

Una aproximación a la educación para el espíritu empresarial

Joaquín Guzmán Cuevas*
Francisco Liñán Alcalde**

La promoción de la actividad empresarial se considera hoy en día un instrumento de primer orden para mejorar la competitividad y el grado de desarrollo de las economías. La educación empresarial se está erigiendo en una herramienta muy destacada en este sentido. Sin embargo, existen notables diferencias entre la forma de concebir esa actividad formativa en EEUU y en Europa. Este artículo analiza esas dos concepciones de la educación empresarial y profundiza en las consecuencias prácticas de esa divergencia.

Palabras clave: actividad de la empresa, gestión empresarial, formación de la empresa, planes de formación.

Clasificación JEL: M14, M21.



COLABORACIONES

1. Introducción: una tipología de la educación empresarial

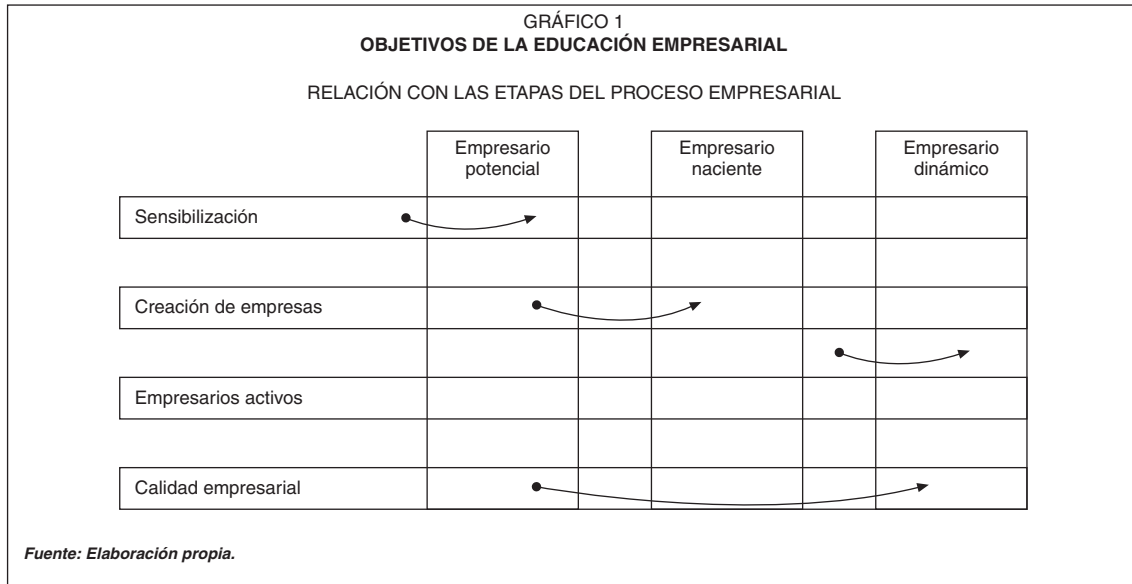
Las teorías actuales sobre el desarrollo económico, en sus distintos enfoques, incluyen la promoción empresarial como uno de los instrumentos imprescindibles. En este ámbito, la educación empresarial podría señalarse como una estrategia potencialmente muy efectiva dado que en la literatura internacional está suficientemente demostrado que el empresario no sólo «nace» sino que también «se hace», bien a través de acciones de amplio espectro dirigida a toda la sociedad o bien a través de medidas más específicas con especial proyección sobre colectivos

que presenten cierta dosis de propensión empresarial. Como afirma Brockhaus (1992: 1): «la educación empresarial es tan importante para quienes quieren ser empresarios como la educación artística lo es para el que quiere ser un artista».

