

La educación del espíritu empresarial en las universidades españolas. Hacia una propuesta para el cambio

Autores: José Luis Vázquez Burguete¹
Ana Lanero Carrizo¹
Pablo Gutiérrez Rodríguez¹
María Purificación García Miguélez¹

RESUMEN:

La adopción de una definición amplia de espíritu empresarial permite perfilar las competencias empresariales como activos de gran importancia para dar el máximo aprovechamiento al capital humano generado en la universidad en contextos de empleo, tanto por cuenta propia como ajena. En este trabajo se plantea un modelo práctico para la introducción de la educación del espíritu empresarial en el currículo académico de las distintas titulaciones universitarias, a partir de las directrices marcadas por la política educativa europea en la última década. Asimismo, se presenta un análisis general de los esfuerzos invertidos en España para la incorporación de la formación de competencias empresariales como objetivo de las instituciones de educación superior, resumiéndose sus principales limitaciones para hacer frente al reto. Finalmente, se proponen algunas recomendaciones de futuro ante la situación marcada por la adaptación del sistema universitario español al EEES.

¹ Departamento de Dirección y Economía de la Empresa. Universidad de León. Campus de Vegazana s/n, 24071-León (España). ana.lanero@unileon.es.

INTRODUCCIÓN

La creación de nuevas empresas constituye, sin duda, una de las principales fuentes de desarrollo sostenido en todo el mundo, tanto a nivel económico como social. Por un lado, existe una correlación positiva y sólida entre espíritu empresarial y resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad, y exportaciones. En su conjunto, las iniciativas empresariales, ya sea en el contexto de la puesta en marcha de un nuevo negocio o en el de la reorientación de uno ya existente, son el motor de la economía de mercado en la generación de riqueza. Por otro lado, el emprendizaje constituye también un medio al servicio de otros objetivos sociales, como la generación de empleo, la inserción laboral de colectivos desfavorecidos, la diversidad de opciones para los consumidores y, en último término, el aumento de la calidad de vida de la comunidad en la que se desarrolla.

La conciencia gubernamental sobre las implicaciones de las pequeñas y medianas empresas como fuentes de bienestar socioeconómico ha desembocado en numerosas iniciativas en los países de la Unión Europea, a partir de las directrices marcadas por la estrategia de Lisboa, perfilada en el año 2000, y la Carta Europea de la Pequeña Empresa (Comisión Europea, 2000). En este contexto político, los países europeos han convenido el objetivo de convertir a Europa en la economía más competitiva del mundo para el año 2010, a través de la generación de empleo y cohesión social. En este marco, se contempla, entre los prioritarios, el objetivo de desarrollar en Europa una cultura dinámica empresarial y fomentar la creación de nuevas empresas como fuente de competitividad. Para lograr dicho cometido se ha insistido, entre otras cosas, en la importancia de incluir dentro de las competencias básicas (leer, escribir y aritmética elemental) el espíritu empresarial, además de las tecnologías de la información, los idiomas extranjeros, la cultura tecnológica y las habilidades para la socialización.

Desde este punto de vista, se considera de interés prioritario la introducción de la educación de competencias empresariales en todos los niveles y áreas del sistema de educación pública en España, especialmente en la educación secundaria y universitaria, de cara a promover el acercamiento de los estudiantes al mundo empresarial y a fomentar en ellos el desarrollo de habilidades básicas para su desempeño en la empresa.

Ciertamente, la universidad representa la organización con la mayor capacidad para generar y difundir conocimiento y para transformarlo en utilidad social y económica. Tradicionalmente, se ha asumido que el nivel educativo adquirido durante los estudios superiores debe cualificar a los estudiantes para desempeñar su actividad profesional, lo que a su vez, debe satisfacer las demandas de capital humano requeridas por el propio sector productivo. En este sentido, la mayor parte de programas académicos de las universidades españolas están más centrados en la formación de profesionales y empleados por cuenta ajena que en ofrecer empresarios responsables y cualificados a la sociedad (Vázquez, Naghiu, Gutiérrez & Placer, 2006).

En mitad del proceso de adaptación del sistema universitario español a los requerimientos del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), es importante reconsiderar si las transformaciones emprendidas, tanto en los propios objetivos de la universidad como en la forma en que éstos deben ser alcanzados, permitirán dar una mejor respuesta a las ya mencionadas expectativas sociales frecuentemente atribuidas a la universidad pública. Dadas las características del nuevo mercado de trabajo en España, marcado por las elevadas tasas de paro, la creciente

privatización de empresas públicas, la reducción de las plazas de funcionarios ofertadas por la administración, y las altas demandas de experiencia profesional impuestas en los procesos selectivos de las organizaciones privadas, da la impresión de que la aproximación predominantemente asumida por las universidades resulta claramente insuficiente para conducir a los estudiantes hacia el mundo del trabajo asalariado. Por ello, las universidades públicas deben afrontar el reto de orientar su oferta formativa ante las nuevas necesidades sociales, y buscar nuevas formas innovadoras para aprovechar al máximo el capital humano generado, transformándolo en utilidad socioeconómica. El fomento del espíritu empresarial puede ser visto como un prometedor primer paso hacia este cometido.

