Entienden la “competencia emprendedora” como actividad orientada a resolver nuevos problemas mediante respuestas no conocidas previamente. El concepto de “competencia” como elemento educativo surge impulsado por la OCDE (Salganik *et al.*, 1999). Lo define como “*capacidad de responder a demandas complejas movilizando recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto*” (OCDE, OECD, 2005). La UE lo adopta después.

La motivación que lleva a la UE a fomentar esta competencia (CE, 2006) desde la etapa escolar no es solo económica (CE, 2004, 2012 y 2013). Se fundamenta en la convicción de que potenciar la capacidad de emprender tiene como fin pedagógico enraizar la autonomía personal en el entorno social. Con objeto de situar al lector interesado por la importancia asignada a la relación entre “emprendimiento”, “competencia emprendedora” y “orientación de la educación al emprendimiento” recogemos en las referencias los textos principales que se han ocupado de este asunto, incluyendo el último informe realizado (CE, 2016).

A pesar de que esta tendencia pedagógica ha pasado a ser el centro de agendas políticas e institucionales (CE, 2013), no hay un criterio uniforme sobre su contenido. La forma de relacionar los términos “educación” y “emprendimiento” es amplia y depende de la perspectiva que se adopte. Lo que en expresión anglosajona se denomina *entrepreneurship*, en español puede ser “emprendimiento”, “espíritu emprendedor” o “función empresarial”. Como no hay un pleno consenso terminológico, resulta complicado precisar el contenido de una “competencia emprendedora”. Las líneas que siguen se plantean como revisión del marco conceptual del término “emprendimiento” para determinar como conclusión el objeto de una educación orientada a fomentarlo (Fayolle, 2013).

Hay acuerdo en que, si los emprendedores contribuyen al crecimiento económico, es necesario imbuir en la educación escolar una actitud que fomente el emprendimiento (Hitty y O’Gorman, 2004). Sobre cómo hacerlo tampoco hay plena coincidencia. Hay dos tendencias principales. La de incluir una asignatura específica de educación emprendedora orientada a la creación de empresas (*entrepreneurship education*) y la de diseminarla como elemento transversal en el plan educativo (*enterprise pedagogy*) con una finalidad más amplia. En el primer caso, la “educación emprendedora” se entiende como una disciplina económica. El “emprendimiento”, como una acción

concreta encaminada a promover empresas. En el segundo, se adopta un enfoque interdisciplinar, como método dirigido a la acción, a la realización de proyectos con distintos fines a través de la propia iniciativa, en los que se incluirían aquellos con propósito social o productivo. Esta perspectiva de fondo es la adoptada en el proyecto de investigación CSO2013-42165-R "Auctoritas doméstica, capacitación familiar y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados" en cuyo marco de actividades se encuadra esta contribución.

Para ser congruentes, al dilucidar la función de una educación emprendedora, es necesario volver sobre los aspectos concernidos por la noción de emprendimiento en la teoría económica, revisar qué contenido va incorporando y renovando durante su evolución y cuáles son sus actuales rasgos diferenciales. Bien entendido que, el empeño que se presta mundialmente, y específicamente en la UE, a fomentar desde la educación escolar esta "competencia" se funda en la contrastada asunción de la relación entre productividad, crecimiento económico y emprendimiento.

3. Revisión conceptual de la noción de emprendimiento

Se ha definido el emprendimiento o *entrepreneurship* como "el campo que examina cómo, por quién, y con qué efecto las oportunidades para crear futuros bienes o servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas" (Shane y Venkataraman, 2000: 218). Algunos autores como Audretsch (2009), Wennekers y Thurik (1999) sostienen que no basta con argumentar que hay una interna relación entre emprendimiento y crecimiento económico, también hay que demostrarlo. Lo hicieron en investigaciones que relacionan el nacimiento de nuevas empresas y la actividad de las pequeñas y medianas, con el crecimiento del empleo en EEUU durante las décadas de los 90 (Audretsch y Thurik, 2001 y 2004; Thurik y Wennekers, 2004; Carre y Thurik 2003; Acs, 2006). Esta relación no se sustenta en teorías académicas, sino en innumerables estudios realizados sobre la actividad de emprender. La revisión de esta literatura permite distinguir 4 estadios en la concreción de la noción.

3. 1. Origen del concepto de Emprendimiento

Son muchos los economistas que han estudiado el origen y la evolución del término *entrepreneurship*. En España destacan los profesores Veciana (1999; 2005), García Tabuenca *et al.* (2008). Generalizando, los autores coinciden con que el origen del concepto se encuentra en Richard Cantillon, lo concretó Jean-Baptiste Say y luego Stuart Mill detectó el valor diferencial de la actividad económica en "la fuerza social de un individuo con una idea (que) vale por noventa y nueve con un solo interés" (Mill, 1848).

A primeros del siglo XX comienza a fraguar el criterio de que el crecimiento económico se debe a la acción del emprendedor al involucrarse en actividades productivas y descubrir oportunidades de beneficio. Los primeros en poner el acento del crecimiento en la actuación del empresario fueron Schumpeter (1912 y 1943) y Knight (1921). Sus teorías pasaron a segundo término tras la II Guerra Mundial, salvo en el caso, casi excepcional, de Kirzner (1979 y 1997) que explicó el emprendimiento como el proceso en el que el emprendedor aprovecha una oportunidad de beneficio no descubierta.

Actualmente hay práctica unanimidad en la literatura sobre *entrepreneurship* en que las contribuciones de Schumpeter, principalmente en sus obras la *Teoría del Desarrollo Económico* (1912) y *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (1943), fueron las primeras en ponderar el papel del emprendedor como impulsor del crecimiento. Schumpeter incidió en algunos aspectos novedosos sobre cómo, mediante sus *innovaciones*, afrontando riesgos y aprendiendo a recuperarse tras el

fracaso si lo hubiere, el empresario introduce cambios en las industrias que rompen el equilibrio y dan lugar a la recomposición de los mercados, incorporando una tecnología más eficiente y superior, causa principal del progreso y del desarrollo.

“The function of entrepreneurs is to reform or revolutionize the pattern of production by exploiting an invention or, more generally, an untried technological possibility for producing a new commodity or producing an old one in a new way, by opening up a new source of supply of materials or a new outlet for products, by reorganizing an industry and so on...function of entrepreneurs is to reform or revolutionize the pattern of production by exploiting an invention or, more generally, an untried technological possibility for producing a new commodity or producing an old one in a new way...” (Schumpeter, 1943: 132)

La importancia de la explicación de Schumpeter radica en que pone en el centro del crecimiento económico a la actividad del empresario y concibe el papel del emprendedor como distinto del capitalista, como ya anticipó Say. En su explicación sobre el capitalismo, como ejemplo de evolución y cambio del proceso económico, advierte que

“the fundamental impulse that sets and keeps the capitalist engine in motion comes from the new consumers’ goods, the new methods of production or transportation, the new markets, the new forms of industrial organization that capitalist enterprise creates.” (Schumpeter 1943: 82-83)

El reconocimiento de este aprendizaje de búsqueda de oportunidad mediante la rectificación constituye la conocida teoría de la "destrucción creativa" schumpeteriana. Su insistencia en que la innovación es parte central del proceso creativo de *entrepreneurship* ha influido enormemente en su estudio posterior. No se fundamenta en la especialización y la división del trabajo, como Adam Smith, ni en el cambio tecnológico exógeno, como en las teorías del modelo de crecimiento neoclásico. Señala al emprendedor como agente de un proceso de transformaciones continuas en la organización de la producción que promueven un desarrollo no lineal de la economía. El crecimiento económico, además de espontáneo y discontinuo, es un cambio endógeno, noción que no utilizó, posteriormente introducida por Römer (1990).