Tradicionalmente, la educación empresarial se ha conceptualizado, en esencia, dentro de la faceta de la gestión (management). De ahí que en los centros de enseñanza universitaria españoles y business schools se haya hecho en gran medida abstracción de aquellas funciones del empresario que son más intangibles y que pertenecen al denominado ámbito impulsor, como puede ser la iniciativa emprendedora, la asunción de riesgo o la innovación. Más que empresario, en el sentido amplio, la enseñanza convencional se ha proyectado sólo sobre una parte de éste: la de directivo o ejecu-

* Catedrático Economía Aplicada

** Profesor Asociado. Departamento Economía Aplicada I. Universidad de Sevilla.



COLABORACIONES

tivo, es decir sobre la dirección y administración de empresas (licenciatura de ADE; diplomatura de Empresariales; Masters de Dirección de Empresas, etcétera), pero no sobre otras facetas menos explícitas que tienen que ver con lo que comúnmente se conoce como espíritu empresarial.

A tenor de lo anterior, se pueden distinguir cuatro categorías de educación empresarial (Liñán, 2004):

- *Sensibilización hacia la actividad empresarial.* Su finalidad sería la de incrementar el número de personas que tienen un suficiente conocimiento sobre las pequeñas empresas y el autoempleo, de forma que consideren esa alternativa como una opción racional y viable para ellos.

- *Educación para la creación de empresas.* Se centraría en los aspectos prácticos concretos relacionados con la creación de la empresa: cómo obtener financiación; regulaciones legales; fiscalidad; etcétera.

- *Formación para empresarios en activo.* Se trataría de una versión especializada de la educación de adultos o formación continua en general, diseñada para

permitir mejorar y actualizar las habilidades de los empresarios en activo.

- *Educación para el dinamismo empresarial.* Su objetivo sería no sólo elevar la intención de ser empresario, sino también la intención de desarrollar comportamientos dinamizadores cuando la empresa ya esté en marcha, al objeto de conseguir una mayor «calidad empresarial».

El Gráfico 1 resume los diferentes objetivos de esas cuatro modalidades de educación empresarial. Así, la sensibilización hacia la actividad empresarial pretende aumentar la oferta de empresarios potenciales; es decir, de personas predispuestas favorablemente a ser empresarios. La segunda modalidad enumerada, por su parte, pretende transformar esos empresarios potenciales en empresarios nacentes (aquellos que están dando pasos concretos para la puesta en marcha de una nueva empresa). En tercer lugar, la educación para empresarios en activo intenta que éstos desarrollen un mayor grado de dinamismo en el desempeño de su actividad.

Por último, la educación para el dinamismo empresarial, o calidad empresarial, es la más ambiciosa de las cuatro.

En efecto, su objetivo es el de transformar a empresarios potenciales directamente en empresarios dinámicos. Esto es, trata de que mantengan un ritmo continuado de desarrollo de su proyecto empresarial, en lugar de estancarse una vez alcanzado un cierto nivel de ingresos o un determinado tamaño. Estos empresarios de calidad conformarían un tejido empresarial más competitivo y dinámico que, a su vez, contribuirá a elevar los niveles de crecimiento y desarrollo económicos (Santos, 2004).

2. El modelo estadounidense

Dado el alto grado de descentralización del sistema educativo en Estados Unidos, no existe un sistema nacional de educación empresarial, por lo que las prácticas y las concepciones varían significativamente de unas instituciones a otras, y de unos investigadores a otros. No obstante, en líneas generales, parece predominar un enfoque mucho más concreto y pragmático. Según Gibb (1993: p. 29): «la educación empresarial en los Estados Unidos tiene claramente como su principal objetivo la creación de una conciencia, una comprensión y una motivación hacia la propiedad de pequeñas empresas independientes». En este sentido, en términos generales, se podría afirmar que la educación empresarial en Norteamérica persigue la efectiva realización por parte de los alumnos de esos comportamientos, lo cual se correspondería con lo que hemos denominado educación para la creación de empresas.

De hecho, este parece ser un rasgo característico de la educación empresarial estadounidense desde sus inicios. Ya en 1947, Myles Mace estableció una asignatura optativa en el Master en Administración de Empresas de la Harvard

Business School, denominada «Gestión de nuevas empresas». Al tratarse de «nuevas» empresas, esta enseñanza conllevaba un componente emprendedor ciertamente novedoso. Su finalidad era la de facilitar la adaptación a la vida civil de los estudiantes que habían servido como soldados en la Segunda Guerra Mundial.