Teniendo en cuenta el panorama descrito, este trabajo se organiza de la siguiente forma. En primer lugar, se propone una definición de espíritu empresarial y se esbozan las principales líneas para su educación en contextos reglados de enseñanzas universitarias. En segundo lugar, se propone un modelo para la introducción de la educación de competencias empresariales en el currículo universitario. En tercer lugar, se revisan críticamente los principales avances y limitaciones actuales a la educación del espíritu empresarial en el sistema público universitario, y se sugieren algunas recomendaciones de cara al futuro. Finalmente, se resumen las principales conclusiones de este trabajo y sus implicaciones.

ESPÍRITU EMPRESARIAL Y EDUCACIÓN

Diferentes intentos han estado destinados en los últimos años a la definición operativa del espíritu empresarial. A menudo, se sostiene una visión reducida del constructo, que es definido incorrectamente en relación exclusiva a la creación de empresas y al autoempleo. No obstante, consideramos en este trabajo que implica algo más, ya que va ligado a un concepto amplio de competencias básicas para la vida. El espíritu empresarial incluye la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como la habilidad para planificar y gestionar proyectos destinados a lograr objetivos. Todas estas competencias son transferibles y multifuncionales y, por tanto, importantes para satisfacer las necesidades individuales de desarrollo personal, inclusión social y empleo.

Esta aproximación amplia al concepto de espíritu empresarial posibilita el abordaje de las competencias mencionadas desde la perspectiva de su utilidad para el propio desempeño de las personas en su vida cotidiana. Así, estamos ante cualidades personales que permiten una mejor autogestión y aprovechamiento de las distintas fuentes de oportunidades que puedan presentarse a los individuos en el camino hacia su realización personal. A un nivel más específico, dichas competencias permiten una mayor adaptación individual en la esfera laboral, incluyéndose aquí el trabajo por cuenta propia y ajena. En un caso, son competencias que configuran la base sobre la que los empresarios pueden establecer una actividad comercial. En el otro, el espíritu empresarial hace que el empleado sea más consciente de su contexto de trabajo y más capaz de aprovechar sus oportunidades laborales y canalizarlas hacia la creación de nuevo valor económico y social.

Por ello, optamos aquí por la definición del espíritu empresarial propuesta en el *Libro Verde sobre el espíritu empresarial en Europa*, publicado por la Dirección General de la Empresa en el 2003, como *la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente* (p. 7).

Desde este punto de vista, el espíritu empresarial es, sobre todo, una cuestión de actitud, en la que se refleja la motivación y capacidad de una persona a la hora de identificar y aprovechar nuevas oportunidades para producir un nuevo valor o éxito empresarial. Así, las competencias empresariales pueden ser útiles para cualquier persona y tipo de negocio. Es decir, pueden estar presentes tanto en los empresarios como en los trabajadores por cuenta ajena, y en las empresas de cualquier sector y tamaño en las diferentes etapas de su ciclo de vida, desde antes de su creación a la fase de crecimiento, traspaso o cierre, y nueva puesta en marcha.

En suma, el provecho de una educación en el espíritu empresarial no se limita a que haya más empresas, a que sean más innovadoras y a que se creen más empleos. Es un factor clave para todos, que ayuda a la juventud a ser más creativa, a tener más confianza en lo que hace y a actuar de manera socialmente responsable.

Existe un amplio consenso sobre la posibilidad y necesidad de incluir la educación de competencias empresariales a través del aprendizaje permanente, integrándola en los propios sistemas de enseñanzas regladas, desde la educación en edad infantil hasta la universidad. Partiendo de un concepto amplio de espíritu empresarial, la educación de competencias empresariales puede ser definida en base a dos elementos (Dirección General de la Empresa, 2002):

- La educación en competencias y capacidades empresariales dirigida al desarrollo de ciertas cualidades personales y no centrada directamente en la creación de nuevas empresas.
- La formación específica dirigida a la creación de una empresa.

Desde este enfoque, la enseñanza del espíritu empresarial se orienta tanto a impulsar desde una edad temprana las capacidades personales que forman parte del comportamiento empresarial, como a fomentar el empleo por cuenta propia como opción laboral.

En el caso de las enseñanzas superiores, en este trabajo se asume que, más allá de una orientación hacia la creación de nuevas empresas por parte de los egresados universitarios, la educación del espíritu empresarial en la universidad ha de estar dirigida hacia el desarrollo de competencias empresariales útiles para el desarrollo de cualquier actividad profesional. En suma, la universidad debería enfocar sus esfuerzos, tanto a fomentar las nuevas iniciativas empresariales en los recién titulados universitarios, como al aprovechamiento máximo del potencial de crecimiento de las empresas ya existentes a través de la formación en competencias básicas para el trabajo en la empresa.

