



Estudios Gerenciales

ISSN: 0123-5923

estgerencial@icesi.edu.co

Universidad ICESI

Colombia

TOCA TORRES, CLAUDIA

CONSIDERACIONES PARA LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO: EXPLORANDO NUEVOS  
ÁMBITOS Y POSIBILIDADES

Estudios Gerenciales, vol. 26, núm. 117, octubre-diciembre, 2010, pp. 41-60

Universidad ICESI

Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21218551002>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# **CONSIDERACIONES PARA LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO: EXPLORANDO NUEVOS ÁMBITOS Y POSIBILIDADES<sup>1</sup>**

**CLAUDIA TOCA TORRES\***

Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México.

Profesora Asociada de Carrera, Universidad del Rosario, Colombia.

Grupo de Investigación "Perdurabilidad Empresarial", afiliado a la Universidad del Rosario, clasificación A1 de Colciencias.

[claudia.toca@urosario.edu.co](mailto:claudia.toca@urosario.edu.co)

Fecha de recepción: 16-07-2009

Fecha de corrección: 23-07-2010

Fecha de aceptación: 11-10-2010

## **RESUMEN**

Durante mucho tiempo el emprendimiento (*entrepreneurship*) ha estado superditado a la esfera empresarial mientras su desarrollo en otros ámbitos, como el público y el social, es notablemente incipiente, a pesar de los esfuerzos que se realizan en instituciones educativas de todo nivel, centros de desarrollo y agencias gubernamentales. Este documento propone una reflexión sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo eficiente y competitivo de las sociedades, tomando como punto de partida los diferentes conceptos que se han adoptado, a fin de resaltar su carácter transdisciplinario. Posteriormente, revisa algunas experiencias para explorar nuevas posibilidades de aplicación, por último, clama por una apertura a nuevas dimensiones de la vida en sociedad.

## **PALABRAS CLAVE**

Emprendimiento, emprendedor, formación emprendedora.

**Clasificación JEL:** M100

<sup>1</sup> Este artículo es producto de la propuesta investigativa "Aproximación para la creación del centro de emprendimiento para la Universidad del Rosario" y fue posible gracias al apoyo financiero de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario.

\* Dirigir correspondencia a: Calle 14 N° 4-80, Bogotá, Colombia.

**ABSTRACT**

*Considerations to the entrepreneurship formation: exploring new domains and possibilities*

Entrepreneurship has long been exclusively associated with the business sphere, but despite efforts on the part of educational institutions, development centers, and government agencies, it has had a remarkably poor development on other dimensions such as on the public and social spheres. This article proposes a reflection regarding the importance of entrepreneurship for an efficient and competitive corporate development based on different concepts adopted during past decades for the purpose of stressing its transdisciplinary nature. Then it goes on with a review of experiences to explore new possibilities for its application. Lastly, it raises awareness for people to have an open mindset to new dimensions of life in a society.

**KEYWORDS**

Entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial training.

**RESUMO**

*Considerações para a formação em empreendedorismo: explorando novas áreas e possibilidades*

Durante muito tempo o empreendedorismo (*entrepreneurship*) esteve subordinado a esfera empresarial enquanto que seu desenvolvimento em outras áreas, como a pública e a social, é bastante incipiente, apesar dos esforços que são realizados em instituições educativas de todos os níveis, centros de desenvolvimento e agências governamentais. Este documento propõe uma reflexão sobre a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento eficiente e competitivo das sociedades, tomando como ponto de partida os diferentes conceitos que foram adotados, a fim de realçar seu caráter transdisciplinar. Posteriormente, revê algumas experiências para explorar novas possibilidades de aplicação e por último, solicita uma abertura para novas dimensões da vida em sociedade.

**PALAVRAS CHAVE**

Empreendedorismo, empresário, formação empresarial.

## INTRODUCCIÓN

La reiterada limitación del emprendimiento al ámbito de los negocios y la enseñanza del mismo en escuelas de negocios y facultades de administración de empresas, han negado muchas posibilidades para su aplicación y adopción en ámbitos diferentes como el público y el social. En la actualidad los emprendimientos son de distinta índole: colectivos, vecinales, públicos y sociales, por lo que no existe justificación para excluir a organizaciones e individuos de las bondades que ofrece como característica y como condición. Sin ánimo de desconocer los grandes desarrollos académicos e investigativos en materia de creación de empresas y de puesta en marcha de ideas de negocios, es evidente la necesidad de explorar el emprendimiento evitando su reducción a conceptos como empresa, empresarismo o empresario. Es más, el reconocimiento de estos últimos, se evidencia en este trabajo al rastrear los orígenes del concepto y de su enseñanza que, naturalmente, emergen en la esfera de lo privado y de los negocios. No debe entonces resultar extraño la permanente invocación de Schumpeter y sus trabajos pues es a este autor al que se le reconocen los mayores desarrollos en la materia.

Todo parece indicar que el emprendimiento resulta ser una de las fórmulas adoptadas para enfrentar las épocas de crisis, de cambio y de incertidumbre a las que se someten las distintas sociedades. Sin temor a la equivocación, en la actualidad todos los sectores de la sociedad y de la economía se convierten en semilleros del emprendimiento. Las instituciones de educación básica y media despiertan la conciencia emprendedora; las de

educación superior ofrecen carreras y asignaturas sobre emprendimiento; los centros de desarrollo participan en la transferencia tecnológica; las empresas fomentan internamente el intra-emprendimiento y la innovación; y los gobiernos implementan políticas para apoyar e incentivar la actividad emprendedora (Yusuf, 2005). Se camina franca y decididamente hacia una gestión integral y transdisciplinar del emprendimiento.

Y es que su importancia no puede considerarse como un asunto menor. La contribución del emprendimiento al desarrollo económico se da vía la innovación y la convergencia en el mercado, llevando así a la eficiencia económica. Constituyendo, la creación de productos y de procesos de producción una parte esencial de la competitividad de un país (Porter, 1992; citado en De Barros y Miranda, 2008). El sistema capitalista ofrece a los emprendedores (de países desarrollados) el capital financiero necesario (pero insuficiente para las economías subdesarrolladas) para implementar nuevas combinaciones de medios de producción, así como el capital humano y social (Schumpeter, s.f. y Drucker s.f.; citados en Kwiatkowski, 2004). Los emprendedores han sido reconocidos como catalizadores del crecimiento económico de dichos sistemas, como agentes que buscan nuevos productos y mercados y establecen novedosas unidades productivas, generan empleo e implementan innovaciones para incrementar la productividad (Audretsch y Thurik, 2001; citado en Parker, 2005).