La educación para el espíritu empresarial en las universidades norteamericanas no sólo ha ido creciendo en número de centros, sino que esta tendencia se ha complementado con otra hacia la «profundización». En efecto, los cursos que comenzaron a ofrecerse como optativos en determinados masters y programas de postgrado, han ampliado su oferta en dos líneas. En primer lugar, se ha tendido a ofrecer combinaciones de cursos dentro de los programas de postgrado (concentrations), las cuales agrupan a un conjunto de cursos relacionados con el tema. En segundo lugar, se ha ido introduciendo en los niveles de grado como cursos sueltos al principio, y como agrupaciones de cursos posteriormente, que a su vez pueden ser áreas de especialización (*minors*) o auténticas especialidades (*majors*), que posibilitan la existencia de graduados en «*entrepreneurship*».

El impulso de la educación empresarial en los Estados Unidos no se debe sólo a la demanda por parte de los alumnos. La Administración Federal contribuyó grandemente mediante algunos de sus proyectos. En particular, destaca la actuación de la Administración para la Pequeña Empresa (SBA) que en 1972 lanzó un programa denominado Small Business Institute (SBI), consistente en la realización de trabajos de consultoría para las pequeñas empresas por parte de estudiantes universitarios (SBA, 2002). Para ello, el SBI pagaba por cada trabajo de consultoría una cantidad a la facultad cuando el caso se concluía satisfactoriamente, sin ningún



COLABORACIONES

compromiso ni atadura en cuanto al destino de esa financiación. Por tanto, resultaba una iniciativa muy atractiva para las universidades.

De esta forma, este programa se difundió muy rápidamente a gran número de business schools, llegando hasta las 450 en 1995 (Katz, 2003). Así, las facultades típicamente introducen un curso que consiste en la realización de esos trabajos de consultoría por parte de los alumnos. Sin embargo, para que los alumnos sepan adaptar sus conocimientos a la realidad de la pequeña empresa, es muy frecuente que se imparta como prerrequisito un curso sobre gestión de pequeñas empresas y, también con frecuencia, sobre creación de nuevas empresas. Aquí, nuevamente aparece componentes relativos a la empresarialidad, es decir a las funciones «impulsoras» del empresario que van más allá de la esfera del «management».

Se puede decir, por tanto, que el desarrollo de la disciplina en los Estados Unidos ha sido espectacular. Así, Vesper y McMullan (1988) afirman que hacia el final de los años ochenta, entre un 10 por 100 y un 25 por 100 de todos los que obtienen su título de Master en Administración de Empresas han elegido al menos un curso sobre empresarialidad, en la que las decisiones en situación de incertidumbre y el desarrollo de la creatividad y la imaginación representan el protagonismo fundamental del método de enseñanza. Por tanto, la educación para el espíritu empresarial goza en la actualidad de un importante reconocimiento a nivel académico y científico.

3. La visión europea

En Europa, el desarrollo de la educación para el espíritu empresarial ha sido mucho más modesto y tardío que en los

Estados Unidos. Las primeras experiencias datan de los años setenta. En el Reino Unido los primeros intentos de definir esta disciplina surgieron hacia 1975, cuando se celebró la primera reunión de la Asociación de Educación sobre Gestión de Pequeñas Empresas (UK Small Business Management Education Association) como grupo informal de académicos interesados en impulsar el desarrollo de las pequeñas empresas (Birley y Gibb, 1984). En el caso de Francia, fueron las Escuelas Superiores de Negocio (Hautes Etudes Commerciales) las que comenzaron a poner en marcha a partir de 1978 ciertas experiencias formativas centradas en la creación de empresas (Fayolle, 1999).

A diferencia de lo que ocurre en Norteamérica, en nuestro continente no existen grandes asociaciones que aglutinen a la mayoría de los investigadores y docentes, y que al mismo tiempo sean reconocidas como referencia en el campo, por lo que no hay un gran «punto de encuentro» a partir del cual estudiar la situación. A esto hay que añadir las diferencias nacionales en cuanto a la organización del sistema educativo o el grado de impulso político en cada país.