Si bien ya se han comenzado a articular esfuerzos para la introducción de competencias empresariales en los sistemas públicos de educación primaria y secundaria en España, no existe hasta la fecha una regulación específica para la educación del espíritu empresarial en la universidad. El *Real Decreto 1393/2007*, de 29 de octubre, por el que se establece en España la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales según las directrices marcadas para la adaptación de la educación al nuevo EEES, no incorpora ningún tipo de mención explícita para la educación reglada de dichas competencias. Así, debido a la relativa autonomía de la que gozan las universidades públicas en España en la organización interna de los planes de estudio, la mayor o menor implicación de la institución universitaria en la introducción de contenidos empresariales específicos en los distintos planes de estudios y titulaciones,

así como en el desarrollo de actividades específicas para el fomento del espíritu empresarial entre el alumnado, depende de cada caso concreto.

No obstante, el proceso abierto de Bolonia puede tener un efecto positivo en la educación de competencias empresariales en la universidad, al incorporar medidas encaminadas al reconocimiento del aprendizaje no formal, el desarrollo de planes de estudios flexibles que permitan la movilidad de los estudiantes y del personal, y la colaboración entre las universidades y los empresarios en materia de innovación y conocimientos. Dichas medidas pueden proporcionar una base consistente sobre la que sustentar la construcción de una cultura empresarial en la universidad, que pueda ser transmitida formalmente a todos los estudiantes. Tomando como referencia la política europea al respecto, a continuación se ofrecen algunas reflexiones personales para la adecuada inclusión de la educación de competencias empresariales en el currículo educativo de los diferentes planes académicos universitarios.

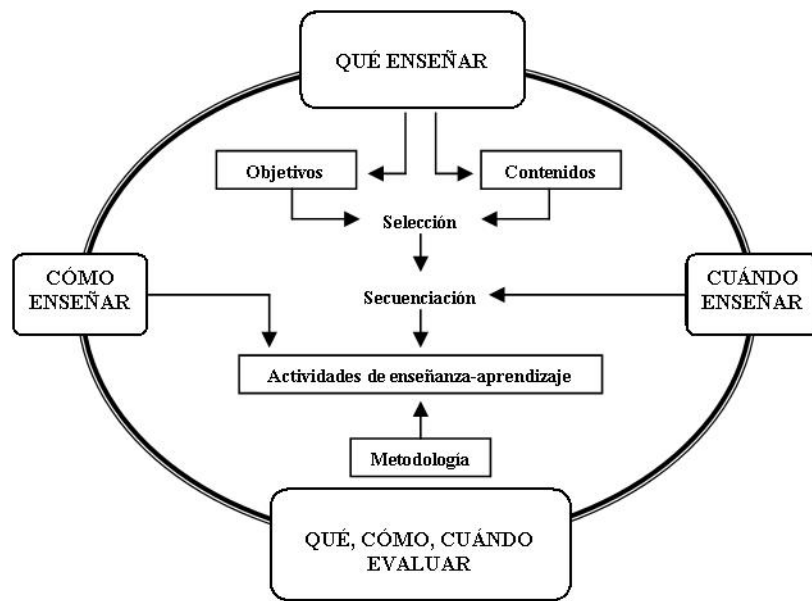
LA INTRODUCCIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL CURRÍCULO UNIVERSITARIO

El currículo se define como la formalización de la teoría y la práctica educativa en un determinado contexto de enseñanza y aprendizaje (Sáenz, 1994). En el contexto de los sistemas de educación y formación reglada, desde la escuela a la universidad, el currículo no es sólo una guía indicativa de lo que el alumno debe aprender (objetivos a conseguir, contenidos a desarrollar, procedimientos y recursos a poner en juego, etc.). Más allá, el currículo desempeña funciones básicas de socialización, de transmisión de cultura y de sistematización de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Los elementos concretos que constituyen el currículo pueden ser identificados en cada contexto de práctica educativa concreto a partir de la respuesta a cuatro interrogantes básicos que se recogen en la figura 1:

1. ¿Qué enseñar? La respuesta a esta pregunta proporciona información sobre los objetivos y contenidos de la enseñanza.
2. ¿Cómo enseñar? Se refiere a la necesidad de llevar a cabo una planificación de las actividades de enseñanza y aprendizaje que nos permita alcanzar los objetivos marcados.
3. ¿Cuándo enseñar? Es necesario decidir también la manera de ordenar y secuenciar los objetivos y contenidos.
4. ¿Qué, cuándo y cómo evaluar? Por último, es imprescindible realizar una evaluación que permita juzgar si se han alcanzado los objetivos deseados.

Figura 1. Los elementos del currículo



Fuente: Sáenz, 1994

A continuación se describe nuestra propuesta personal para la introducción de la educación del espíritu empresarial en todos los elementos constitutivos del currículo universitario.

¿Qué enseñar? Los objetivos y contenidos en la educación de competencias empresariales

Los objetivos se refieren a las intenciones educativas del currículo, y operativizan los efectos esperados de la educación sobre los destinatarios de la misma.

