

Probabilidades de éxito para la creación de empresas: Implicancias sobre la educación emprendedora

Chances of success to undertake a venture: Implications to entrepreneurship education



Revista FIR, FAEDPYME International Review // Vol. 2 N° 4, julio - diciembre de 2013 // pp. 42 - 48

José Alberto Porras

CEDETS - PLAPIQUI - CONICET, Buenos Aires -Argentina

E-mail: jporras@upso.edu.ar

Guadalupe Oliveras

CONICET - UPSO - UNS, Buenos Aires -Argentina

E-mail: guadalupe.oliveras@upso.edu.ar

Hernán Pedro Vigier

UPSO - UNS - CIC - CEDETS, Buenos Aires -Argentina

E-mail: hvigier@uns.edu.ar

Fecha de recepción: 2013-11-01

Fecha de aprobación: 2013-11-22

Resumen

La importancia de la formación emprendedora en el aumento de las probabilidades de éxito de un proyecto a desarrollar, es un tema en el que coinciden diferentes autores. En este marco, y con el objeto de generar aportes en lo que hace a los contenidos a enseñar, el presente trabajo analiza factores que contribuyen al éxito de un emprendimiento. Posteriormente, se propone un modelo que tomando sólo en cuenta al emprendedor, postula que su probabilidad individual de éxito puede ser definida como una función de dos variables: su grado de conocimiento sobre el negocio que desea desarrollar, y su formación específica en los diversos aspectos de la cuestión emprendedora. El modelo así definido permite analizar cuáles debieran ser los alcances de la educación emprendedora, teniendo en cuenta las restricciones de la realidad.

Palabras clave: educación emprendedora, factores de éxito, creación de empresas.

Different authors remark the importance of entrepreneurship education to increase the chances of success when creating a firm. Thus, in order to contribute to the teaching contents in particular education, the present paper analyzes factors which facilitate success in the creation of a venture. Afterwards, it is proposed a model which taking only the entrepreneur into account, postulates that her/ his individual probability of success can be set as a function of two variables: the degree of knowledge about the business she/ he wants to develop, and her/ his specific education in the various aspects of the entrepreneurship issue. The model thus defined permits to analyze what should be the scope of entrepreneurship education, considering the constraints of reality.

Keywords: entrepreneurship education, success factors, entrepreneurship.

1. Introducción

El interés académico por la temática emprendedora, dado el alto impacto que tiene esta actividad sobre el crecimiento de la economía (Birch, 1984; Acs y Audretsch, 1988; Wennekers & Thurik, 2010), ha registrado un notable crecimiento global en las dos últimas décadas. La exteriorización más visible fue la proliferación de cátedras libres de emprendedorismo, destinadas a formar profesionales con una perspectiva más amplia mediante la incorporación de herramientas que les faciliten la implementación de sus propios proyectos.

Esta cuestión implica de hecho, dejar atrás el debate referido a si el emprendedorismo puede ser enseñado o no. Al respecto, mientras que Kuratko (2005) afirma que dicha pregunta ya resulta obsoleta, Ede, Panigrahi y Calcich (1998) asumen que el *entrepreneurship* no sólo se puede, sino que debería ser enseñado. Asimismo, Gorman, Hanlon, King (1997) reportaron que, "...la mayoría de los estudios empíricos encuestados, indicaron que el emprendedorismo puede ser enseñado, o al menos reforzado, por la educación emprendedora" (Gorman, Hanlon, y King, 1997, p.63).

Asumida la importancia de la educación emprendedora, y por lo tanto el impacto que sobre la economía tendría la formación de estos agentes, surgen diferentes trabajos destinados a develar cuál sería la mejor forma de llevarla a la práctica. Shepherd y Douglas (1997) hacen algunas observaciones respecto a ciertas metodologías de apoyo, entre las que se destacan los estudios de caso, la confección de planes de negocios y el diseño de estrategias aplicadas. Según los autores, estos enfoques separan el pensamiento de la acción, ignorando de este modo la importancia de las personas, al tiempo de que limitan la libertad de acción. Los clasifica dentro de los enfoques que enseñan la ciencia de los negocios, descuidando el arte de hacer negocios que es, en definitiva, hacia donde debería ir la educación emprendedora.

Respecto a los contenidos Johannisson (1991) opina que las principales temáticas a desarrollar deberían contribuir en los siguientes ítems: el *Know Why* (relacionado con la motivación); el *Know How* (vinculado con las habilidades técnicas para desarrollar un negocio); el *Know Who* (asociado a la generación de redes de contactos); el *Know When* (relacionado con la determinación de cuándo es el mejor momento); y el *Know What* (vinculado con la base de conocimientos e información para el desarrollo de una nueva empresa).