Lo importante en este proceso es que se hagan cosas nuevas y rectificar los errores cometidos. Por eso define a la empresa como la realización de nuevas combinaciones de factores ya existentes, y a los empresarios como “los que llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones” (Schumpeter, 1912: 88) para incorporar la innovación que produce el avance. Emprendedor no es solo el individuo que trabaja por cuenta propia. Schumpeter incluye también a quienes, trabajando en una empresa, realizan nuevas combinaciones innovadoras. Knight (1921), añade después que abordar el riesgo con imaginación para aprovechar la situación de incertidumbre como ocasión para nuevas oportunidades de negocio es un rasgo típico de la actividad empresarial.

Fue Kirzner (1979) quien estudió el papel del emprendedor en el crecimiento al presentarlo como un individuo con competencias específicas, como la habilidad de manejarse en la situación de incertidumbre y la capacidad para abordarla. Lo definió como "el individuo que es capaz de estar alerta para ver esa oportunidad de beneficio no descubierta hasta ahora". Un emprendedor es alguien que se da cuenta de algo antes que nadie en un ambiente de incertidumbre y desequilibrio. La explotación de la oportunidad empresarial va unida a la de actividad económica, florece en situaciones fluidas. No hay un almacén de oportunidades esperando a ser descubiertas. Las genera la propia actividad. Surge del camino sembrado por otros empresarios antecesores, arraiga en acciones

precedentes, prende en un contexto de crecimiento económico donde tiene lugar el ciclo de la renovación. A mayor crecimiento, mayores oportunidades (Minniti y Bygrave, 2000 y 2001), pero incluso las situaciones de crisis pueden ser aprovechadas por los que sepan captarlas como oportunidad para la innovación y adaptarlas a un entorno incierto.

Según la teoría de Kirzner el crecimiento económico es, como anticipó Schumpeter, un proceso endógeno que explica que el origen de la actividad emprendedora tenga una motivación competitiva (Kirzner 1997). Al ocuparse Kirzner del descubrimiento empresarial como motor del proceso, cita a los economistas austriacos como los primeros promotores de la idea de que el progreso se basa en la capacidad de acción del ser humano (Kirzner, 1997: 69):

“For Mises the term "entrepreneur" refers to "acting man in regard to the changes occurring in the data of the market" (Mises, 1949: 255). Entrepreneurship is human action "seen from the aspect of the uncertainty inherent in every action" (Mises 1949, p. 254). The Misesian concept of human action thus implies the open-ended framework within which all decisions made must necessarily partake of the speculative character essential to the notion of entrepreneurship.”(1)

Otros importantes autores austriacos como Hayek (1933), contribuyeron a difundir el emprendimiento como factor de innovación. Su enfoque se centra en los incentivos que se crean para fomentar un "proceso de alerta" como lo llamó Kirzner. Siguiendo a Hayek, en una economía descentralizada, que permita a los individuos actuar libremente para obtener beneficios al aplicar sus ideas empresariales, se producirá el ambiente propicio para que surjan nuevas ideas productivas. A las descripciones anteriores se añade la función del incentivo. Sin embargo, durante la mitad del S XX los economistas dieron la espalda a estos economistas. Parte de la explicación de que el emprendimiento desapareciera de la mayoría de las agendas políticas es su exclusión del modelo de crecimiento exógeno de Solow (1957). En este modelo el crecimiento se debe a los cambios tecnológicos que producen fuerzas independientes y externas a la industria. Las teorías económicas del crecimiento se fijaban en las grandes empresas multinacionales y en el papel intervencionista del Estado. Los economistas centraron su atención en los instrumentos macroeconómicos, sobre todo los relacionados con la inversión y cierta dosis de planificación.

3. 2. Crecimiento endógeno: de Solow a Römer

A partir de los años 90, la literatura académica rescata las opiniones de Schumpeter y empieza a poner en el centro de las medidas macroeconómicas la necesidad de fomentar políticas de promoción de nuevas empresas dando facilidades al pequeño empresario y a la mediana empresa para favorecer su competitividad.

En 1990 y 1994 introdujo Römer la noción de "crecimiento endógeno", desarrollándola a partir de la teoría anterior de Solow, para quien la producción económica se debía a la interacción entre capital físico y trabajo, variables clásicas del modelo de producción. Según Solow (1957) la inversión en capital no garantizaba por sí misma el crecimiento debido a sus rendimientos decrecientes, por lo que solo se conseguía el crecimiento si esa inversión producía progreso tecnológico. A partir de sus trabajos, resurge el interés por la creación de empresas como variable explicativa principal del desarrollo económico colectivo. Los modelos exógenos habían supuesto un avance al centrar su atención en la inversión en factor humano en grandes corporaciones frente a la idea anterior de inversión en capital, pero no se fijan todavía en el emprendimiento como acción que convierte al conocimiento en factor productivo de crecimiento económico. Römer dio un decisivo paso al

relacionar el factor humano con el descubrimiento de nuevas tecnologías. De este modo el cambio y el progreso tecnológico ya no se encontraba fuera del modelo, sino dentro.

El crecimiento queda ligado al factor humano, a la capacidad innovadora personal. La competencia emprendedora está en el origen del proceso de renovación tecnológica. Esta relación interna tiene especial relevancia ya que es la que da lugar a las teorías de capital emprendedor como factor de crecimiento y como concepto derivado de la atención a la competencia personal que fueron desarrolladas por Audretsch (2009). Así cabe pensar en la importancia de una formación en competencia emprendedora.

3. 3. Aplicación a pequeñas y medianas empresas

A finales de los 90, las teorías que predominaban sobre el crecimiento económico no explicaban por qué se producía un desarrollo notable en países donde apenas se habían realizado inversiones ni gastos en I+D, mientras el desarrollo en otros en que se habían efectuado gastos importantes era desproporcionadamente bajo. Autores como Acs, Audretsch y Feldman (1994) empiezan a fijar su atención en las pequeñas y medianas empresas y en las de nueva creación, generalmente ignoradas o poco resaltadas en los modelos de crecimiento anteriores. Estudios relevantes de esta etapa como los de Baumol (1990), sobre la importancia del marco institucional que produce incentivos para que la actividad emprendedora sea productiva y favorezca la innovación, arrojaron luz sobre el nexo entre emprendimiento y crecimiento económico y establecen las primeras formas de medición del impacto del nacimiento de nuevas empresas en la productividad. Otras investigaciones mostraban que el marco institucional puede desmotivar a que la capacidad de emprender humana se aplique a actividades dañinas para la economía (Low y MacMillan, 1988).