La revisión de diversos documentos publicados por la Dirección General de la Empresa en la materia (2002, 2004, 2008) permite enumerar, como objetivos prioritarios de la educación del espíritu empresarial en la universidad, los siguientes:

- Promover el desarrollo de las cualidades personales relacionadas con el espíritu empresarial, tales como la creatividad, la iniciativa, la asunción de riesgos y la responsabilidad.
- Aportar un conocimiento temprano del mundo empresarial y un contacto con él, y ayudar a entender el papel de los empresarios en la comunidad.
- Concienciar a los estudiantes acerca del empleo por cuenta propia como posible opción profesional (el mensaje sería que, además de ser empleado, se puede ser empresario).
- Organizar actividades basadas en el aprendizaje a través de la práctica (aprender haciendo), por ejemplo, dirigiendo miniempresas o empresas virtuales.
- Dar a los estudiantes una formación específica sobre cómo poner en marcha una empresa y gestionar su crecimiento.

En suma, se trata de acercar a los estudiantes a la realidad del mundo empresarial para que *sepan, quieran y puedan* canalizar su capital humano hacia la creación de valor social y económico, tanto a través del autoempleo, como de la movilización de su dinamismo empresarial en el trabajo por cuenta ajena.

Por su parte, los contenidos constituyen la materialización de los objetivos curriculares, y pueden ser de tres tipos: conceptuales (relativos a la adquisición de conocimientos), procedimentales (relativos al desarrollo de habilidades y destrezas), y actitudinales (referentes a la interiorización de actitudes. En base a esa distinción, en la *recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*, puede extraerse una operativización sobre los principales contenidos empresariales a introducir en el currículo universitario.

Entre los contenidos conceptuales se incluyen el reconocimiento de las oportunidades existentes para las actividades personales, profesionales y comerciales, así como otros aspectos de mayor amplitud que proporcionan el contexto en el que las personas viven y trabajan, tales como la comprensión, en líneas generales, del funcionamiento de la economía y las oportunidades y los desafíos que afronta todo empresario u organización. Las personas deben ser conscientes también de la postura ética de las empresas y de cómo éstas pueden ser un impulso positivo, por ejemplo, mediante el comercio justo y las empresas sociales.

En relación a las habilidades y destrezas, los contenidos a incluir en el currículo universitario están relacionadas con una gestión proactiva de los proyectos (entrañando capacidades como la planificación, la organización, la gestión, el liderazgo y la delegación, el análisis, la comunicación, la celebración de sesiones informativas, la evaluación y el registro), así como con una representación y negociación efectivas y con la habilidad para trabajar tanto individualmente como de manera colaborativa dentro de un equipo. Es esencial, también, la capacidad de determinar los puntos fuertes y débiles de uno mismo y de evaluar y asumir riesgos cuando esté justificado.

Finalmente, la actitud empresarial se caracteriza por la iniciativa, la proactividad, la independencia y la innovación, tanto en la vida privada y social como en la profesional. También está relacionada con la motivación y la determinación a la hora de cumplir los objetivos, ya sean objetivos personales o metas fijadas en común con otros, incluyéndose los perseguidos en el ámbito laboral.

¿Cómo enseñar? Los métodos y actividades en la educación de competencias empresariales

El empleo de metodologías y actividades eficaces para la enseñanza del espíritu empresarial ha constituido otro punto de reflexión crítica en las políticas europeas y nacionales. En términos generales, se asume que el aprendizaje de competencias básicas y de conocimientos específicos para la creación de nuevas empresas requiere de la complementación de distintas estrategias de enseñanza. A continuación, se enumeran algunas guías para la selección de metodologías en la educación del espíritu empresarial en la universidad:

1. *No abusar de los métodos basados en la teoría.* Existe un acuerdo generalizado sobre la importancia de no limitar la educación empresarial a la impartición de clases magistrales sobre los distintos contenidos de interés, si bien es indudable que muchos de los conocimientos que el

alumnado debe adquirir sobre la creación y funcionamiento de las empresas deben de estar fundamentados en la teoría. Igualmente, existe un amplio consenso sobre la idoneidad de complementar las clases magistrales como instrumento básico de enseñanza con una amplia gama de metodologías más eficaces.

2. *Desarrollar formas autónomas de aprendizaje.* Es importante fomentar una actitud activa en el estudiante, mediante métodos educativos que le permitan un mayor control sobre su propio proceso de aprendizaje. En este contexto, la adopción de un papel secundario por parte del profesor, como moderador del aprendizaje más que como proveedor de contenidos, es crucial.

3. *Fomentar el aprendizaje basado en la acción y práctica directa del alumno.* En relación con el punto anterior, la mejor manera de aprender sobre el espíritu empresarial es practicarlo de manera concreta. La innovación y la eficacia son fruto principalmente de métodos de enseñanza orientados a la acción y basados en la participación de los estudiantes, que favorecen en éstos la comprensión de los aspectos más teóricos y fomentan una actitud activa en el proceso de aprendizaje. De esta forma, en la enseñanza de competencias empresariales debe haber un equilibrio entre los estudios teóricos y un importante componente de aprendizaje a través de la práctica.

4. *Proporcionar oportunidades de aprendizaje basado en la experiencia.* La implicación del mundo exterior en la educación es una estrategia muy valorada por el alumnado. Es por ello que se recomienda ampliamente una mayor participación de las empresas y los empresarios, así como una aplicación más extendida de métodos basados en estudios de caso y proyectos concretos. De esta forma, las capacidades empresariales se presentan como una continuación lógica de los estudios, en vez de como un anexo paralelo a los mismos.