Por su parte, Honig (2004) afirma que mucho de lo que hacen los empresarios es producto de su conocimiento implícito, adquirido mayoritariamente en base a su experiencia. De este modo, determina que los programas de formación deberían reducir la brecha entre el conocimiento formal existente y el conocimiento tácito, mediante la incorporación de educación informal a su currículo.

Ronstadt (1987), citado por Kuratko (2005), aseveró que los programas educativos deberían estar diseñados para que los emprendedores potenciales fueran conscientes de las barreras existentes en la iniciación de su carrera emprendedora, para poder así idear la mejor manera de superarlas.

Ahora bien, ¿cómo pueden las Universidades, en su rol de formadoras de profesionales, asumir dicho desafío? En otras palabras, ¿cómo se puede desde la universidad disminuir la tasa de fracasos de los emprendedores? El presente trabajo se propone contribuir con la respuesta a ello, estudiando primero algunos factores determinantes en el éxito de un emprendimiento, para analizar luego cuál sería el alcance y la posible influencia de la educación emprendedora en relación a cada uno de ellos, todo esto en la búsqueda de aumentar las posibilidades de éxito de un emprendedor.

2. Marco teórico

2.1. Definiciones de emprendedor

En función de los desarrollos que siguen, parece razonable definir primero el sentido que se dará aquí al vocablo emprendedor. Como se verá, es necesario dejar bien en claro los alcances de las actividades que este agente deberá reali-

zar, para luego diseñar un programa educativo que incluya los conocimientos y herramientas disponibles que puedan ayudarlo en la tarea de emprender.

En la bibliografía es posible encontrar diversas acepciones del vocablo emprendedor. Años atrás, Schumpeter (1934) lo entendía como aquel individuo que rompe con el ciclo de la economía, siendo capaz de agregar valor para la sociedad, generar riquezas y empleo. Pareciera que en este caso la definición se establecía en función de los *resultados* que se esperaba que el agente generara. Algunos autores que coinciden en esta línea llegan más lejos, sugiriendo adicionalmente que los emprendedores actúan como catalizadores de la actividad económica, pues además de los efectos macroeconómicos que la creación de empresas tiene en el ámbito local dentro del cual nacen, también lo tienen a nivel de la economía nacional. Un emprendedor no sólo contribuye con los efectos directos de la creación de su propia empresa, sino que también es alguien capaz de aumentar la capacidad productiva de una economía y de crear oportunidades para otros empresarios (García Sánchez, y Fernández de Bobadilla, 2004).

Desde otra perspectiva, para Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt (1991) emprendedor era la persona que poseía las siguientes actitudes distintivas: motivación de logro, autocontrol, autoeficacia y capacidad de innovación. Este es uno de los tantos casos en donde toda la definición se establece haciendo foco en la *persona*. Sin embargo, diseñar la educación emprendedora a partir de este tipo de definiciones, podría limitarla a desarrollar en los emprendedores potenciales, cierto grupo seleccionado de actitudes.

También hay autores que, a la hora de plantear la definición ponen énfasis en las *acciones* del emprendedor. Al respecto se encuentran los aportes de Gartner (1988) quien planteó que intentar responder sobre quién era un emprendedor a través de los rasgos de personalidad era una pregunta errónea, por lo que propone un enfoque conductual, definiendo al emprendedor a partir del conjunto de actividades que están involucradas en la creación de empresas.

Éste último será esencialmente el enfoque con el que se visualizará al emprendedor en el presente trabajo. Parece ser el más adecuado, ya que en el camino a formarlo con el fin de maximizar sus probabilidades de éxito, es esencial prepararlo para la adecuada concepción y ejecución de esas acciones. Específicamente, aquí se entenderá en adelante como emprendedor a "la persona o equipo de personas que conciben y ejecutan las actividades necesarias para convertir una idea en una organización en funcionamiento". Esta definición, al límite, admite la posibilidad de designar como emprendedor tanto a aquel individuo aislado que intenta poner en marcha un microemprendimiento, como a la corporación que planifica y ejecuta un megaproyecto industrial.