En nuestro país, Veciana (1999 y 2005) estudió la evolución de la función empresarial. Describió el decisivo papel desempeñado por la creación de empresas en el crecimiento. Señaló que la importancia de la investigación científica en el terreno de *entrepreneurship* como variable macroeconómica tiene lugar a partir de las teorías de Birch (1981) con la publicación del informe *The Job Generation Process*, que demostraba que más de la mitad de los nuevos empleos en EEUU eran puestos de trabajo de empresas de nueva creación. Otros estudios, como los de Reynolds (1999), que relaciona el progreso económico con la iniciativa emprendedora, son indispensables para entender el auge de la investigación en *entrepreneurship* de las últimas décadas. Sin sus esfuerzos no hubiera sido posible el nacimiento en 1997 del proyecto global de medición del emprendimiento en el mundo, conocido como el Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2).

Otros autores han contribuido a partir de los años 90 a poner en el centro de atención de las políticas macroeconómicas las consecuencias de la actividad emprendedora. Inicialmente estos trabajos se centran en el crecimiento económico en EEUU durante los años 70 y 80 y luego en Europa. Acs *et al.* (1994) observaron que las medianas o pequeñas empresas adquirían peso en la economía norteamericana. Como ejemplo citan que las 500 de la lista de Fortune bajaron de proporcionar el 20% del empleo en 1970 al 8,5% en 1996. En sus estudios probaron la repercusión de la actividad de las PYMES en el PIB de las economías europeas y americanas. Basándose sobre todo en la variable del empleo Carree y Thurik (2003) demuestran el efecto de la acción emprendedora en la producción y el crecimiento. Tras un profundo análisis teórico y empírico mostraron que las políticas de desarrollo deben entender el emprendimiento como una variable macroeconómica. Sus propuestas supusieron un avance en las políticas públicas de creación de empleo. Aportaciones más recientes de Acs (2006) explican por qué la inversión en competencias cognoscitivas impulsa el crecimiento endógeno a través del desbordamiento del conocimiento.

3. 4. El filtro de conocimiento: la <paradoja sueca>

A partir de la idea del “filtro del conocimiento” de Audretsch y Thurik (2001), basada en que la acumulación de información producía un “desbordamiento de conocimiento” (Audretsch 2009), las políticas económicas comenzaron a enfocarse más que a generar conocimiento para potenciar la inversión en I+D, en “capturar” el conocimiento adecuado para que sea productivo (Acs et al 1994). Según estos autores el filtro del conocimiento impide la transmisión de conocimiento para su comercialización y, por consiguiente, debilita el impacto de las inversiones en I+D sobre el crecimiento económico-

El capital de conocimiento es para Audretsch (2009) la I+D, la educación y la investigación en la Universidad. Pero al examinar la economía sueca, Audretsch concluyó que esta inversión no era condición suficiente:

“a lo largo de todo el periodo de postguerra, Suecia figuró de manera sostenida en las primeras posiciones del ranking mundial de inversiones en nuevo conocimiento. Aunque medido en términos de I+D privada, niveles de educación, investigación universitaria o pública, Suecia ha mostrado fuertes y sostenidas inversiones en conocimiento y aún así el retorno en términos de creación de empleo y crecimiento económico ha sido modesto y descorazonador para los gestores de la política económica suecos. La persistencia del estancamiento del crecimiento económico y del crecimiento del desempleo, incluso habiendo hecho grandes y sostenidas inversiones en nuevo conocimiento, llevó a los gestores de la política económica en Suecia a acuñar un nuevo término: <la paradoja sueca>”.

Destaca Audretsch la necesidad de incorporar un nuevo factor que denomina “capital emprendedor” para explicar el crecimiento. Esto significa que la inversión en un nuevo conocimiento no conlleva por sí misma crecimiento. Hace falta que ese conocimiento se transforme en conocimiento económico a través de la comercialización y la generación de externalidades favorecedoras. A su juicio, la actividad emprendedora es un importante mecanismo para la transmisión del conocimiento que permite traspasar el filtro del conocimiento. El enfoque del crecimiento en el capital emprendedor es el eslabón perdido entre el capital del conocimiento y el crecimiento económico. Cuanto más importante sea el conocimiento como factor de producción, el capital emprendedor se hace más imprescindible ya que es el mecanismo por el cual el conocimiento creado es comercializado, contribuye al empleo y a la productividad de la economía en su conjunto. Audretsch y Thurik (2004) describen el proceso como la "economía del emprendimiento" basada en los modelos schumpeterianos. Lo realmente diferencial no es el conocimiento descubierto, ni la inversión en I+D, sino la figura del emprendedor que, con su capacidad de innovación, percepción de la oportunidad (Shane y Venkataraman 2000) y voluntad de afrontar el riesgo de una pérdida ante la expectativa de un enriquecimiento o beneficio futuro, puede producir una nueva iniciativa para trasladar al mercado esa oportunidad.

En el nuevo entorno digital, donde la competitividad, la incertidumbre, la globalización y la fragmentación de los mercados son características principales, la flexibilidad, la innovación y la búsqueda de oportunidades son la vía para garantizar el crecimiento y el desarrollo económico (Carre y Thurik, 2003). Este cambio en las condiciones coloca al emprendimiento “en el corazón del desarrollo de las naciones”, como adelantaba Porter (1990).

El interés político y económico ha derivado en interés científico. En la actualidad los estudios sobre *entrepreneurship* se caracterizan por ser más complejos y específicos. El concepto está ahora asociado a los de “competencia emprendedora“, innovación y uso de tecnología digital. Como señala De Mateo (2015), en el artículo citado, cualquier individuo puede ser capaz de buscar y crear nuevas oportunidades a partir de su competencia para advertir y aprovechar la oportunidad a partir del conocimiento. Los emprendedores la aplican al transferir al mercado los descubrimientos tecnológicos de la investigación y convertirlo en conocimiento comercializable.

3. 5. Calidad del emprendimiento y fortaleza institucional

La observación de las diferencias entre unas y otras partes del mundo incita a explicar las causas de la diferencia de "calidad" del emprendimiento. Minniti (2012) distingue el imitador y el investigador como tipos de emprendedor. El tipo dependerá del contexto donde desarrolle la actividad. En países avanzados el investigador descubre nuevas tecnologías. En países poco desarrollados el imitador, con recursos no explotados, aumenta la riqueza mediante su comercialización. En los informes GEM se distingue según la motivación entre *emprendimiento por necesidad* y *emprendimiento por oportunidad*. Estos informes incorporaron a partir de 2002 las tres categorías de desarrollo económico utilizadas por el Foro Económico Mundial basadas en el modelo de Porter (Porter *et al.*, 2002): *factor-driven*, *efficiency-driven* and *innovation-driven economies*, para estudiar el distinto impacto del emprendimiento en el crecimiento económico según el nivel de desarrollo de las economías.