5. *Posibilitar el aprendizaje cooperativo y la interacción.* La superación de delimitaciones entre disciplinas y la colaboración multidisciplinar son elementos esenciales para la adquisición de aptitudes emprendedoras. Se trata de mezclar a estudiantes procedentes de diferentes facultades y ámbitos de estudio para que cooperen en el desarrollo de actividades y proyectos conjuntos. De esta forma, puede lograrse un mayor aprovechamiento de las competencias individuales de alumnos de diversas titulaciones, en un contexto de aprendizaje continuo y colaboración mutua de gran interés para la identificación y aprovechamiento de nuevas oportunidades.

6. *No infravalorar el papel del refuerzo.* Finalmente, es importante saber reconocer y animar a aquellos estudiantes realmente interesados en emprender sus propios proyectos empresariales, reforzando especialmente los valores de responsabilidad e innovación en la empresa. En este sentido, el establecimiento de concursos y premios a los proyectos innovadores del alumnado universitario puede ser una buena estrategia de refuerzo.

En base a estas seis orientaciones metodológicas básicas, las actividades consideradas más útiles por los expertos en la enseñanza de la cultura empresarial y la iniciativa emprendedora son las siguientes (Dirección General de la Empresa, 2008):

- Actividades de grupo y trabajo en equipo para la concepción de nuevas ideas comerciales.

- Talleres de planes de empresa que permitan desarrollar al máximo las ideas innovadoras del alumnado.
- Estudios de caso, que planteen a los estudiantes modelos de comportamiento con los que identificarse fácilmente.
- Conferenciantes externos, especialmente empresarios y profesionales del mundo empresarial.
- Simulaciones de empresas, para el aprendizaje de la dinámica interna y el funcionamiento de las empresas.

¿Cuándo enseñar? La programación y secuenciación en la educación de competencias empresariales.

La educación de competencias empresariales en la universidad debe ser objeto de una planificación adecuada para su secuenciación lógica dentro del plan de estudios de cada titulación académica específica. Según un reciente informe de la Dirección General de la Empresa (2008), los planes de estudio deberían adaptarse a las necesidades de diferentes grupos de destinatarios, en función de su nivel académico y de su especialidad.

Por nivel de estudios, la enseñanza del espíritu empresarial debe tener en cuenta las necesidades diferenciales de alumnos de distinto grado de especialización (estudios de primer, segundo y tercer ciclo, y posgraduados). El factor decisivo aquí es la progresión a lo largo de las diferentes etapas del sistema universitario. Durante los primeros cursos de educación superior, el principal objetivo debe ser la sensibilización y motivación de los estudiantes hacia el desarrollo de valores y cualidades emprendedoras, proporcionándoles una visión amplia e introductoria a los contenidos empresariales. Esto aportaría una base a partir de la cual profundizar y ampliar la preparación que el alumno necesita para desarrollar eficazmente su actividad profesional al final de los estudios, ya sea por cuenta propia o ajena.

En fases más avanzadas, el principal objetivo educativo debe ser el de canalizar el potencial emprendedor del alumnado hacia habilidades más específicas de dinamización empresarial, mediante un abordaje más especializado de los contenidos relativos a la creación y gestión de empresas. Como norma general, cuanto más alto sea el nivel de los estudios, más complejos y más acordes con la vida empresarial real deberán ser los contenidos de la enseñanza.

Igualmente, por ámbito de estudios, las diferentes especialidades y titulaciones conllevan exigencias distintas sobre los contenidos a impartir en función de las demandas profesionales del alumnado. A este respecto, los expertos coinciden en señalar que la educación del espíritu empresarial no ha de estar restringida a los planes de estudios de las disciplinas económicas y empresariales, resaltándose el potencial de los estudios técnicos, científicos y creativos para dar lugar a la aparición de ideas innovadoras y viables. En este sentido, se apuesta por la adopción de enfoques interdisciplinares en la educación del espíritu empresarial, que permitan la interacción de alumnos de diferentes titulaciones en la generación y desarrollo de sus ideas comerciales.

Por otro lado, existe un amplio consenso sobre la importancia de adaptar el contenido de la enseñanza dirigida a estudiantes de distintas disciplinas. Para los estudiantes de disciplinas económicas y empresariales, los principales aspectos

relacionados con la competencia empresarial se ofrecen por separado (marketing, gestión, etc.) dentro de cada plan de estudios concreto, por lo que la enseñanza del espíritu empresarial requiere un enfoque muy específico, centrado en la creación de empresas novedosas y en las fases de gestión y crecimiento de las nuevas y pequeñas empresas.

Por su parte, los estudiantes de disciplinas científicas y tecnológicas suelen ser muy buenos en el ámbito técnico y con frecuencia tienen unas ideas muy sólidas en materia de productos. En cambio, sus competencias en materia de comercialización y marketing son limitadas. Los estudiantes que presentan estas características requieren, por tanto, cursos adaptados sobre propiedad intelectual, procesos de comercialización, marketing, capital riesgo, etc. La finalidad debería ser que, hagan lo que hagan, los graduados de las universidades técnicas tengan siempre en cuenta los aspectos empresariales.