2.2. Factores que influyen en el proceso de creación de una empresa

Desde una óptica sistémica, el proceso de creación de empresas está influenciado por diversos factores que pueden llegar a condicionar su éxito, entre los que, de acuerdo a Kantis, Ishida y Komori (2002) se encuentran:

- * El mercado de factores y las condiciones macroeconómicas (el contexto general).
- * La estructura y dinámica de la industria (el contexto específico).
- * El capital social, entendido como el grado de valoración social de la carrera empresarial, la existencia de redes sociales, institucionales y sectoriales, la disponibilidad de apoyo institucional y las características del sistema educacional.
- * Los aspectos personales, que engloban la experiencia profesional del empresario, su nivel de educación, sus capacidades emprendedoras y el entorno familiar.
- * El marco regulatorio, o conjunto de regulaciones a las que deben atenerse las empresas para que sus actividades sean formales, es decir, estén encuadradas en el marco de la ley.

Es evidente que los factores que inciden en el proceso de creación y desarrollo de empresas son múltiples, como también lo son las acciones que se deberán llevar a cabo para ponerlas en marcha. Un enfoque más simple, que parte del puro sentido común, suele ser aceptado por distintos autores: para que cualquier proyecto sea exitoso será imprescindible la concurrencia simultánea de dos elementos, una buena idea y un buen emprendedor. Es posible incluso extremar la simplificación considerando que, dado que en última instancia siempre el proceso de selección de la idea es realizada por el mismo emprendedor, se podrían concentrar todos los elementos necesarios manejables para el éxito en la sola persona. Es claro que se deben dejar forzosamente fuera de sus capacidades las cuestiones que le son imposibles de manejar y a veces ni siquiera de prevenir con la adecuada antelación, como ser posibles cambios bruscos en el entorno. Con el propósito de simplificar esta presentación, todas esas cuestiones serán incluidas dentro de la siempre existente componente del azar, que así se torna la responsable de que nunca haya certeza de éxito, ni siquiera para el caso del emprendedor ideal.

En consecuencia, las probabilidades de éxito desde este enfoque, dependerán de las capacidades del emprendedor (y de que lo acompañe durante el proceso al menos el grado de fortuna mínimo necesario). Esto es equivalente a asumir que si se juntan un emprendedor con capacidades adecuadas más suerte en proporción necesaria para el éxito, éste estaría asegurado. Desde esta óptica, resulta obvio que cuanto más capaz es el emprendedor, menor es la proporción de suerte que necesita intervenir, y en consecuencia menores los riesgos de fracaso.

Así, reduciendo el análisis sólo al emprendedor (ya que el resto de las cuestiones estarían dentro de las variables “no controlables”) y en busca de incrementar sus probabilidades de éxito, es decir, depender en la menor medida posible del azar, de acuerdo a Porras, Oliveras y Vigier (2010, 2012) el potencial creador debería:

- * Conocer los aspectos técnicos vinculados con la implementación de su emprendimiento.
- * Conocer el “negocio” asociado a un producto o servicio.
- * Conocer las reglas del arte del proceso que va a protagonizar (el proceso emprendedor). Esto es de sus diferentes etapas y de las formas más adecuadas para implementarlas, advertido de los riesgos y de las estrategias útiles para minimizarlos o directamente eliminarlos.
- * Poseer las competencias que necesariamente se deberán poner en juego para superar exitosamente a todas y cada una de las etapas del proceso que está a punto de enfrentar.

Los cuatro elementos mencionados arriba pueden, para su mejor manejo, englobarse en dos grandes grupos:

- a. Conocimiento (idealmente completo) del negocio que piensa implementar.
- b. Formación específica en los distintos aspectos de la cuestión emprendedora, incluyendo de ser necesario desarrollo de competencias.

De acuerdo con esto, en lo que sigue se aceptará que la probabilidad individual de éxito de un dado emprendedor (P_e), depende (es función) de dos variables globales: su formación específica (F_e), y su conocimiento sobre el negocio que piensa desarrollar (C_n). Ya se ha indicado que debido a la intervención del azar, esa probabilidad de éxito nunca alcanzará el 100%, lo que es otra forma de decir que jamás se tendrá certeza del mismo. Pero se puede suponer que cumpliendo con los requisitos planteados arriba, situación por la que debiera velar el proceso educativo, se podría afrontar un proceso emprendedor con el mejor nivel de seguridad alcanzable para esa idea en ese entorno.

Resulta claro que las dos variables independientes de las que se ha hecho depender a la función probabilidad de éxito, son a su vez conceptos que engloban varios factores. En efecto, C_n no sólo se limita a tener certeza de la viabilidad técnica y económica de la idea proyecto, sino que también implica conocer, en la mayor medida posible, todos los detalles específicos que permiten desarrollar competitivamente el negocio deseado (*i.e.*: mercado, disponibilidad de insumos, cartera de potenciales clientes, posibles proveedores, entorno general en el que se desarrollará la futura actividad, principales variables que pueden afectar su viabilidad, etc.). Por otra parte, la formación específica o F_e engloba tanto los conocimientos y experiencias individua-

les en la temática emprendedora, como el desarrollo de las competencias y características individuales deseables para llevar adelante las distintas tareas que requiere el proceso de creación e implementación de esa empresa.