En los países menos desarrollados o en estado intermedio, la tendencia al emprendimiento surge para cubrir una necesidad forzada por la subsistencia o la falta de alternativas de empleo, por lo que tiene una “calidad” diferente y un impacto menor en el crecimiento. En economías en que un alto índice de emprendimiento va unido a una alta capacidad de innovación tecnológica, como el caso de EEUU, Singapur, Reino Unido, Finlandia o Dinamarca, las proyecciones de crecimiento son muy altas y se observa una relación entre la calidad del emprendimiento y el incremento del PIB *per cápita*. Lo comprobaron Thurik y Wennekers (2004) al relacionar variables como la renta *per cápita* del Banco Mundial, el Índice de Competitividad del informe Global de Competitividad, el índice TAE del GEM y el PIB según el Fondo Monetario Internacional.

En este cambio hay que destacar el nacimiento de otros índices como los del Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) (3). El informe *Global Entrepreneurship Index* se publica desde 2012. Hace un análisis completo y complejo de los factores que inciden en el emprendimiento. Ha sido desarrollado por un grupo de investigadores liderado por el profesor Acs. Se basa en una metodología de análisis más cualitativa, no meramente cuantitativa, que pondera diferentes aspectos individuales e institucionales en 14 pilares. En 2015 (ver Acs *et al.* 2014), último publicado, participan 130 países. Se reconoce que el emprendimiento tiene un impacto diferente según las regiones y contextos en los que se desarrolle. El criterio aplicado considera la importancia de un entorno institucional fuerte que permita la actividad emprendedora productiva para que los emprendimientos improductivos, o perniciosos, no resulten tentadores.

La estabilidad institucional es un elemento imprescindible para que el espíritu emprendedor esté encaminado hacia actividades que proporcionen bienestar social y desarrollo económico. Por esta razón incluyen en su análisis variables institucionales (4) de otras importantes organizaciones mundiales referentes a la libertad económica, fortaleza de las instituciones etc. En este entorno el emprendimiento cobra su fuerza como motor de la economía. Seguimos a Baumol (2004) cuando explica cómo las pequeñas compañías han irrumpido con sus innovaciones compitiendo con las

grandes corporaciones, y adaptándose con facilidad si se dan las condiciones de libre mercado y pocas barreras de entrada. La libertad económica, medida en términos de tamaño de las administraciones, burocracias, el grado de seguridad jurídica y la protección de los derechos de propiedad, son, entre otras condiciones, factores institucionales imprescindibles para el emprendimiento productivo.

Teniendo en cuenta estas circunstancias se comprende que no sea lo mismo emprender en Kenia o Venezuela que en el Silicon Valley o Alemania. La fortaleza institucional del libre mercado mediante reglas de competencia leal permite que ese emprendimiento se convierta en innovador y estimule el desarrollo. Mientras que en otros países puede estar ligado a otras motivaciones, como contactos, búsqueda de favores o preferencias por obtener las licencias correspondientes, etc. Es necesaria una estructura de incentivos y una fortaleza institucional que favorezca la competencia emprendedora. Sin estas condiciones de poco servirán los esfuerzos en educación o cultura. Es preciso un cambio cultural en el que se integren conocimientos sobre el marco institucional y la importancia económica del emprendimiento en la educación escolar.

3. 6. Nuevas formas de emprendimiento social

Fomentar una actitud emprendedora no se limita a la creación de empresas, abarca otras realidades sociales que surgen de la iniciativa y la sociedad civil para aplicar la capacidad de emprendimiento a la innovación social. El *Global Entrepreneurship Monitor* ha incorporado dos indicadores para medir dos nuevos tipos de emprendimientos: *social* y *corporativo*. Los emprendedores sociales reconocen un problema de ámbito social y, a través de la detección de una oportunidad, crean o mejoran un servicio sin buscar el beneficio económico directamente, asegurando la viabilidad de su proyecto para procurar una mejora comunitaria. Acs *et al.* (1994) subrayan que esta rama del emprendimiento adquiere especial importancia. En muchos países se promueve como forma rentable de asignación de recursos.

Los emprendedores corporativos o "intraemprendedores" son los que, desde una empresa ya consolidada, introducen innovaciones o inician una *start up*. Incluso se habla de "emprendedores políticos" cuya "empresa" es aportar innovación a la aplicación de políticas públicas para mejorar la gestión y eficacia de las instituciones administrativas.

En políticas sociales el emprendimiento es un medio para que colectivos de mayor riesgo encuentren una forma de crear autoempleo y contribuyan al interés de fortalecer la cohesión social. Es un "emprendimiento inclusivo". En Estados Unidos y otros países los programas de formación en emprendimiento entre jóvenes en riesgo de exclusión se encuentran muy desarrollados, como los realizados por la organización NFTE en la ciudad de Nueva York (5) (Kantor, 2006).

Según Acs *et al.* (2014) las sociedades modernas se enfrentan al nuevo cambio de escenario de una economía gestionada o dirigida, que prevaleció hasta hace pocas décadas, a una economía del emprendimiento. Su rasgo radica en que variables intangibles, como el conocimiento y la tecnología, son potenciadores del crecimiento. Pequeñas compañías, junto con grandes corporaciones que, en muchos casos nacieron como minúsculas, juegan un papel esencial en la creación de conocimiento y en la traslación de las innovaciones al mercado. En la nueva función de producción, la competencia emprendedora y cognoscitiva individual son elementos destacados sobre los que apoyar las políticas institucionales. Como consecuencia de estas políticas y del espiral beneficioso de generar emprendimiento mediante emprendimiento, se ha incitado la aparición de nuevas formas como las *start ups*, las *venture capital*, etc.

3. 7. Causa-consecuencia del emprendimiento

En este nivel micro-macro, muchos economistas se han interesado en argumentar cuáles son las características distintivas de los emprendedores y en comprender la esencia de su papel en el crecimiento económico como generadores de innovación (Acs, 2006). El emprendedor contribuye al desarrollo económico por que es capaz de producir rentabilidad creando nuevas oportunidades para otros emprendedores (Minniti y Bygrave 2000). Thurik *et al.* (2005) exponen esta idea en la siguiente definición: “Entrepreneurship es la habilidad y disposición manifiesta de los individuos por sí mismos, o en un equipo, en una organización ya existente o fuera de ellas, para percibir y crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevas formas de producción, nuevos esquemas organizativos, nuevas combinaciones de mercados y productos) y para introducir sus ideas en el mercado, enfrentando incertidumbres y obstáculos, a través de decisiones sobre el lugar, la forma y la utilización de los recursos y las instituciones: esencialmente *entrepreneurship* es una forma de comportamiento”.