Para las economías emergentes la cuestión es aún de mayor importancia, pues precisamente el creciente in-

terés en el tema del emprendimiento en los países en desarrollo se refleja en sus políticas de gobierno. Por un lado, las políticas de emprendimiento buscan crear un ambiente y sistema de apoyo para promover el surgimiento de nuevos empresarios y el inicio de nuevas empresas (Lundström y Stevenson, 2005; citado en Cooney y Kidney, 2008). Por otro, las políticas de innovación pretenden asegurar la generación de nuevo conocimiento y la inversión en un tipo de conocimiento más efectivo y la renovación en el sector privado (OECD, 2002; citado en Cooney y Kidney, 2008). Estudios recientes (Kreft y Sobel, 2005; Minniti, 2006) muestran que la institucionalidad formal es un determinante del emprendimiento. Ambientes con impuestos bajos, regulaciones moderadas y derechos de propiedad seguros fomentan el crecimiento de la actividad emprendedora. Las instituciones reducen así los costos de acción, facilitan la coordinación del conocimiento disperso; y definen el conjunto de oportunidades disponibles para los emprendedores. Autores como Urbano y Veciana (2001) han llegado incluso a agrupar los condicionantes institucionales para la creación de empresa en: medidas gubernamentales generales (normas y legislación) y específicas (incentivos fiscales y trámites administrativos); programas de asistencia (asesoría, formación, etc.) a nuevos empresarios en proceso de creación de empresa; y apoyo económico (créditos, capital semilla) para el lanzamiento de la nueva empresa.

En 1999 el Programa de Investigación Global Entrepreneurship Monitor (GEM) inició operaciones en diez países a partir de un proyecto

de asociación entre la London Business School y el Babson College (tomado de [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)). Precisamente, sus estudios y datos constituyen, en la actualidad, un recurso invaluable para comprender la evolución mundial del emprendimiento (incluidos países en desarrollo) y sus determinantes (Larroulet y Couyoumdjian, 2009). El GEM se ha consolidado anualmente como la iniciativa de mayor alcance en el estudio del emprendimiento global. Es de resaltar que sus estudios se concentran en la incidencia de la actividad empresarial en el crecimiento económico nacional –resultado de relacionar actividades de las principales empresas con la creación de nuevas empresas– (Acs *et al.*, 2004; citado en Bruneau y Machado, 2006). Para América Latina el proyecto considera también los negocios informales. A pesar del GEM, no existe un acuerdo internacional sobre cómo medir el nivel de emprendimiento que toma lugar en un país. Davis (2006) identifica algunos indicadores usados para expresar la actividad emprendedora: número de empresas existentes, longevidad de las mismas, número de empleos independientes generados y número de pequeñas y medianas empresas. Se ratifica entonces que el emprendimiento es un asunto importante para los países, especialmente para aquellos en vía de desarrollo.

A pesar de este reconocimiento, todavía no se ha dicho la última palabra en torno a este campo disciplinar, demandándose mayor precisión en su definición, comprensión de sus posibilidades o formas de difusión y consolidación como área de conocimiento, y reafirmarlo como asunto prioritario para la formulación e implementa-

ción de políticas públicas y de programas de bienestar social. Sobre la base de una revisión de la bibliografía especializada de algunas experiencias en el campo de la formación de emprendedores y de estudios sobre la medición del emprendimiento, este documento pretende, en su primera parte, aportar en la dilucidación del concepto y, en la segunda, considerar el carácter transversal y transdisciplinario que viene adoptando como campo del conocimiento. El tercer apartado aborda las cualidades propias del individuo emprendedor y su entorno, para finalmente reflexionar acerca de opciones disponibles para la formación de nuevos emprendedores. Este artículo pretende, igualmente, aportar a las ciencias económicas y administrativas para el desarrollo de cualidades gerenciales, con una visión más integral y compleja, integrándola a otras disciplinas e incorporándola a nuevas dimensiones de la vida del individuo, más allá del mundo de las empresas y los negocios. En el quinto apartado se incluyen las conclusiones.

## I. SIGNIFICADO DEL EMPRENDIMIENTO

El término *entrepreneurship* se origina del francés *entreprendre* y del alemán *unternehmen*, que significan emprender (Veeraraghavan, 2009). Se trata de un concepto que al parecer emerge en 1700, desde cuando se hacen intentos por definirlo como término. En la literatura hispana, el término es referido como emprendimiento, empresarismo, emprendurismo y emprendedurismo. Originalmente entrepreneurship ha sido asimilado a capacidad empresarial, sin embargo, se considera un

término más amplio y por demás inacabado. Para Bögenhold (2003), su “vaguedad semántica se hace más obvia cuanto más se invoca” (p. 162), sin embargo, es comúnmente relacionado con empleo independiente y con creación de nuevas empresas. Es la falta de consenso sobre su definición la que ha dificultado su medición y la identificación de los indicadores más confiables y prácticos (Bögenhold, 2003). Dado que la traducción de mayor aceptación y en consecuencia de mayor estudio, ha sido la de emprendimiento, el presente escrito igualmente la adoptará.

Como concepto, el emprendimiento ha sido vinculado con riqueza, empresa, cambio, empleo, valor, crecimiento, pero posiblemente, la perspectiva más asociada ha sido la de innovación. Ésta se relaciona con el establecimiento de una nueva función de producción que bien puede ser la introducción de un producto novedoso o de un método diferente de producción, la apertura de mercados inexplorados, el contacto con nuevas fuentes para el suministro de materiales o la apertura de una organización en cualquier industria (Schumpeter, 1936; citado en McDaniel, 2000). En su trabajo sobre emprendimiento, Schumpeter hizo la distinción entre invención e innovación. Una invención será innovadora sólo cuando ofrezca un uso productivo, cuando sea aplicada a un proceso industrial y cuando de su aplicación derive una nueva función productiva. En esta dirección, Shinn (2002), argumenta que el espíritu emprendedor no es propio de inventores o genios, sino de individuos que desean iniciar su propio proyecto o vivir en un ambiente de independencia laboral.

Se trata de una forma de desarrollo de pensamiento en escenarios con altas dosis de imprecisión y de ambigüedad.

Siguiendo la visión de Schumpeter, se reconoce el emprendimiento como una combinación de recursos o más exactamente de servicios que pueden ser derivados de dichos recursos (Penrose, 1959, 1995; citado en Stryjan, 2006). Identificar las posibilidades de derivación y de recombinación en nuevas configuraciones constituye la función central del emprendedor. Innovar significa establecer nuevas formas de producción, combinar factores de una forma novedosa o realizar nuevas combinaciones (Schumpeter, 1939; citado en Roberts, 1992).

En el capitalismo, aquellos procesos económicos que destruyen industrias y empleos, pero que a su vez crean nuevas actividades en la economía, se reconocen como destrucción creativa o creación destructiva. Al respecto, el mismo Schumpeter, argumenta que para entender el:

Proceso de destrucción creativa se debe tener en cuenta que las nuevas invenciones tecnológicas, no sólo, avanzarán en la dirección de la pérdida de empleos sino que también generarán nuevos requerimientos, tareas y necesidades de información que ofrecen posibilidades de sustitución. (Bögenhold, 2003, p. 180)

El emprendimiento se define como el modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talante gerencial, riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una existente (El Libro Verde de la Comisión Europea, 2003; citado en Mcelwee, 2006).