3. Metodología de trabajo

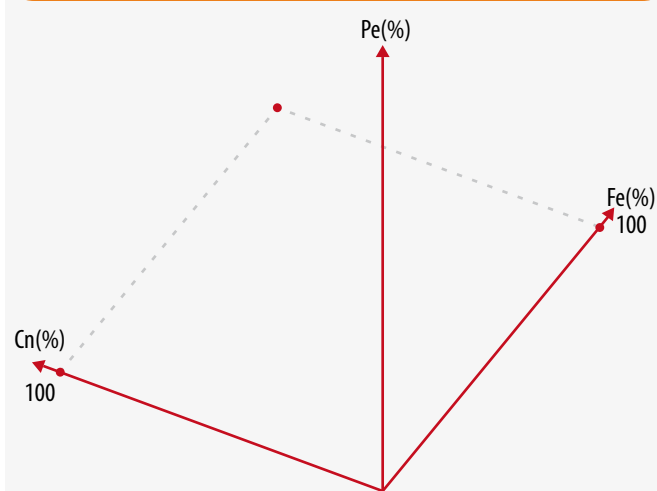
3.1. Análisis de la probabilidad individual de éxito

Según el enfoque adoptado, en adelante se considera que el conocimiento de un emprendedor sobre un negocio dado y su formación específica en la cuestión emprendedora son hechos independientes. Esta hipótesis simplificadora, que si bien en la práctica pueden establecerse ciertas interrelaciones entre ambos conceptos, se basa en el hecho de que cada uno de ellos puede abordarse desde la órbita del aprendizaje en forma independiente. Es una simplificación que facilita enormemente la tarea de entender y explicar el fenómeno, y no está tan alejada de la realidad ya que siempre es posible imaginar a un individuo que conozca bien un negocio y que no haya recibido formación alguna en la temática emprendedora, y viceversa.

Con el objeto de visualizar de una nueva forma las probabilidades de éxito en la creación y desarrollo de empresas y, a la vez, obtener información útil para la planificación de la educación emprendedora, se plantea como metodología representar a la función $Pe=Pe(Fe,Cn)$, como una superficie en el espacio tridimensional definido por esas tres variables.

La Figura 1 muestra los ejes coordenados sobre los cuales se realizaría esta representación. Allí, sobre los ejes Cn y Fn se indicarán, de cero a cien, los respectivos porcentajes de conocimiento del negocio (Cn) y de formación específica (Fe), que posee cada posible emprendedor.

Figura 1. Ejes coordenados para la construcción de la superficie de probabilidad individual de éxito y plano de situación individual del emprendedor (PSIE)



Fuente: elaboración propia.

La representación acepta los casos límite en los que alguien pueda no tener formación específica alguna en la temática emprendedora -estará entonces representado por algún punto sobre el eje $Fe-$, o ningún conocimiento del negocio a encarar, en cuyo caso le corresponderá algún punto sobre el eje Cn . Es claro que a una persona sin ningún conocimiento del negocio ni ninguna formación emprendedora le corresponderá el origen de coordenadas. Las dos líneas punteadas de la gráfica, correspondientes a hipotéticos casos de conocimiento total del negocio y perfecta formación en la temática emprendedora respectivamente, delimitan junto con los ejes coordenados correspondientes a Fe y Cn , el dominio de la función $Pe(Fe,Cn)$.

Ese plano de alguna forma define todas las situaciones en que pueden encontrarse los individuos, ya que reflejan todas las posibles combinaciones de formación emprendedora y conocimiento del negocio que puede tener una persona. En otras palabras, cada punto del mismo determina unívocamente la situación individual de un dado emprendedor y viceversa. Se dice en consecuencia que el plano en cuestión constituye el dominio de la función probabilidad de éxito $Pe(Fe,Cn)$, debido a que a cada punto de esa superficie, tal función le asignará un valor de probabilidad de éxito. Es por esa razón que en este trabajo ese dominio se designará, en adelante, como Plano de Situación Individual del Emprendedor (PSIE).

Si bien, con la información disponible al momento no es posible precisar la forma que adoptará la función $Pe(Fe,Cn)$, a los fines del análisis a desarrollar, es suficiente considerar que se trata de la superficie plana que se muestra sombreada en la Figura 2. Ese formato se propone ya que además de que los planos son las superficies más simples en el espacio tridimensional, al utilizarlo aquí conduce a una función $Pe(Fe,Cn)$ que es creciente en ambas variables. En otras palabras, los valores de la probabilidad Pe crecen cuando crece una cualquiera (o ambas) de las variables Fe y Cn , propiedad que se ha asumido que debe necesariamente mostrar la función probabilidad en la realidad, en condiciones de entorno y situación personal constantes.