Para los estudiantes de humanidades, el enfoque podría estar centrado en la autogestión y el emprendizaje social, un nuevo ámbito de crecimiento que proporciona oportunidades al servicio tanto de la comunidad como de la sociedad en general.

Finalmente, la educación en materia empresarial en los estudios de arte y diseño podría orientarse a las oportunidades derivadas de la creatividad y el trabajo creativo, preparando a los graduados para que puedan trabajar como autónomos o trabajadores por cuenta propia o fundar pequeñas empresas y emprender actividades empresariales.

La evaluación en la educación de competencias empresariales

La evaluación es un elemento fundamental en la práctica educativa. De hecho, es inseparable de esta práctica y forma parte de una unidad con ella, permitiendo, en cada momento, recoger la información y realizar los juicios de valor necesarios para la orientación y para la toma de decisiones respecto al proceso de enseñanza y aprendizaje.

De esta forma, el ciclo de la educación de competencias empresariales en la universidad debe estar avalado por una adecuada evaluación del nivel de conocimientos y habilidades desarrollados por el alumnado, con tres finalidades básicas:

- Conocer el grado de cumplimiento de las intenciones educativas planteadas inicialmente.
- Obtener información y feedback para la definición de nuevos objetivos curriculares.
- Determinar la eficacia de las estrategias y métodos de enseñanza empleados.

LA EDUCACIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD

Las universidades españolas han comenzado a dar sus primeros pasos hacia el cumplimiento de los objetivos marcados por la política europea para la educación del espíritu empresarial. En este sentido, diversas universidades públicas han desarrollado e implementado acciones específicas de apoyo a las iniciativas empresariales surgidas en el seno de la propia comunidad universitaria. En los últimos años, se ha producido un incremento en la cantidad de recursos destinados a los programas de apoyo a la creación de spin-off (Rodeiro, Fernández, Otero & Rodríguez, 2008) y, al mismo tiempo, diversas organizaciones y empresas privadas han hecho posible la creación de cátedras

de empresa en la universidad, dedicadas a actividades de investigación y formación para la creación de nuevas empresas por parte de los propios estudiantes.

En la misma línea, muchas universidades públicas en España cuentan con programas institucionales específicos sobre emprendizaje. Como ejemplo, el Programa Legio, promovido por la Universidad de León en el año 2001, se ha convertido en una de las experiencias de referencia en el país. Como metas concretas, dicho programa está encaminado a optimizar el potencial empresarial y laboral de todos los miembros de la comunidad universitaria, así como a estimular nuevas fuentes de desarrollo socioeconómico y bienestar en el entorno de la institución educativa.

A pesar de todo, existen razones de peso para pensar que los esfuerzos invertidos en el desarrollo de competencias empresariales y actitudes positivas hacia el mundo empresarial en la universidad son aún insuficientes e insatisfactorios. Sin lugar a dudas, la mayor parte de programas académicos están más centrados en formar empleados por cuenta propia para organizaciones privadas o para la administración pública que en ofrecer emprendedores cualificados y empresas responsables a la sociedad (Vázquez et al., 2006).

Para ser precisos, la instrucción formal en conocimientos y habilidades empresariales se limita a los planes académicos de titulaciones relacionadas con las ciencias económicas y empresariales, estando ausente en el currículo de otras disciplinas, sobre todo en lo que se refiere a las humanidades y ciencias sociales. De hecho, con demasiada frecuencia la creación de una empresa propia no es ni siquiera considerada como opción laboral posible para los estudiantes, por lo que no existe una conciencia clara sobre la necesidad de enseñar competencias empresariales básicas en el aula, ni una acción estructurada que permita a los estudiantes aprenderlas de forma regularizada. Todo ello conlleva una escasa receptividad y apoyo a los intereses empresariales del alumnado, de forma que una gran cantidad de ideas de negocio brillantes quedan condenadas al olvido.

A ello se une la ausencia de una cultura emprendedora en la universidad, en el sentido de que la propia estructura de las situaciones de enseñanza-aprendizaje (por ejemplo, demasiados estudiantes por aula, excesiva rigidez de los criterios de evaluación, etc.) a menudo impiden a los estudiantes la interiorización de cualidades personales útiles como la creatividad, la proactividad, la iniciativa o la búsqueda del riesgo, lo que dificulta enormemente el desarrollo de destrezas importantes para el comportamiento empresarial.

Por tanto, no causa especial sorpresa la escasa implicación de los jóvenes estudiantes universitarios en el desarrollo de iniciativas empresariales. Así, de acuerdo con el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publicado en España en el 2008, sólo el 8% de nuevas empresas creadas dicho año fueron iniciadas por emprendedores menores de 25 años, estando la media de edad del emprendedor español en torno a los 40 años. Más aún, a pesar de que el 30% de empresarios en España cuenta con estudios universitarios, se constata una tendencia generalizada a postergar el comienzo en los negocios a años más tarde de la finalización de los estudios superiores (Instituto de Empresa, 2008).