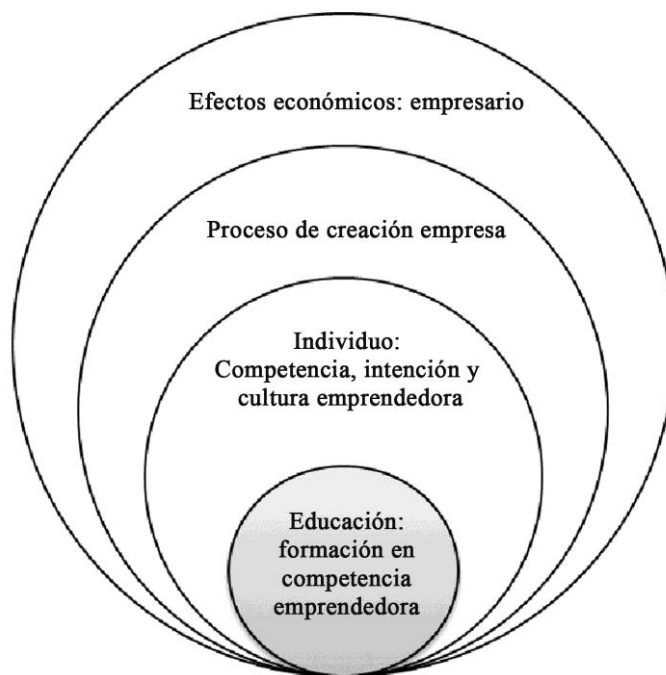
Tras esta evolución del pensamiento sobre la relación entre emprendimiento y crecimiento económico, cabe concluir que actualmente hay un amplio consenso académico e institucional sobre la estrecha vinculación entre prosperidad económica, creación de empresas y actividad emprendedora en general. Tras los presentes años de crisis y recesión, las instituciones internacionales y los gobiernos de los países democráticos tienen en su punto de mira promover actividades para el nacimiento de nuevas empresas. Son necesarias políticas que fomenten el espíritu emprendedor y, entre ellas, la educación es un instrumento indispensable que contribuye a despertar el interés por la innovación, la motivación emprendedora y la actividad empresarial.

4. Resultado: enseñanza de la competencia emprendedora

Han cambiado mucho las perspectivas de la investigación sobre emprendimiento. Actualmente se refieren a ella diversas ciencias sociales: economía, psicología, sociología, pedagogía y administración de empresas, principalmente. En la intersección de los campos de conocimiento de la economía y la educación, surge como disciplina la educación emprendedora. La investigación de esta vasta materia abre una nueva perspectiva.

4. 1. Distintas perspectivas para la investigación y la enseñanza

Es congruente comprender la actividad emprendedora como manifestación de *emprendimiento*, una compleja actividad humana que tiene sentido estudiar desde distintos puntos de vista. Como dicen Davidsson y Wiklund (2001), las propias características de la actividad emprendedora contribuyen a que sea necesario distinguir niveles de análisis necesarios y complementarios. Hemos representado esta complementariedad mediante una ilustración en que cada "capa" del tratamiento tiene relación con la siguiente



Fuente: elaboración propia

4. 2.1. Perspectiva económica del emprendimiento y creación de empresas

Hemos visto que la ciencia económica, desde los orígenes en los economistas clásicos hasta los actuales estudios de *economías emprendedoras*, se ocupó de analizar la figura del empresario, su actividad, su entorno y relevancia social. Los investigadores se centraron en estudiar cómo se organiza una idea, cómo se planifica y se lleva a cabo luego a la práctica. En sus trabajos se fragua el concepto de “emprendedor”.

Interesa ahora centrar el tema en el proceso de desarrollo de nueva empresa, el procedimiento para implantarla y el resultado del nuevo negocio. Gartner (1988) y Veciana (1999), entre otros, se refieren a los acontecimientos que concurren con su surgimiento, a la estrategia adoptada, estructura organizativa, financiación, entorno institucional, etc. Hacen referencia a la figura del emprendedor como desencadenante del proceso de producción creativa y actor esencial de su ejecución. Desde esta perspectiva suele describirse un proceso lineal, compuesto por una serie de actividades concatenadas, agrupadas en etapas. Algunos autores demuestran que no existe una secuencia o modelo de acontecimientos unitario para el nacimiento de una nueva empresa (Hansen y Bird, 1997). Destacan en esta perspectiva los trabajos de Low y MacMillan (1988) en los que sugieren que *entrepreneurship* debe ser definido como el proceso de creación de nuevas empresas. Autores como Gartner o Veciana indagan sobre la relevancia de las características personales del emprendedor, a los que nos referiremos más adelante. Desde esta perspectiva una pedagogía emprendedora ha de tener en cuenta la motivación económica del emprendimiento.

4. 2. 2. Enfoque desde el individuo emprendedor

El nivel de análisis ha ido perfilándose a partir de los estudios del fenómeno del emprendimiento como proceso empresarial o por su impacto económico. Sin embargo, el análisis más psicológico, interesado en los aspectos cognitivos del individuo, ha generado una corriente de investigación

centrada en la creatividad y la iniciativa personal y factores que la motivan. Los autores que estudian el proceso de una empresa se fijan en el papel del individuo emprendedor, en la concepción de la idea y en las variables que influyen, en la planificación y en su implantación. Su objeto de estudio se centra en buscar indicadores que puedan anticipar la decisión futura de emprender y qué aspectos de los individuos describen mejor el comportamiento de los emprendedores.

Muchos autores se preguntan sobre las motivaciones, forma de pensar y actuar de la personalidad emprendedora, cómo se origina la idea o de dónde proviene la intención de emprender (Carsrud y Krueger, 1993); cómo se puede pronosticar si los individuos tienen un futuro emprendedor; cuáles son los rasgos de la personalidad que lo caracterizan (McClellan 1961, Frese, 2009 y 2014); cómo piensa y actúa para detectar una oportunidad (Shane y Venkataraman 2000); cuáles son los valores sociales y las creencias y aspectos culturales que afectan a la decisión de emprender (Krueger, Liñán y Nabi 2013). La forma de pensar del emprendedor *entrepreneurial thinking* (Carsrud y Brannback, 2009), su modo de actuar *entrepreneurial method* (Sarasvathy y Venkataraman, 2011), la manera de aprender *entrepreneurial learning* (Minniti y Bygrave, 2001).

Comprender que son los aspectos no cognitivos de los individuos, las actitudes y comportamientos (Liñán, 2008) los que hacen inclinarse a la acción hacia el emprendimiento y que depende no solo de la personalidad (Baum et al, 2007), es el fundamento para la enseñanza de la competencia emprendedora. Esa inclinación a la acción proviene del concepto que el individuo tenga sobre sus propias posibilidades de llevarla a cabo (Bandura 1997). El contexto educativo forma parte de los factores externos que influyen en la creación de un modelo social que predispone a la conducta emprendedora (Shapiro y Sokol, 1982). La influencia de la educación en la intención de emprender se enmarca en los aspectos más subjetivos de la motivación humana. Desde otras perspectivas se completa el argumento con un fundamento económico claro para promover políticas educativas que fomenten el desarrollo de los aspectos no cognitivos de los individuos (Heckman, 2000).

4. 2. 3. Aplicación a la educación emprendedora

A medida que se asume que estos comportamientos emprendedores se pueden y deben enseñar o, por lo menos, incentivar (Drücker, 1985; Kuratko 2005), se extiende el interés por impulsar una educación emprendedora. Como adelantó Gibb (2002), esta educación es una respuesta pedagógica a los nuevos desafíos económicos, sociales y políticos. En la actualidad, este campo de investigación (Katz 2003) renueva el debate conceptual ya que el contenido de la enseñanza dependerá de lo que se entienda por emprendimiento (Fayolle, 2013).