La vinculación del emprendimiento a la empresa resulta inevitable, por lo que se presenta como cualquier intento por crear nuevas empresas, reorganizar las existentes o expandirlas (IAE, 2001; citado en Bruneau y Machado, 2006). En 1976 y en 1983, ya se había concebido como el proceso de iniciar un negocio, formular un plan estratégico, organizar e invertir recursos asumiendo los riesgos y las recompensas derivados de la actividad (McCleary, Rivers y Schneller, 2006). Aunque el término ha sido sinónimo de creación de negocios agresivos e innovadores, bien podría ser reconocido como proceso de creación de valor, participando para ello en cualquier etapa (establecimiento, operación o inversión). Para Rogoff (2007) esta consideración incluye igualmente la imitación de negocios, sin importar las horas invertidas en ellos, el porcentaje de propiedad o la estructura legal y sin asumir el tamaño de las ambiciones.

Estudios particulares (Cuckovic y Bartlett, 2007) limitan el significado a la actividad de asumir riesgos en asuntos económicos, concretamente, a la propensión de iniciar una nueva empresa y a las actividades de propietarios y gerentes de pequeñas y medianas empresas tendientes a hacerlas crecer.

La mejor definición y quizá la más controvertida, es la que describe el emprendimiento como la búsqueda de oportunidades sin importar si se tiene control sobre los recursos actuales (Stevenson *et al.*, 1989; citado en Kwiatkowski, 2004). Sobre estas mismas bases, es presentado como "la creación y construcción de algo de valor a partir de prácticamente

nada. [...] el proceso de identificar una oportunidad y aprovecharla sin tener en cuenta los recursos actualmente controlados” (Timmons, 1994; citado en Kwiatkowski, 2004, p. 208). Muchos son entonces los autores (Stevenson, Timmons y Drucker) que reconocen el papel decisivo de la identificación de oportunidades y sostienen que constituyen el núcleo del emprendimiento (Kwiatkowski, 2004). Bent-Goodley (2002) concluye que el pensamiento emprendedor equivale a la visualización de oportunidades innovadoras y a la creación de opciones. Integralmente, emprender implica vincular oportunidades con recursos disponibles e identificar claramente aquellas fuentes de las que se podrían obtener los recursos demandados.

Autores como Bratnicki (2005) destacan que el asunto no se limita a oportunidades, sino que se extiende al plano de las acciones, es decir, conductas que buscan cambiar la forma como vive o trabaja la gente, movilizar recursos y desplegar iniciativas. Se visualiza entonces como una red de relaciones, interacciones, equifinalidades e influencias de multicausalidad entre gente, oportunidades y acciones.

Se aprecia, entonces, que el emprendimiento es muchas cosas a la vez: es proceso, es actividad, es conducta y habilidad. Es un proceso que permite descubrir una manifestación o revelación de ineeficacias temporales y espaciales de una economía. Es una actividad que contempla el descubrimiento, la valoración y la exploración de oportunidades para introducir nuevos bienes y servicios, y modos de organizar mercados, procesos y

materias primas mediante esfuerzos que no existían antes (Kirzner, 1997 y Venkataram, 1997; citados en Bruneau y Machado, 2006). Es una conducta más que un rasgo de personalidad por lo que los emprendedores ven el cambio como la norma y algo sano, siempre buscan el cambio, responden a él y lo explotan como una oportunidad (Drucker, 1985; citado en Kwiatkowski, 2004). Para Kwiatkowski, es habilidad para percibir oportunidades y garantizar los recursos necesarios para aprovecharlas, se acentúa el hecho que como habilidad no se encuentra distribuida equitativamente entre los individuos, reconociendo al tiempo que puede ser aprendida y enseñada.

Bratnicki (2005) presenta el emprendimiento como una progresión que incluye secuencias de oportunidades (eventos) y conductas (actividades) en el tiempo; trata principalmente con aquellos aspectos que pueden ser modelados por iniciativas gerenciales. Para finalizar el apartado es de destacar que la adopción de una determinada definición de emprendimiento dependerá de los intereses de la escuela, centro o facultad que decida enseñarlo e investigarlo.

## **2. MULTIDISCIPLINARIEDAD DEL EMPRENDIMIENTO Y SU APLICABILIDAD**

Morris (1998) reconoce el emprendimiento no como disciplina formal sino como actividad transdisciplinaria, carente de una teoría universal y soportada mayoritariamente en teorías prestadas de la economía, la ingeniería, la historia económica y empresarial, la sociología, la administración y, recientemente, de la psicología. Constituye un tema en boga,

por lo que los gobiernos intentan promoverlo, los individuos aspiran practicarlo, las organizaciones buscan desesperadamente recapturarlo y la academia aspira estudiarlo. Otros autores lo identifican como campo específico de conocimiento con conceptos y metodologías aún en fase de consolidación y formación (Henry, Hill y Leith, 2005; citado en Henrique y Da Cunha, 2008).

Para Shane (2000) tres son las escuelas de pensamiento desde las que se realiza investigación en emprendimiento: 1) teorías del equilibrio neoclásico, en las que atributos personales definen perfiles de emprendedores, 2) teorías psicológicas, que reconocen el emprendimiento como un proceso que depende de la habilidad y la voluntad del individuo para promover acciones, 3) teorías austriacas, cuyo supuesto es que los individuos poseen diferente información que conduce a que visualicen distintos valores en un bien o servicio dado. Thornton (1999), por su parte, identifica como opciones para el estudio del emprendimiento: abordar cualquier aspecto contextual, siendo la generación de nuevas empresas y el desarrollo de mercados los más estudiados; y examinarlo a partir de características individuales de los emprendedores.

Si bien, como lo advierten algunos autores (Schneider, Teske y Mintrom, 1995), los resultados no revelan acuerdo sobre asuntos elementales como definición del concepto y enfoques adecuados para el estudio de la actividad emprendedora, ámbitos diferentes al comercial han encontrado en el emprendimiento grandes posibilidades. El emprendimiento

fue limitado al contexto empresarial, posiblemente porque el concepto se inspiró en la teoría económica. En dicho contexto, el desempeño de una función empresarial genera cambio económico y cualquier acción que aumente el potencial de cambio, será por definición un acto emprendedor (Knight, 1921 y Schumpeter, 1934; citado en Barzelay, 2001). Ésta puede ser la razón, según Morris (1998), por la que se ha desconocido la presencia del emprendimiento en organizaciones no lucrativas, en movimientos políticos e incluso en agencias del gobierno

Christopoulos (2006) descubre que el término es usado cuando se intenta explicar la presencia de la novedad en la vida pública, en las políticas públicas o en la actividad política. Es normal, por tanto, identificar agentes públicos, políticos y sociales como emprendedores. Aunque cada esfera de aplicación tiene su propia concepción del emprendimiento, es el sector público el que mayores estudios y aportes ha realizado sobre el tema.