La situación descrita responde a varias limitaciones de las que adolecen las universidades públicas en España, las cuales dificultan la articulación de una acción integrada e institucionalizada para la educación del espíritu empresarial entre el alumnado. Entre las principales, mencionaremos las siguientes (Dirección General de la Empresa, 2008):

- La *insuficiencia de recursos humanos y financieros* con que cuentan las instituciones públicas de enseñanza superior para hacer frente al reto.

- La *escasa capacitación del profesorado* para la impartición de las materias relacionadas con la iniciativa empresarial. Las medidas destinadas a la cualificación de los profesores para convertirlos en expertos en cuestiones empresariales de manera complementaria a su especialización científica son aún muy limitadas y costosas. En la misma línea, existen muy pocos incentivos para motivarles a que se comprometan con la enseñanza y sensibilización del alumnado en competencias empresariales. En suma, mientras la investigación siga siendo el principal mérito de ascenso laboral en la universidad y se siga limitando la actividad empresarial de los investigadores, resulta difícil motivar a los profesores a desarrollar una carrera laboral basada en los valores del emprendizaje.

- La *estructura organizativa interna* de las instituciones de enseñanza superior. La rigidez de los planes de estudio de las diversas titulaciones impide la adopción de enfoques interdisciplinares útiles para la educación empresarial integral. Asimismo, las facultades y los departamentos tienden a trabajar independientemente por lo que, tanto los estudiantes que quieren cambiar de estudios, como los profesores interesados en dar cursos interdisciplinares, encuentran muchos obstáculos.

- La *escasa movilidad de profesores e investigadores*. Tanto las instituciones como los educadores se beneficiarían de los intercambios y el aprendizaje mutuo, de las fuentes abiertas de información y de los ejemplos de buenas prácticas de otros países.

RECOMENDACIONES PARA EL FUTURO

La constatada necesidad de incluir la educación del espíritu empresarial en el currículo de las diversas titulaciones universitarias supone una profunda transformación en la conceptualización actual de las enseñanzas superiores. Tal ambicioso cometido sólo podrá ser logrado a través de la cooperación entre diversos agentes competentes para dar pie a dicha reestructuración, como parte de sus funciones al servicio del crecimiento económico y el bienestar social.

Ofrecemos a continuación una síntesis de recomendaciones de buenas prácticas de futuro para la introducción de la educación empresarial en los planes de estudios universitarios, a la luz de las principales directrices sugeridas por la política europea al respecto (Dirección General de la Empresa, 2004, 2006, 2008).

En primer lugar, cabe señalar una serie de medidas a través de las cuales las autoridades públicas podrían contribuir a la integración del espíritu empresarial en las enseñanzas universitarias en España:

- Mejora del compromiso político y la coordinación entre distintos poderes públicos en materia de educación, economía, empleo e investigación, de cara a promover la sistematización del proceso de enseñanza del espíritu emprendedor en los distintos niveles educativos y disciplinas académicas en la universidad.

- Desarrollo de una legislación específica de apoyo a las relaciones Universidad-Empresa, incluyéndose la flexibilización de los límites de

movilidad de los profesores entre la universidad y el mundo empresarial, así como la implicación del profesorado en la enseñanza del espíritu emprendedor.

- Desarrollo de un sistema de acreditación para la validación del aprendizaje no formal y las actividades prácticas que favorecen el desarrollo de la iniciativa emprendedora.

- Estimulación de la inversión para el desarrollo del espíritu empresarial en todos los niveles y disciplinas académicas.

- Establecimiento de un sistema de incentivos a la iniciativa emprendedora de universidades, profesores y alumnos.

- Desarrollo de indicadores para la recogida de datos cuantitativos que permitan un mejor examen a nivel nacional de la situación actual y su evolución futura.

A un nivel más concreto, los expertos coinciden en el potencial de las propias universidades públicas como instituciones autónomas de educación superior para adoptar ciertas medidas:

- Establecimiento de una estrategia y un plan de acción para la enseñanza y la investigación en materia de iniciativa emprendedora, incluidas las actividades basadas en la práctica, la creación de empresas y spin-off.

- Creación de departamentos específicos de iniciativa emprendedora que actúen como núcleos de difusión de la enseñanza del espíritu empresarial.

- Introducción de asignaturas, como mínimo optativas, que permitan el acercamiento de todos los estudiantes universitarios a la iniciativa empresarial y al autoempleo.

- Incremento de las oportunidades de asistencia a seminarios y conferencias sobre emprendizaje en todos los miembros de la comunidad universitaria.

- Establecimiento de sistemas de incentivación para motivar y recompensar al personal docente universitario que ayude a los estudiantes interesados en aprender y reconocer el valor académico de la investigación y las actividades en el ámbito empresarial.

- Desarrollo de normas institucionales claras en materia de propiedad intelectual.

- Concesión de créditos académicos por el trabajo práctico realizado en el marco de proyectos de empresa al margen de los cursos establecidos.

- Recopilación y difusión de buenas prácticas entre las universidades, con ejemplos de programas y medidas eficaces para la educación y fomento del espíritu empresarial.

Finalmente, es importante reconocer la importancia de otros muchos actores en el proceso de educación del espíritu empresarial desde la universidad:

- Las asociaciones empresariales podrían contribuir a que sus miembros se comprometieran más con el fomento de la iniciativa emprendedora en las instituciones de enseñanza superior.