La educación emprendedora surge en las universidades americanas con una orientación claramente empresarial; se va trasladando progresivamente a Europa –fueron los británicos los primeros que la introdujeron en los años 90, como forma de revitalización económica del país- y, en los últimos años, de la mano de instituciones mundiales y la UE, se pone el acento en la necesidad de educar en el emprendimiento desde el nivel escolar (CE, 2013). En este nivel de enseñanza se opta por el concepto de emprendimiento como pedagogía, lo que implica no solo educar “para” emprender, si no educar “a través” del emprendimiento como forma más eficaz de inculcar las actitudes y comportamientos que llevan a la acción de emprender (Gibb. 2002). La enseñanza de la educación emprendedora se puede concretar como un aspecto sustantivo de la formación en competencias de los escolares. Coinciden los planteamientos en que una pedagogía emprendedora ha de impulsar la comprensión de lo empresarial como factor de cooperación al bienestar colectivo (Kirby, 2004). Mientras en Norteamérica se dirige decididamente el establecimiento de nuevas empresas y promover la iniciativa privada como método de crear nuevos trabajos, la UE, con una visión más

amplia del concepto, insiste en conferir a la educación emprendedora un papel primordial para revitalizar el sistema económico y productivo, distinguiendo la forma de implantarse en las distintas etapas educativas, con contenidos y objetivos pedagógicos diferentes en cada una de ellas e integrándolas de forma transversal a lo largo de todo el currículo (CE, 2008).

El desempeño de la educación emprendedora se entiende como un método de enseñanza (Fayolle, 2013), una forma de aprendizaje a través de la experiencia de Kolb (1984) en la que el profesor no da respuestas al alumno, no siempre aporta conocimiento, no es un vehículo de información: hace preguntas, escucha, reflexiona y ayuda a reflexionar, es guía en un proceso de aprendizaje (Neck y Green, 2011). Su práctica puede encuadrarse en las corrientes del constructivismo filosófico de Berger y Luckman (1966).

4.2.4. Punto de vista sincrético

Para llevar la educación emprendedora a la primera y segunda enseñanza, objeto de nuestra revisión conceptual, es necesario comprender la relación en las investigaciones realizadas entre el concepto de *entrepreneurship* y el más genérico de emprendimiento aplicado a la educación no universitaria. Entendido el contexto, todas las perspectivas son importantes. Por un lado, el punto de vista macroeconómico, por el que se vincula la educación con el desarrollo del factor humano (Volery *et al.* 2013), y éste con el emprendimiento y el crecimiento económico (Davidsson y Honig, 2003; Jones y Jayawarna, 2011; Audretsch 2009; Jaen y Liñán 2013). Por otro, la dimensión personal concretada en adiestramiento de la competencia emprendedora centrándose en los aspectos no cognitivos unidos a las actitudes y comportamientos como una forma de enseñanza (Liñán 2008; Sánchez, 2013; Bae *et al.*, 2014). No se trata solo de enseñar a los alumnos. También de incentivar la actitud emprendedora de los profesores y trasladarla a sus prácticas docentes como eje para promover una política educativa que favorezca el espíritu emprendedor (Ruskovaara, 2014).

El reto actual es comprobar la eficacia o no de estas prácticas y su impacto en la intención emprendedora de los alumnos. Varios estudios muestran resultados positivos (Johansen y Schanke, 2012; Jones y Colwill, 2013; Volery *et al.*, 2013; Rosendahl Huber *et al.*, 2014; Sánchez, 2013; Cárdenas y Bernal, 2014).), y alguno resultados contradictorios (Ooserbeek *et al.*, 2010). De la relación entre estos criterios procede la aplicación de la educación al emprendimiento desde la fase escolar, propuesta que ha ganado impulso en las recomendaciones de la Agenda Europa 2020 para que la economía europea afronte con garantías el escenario de un mercado de competencia global.

5. Conclusiones

A diferencia de otros países donde está mucho más desarrollada, como Finlandia o Gran Bretaña, en España la tarea de orientar la educación al emprendimiento está en una etapa de “juventud” (Sánchez 2013). No obstante, hay en nuestro país importantes investigadores que están contribuyendo de manera decisiva al debate académico mundial como los profesores Guzmán y Liñán, Sánchez, Corduras y Veciana, Salas, por nombrar los más significativos.

Las recientes investigaciones se inclinan por utilizar como base conceptual de la disciplina las explicaciones que se refieren al modelo de actuar y de pensar del emprendedor o empresario (Sarasvathy y Ventakeraman 2011). Son cada vez más los economistas que, como el premio Nobel Heckman (2000), insisten en la importancia de la educación desde la primera infancia, especialmente en aspectos no cognitivos por los importantes beneficios sociales y económicos que se derivan de esta capacitación competencial.

Podemos concluir que, dependiendo del enfoque que se adopte, pueden darse distintas aproximaciones a la educación emprendedora. Señalamos tres principales: la economicista, centrada principalmente en el proceso de creación de empresas o de *entrepreneurship*; la psicológica, que atiende ante todo a las características personales y los procesos cognitivos del individuo; y el didáctico que busca adaptar la formación orientada al emprendimiento al tipo de destinatario, pues no es lo mismo el niño en edad escolar que el universitario de grado o la formación de posgrado especializada (Gibb 2000; Fayolle, 2013). Concluimos que las distintas perspectivas sobre *entrepreneurship* se complementan, porque lo genérico procede de lo específico. No se contraponen, convergen para aplicarlas al punto de vista educativo.

Aquí nos hemos ocupado de la revisión conceptual de “emprendimiento” para centrar la problemática implicada al trasladar la formación emprendedora al entorno escolar. El interés de revisar este concepto tiene por objeto determinar qué orientación sea de más utilidad social. Aplicando las distinciones que hemos ido precisando, concluimos que “emprendimiento” es un género que, como concepto, puede aplicarse a diversas actividades, entre ellas y originariamente, al “emprendimiento empresarial”, que es el sentido específico del que procede la voz de “emprender”. Como género que procede de lo concreto no tiene objeto contraponer al significado amplio al específico ya que se implican mutuamente en la asunción del proceso significativo.

Pero sí podemos concretar una variación importante con relación a los tipos de destinatario de esa orientación educadora. Y esa variación creemos que se expresa en la disputa de si en el nivel escolar hay que fomentar una disciplina específica de educación emprendedora (*entrepreneurship education*) o fomentar la actitud hacia el emprendimiento como una finalidad transversal en el sistema educativo escolar (Marina 2010 y 2013). Concluimos que no se trata de posiciones excluyentes, sino de enfoques complementarios, compatibles y convergentes.

Una enseñanza que haga del error parte del aprendizaje, que fomente la autonomía personal, la inclinación al riesgo ponderado, a la innovación y adopción de iniciativas aplicables es el caldo de cultivo adecuado para impregnar a los escolares de una actitud emprendedora en el sentido más propio de la palabra, como entorno para comprender la importancia social de la actividad empresarial y, en su caso, propiciar que en el futuro puedan adoptarla como opción personal. Una revisión detallada de esta conclusión relativa al debate abierto a este propósito requiere un trabajo específico.