La reinvención en el sector público ha sido objeto de intensas discusiones entre politólogos y administradores. Algunos (Mack, Green y Vedlitz, 2008), han acogido el emprendimiento como forma adecuada para introducir reformas en las burocracias públicas y mejorar la operación del gobierno. Los economistas que se desempeñan en el campo de la elección pública han explorado la conducta emprendedora en el sector público con algún grado de profundidad. Montanye (2006) presenta al emprendedor público como una persona que descubre un arreglo público que altera el modelo existente

de asignación de recursos públicos escasos. Rechaza la preservación de normas del sistema normal e intenta ampliar las metas, mandatos, funciones y poder de sus organizaciones en formas sin precedentes o imprevistas en sus habilidades existentes.

Por su parte, Mackenzie (2004) describe al emprendedor político como arquitecto del consenso y como generador e intermediario en asuntos colectivos; algunos lo enmarcan como alguien atento a ventanas abiertas de la política. Son catalizadores y agentes de cambio, personas innovadoras y de ideas que persiguen sus objetivos a través del diseño emprendedor. Están, además, habilitados en el arte de la argumentación, la persuasión y la negociación, por lo regular, tienen un amplio espectro de contactos personales y redes de colegas.

Bent-Goodley (2002) define el emprendimiento social como un proceso de creación de organizaciones, guiado por la ética social y basado en la integración de servicio social y habilidades en relaciones públicas. Se trata de una categoría que orienta el reconocimiento y aprovechamiento de oportunidades para crear nuevas intervenciones que respondan a las necesidades sociales de un grupo de individuos. Alvord, Brown y Letts (2002) encuentran que algunos ven el emprendimiento social como renovación para generar impacto social, perspectiva centrada en ideas y arreglos sociales con consecuencias sobre las problemáticas sociales. Para otros, es una forma de catalizar la transformación social más allá de las soluciones a los problemas sociales. Complementariamente, Stryjan (2006) argumenta que gira en torno

a la prestación de servicios sociales y supone la obtención y manejo de recursos socialmente etiquetados, concibiendo formas para derivar servicios de ellos y garantizando una consecución sostenible en el tiempo. La actividad esencial de los emprendedores sociales se centra en movilizar contribuciones y en alinear a los contribuyentes con sociedades viables. Para terminar, Handy, Randa y Kassam (2007) encuentran que los emprendedores sociales presentan características como voluntad a asumir riesgos, autodirección, liderazgo, innovación y conciencia del otro.

### **3. EL INDIVIDUO EMPRENDEDOR**

Dado que las posibilidades de aplicación del concepto de emprendimiento dependen de la denominación y de las definiciones de los conceptos desarrollados, traducir de entrada entrepreneur a empresario puede generar ciertos rechazos en ámbitos como el político, el público o el social. Constituye entonces ésta la principal razón por la que se abordará y referirá el término emprendedor, al fin y al cabo sus características y atributos pueden concentrarse en una persona que se desempeña en cualquiera de los ámbitos: privado, público o social.

El vocablo *emprendedor* tiene origen francés y refiere a quien asume riesgos (Hisrich, 1986; citado en Bruneau y Machado, 2006), quien persigue algún beneficio y trabaja individual o colectivamente, innova, identifica y crea oportunidades de negocio, establece y coordina nuevas combinaciones de recursos (funciones de producción) para extraer los mejores beneficios de sus creaciones en un medio incierto (Mori *et al.*, 1998; ci-

tados en Bruneau y Machado, 2006). El emprendedor es un individuo único que ejerce la libertad mental para concebir nuevas formas de hacer las cosas; lo suficientemente valiente como para seguir su visión, así ello implique enfrentar posibilidades de fracaso. Esta visión schumpeteriana ha sido considerada por muchos como algo romántica y hasta un mito heroico (Whelan y Gorman, s.f.).

Alguien comprometido con el intercambio para la obtención de ganancias, que ejercita el juicio en los negocios de cara a la incertidumbre, será considerado un emprendedor (Cantillon, 1755; citado en McMullen y Shepherd, 2006). De igual modo lo es aquel individuo especializado en tomar decisiones críticas sobre la coordinación de recursos escasos (Casson, 1982; citado en McMullen y Shepherd, 2006). Así mismo, una persona especializada en asumir la responsabilidad por decisiones críticas que afectarán la ubicación, la forma y el uso de bienes, recursos o instituciones (Herbert y Link, 1988; citado en McMullen y Shepherd, 2006). Estas definiciones han sido consideradas como las más evocadas y sugieren que el emprendedor es un individuo que hace ejercicio del juicio, componente que se relaciona con evaluación, estimación e inferencia de los eventos que ocurrirán y de las reacciones del decisor. El proceso decisorio implica la elección de un curso de acción y la incertidumbre refiere los juicios del decisor sobre la propensión de ocurrencia de cada uno de los eventos determinantes (Hastie, 2001; citado en McMullen y Shepherd, 2006).

Aunque el compromiso con la obtención de ganancias y la sensatez en

los mercados constituyen actuaciones exclusivas del emprendedor del sector privado, son rescatables otros atributos para políticos, funcionarios y servidores públicos y para voluntarios de organizaciones sociales, como son la especialización y la responsabilidad en la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre en torno a los recursos y bienes de la organización (por demás escasos en los sectores público y social).

Por otra parte, es presentado como cualquier miembro de la economía cuyas actividades, de alguna manera, son originales, exigiendo el uso de imaginación, audacia, ingenuidad, liderazgo, persistencia y determinación en la búsqueda de riqueza, poder y posición, aunque no necesariamente en ese orden de prioridad (Baumol, 1993; citado en Montanye, 2006). El emprendedor ha sido, incluso, modelado sobre las bases de diversas caracterizaciones históricas, concluyendo que sus principales características (innovador, tomador de riesgos y asignador de recursos) son facetas complementarias e inseparables del emprendimiento (Kaiser, 1990; citado en Kreft y Sobel, 2005).

El emprendedor ve la totalidad del bosque así como cada uno de los árboles, ve la escena total, además de sus partes y establece cómo las partes se afectan entre sí; ubica entorno, gente, eventos, información y tecnología en una perspectiva comprensible. Es capaz de entender la institucionalidad de un sistema (políticas, procedimientos y reglas) y de trabajar en distintos frentes simultáneamente (Mitton, 1989; citado en Wincent y Örtqvist, 2006). Es un individuo con una propensión a aprovechar oportunidades

y consolidarlas, de suerte que ciertos atributos clave lo caracterizan como agente que incide en una situación para su ventaja en medio del cambio, del caos o de la confusión (Schumpeter, 1976 y Stevenson, 1983; citados en McCleary *et al.*, 2006).