Pese a estas dificultades, existen algunos trabajos que han puesto de manifiesto las diferencias esenciales respecto al modelo norteamericano. Así, por ejemplo, Carsrud (1991) señala en primer lugar, el hecho de que en Europa esos sistemas educativos son en general bastante más centralizados y existen muchas menos universidades privadas. En consecuencia, los planes de estudio, sistemas de enseñanza, etcétera, son mucho más difíciles de modificar, pues requieren una decisión a nivel nacional. Por tanto, no es extraño que las grandes universidades europeas hayan sido muy reacias a incorporar la educación de la empresarialidad. Además, la idea de que los profesores universitarios



COLABORACIONES

sean al mismo tiempo empresarios en activo o consultores tiende a ser desaprobada en Europa. Del mismo modo, ese sistema centralizado y basado principalmente en universidades públicas ayuda a explicar por qué existen relativamente pocas cátedras dotadas (privadamente) para el estudio y enseñanza de la empresarialidad. Las que existen suelen estar en universidades privadas como INSEAD (Francia), IMEDE (Suiza) o Cranfield School of Management (Reino Unido).

En el caso español, la asignatura «creación de empresas» existe en algo más de la mitad de las universidades, aunque su implantación ha sido muy reciente, pues en casi todos los casos han comenzado a impartirse a partir del curso 1997/1998 (Cano et al., 2003). Por el contrario, existen algunas instituciones pioneras —fundamentalmente privadas— con una larga tradición en este campo, como IESE, ICADE o Deusto.

Por otro lado, Carsrud señala también el mayor énfasis europeo en el desarrollo económico regional como uno de los elementos fundamentales para el estudio de la empresarialidad. En este sentido, esto podría justificar una mayor tendencia europea hacia el análisis de los aspectos del entorno que dificultan la actividad empresarial, relegando los aspectos personales y motivacionales a un segundo plano.

Respecto a la infraestructura para el estudio de la empresarialidad, Carsrud enumera 28 centros especializados. Algunos son ampliamente conocidos, como el Small Business Centre de la Durham University Business School (DUBS), el Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship de la Universität St. Gallen, o EIM en Holanda. Landström et al. (1997) identificaron más de cincuenta cátedras dotadas en universidades y centros de investigación europeos. De nuevo,

el Reino Unido con más de una docena y Francia con once destacan sobre los demás. En el resto de países europeos el número de cátedras está entre cero y cuatro, con la excepción de Finlandia (once). Este último caso es especialmente sorprendente puesto que la educación para la empresarialidad era prácticamente inexistente en Finlandia antes de 1990, aunque ha recibido un gran impulso público desde entonces.

Por otro lado, ha resultado muy significativa en Europa la promoción de la cultura empresarial. Este énfasis pretende lograr construir una sociedad más empresarial. La relativa escasez de empresarios, y especialmente de empresario de calidad, tendría relación con esa débil cultura empresarial (Guzmán y Santos, 2001). De esta forma, el objetivo sería que incluso aquellos estudiantes que no van a ser empresarios, lleguen a convertirse en individuos emprendedores, y también tengan una opinión más favorable sobre la actividad empresarial.

En este sentido, la definición propuesta por el grupo de trabajo de la Comisión Europea (2002) sobre educación empresarial se encuentra, como cabría esperar, dentro de esa línea, aunque reconoce explícitamente la existencia de esos dos elementos componentes de la educación empresarial: el más amplio referido a la educación en actitudes y capacidades empresariales; y el más específico referido a la formación para la creación de empresas.

En relación concretamente con el sistema educativo reglado, puesto que lo que se persigue es la promoción por parte de los gobiernos de los Estados miembros el establecimiento de una sociedad más emprendedora, la Comisión Europea (2002: p. 16) define la educación empresarial como aquellas actividades de «enseñanza y aprendizaje del espíritu



COLABORACIONES

empresarial [que] incluyen el desarrollo de conocimientos, capacidades, actitudes y cualidades personales adecuadas a la edad y el desarrollo de los escolares o estudiantes».