Agradecimientos:

- Este texto responde al marco teórico y concreción de hipótesis del proyecto CSO 2013-42166-R: “*Auctoritas* doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores esolarizados”, correspondiente al Plan Nacional de I+D+i Retos de la Sociedad subvencionado por MINECO y fondos FEDER. Es actividad del PROVULDIG, "programa de actividades de grupos de investigación sobre vulnerabilidad digital" financiado por la CAM, H2015/HUM-3434.

https://sede.micinn.gob.es/stfls/eSede/Ficheros/2014/Anexo_Preseleccionados_Propuesta_Resolucion_Provisional_Proyectos_Retos_2013.pdf

http://w3.bocm.es/boletin/CM_Orden_BOCM/2015/12/18/BOCM-20151218-10.PDF

6. Notas

(1) En la traducción española de *La acción humana* pueden verse las páginas 391 y 392.

(2) El GEM surge como una iniciativa conjunta del Babson College en Estados Unidos y de la London Business School en el Reino Unido. A partir del año 1999 ofrece estudios comparados de

actividad emprendedora. El informe GEM utiliza el concepto de emprender de Reynolds *et al.* en su primer informe mundial en 1999:

“Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business.” (Reynolds *et al.*..., 1999: 3)

(3) El proyecto GEDI nace liderado por importantes figuras académicas como el profesor Acs con el propósito de realizar investigación e informes especializados completos sobre emprendimiento entendiendo este como un sistema complejo. Los aspectos más destacados de esta metodología es que confieren al ecosistema emprendedor un valor esencial en el que se integran las dimensiones individual e institucional. Ver más en la www. <http://thegedi.org/>

(4) Las variables introducidas son, we substitute with other widely used relevant data from Transparency International (Corruption Perception Index), UNESCO (tertiary education enrollment, GERD), World Economic Forum (domestic market size, business sophistication, technology absorption and technology transfer capability, staff training, market dominance), International Telecommunication Union (Internet usage), the Heritage Foundation and World Bank (economic freedom), United Nations (urbanization index), KOF Swiss Economic Institute (economic globalization), Coface (business climate risk), and Groh *et al.* (depth of capital market).

(5) Fundada por Steve Mariotti en 1987 esta organización trata de promover el emprendimiento entre jóvenes en riesgo de exclusión social y abandono escolar. Este autor descubrió que los alumnos de entornos más desfavorecidos tenían las actitudes básicas necesarias que favorecían un espíritu emprendedor: eran más arriesgados, más creativos. Sus programas se basan en desarrollar la creatividad empresarial y en el entendimiento de las reglas económicas del mercado libre, como forma de mejorar la proyección de vida de las personas más desfavorecidas de la sociedad. (ver <http://www.nfte.com>)

7. Referencias bibliográficas

Acs, Z. J. (2006): “How is entrepreneurship good for economic growth?”. *Innovations*, 1(1), 97-107.

Acs, Z. J., Audretsch, D. B., y Feldman, M. P. (1994). “Spillovers and Innovative Activity”. *Managerial and Decision Economics*, 15(2), 131-138.

Ács, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494.

Audretsch, D.B. (2009): “Entrepreneurship capital and economic growth”. *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (1), 63-78.

Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2001). “What is new about the new economy: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies”. *Industrial and Corporate Change* 10 (1): 267–315.

Audretsch, D. B., y Thurik, A. R. (2004): “A model of the entrepreneurial economy”. *Papers on entrepreneurship, growth and public policy*. (Nº. 1204).

Ajzen, I. (1991) “The Theory of Planned Behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Process* 50, pg 179-211

- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. O. (2014): "The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2), 217-254.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy. The exercise of control*. W.H. Freeman and Company: New York.
- Baumol, W. J. (1993). "Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds". *Journal of business venturing*, 8 (3), 197-210.
- Berger, Peter & Thomas Luckmann. 1966. «The Social Construction of Reality: A Treatise its the Sociology of Knowledge». EE. UU.: Anchor Books. Págs. 51-61.
- Birch, D. L., (1981): "Who Creates Jobs?" *The Public Interest* 65, 3-14.
- Carree, A. y Thurik, R. (2003): "The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth". *Handbook of Entrepreneurship Research, International Handbook Series on Entrepreneurship* Vol. 1, 2003, pp 437-471
- Comisión Europea (2002): "Proyecto del procedimiento 'Best' sobre educación y formación del espíritu empresarial". *Informe*
-- (CE, 2004): "Educación y formación en el espíritu empresarial".
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/doc/entrepreneurship_education_final_es.pdf
-- CE (2006). Recomendaciones del Parlamento Europeo y el Consejo: competencias clave para el aprendizaje permanente.
http://www.mcu.es/cine/docs/Novedades/Recomendacion_Parlamento_Europeo_Consejo_Aprendizaje_permanente.pdf
-- (2012b): "Rethinking Education: Investing in skills for better socio-economic outcomes".
-- (2013). Plan de Acción sobre emprendimiento 2020, Relanzar el espíritu emprendedor en Europa
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:ES:PDF>
-- (2014): Informe de expertos "Indicators on Entrepreneurship learning and competences".
-- (2015): Informe "Entrepreneurship education: a road to success".
-- CE EURYDICE (2016): "Entrepreneurship Education at School in Europe:". *EU Commission*.
- Carsrud, A. L. y Krueger, N. F. (1993): "Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior". *Entrepreneurship y Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Carsrud, A. L. y Brännback, M. (2009). "Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box" (Vol. 24). *Springer Science y Business Media*.
- Davidsson, P., y Wiklund, J. (2001): "Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future". *Entrepreneurship theory and Practice*, 25(4), 81-100.
- Davidsson, P., y Honig, B. (2003): "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs". *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331
- Donati, P. (1991): *Teoria relazionale della societa*. Angeli: Milán, 1991.

-- (1993): *La cittadinanza societaria*, Laterza, Roma-Bari.

-- (2006): *Relational Sociology. A new paradigm for the social sciences*. London: Routledge.

Drucker, P.F. (1985) “The Practice of Innovation”, *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper & Row, New York, pp. 19-33

Evaluation of Enterprise Education in England (2010): Department for Education, UK Government.

Fayolle, A. (2013): Personal views on future of entrepreneurship education”. *Entrepreneurship Regional Development: an international Journal*.

Frese, M. (2009): “Toward a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective”. *Now Publishers Inc*.

Frese, M. y Gielnik, M. M. (2014): “The psychology of entrepreneurship”. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 413-438

García Tabuenca, A. Crespo, J. L. y Pablo, M. (2008). *La Actividad emprendedora. Empresas y empresarios en España, 1997-2006*. Fundación Rafael Del Pino. Marcial Pons

Gartner, W. B. (1988): “Who is an entrepreneur? is the wrong question”. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.

Gibb, A. (2002). “In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge”. *International Journal of Management Reviews*

Hansen, E. L., y Bird, B. J. (1997). The stages model of high-tech venture founding: Tried but true. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22, 111-122.