Contrario a lo que se ha pensado, los emprendedores no son propensos al riesgo, más bien se caracterizan por ser tolerantes a la ambigüedad y por estar dispuestos a actuar en ausencia de recursos como información y capital (Bhidé, 2000; citado en Bratnicki, 2005). Se trata de individuos que comparten una propensión similar a perseguir agresivamente oportunidades, sin considerar la limitación de los recursos (Tan, 2002; citado en Bratnicki, 2005). Montanye (2006) destaca que la creación y la captación de renta económica en sus diversas formas: pecuniaria y no pecuniaria, tangible e intangible; son los objetivos únicos del individuo emprendedor, no sólo en el frente de los negocios, sino en todos los aspectos de la vida.

Una visión general define al emprendedor como aquella persona que organiza y pone en práctica una nueva idea o proyecto con una finalidad determinada, sea lucrativa o no, pero igualmente, aquella que toma ventaja de las oportunidades. Recauda y asigna recursos, financiera, creativa, gerencial y tecnológicamente, y se caracteriza por generar soluciones creativas e innovadoras frente a problemas o situaciones difíciles (Encyclopedia of Small Business, 2002).

Retomando la definición de emprendimiento, éste requiere no sólo decidir sino decidir para actuar. Con este referente, McMullen y Shepherd (2006) consideran que los emprendedores

responden y generan cambio a través de sus acciones emprendedoras, es decir, conductas en respuesta a una decisión crítica en condiciones de incertidumbre.

Los individuos se involucran en el emprendimiento movidos por tres razones fundamentales: por deseo, por necesidad o por oportunidad. Según Rogoff (2007), el deseo motiva a los individuos con intereses y sueños a perseguir formas de vida diferentes como ser su propio jefe. La necesidad incita a aquellos individuos incapaces de obtener un empleo tradicional por condiciones económicas –desempleados–, por discriminación –inmigrantes– o por falta de recursos –educación, crédito o redes. Para Bruneau y Machado (2006), son las oportunidades las que llevan a las personas con visión a identificarlas, explotarlas y aprovecharlas. Esto ha permitido observar que las tasas de emprendimiento por necesidad en países latinoamericanos son mayores que las tasas de emprendimiento por oportunidad, cuando se comparan con las de países con mayor desarrollo económico.

La atracción hacia el autoempleo y el inicio de un nuevo negocio emerge de la constante incertidumbre económica, de los recortes gubernamentales y corporativos y de la reducción de bolsas de empleo en las universidades (Moore, 2002; citado en Levenburg, Lane y Schwarz, 2006). Para Karp (2006), el emprendimiento ocurre cuando los individuos actúan de acuerdo con su propia percepción de realidad y la de otros y sobre las bases de sentimientos e intuición; cuando se comprometen con la construcción de un futuro en el que creen a partir

de sus sueños e identidad. Se refiere a la construcción social de realidades internas que maximizan el potencial para la creación de valor. Dadas las anteriores consideraciones, ser propietario o administrador de un negocio, no figura en ningún momento, como característica o función del emprendedor. En tanto que intentar nuevas formas de hacer negocios sí es considerada una acción emprendedora (McDaniel, 2000).

En el sector salud han sido realizadas investigaciones a fin de identificar y categorizar factores que contribuyen al emprendimiento de los individuos. Son ellos los inducidos, los posibles y los reforzadores (Green, 1980; citado en McCleary *et al.*, 2006). Los inducidos incluyen características que relacionan la motivación de un individuo o grupo para actuar.<sup>2</sup> Los posibles, a su vez, enmarcan las habilidades requeridas y recursos necesarios para revelar una conducta dada como credibilidad, compromiso, autoeficacia, y membresía a redes. Los factores reforzadores agrupan asuntos que confirman o soportan acciones emprendidas; el reforzamiento dependerá de aspectos como autonomía, flexibilidad, ganancia, propósito social y satisfacción de grupos de interés.

Algunas investigaciones (Djankov, Qian, Roland y Zhuravskaya, 2008) han estudiado la naturaleza del individuo y su crianza (entorno sociofamiliar) como determinantes del emprendimiento, destacando las características individuales como

dominantes. Un estudio comprobó la hipótesis que cuanto mayores competencias para interactuar con otros (habilidad personal social) mayor éxito de los emprendedores (Baron y Markman, 1999; citado en Baron, 2000).

#### **4. ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO**

Binks, Starkey y Mahon (2006) consideran que la enseñanza del emprendimiento exige un compromiso multisectorial, en virtud a la demanda de las partes potenciales involucradas, sin importar que se trate de empresas, instituciones financieras o industriales, agencias de desarrollo económico nacional o regional o universidades. Partiendo de la idea planteada por Löbler (2006), en ambientes diversos, cambiantes e inciertos, los individuos deben formarse en emprendimiento, deben aprender a tomar buenas decisiones, a conducir iniciativas o proyectos. Deben aprender a generar sus propias respuestas frente a los acontecimientos del entorno y dejar de buscarlas en experiencias pasadas, tienen que aprender más sobre el saber que sobre el hacer. Binks *et al.* destacan que la perspectiva de Schumpeter demanda la formación holista de los individuos en pensamiento colateral (pensar fuera de la caja o con saltos creativos de la imaginación). La educación en emprendimiento, por tanto, podría definirse en función de las habilidades a desarrollar en conjugación con una explicación de su relevancia contextual.

<sup>2</sup> Se reconocen como factores inducidos: conocimiento, educación, experiencia, actitudes, valores, cultura, edad, género, entorno, percepciones, orientación al control, estilo cognitivo, motivación al logro, propensión al riesgo, preferencia por la innovación y orientación a las metas.

Debido a que las carreras especializadas en disciplinas tradicionales de negocios como administración, marketing, contaduría y finanzas, no obedecían adecuadamente a los propósitos emprendedores de los estudiantes, emergieron carreras en emprendimiento, para estimular las ambiciones emprendedoras de los individuos. Educar en negocios es diferente a educar en emprendimiento, por lo que las consideraciones pedagógicas son diferentes. Para Levenburg *et al.* (2006), iniciar exitosamente un negocio requiere el dominio y la combinación de habilidades que son diferentes a aquellas requeridas para gerenciar un negocio establecido. Löbler (2006) encontró que educar en emprendimiento implicaba recurrir a procesos de aprendizaje diferentes ya que el estudiante es productor activo de su propio conocimiento y el profesor se limita a orientar a los estudiantes y a fomentar la discusión entre ellos. Los contenidos del programa, por tanto, obedecen a las demandas del estudiante originadas en la práctica real del proceso.