Se trata de una concepción que parte de esa visión más amplia en los niveles inferiores del sistema educativo, pero que va evolucionando en los niveles superiores hacia los aspectos más concretos de la creación de empresas. Así, en la educación primaria y secundaria se fomentarían todo el conjunto de cualidades de los individuos que están relacionadas de un modo más o menos general con la iniciativa empresarial. Por su parte, sería en los niveles superiores del sistema educativo (secundaria y, sobre todo, universitaria) donde la educación empresarial debe tratar de relacionar y canalizar estas cualidades de forma mucho más específica hacia la creación efectiva de empresas y el autoempleo (Comisión Europea, 2002).

A tenor de lo anterior, se podría afirmar que la percepción europea sobre los objetivos de la educación empresarial se aproxima mucho a lo que hemos denominado «sensibilización hacia la actividad empresarial», ya que perseguiría desarrollar actitudes y comportamientos más dinámicos, pero sin vincularlos directamente con la creación de empresas (Gibb, 1993). A este fin principal se orientaría la educación empresarial dentro del sistema educativo. Además, en determinados niveles podrían desarrollarse iniciativas encaminadas a la «creación de empresas y autoempleo», especialmente en la formación profesional reglada, y la universidad. No obstante, incluso en estos casos concretos, la falta de experiencia profesional de los alumnos constituiría un importante obstáculo para que la formación recibida llevara a los participantes a la efectiva creación de una empresa.

4. A modo de conclusión

En este trabajo hemos tratado de contemplar la educación empresarial en su más amplio sentido: no sólo en su tradicional faceta directiva y de administración (management), sino también en lo que concierne al denominado espíritu empresarial. Desde esta amplia perspectiva, hemos categorizado los distintos tipos de educación empresarial que pueden existir. Así, la educación para la calidad empresarial (dinamización) constituye la variante más ambiciosa posible, aunque también la más compleja. Por el contrario, la formación para empresarios en activo sería la más limitada, y sólo adquiriría cierto sentido como complemento de las otras modalidades. En una situación intermedia, la sensibilización hacia la actividad empresarial y la educación para la creación de empresas son las variantes más habituales. Además, entre estas dos últimas categorías es donde se centran las diferencias entre los enfoques estadounidense y europeo.

La educación empresarial se ha desarrollado en primer lugar en los Estados Unidos, acelerando su expansión durante los años setenta y ochenta. Por lo tanto, en la actualidad se haya claramente consolidada. Su enfoque se ha centrado desde el principio en la formación para la creación de empresas, sin prestar apenas atención a las otras tres variantes posibles. No obstante, durante los años ochenta y noventa se han comenzado a desarrollar algunas iniciativas de sensibilización dentro del sistema educativo.

Por su parte, el desarrollo seguido en Europa ha sido mucho más tardío. Tan sólo en Reino Unido y, en menor medida, Francia se pusieron en marcha algunas iniciativas durante los años setenta. En el resto del continente, en cambio, no ha sido hasta los años noventa cuando se



COLABORACIONES

ha producido la verdadera difusión de la educación para la empresarialidad. En particular, la Comisión Europea ha contribuido significativamente desde su Dirección General de Empresa mediante la organización de reuniones, la identificación y divulgación de las mejores prácticas y, en definitiva, mediante una tarea de coordinación muy relevante.

En Europa, partiendo de la experiencia británica, la preocupación principal ha sido lograr establecer una sociedad más empresarial como meta general, y el desarrollo de personalidades emprendedoras o innovadoras por parte de los participantes en ese tipo de formación. Por lo tanto, se trata de una actividad claramente vinculada con la sensibilización hacia la actividad empresarial.

La justificación de esta diferencia de enfoque podría seguramente encontrarse en las disparidades socioculturales entre ambas áreas. En efecto, la sociedad estadounidense es mucho más individualista y también posee un mercado laboral mucho más flexible. No sólo no existe ningún sesgo contrario al desempeño de la actividad empresarial, sino que es más bien al contrario. Existe, por tanto, una oferta suficientemente alta de individuos con inclinación empresarial. En consecuencia, la formación más adecuada es la que se centra en los pasos y técnicas concretos para la creación de la empresa.