- Se podrían ofrecer incentivos para ayudar a las PYMES a ofertar más prácticas o programas de formación continua en espíritu empresarial, como parte de la programación docente de las titulaciones universitarias.

- La Comisión Europea podría proporcionar apoyo a los programas de formación de profesores en el ámbito de la iniciativa emprendedora a escala europea, y respaldar la creación de redes y los programas transfronterizos de intercambio de educadores.

CONCLUSIONES

En pleno proceso de adaptación de las enseñanzas universitarias en España al EEES, es importante reconsiderar si las transformaciones emprendidas permitirán dar una respuesta apropiada a las responsabilidades sociales frecuentemente asignadas a la universidad pública. En un mercado laboral saturado y marcado por la precariedad y la imposición de altas exigencias de experiencia profesional, parece improbable que el tradicional rol de la universidad como formadora de profesionales por cuenta ajena pueda satisfacer las necesidades de los estudiantes en cuanto a acceso al mundo del trabajo asalariado. Y aunque así fuera, las nuevas características del trabajo en la empresa plantean retos importantes a las competencias frecuentemente entrenadas en contextos de enseñanza superior, más orientados hacia la cualificación técnica que al acercamiento de los alumnos a contextos de trabajo reales.

En este trabajo hemos planteado cómo las universidades públicas en España pueden mejorar la calidad de su labor formadora y su responsabilidad social mediante el entrenamiento del alumnado de todas las titulaciones en competencias empresariales útiles para el trabajo, tanto por cuenta propia como ajena. La adopción de una definición amplia del espíritu empresarial ha posibilitado la justificación de esta necesidad.

En la misma línea, se ha presentado una propuesta de modelo para la introducción de la educación de competencias empresariales en el propio currículo académico universitario. En concreto, se ha partido del análisis de los diferentes elementos constitutivos del currículo para sugerir posibles vías de incorporación del espíritu empresarial como objetivo educativo de los planes de estudios universitarios, bajo la premisa fundamental de que un abordaje adecuado de tal cometido debe tratar de dar respuesta a las cuestiones básicas de ¿qué, cómo y cuándo enseñar? y ¿qué, cómo y cuándo evaluar? Si bien pueden existir distintas respuestas a dichos interrogantes, en este trabajo se han tomado como punto de partida las directrices sugeridas por la política europea a tal respecto, por ser éste el entorno en el que se inscriben los sistemas públicos de educación y formación en España.

Igualmente, se ha analizado la situación actual de la educación del espíritu empresarial en las universidades públicas españolas, así como los factores que limitan la introducción de la misma como parte del currículo universitario formal. En suma, pese a que se están dando los primeros pasos, las universidades españolas están aún lejos de llegar a perfilar una estrategia coherente y multidisciplinar que permita la enseñanza reglada de competencias empresariales entre el alumnado universitario y el desarrollo de una cultura de dinamización empresarial que impregne el mundo académico en su conjunto.

Finalmente, en este trabajo se han sistematizado algunas recomendaciones futuras para la introducción de espíritu empresarial como competencia básica en la universidad a partir de la propia colaboración entre las instituciones públicas nacionales

y regionales y las universidades. Ciertamente, sólo la comunicación abierta y la coordinación entre ambos agentes podrá dar lugar a un cambio significativo en los próximos años.

REFERENCIAS

Comisión Europea (2000). *Carta Europea de la Pequeña Empresa*. Disponible en http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26002_en.htm. Consultado en Junio de 2009.

Dirección General de la Empresa (2002). *Informe Final del Grupo de Expertos. Proyecto del Procedimiento Best sobre Educación y Formación en el Espíritu Empresarial*. Bruselas: Comisión Europea.

Dirección General de la Empresa (2003). *Libro Verde sobre el Espíritu Empresarial en Europa*. Bruselas: Comisión Europea.

Dirección General de la Empresa (2004). *Informe Final del Grupo de Expertos. Educación y Formación en el Espíritu Empresarial*. Bruselas: Comisión Europea.

Dirección General de la Empresa (2008). *La Iniciativa Emprendedora en la Enseñanza Superior, especialmente en Estudios no Empresariales*. Bruselas: Comisión Europea.

Instituto de Empresa (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. 2008 Spain Executive Report*. Madrid: I. De la Vega, A. Corduras, C. Cruz., R. Justo & I. González.

Ministerio de Educación y Ciencia (2007). Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. *BOE num. 270*, 44037-44048.

Parlamento Europeo & Consejo (2006). Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de Diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L394/10-18.

Rodeiro, D., Fernández, S., Otero, L. & Rodríguez, A. (2008). Firm creation in universities: a resource based view. *Cuadernos de Gestión*, 8(2), 11-28.

Sáenz, O. (1994). *Didáctica General: Un Enfoque Curricular*. Alcoy (Alicante): Marfil.

Vázquez, J. L., Naghiu, A., Gutiérrez, P. & Placer, J. L. (2006). University and entrepreneurship: some results from the Spanish Legio experience 2002-06. *Buletinul USAMV-CN*, 63, 1-6.