De acuerdo con la literatura (Henrique y Da Cunha, 2008), los programas que pretendan la enseñanza del emprendimiento, deben incluir en sus asignaturas habilidades de comunicación (persuasión), de creación, de reconocimiento de oportunidades emprendedoras, de liderazgo, de negociación, de toma de decisiones, de solución de problemas, de vinculación con redes, de administración del tiempo; así mismo competencias gerenciales (planeación, comercialización, contabilidad, estrategia, marketing, gestión humana) y pensamiento crítico.

Investigaciones norteamericanas (Edelman, Manolova y Brush, 2008) han examinado la relevancia de la educación en emprendimiento (explorando para ello, los contenidos de las asignaturas) para el desempeño real. Los hallazgos muestran que lo abordado por los textos tradicionales de emprendimiento y por consiguiente en las asignaturas, difiere de la realidad inicial enfrentada por los emprendedores nacientes. Los resultados indican que los emprendedores nacientes no se centran en el plan de negocio como lo hacen los textos y las propias asignaturas.

El inicio de la enseñanza del emprendimiento tuvo origen en los Estados Unidos con Miles Mace, orientando el primer curso de emprendimiento en febrero de 1947 en la Escuela de Administración de Harvard. El propósito de dicho curso era capacitar ex combatientes de la Segunda Guerra Mundial para el mercado de trabajo, principalmente, en lo concerniente a generación de autoempleo (Katz, 2003; citado en Henrique y Da Cunha, 2008). Durante las décadas del cincuenta y sesenta, el número de corporaciones mostró una declinación, seguido de una disminución de las facultades y universidades que incluían el emprendimiento en sus programas. En 1970, dieciséis universidades y escuelas de negocios comenzaron a aumentar sus cursos orientados hacia la enseñanza del emprendimiento, pero es en la década de los ochenta, cuando toma lugar una expansión definitiva, como producto de las críticas sobre los vacíos en la formación en gestión y del aumento de revistas especializadas en el tema (Vesper y Gartner, 1997 y Sexton y Bownan, 1984; citado en Henrique y Da Cunha, 2008).

Además de los roles tradicionales, las universidades empiezan a jugar algunos papeles propios de otras esferas institucionales, como la industrial y la gubernamental. Su propósito: ayudar a poner el conocimiento en práctica, establecen para ello mecanismos para transferir conocimiento y tecnología para transformar así las regiones (Etzkowitz y Mello, 2004; citado en Almeida, 2008). Fueron identificados cerca de 2.200 cursos ofrecidos en 1.600 escuelas y universidades norteamericanas, más de 200 escuelas y universidades con pregrados y orientaciones en emprendimiento, y al menos veinte escuelas de negocios que exigían a todos sus graduados tomar clases de emprendimiento (Katz, 2003; citado en Edelman *et al.*, 2008).

Un trabajo interesante que presenta una revisión de las distintas universidades que en la actualidad cuentan con sus propios centros de emprendimiento y que ofrecen cursos para el desarrollo de nuevos negocios, es el de Shinn (2002). Destaca que uno de los más reconocidos es Babson College en Babson Park, Massachusetts, escuela que se orienta hacia el emprendimiento desde 1993, ofreciéndolo en el nivel pregrado y máster. En el primer año del MBA, los estudiantes pasan por dos módulos: el de creatividad (creación, crecimiento, madurez y renovación de un negocio) y el de reconocimiento de oportunidades. En el segundo año, los estudiantes pueden elegir asignaturas de un conjunto de once electivas de emprendimiento, o si lo prefieren pueden tomar una integral cuyo contenido les permite iniciar su propio negocio. En el MBA de la escuela Carlson de la Universidad de Minnesota, el curso Desarrollo de

Nuevos Negocios (un año), convierte a los estudiantes en directores de nuevos negocios mediante el monitoreo de oportunidades de nuevas tecnologías. Para ello, evalúan veinte tecnologías en el transcurso del año, trabajando con docentes y mentores para orientar los estudios de mercado, los planes de negocio e identificar imperfecciones en términos de incumplimiento de patentes y violaciones a la regulación.

Por otro lado, el Programa de Estudios Empresariales en Clarkson University en Potsdam (NY), introduce a los estudiantes de pregrado en el mundo real de los negocios desde el primer año, convirtiéndolo en parte de un equipo que inicia y opera una compañía. Empiezan evaluando el mercado potencial para un producto o servicio, preparan un plan de negocios y persuaden a la Junta Directiva (profesionales de negocios locales y representantes de la escuela) sobre la financiación de las ideas. Esta junta evalúa los planes y es la Universidad la que proporciona el capital semilla. En el segundo año, los estudiantes participan en un corporativo simulado, el Venture@Moore House y ya en el último, se vinculan al Grupo Consultor de Clarkson. En la Universidad de Colorado en Boulder, los programas de emprendimiento están concentrados en el Centro Deming, un programa conjunto de la Leeds School of Business y el College of Engineering. Ofrece, por tanto, cursos a estudiantes de negocios y de ingeniería, además de experiencias de campamentos como pasantías y prácticas en la consultora del *MBA Entrepreneurial Solutions LLC*. Durante la pasantía los estudiantes deben desarrollar funciones que incluyen: desarrollo de un plan estratégico o de marketing,

investigación y análisis del mercado, modelación de aventuras de inversión, gerencia de inversión, desarrollo de nuevos productos e investigación y evaluación de nuevas oportunidades de negocio (Shinn, 2002).

El Programa de Innovación Tecnológica: Generating Economic Results, TI:GER, es una colaboración multidisciplinaria entre el Georgia Institute of Technology y Emory University en Estados Unidos, centrada en integrar ciencia, ingeniería, negocios y derecho para la comercialización de innovaciones en el mercado global. Este tipo de programas multidisciplinarios tiene el potencial de fomentar la adaptación, el pensamiento dinámico, la facilidad de expresión y la apertura a la tolerancia (Binks *et al.*, 2006).

Si bien los referentes norteamericanos de formación emprendedora resultan reveladores, no se pueden desconocer los realizados en Latinoamérica, razón por la que serán abordadas algunas experiencias. En el marco del Programa Emprendedores de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), los estudiantes de pregrado tienen la posibilidad de consolidar sus proyectos empresariales a través de materias como Creación de Empresas I y de Desarrollo de Habilidades Gerenciales; Estrategias para el Crecimiento y Desarrollo de Empresas; Creación de Empresas II; Desarrollo de Franquicias; y Plan para Negocios Internacionales y Simulación de Negocios (Optativas de Profesionalización Sub-área Emprendedores). En 2005, el Programa Emprendedores obtuvo la certificación de Incubadora de Empresas Tradicionales, por lo

que a partir de entonces brinda a todos los micro y pequeños empresarios, servicios como información y asesoría en planes de negocios, asesoría para el registro de empresas, orientación para obtención de financiamiento, asesoría y conocimiento especializado en diseño industrial y en química y desarrollo de productos, entre otros.