Por el contrario, en Europa, el nivel de protección social es mucho más elevado, y se tiende a otorgar un papel mucho más destacado a las distintas instituciones y organizaciones (Estado, sindicatos, asociaciones, consumidores, etcétera). El desempeño de la actividad empresarial no es contemplado de forma tan favorable. En la práctica, una parte muy significativa de la población ni siquiera considera esa opción de salida profesional. En esta situación, la sensibilización parece la

acción más adecuada, por lo que cabe afirmar que la evolución seguida ha sido la más lógica.

No obstante, la tarea por recorrer si se quiere convertir a Europa en la sociedad más dinámica del mundo —como afirma la Comisión Europea (2002)— es bastante compleja. Es importante tener en cuenta que la educación empresarial por sí sola no puede transformar los valores de una sociedad. Sin embargo, para provocar una modificación generalizada de la consideración de la opción empresarial se requiere una actuación decidida a lo largo de todo el sistema educativo. En este sentido, sería muy conveniente aprovechar el actual proceso de Bolonia de reforma de la educación universitaria para introducir cursos especializados de empresarialidad en los estudios que presentan mayor propensión hacia la actividad empresarial, como pueden ser no sólo los de Económicas y Administración y Dirección de Empresas, sino también los pertenecientes a las ciencias experimentales que son susceptibles de incorporar nuevas tecnologías: Ingeniería, Biología, Informática, etcétera.



COLABORACIONES

Bibliografía

1. BIRLEY, S. y GIBB, A.A. (1984): «Teaching small business management in the UK. Part I», *Journal of European Industrial Training*, vol. 8, núm. 4, pp. 17-24.
2. BROCKHAUS, R.H. (1992): «Entrepreneurship education: a research agenda», comunicación presentada a IntEnt92 Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Dortmund (Alemania), 23-26 junio.
3. CANO, C.J., GARCÍA, J. y GEA, A.B. (2003): *Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios*, Universidad de Almería, Almería.

4. CARSRUD, A.L. (1991): «Entrepreneurship and enterprise formation: a brief perspective of the infrastructure in Europe», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, núm. 3, pp. 69-75.
5. COMISIÓN EUROPEA (2002): *Informe final del grupo de expertos. Proyecto del «procedimiento best» sobre Educación y formación en el espíritu empresarial*. Dirección General de Empresa. Bruselas.
6. FAYOLLE, A. (1999): *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises: analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement*, Ministerio de Educación Nacional, de Investigación y de Tecnología (MENRT), París.
7. FONTELA, E. y GUZMÁN, J (2003): «La teoría circular del desarrollo, un enfoque complejo». *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 21-2. pp. 221-242.
8. GIBB, A.A. (1993): «The enterprise culture and education. Understanding enterprise education and its links with small business entrepreneurship and wider educational goals», *International Small Business Journal*, vol. 3, num. 11.
9. GUZMÁN, J. (1994): «Towards a taxonomy of the entrepreneurial theories». *International Small Business Journal*, pp. 77-89.
10. GUZMÁN, J. y SANTOS, F.J. (2001): «The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville», *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 13, núm. 3, pp. 211-228.
11. KATZ, J.A. (2003): «The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999», *Journal of Business Venturing*, vol. 18, pp. 283-300.
12. LANDSTRÖM, H., FRANK, H. y VECIANA, J.M. (1997): *Entrepreneurship and small business research in Europe: an ECSB survey*, Ashgate, Aldershot.
13. LIÑÁN, F. (2004): *Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad*, Tesis Doctoral, Dpto. Economía Aplicada I, Universidad de Sevilla, Sevilla.
14. SANTOS, F.J. (2004): «Convergencia, desarrollo y empresarialidad en el proceso de globalización económica», *Revista de Economía Mundial*, vol. 10/11, pp. 171-202.
15. S.B.A. (2002): *49 years of service to America's small business: The U.S. Small Business Administration, 1953-2002*, Small Business Administration, Washington.
16. VESPER, K.H. y McMULLAN, W.E. (1988): «Entrepreneurship: today courses tomorrow degrees?», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 3, núm. 1, pp. 7-13.



COLABORACIONES