Hayek, Friedrich A. (1933): *Monetary Theory and the Trade Cycle*. New York: Augustus M. Kelley.

Heckman, J. (2000): “Policies to Foster human capital”. *University of Venice Research in Economics*
-- (2008): “Schools, skills, and synapses”. *Economic inquiry*, 46(3), 289-324.

Hitty, U. y O’Gorman, O (2004) “What is Enterprise Education? An analysis of objectives and methods of enterprise education programs in four European countries”. *Education + Training*

Jaén, I. y Liñán, F. (2013): “Work value in changing economic environment: a role of entrepreneurial capital International”. *Journal of Manpower*

Jones, O. and Jayawarna, (2011): “Entrepreneurial potential: the role of human capital. Institute for Small Business and Entrepreneurship”. *Annual conference : sustainable futures: enterprising landscapes and communities*, 34th, Sheffield.

Kantor, J. S. (2006): “I said Yes: real life stories of students, teachers, and leaders in American schools”. *Gazelles*, Virginia, EEUU.

Katz, J. A. (2003): “The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876–1999”. *Journal of business venturing*, 18(2), 283-300.

Kirzner, I. M. (1997): “Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach Author(s)”. *Journal of Economic Literature*, Vol. 35, No. 1: 60-85

-- (1979): *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.

Knight, F. H. (1921): *Risk, uncertainty and profit*. Boston, Mass: Hart, Schaffner&Marx.

Krueger, N., Liñán, F., y Nabi, G. (2013): “Cultural values and entrepreneurship”. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9-10), 703-707.

Kuratko, D. F. (2005). “The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges”. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-598.

Kolb, D.A. (1984) *Experimental Learning: Experience as a Source of Learning and Development*, Prentice Hall, Englewood Cliff, NJ.

Liñán, F. (2008): “Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.

Low, M. B., y MacMillan, I. C. (1988): “Entrepreneurship: Past research and future challenges”. *Journal of management*, 14(2), 139-161.

Mateo Pérez, R. de (2015): “Industrias Culturales y de la Comunicación: Mito y lógica de la creatividad y del empresario innovador”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 813 a 832.
<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1073/43es.html>
[DOI: 10.4185/RLCS-2015-1073](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1073)

Marina, J. A. (2010): “La competencia de emprender”. *Revista de Educación* 351: 49-71.

Marina, J. A. (2013): *El aprendizaje de la creatividad*. Barcelona: Ariel

McClelland, D. C. (1961): *The Achieving Society*, Princeton: Van Nostrand.

Mill, J. S. (1848): *Principles of Political Economy With Some of Their Applications to Social Philosophy*. 1857. New Edition introduced by Sir WJ Ashley. London.

Minniti, M. (2012): “El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones”. *Revista de Economía Industrial*.

Minniti, M. y Bygrave, W. (2000): “The Social Dynamics of Entrepreneurship”. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Minniti, M. y Bygrave, W. (2001): “A Dynamic model of Entrepreneurial Learning”. *Entrepreneurship Theory and Practice*

Mises, L. von (1986): *La acción humana*. Madrid: Unión Editorial, 4ª ed. (V. o. 1949)

Neck, H. M. y Greene, P. G. (2011). “Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers”. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.

Núñez Ladevéze, L. (1999): *Moral y mercado en una sociedad global*. Valencia. Institució Alfonso el Magnànim.

OECD (2005): “Definition and Selection of Key Competences”. *Proyecto DeSeCO*.
<http://www.oecd.org/edu/skills-beyond-school/definitionandselectionofcompetenciesdeseco.htm>

Porter, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Porter, M (2002): *The Global Competitiveness Report 2001–2002*. New York: Oxford University Press, 16–25.

Romer, P. (1994). “The origins of endogenous growth”. *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 8, no 1, pp. 3-23.

Romer, P (1990). “Endogenous technological change”. *Journal of Political Economy*, no 98, pp. 571-602.

Ruskovaara, E. (2014): “Entrepreneurship Education in Basic and Upper Secondary Education– Measurement and Empirical Evidence”. *Acta Universitatis Lappeenrantaensis*.

Salganik, L. H. Rychen, D. S. Moser, U. y Konstant, J. W. (1999). “Projects on competencies in the OECD context: Analysis of theoretical and conceptual foundations”.

Sánchez, J. C. (2009): “Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México Portugal y España” *Revista Latinoamericana de Psicología Vol 41*, pp 109-119

Sánchez, J. C. (2013): “The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention”. *Journal of Small Business Management* 2013 51(3), pp. 447–465. doi: 10.1111/jsbm.12025

Shapero, A. y Sokol, L. (1982). “The social dimensions of entrepreneurship”. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.

Sarasvathy, S. D., & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as method: open questions for an entrepreneurial future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 113-135.

Say, J. B.(1821): *Tratado de economía política ó Exposicion sencilla de cómo se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas, I y II*, 4ª ed. Madrid: Villalpando.
http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/tratado-de-economia-politica-o-exposicion-sencilla-del-modo-con-que-se-forman-se-distribuyen-y-se-consumen-las-riquezas-tomo-primero--0/html/fefc7808-82b1-11df-acc7-002185ce6064_29.html

Schumpeter, J. A. (1912): *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*, Ed. Verlag Dunker humblot, Muchic. Edición española Teoría del desenvolvimiento económico, cuarta edición, 1967 . *Fondo de Cultura Económica*, México.

Schumpeter, J. A. (1943): *Capitalism, socialism y democracy*. London. Taylor & Francis e-Library, 2003. First published in the UK in 1943.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000): “The promise of entrepreneurship as a field of research”. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Solow, Robert M. (1956): “A contribution to the theory of economic growth”. *Quarterly Journal of Economics* (Oxford Journals) 70 (1): 65–94.

Stevenson, H. H., y Jarillo, J. C. (1990): “A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management”. *Strategic management journal*, 11(5), 17-27.

Szerb, L., Acs, Z. J., Autio, E., Ortega-Argilés, R., Komlósi, É. (2014): “REDI, the regional entrepreneurship and development index 2014”. *Comisión Europea*

Thurik, R., y Wennekers, S. (2004): “Entrepreneurship, small business and economic growth”. *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), 140-149.

Veciana, J. M. (1999): Creación de empresas como programa de investigación científica”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, v. 8, 3: 11-36.

Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas un enfoque gerencial *Colección de Estudios Economicos*. La Caixa.

Weisberg, R.W. (1989): *Creatividad. El genio y otros mitos*. Barcelona, Labor.

Wennekers, S., y Thurik, R. (1999): “Linking entrepreneurship and economic growth”. *Small business economics*, 13(1), 27-56.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

L Núñez Ladeveze, M Núñez Canal (2016): “Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.069 a 1.089
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1135/55es.html>
[DOI: 10.4185/RLCS-2016-1135](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1135)

- En el interior de un texto:

... L Núñez Ladeveze, M Núñez Canal (2016: 1.069 a 1.089)...

o

... L Núñez Ladeveze *et al*, 2016 (1.069 a 1.089)...

Artículo recibido el 20 de mayo de 2016. Aceptado el 26 de octubre.
Publicado el 1 de noviembre