Henrique y Da Cunha (2008) presentan las incubadoras en las universidades como metodologías para el apoyo de la enseñanza del emprendimiento. Se trata de infraestructuras y apoyos a los microempresarios para acelerar el potencial emprendedor de los estudiantes. Según Vidal (2006), ofrecen apoyo para la constitución legal de la empresa y para el inicio de operaciones, por lo general, cuentan con espacios dentro de su propio campus para la instalación de un grupo de empresas que comparten servicios básicos y administrativos. De manera particular, las incubadoras de base tecnológica, incluyen emprendimientos que fundamentan su actividad productiva en el desarrollo de productos o procesos, basados en la aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos y en la utilización de técnicas avanzadas y/o pioneras.

Siguiendo con las experiencias latinoamericanas, en el contexto colombiano, la Universidad de los Andes cuenta con el Centro de Iniciativa de Emprendimientos Sociales, responsable de formular proyectos de investigación y de impartir cátedras en los diferentes programas de pregrado, maestría y educación continuada. Destaca de este centro su participación en la Red de Conocimientos sobre Emprendimientos Sociales (SEKN) en la que se vincula con institucio-

nes como Harvard Business School y ESADE. Desde dicha red, se busca que las facultades de administración latinoamericanas consideren la educación sobre emprendimientos sociales como parte integral de su misión. El Programa Emprendedor de la Universidad del Norte es coordinado por la División de Ciencias Administrativas y se orienta hacia la estimulación del espíritu emprendedor para la creación de empresas y la generación de empleo en la región. Académicamente, el programa consta de tres cátedras que abordan frentes como la generación de ideas, el desarrollo del espíritu empresarial y la creación de empresas. Adicionalmente, la Universidad cuenta con un centro de emprendimiento que forma parte del programa Roundtables on Entrepreneurship Education (REE), coordinado por Stanford Technology Ventures Program, programa diseñado para estimular la comunicación y la colaboración entre facultades de negocios, ciencias e ingenierías dedicadas a la enseñanza del emprendimiento de alto nivel mundial.

El Programa de Emprendedores de la Universidad Javeriana de Cali, destaca por su proyecto Jóvenes con Empresa: una oportunidad para hacer tus sueños realidad; iniciativa de la Fundación Corona y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El objetivo general se centra en contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali, concretamente, busca desarrollar un modelo de creación de empresas sostenibles y competitivas para los jóvenes de estas ciudades. Igualmente, el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi, se ha consolidado

como una unidad académica con la misión de forjar una nueva cultura empresarial con carácter innovador y bajo la perspectiva de responsabilidad social, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial. Para el logro de sus fines, el CDEE trabaja seis áreas relacionadas con el espíritu empresarial: desarrollo del espíritu y de la cultura empresarial, creación de empresas, formación de líderes empresariales, educación empresarial, gestión de empresas familiares y gestión de pyme. En Icesi el espíritu empresarial es un tema que hace parte de la cultura institucional, por lo que las actividades del CDEE nutren y permean los procesos de docencia, investigación y extensión. El CDEE figura como el principal organizador del Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre Espíritu Empresarial, que persigue la creación de una comunidad académica y empresarial preocupada por temas propios del espíritu empresarial, la creación y el fortalecimiento de las empresas latinoamericanas y la educación empresarial.

Las cuatro universidades mencionadas conforman el consorcio que integra desde 2006 a Colombia al Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los centros de desarrollo empresarial de estas universidades tienen “como misión la coordinación, implementación y ejecución de todas las actividades investigativas anuales y la divulgación de los resultados de las investigaciones primarias y derivadas” (tomado de [www.gemcolombia.org](http://www.gemcolombia.org)). El GEM conforma una de las redes más grandes en investigación permitiéndole a la academia avanzar en el tema de emprendimiento.

## **5. CONCLUSIONES**

La sociedad enfrenta la era del emprendimiento, dominada no sólo por el aumento en la actividad, sino por representar un cambio fundamental en la forma de pensar las organizaciones, la vida y el ambiente. Es innegable que el concepto entrepreneurship ha sido relacionado con capacidad empresarial, con empleo independiente y con creación de nuevas empresas, pero como se pudo apreciar se trata de un término más amplio. Su equivalente en castellano está asociado a la innovación, al inicio de proyectos propios, a la apertura de organizaciones en cualquier industria o en términos concretos al proceso de creación de valor. Las oportunidades constituyen el núcleo del emprendimiento, por lo que emprender implica vincular oportunidades con recursos disponibles e identificar claramente aquellas fuentes de las que se pueden obtener los recursos demandados.

El emprendimiento fue limitado al contexto empresarial ya que, como concepto, se inspiró en la teoría económica, dicho origen se identifica como la razón por la que se han desconocido sus posibilidades en organizaciones no lucrativas, en movimientos políticos o en agencias del gobierno. Esto no ha sido impedimento pues en la esfera de lo público ya han sido desarrollados trabajos que han logrado definir el emprendimiento como la forma adecuada para introducir reformas en las burocracias públicas y mejorar la operación del gobierno. En el plano político sucede igual, el emprendimiento consiste en la generación del consenso y la mediación en asuntos colectivos. Por otra parte, el emprendimiento social es visto como un proceso de creación de organizaciones que responden

a necesidades colectivas donde priman siempre la ética social y la integración de servicio social.

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

En términos amplios y generales, un emprendedor asume riesgos, persigue algún beneficio; innova, identifica y crea oportunidades; establece y coordina nuevas combinaciones de recursos; y concibe nuevas formas de hacer las cosas. Se trata de un individuo especializado en tomar decisiones críticas sobre la coordinación de los siempre escasos recursos. Es un individuo que siempre está aprovechando oportunidades, es un agente que actúa acertadamente en medio del caos de la incertidumbre y de la confusión.

La revisión teórica pone en evidencia las posibilidades del emprendimien-

miento en ámbitos como el público, el político y el social, no obstante, resta ahora que desde los distintos programas (ciencia política, administración pública, gerencia social, administración hospitalaria, etc.), se asuma el reto de desarrollar en sus profesionales las habilidades y competencias necesarias para crear y ofrecer valor. Es preciso, por tanto, proponer la asignatura y las metodologías más adecuadas para su enseñanza, manteniendo desde luego el espíritu de la carrera. En ninguna circunstancia se propone un traslado de prácticas y metodologías de emprendimiento desde los programas de negocios a los demás programas, más bien se convoca el esfuerzo de profesionales de otras disciplinas para que realicen sus propias propuestas en torno al concepto y a su enseñanza.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. Almeida, M. (2008). Innovation and entrepreneurship in Brazilian universities. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 7(1), 39-58.
2. Alvord S.H., Brown, D. y Letts, C.W. (2002). *Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study* (working paper). Disponible en: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=354082](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=354082)
3. Baron, R.A. (2000). Psychological perspectives on entrepreneurship: Cognitive and social factors in entrepreneurs' success. *American Psychological Society*, 9(1), 15-18.
4. Barzelay, M. (2001). *New Public Management: Improving Research and Policy Dialogue*. Ewing, NJ: University of California Press.
5. Bent-Goodley, T.B. (2002). Defining and conceptualizing social work entrepreneurship. *Journal of Social Work Education*, 38(2), 291-302.
6. Binks, M., Starkey, K. y Mahon, C.L. (2006). Entrepreneurship Education and the Business School. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 1-18.
7. Bögenhold, D. (2003). La doble cara de la capacidad empresarial: una alternativa a la noción popular. *Revista de Economía Institucional*, 5(8), 161-187.
8. Bratnicki, M. (2005). Organizational Entrepreneurship: Theoretical Background, Some Empirical Tests and Directions for Future Research. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 15(1), 15-33.
9. Bruneau, J. y Machado, H.V. (2006). Empreendedorismo nos países da América latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Panorama Socioeconómico*, 24(33), 18-25.
10. Christopoulos, D.C. (2006). Relational attributes of political entrepreneurs: a network perspective. *Journal of European Public Policy*, 13(5), 757-778.
11. Cooney, T.M. y Kidney, E. (2008). A mapping of entrepreneurship and Innovation Policy in Ireland. Recuperado el 18 de febrero de 2009, de <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=imerep>
12. Ćučković, N. y Bartlett, W. (2007). Entrepreneurship and Competitiveness: The Europeanisation of Small and Medium-sized Enterprise Policy in Croatia. *Southeast European and Black Sea Studies*, 7(1), 37-56.

13. Davis, T. (2006). How many entrepreneurs does it take to change a nation? *Business Strategy Review*, 17(4), 69-73.
14. De Barros, A. y Miranda, C. M. (2008). Empreendedorismo e Crescimento Econômico: Uma Análise Empírica. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), 975-993.
15. Djankov, S., Qian, Y., Roland, G. y Zhuravskaya, E. (2008). *What Makes an Entrepreneur?* Recuperado el 22 de octubre de 2008, de <http://www.bidnetwork.org/page/90442/en?lang=es>
16. Edelman, L.F., Manolova, T.S. y Brush, C.G. (2008). Entrepreneurship education: Correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success. *Academy of Management Learning & Education*, 7(1), 56–70.
17. Encyclopedia of small business. (2002). Disponible en: <http://www.referenceforbusiness.com/small/Di-Eq/Entrepreneurship.html>
18. Handy, F., Ranada, B. y Kassam, M. (2007). To Profit or Not to Profit Women Entrepreneurs in India. *Nonprofit Management & Leadership*, 17(4), 383-401.
19. Henrique, D.C. y Da Cunha, S.K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
20. Karp, T. (2006). The Inner Entrepreneur: A Constructivistic View of Entrepreneurial Reality Construction. *Journal of Change Management*, 6(3), 291–304.
21. Kreft, S.F. y Sobel, R.S. (2005). Public policy, entrepreneurship and economic freedom. *Cato Journal*, 25(3), 595-616.
22. Kwiatkowski, S. (2004). Social and intellectual dimensions of entrepreneurship. *Higher Education in Europe*, 29(2), 205-220.
23. Larroulet, C. y Couyoumdjian, J.P. (2009). Entrepreneurship and Growth. A Latin American Paradox? *The Independent Review*, 14(1), 81-100.
24. Levenburg, N.M., Lane, P.M. y Schwarz, T.V. (2006). Interdisciplinary Dimensions in Entrepreneurship. *Journal of Education for Business*, May/June, 275-281.
25. Löbler, H. (2006). Learning Entrepreneurship from a Constructivist Perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 19–38.
26. Mack, W.R., Green, D. y Vedlitz, A. (2008). Innovation and Implementation in the Public Sector: An Examination of Public Entrepreneurship. *Review of Policy Research*, 25(3), 233-252.
27. Mackenzie, C. (2004). Policy Entrepreneurship in Australia: A conceptual review and application. *Australian Journal of Political Science*, 39(2), 367-386.
28. McCleary, K.J., Rivers, P.A. y Schneller, E.S. (2006). A diagnostic approach to understanding entrepreneurship in health care. *Journal of Health & Human Services Administration JHHSA*, 28(4), 550-577.
29. McDaniel, B.A. (2000). A Survey on entrepreneurship and innovation. *The Social Science Journal*, 37(2), 277-284.
30. McElwee, G. (2006). Farmers as entrepreneurs: developing com-

- petitive skills. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(3), 187–206.
31. McMullen, J.S. y Shepherd, D.A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152.
  32. Minniti, M. (2006). Entrepreneurs examined. *Business Strategy Review*, Special Entrepreneurship Issue, 79-82.
  33. Montanye, J.A. (2006). Entrepreneurship. *Independent Review*, 10(4), 547-569.
  34. Morris, M.H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport, CT: Quorum Books.
  35. Parker, S.C. (2005). Explaining Regional Variations in Entrepreneurship as Multiple Occupational Equilibria. *Journal of Regional Science*, 45(4), 829–850.
  36. Roberts, N.C. (1992). Public Entrepreneurship and Innovation. *Policy Studies Review*, 11(1), 55–74.
  37. Rogoff, E.G. (2007). Opportunities for Entrepreneurship in Later Life. *Generations*, 31(1), 90-95.
  38. Schneider, M., Teske, P. y Mintrom, M. (1995). *Public Entrepreneurs: Agents for Change in American Government*. Ewing, NJ: Princeton University Press.
  39. Shane, S. (2000). Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
  40. Shinn, S. (2002). Entrepreneurial Spirit. *BiEd*, may-jun, 20-25.
  41. Stryjan, Y. (2006). The Practice of Social Entrepreneurship: Theory and the Swedish Experience. *Journal of Rural Cooperation*, 34(2), 197-229.
  42. Thornton, P.H. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
  43. Urbano, D. y Veciana, J.M. (2001). *Marco institucional formal de la creación de empresas en Catalunya: Oferta y Demanda de Servicios de apoyo* (Working Paper 200109). Department of Business Economics, Universitat Autònoma de Barcelona.
  44. Veeraraghavan, V. (2009). Entrepreneurship and innovation. *Asia-Pacific Business Review. Special Issue on Entrepreneurship and Innovation*, 5(1), 14-20.
  45. Vidal, R. (2006). La industria de la iniciativa empresarial. *Debates IESA Instituto de Estudios Superiores de Administración*, 11(3), 24-28.
  46. Whelan, G. y Gorman, C.O. (s.f.). The schumpeterian and universal hero myth in stories of Irish entrepreneurs. *The Irish Journal of Management*, 28(2), 79-107.
  47. Wincent, J. y Örtqvist, D. (2006). Analyzing the structure of entrepreneurship role stress. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(2), 1-21.
  48. Yusuf, J.E. (2005). Putting entrepreneurship in its rightful place: a typology for Refining entrepreneurship across private, public and nonprofit sectors. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 11(2), 113-133. 