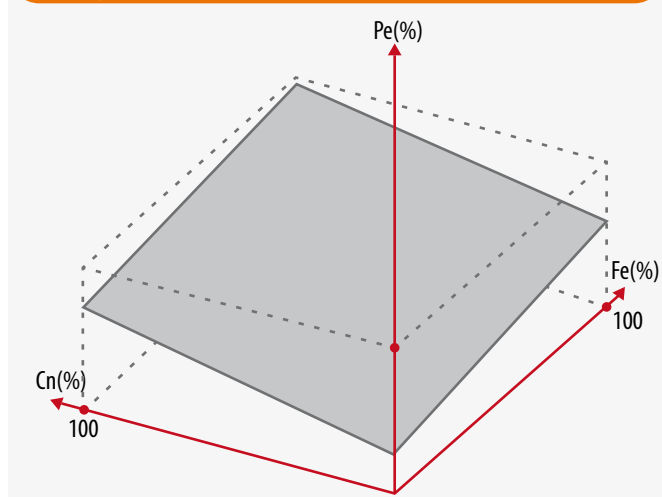
En adelante, al plano que representa a la función Pe se lo denominará Superficie de Probabilidad Individual de Éxito (SPIE).

Como ya se comentó y era de esperar, en esta representación la menor probabilidad de éxito $Pe(0,0)$ corresponde al caso en el que el emprendedor no tiene formación específica y su conocimiento del negocio es nulo. En el caso opuesto, un emprendedor que dentro del PSIE se ubique en el extremo diagonal opuesto al de origen de coordenadas, desarrollaría sus actividades en condiciones de máximo alcanzable de probabilidades de éxito. Es el punto donde se ubicaría quien, individuo o equipo de trabajo, atesorase una

formación completa (total) del área emprendedora, además de un conocimiento completo del negocio. Se asume aquí que estas dos cuestiones garantizarían que, de mantenerse las condiciones de entorno asumidas al momento del análisis, la iniciativa es viable técnica y económicamente, de otra forma habría fallado el conocimiento del negocio o las competencias del emprendedor para calcular su viabilidad. Esta situación puede asimilarse aproximadamente a la que corresponde al caso de una corporación decidiendo llevar adelante un mega-emprendimiento. En este caso, es posible observar en la realidad que la tasa de fracasos de esas iniciativas es claramente más baja que la que corresponde a la media del total de emprendimientos.

De la Figura 2 entonces, se desprende que todo el espectro de las probabilidades de éxito que existen entre los extremos $Pe(0,0)$ y $Pe(100,100)$, correspondiente a emprendedores que poseen algún grado de formación personal y/o conocimiento del negocio, está representado en la SPIE.

Figura 2: Superficie de probabilidad individual de éxito de un emprendedor (SPIE)



Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

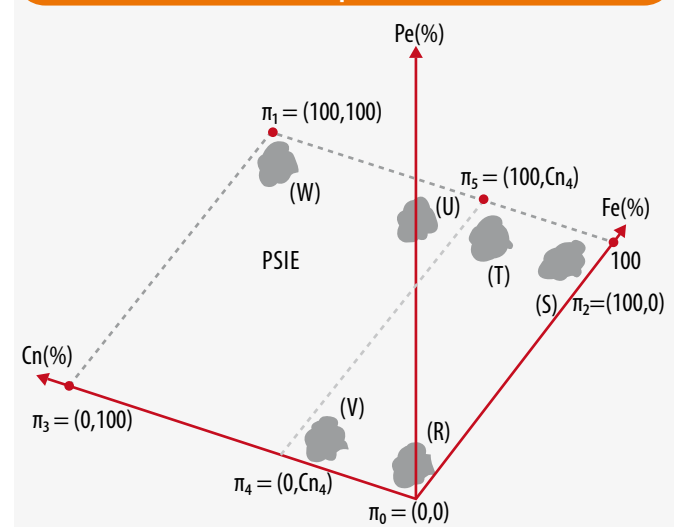
4.1. Tipos de situación individual

Se ha visto en las secciones previas de este trabajo, que las probabilidades individuales de éxito a la hora de emprender no sólo dependen de la formación específica (que contiene las dos componentes de la transferencia de los conocimientos y experiencias existentes en el campo emprendedor, y del desarrollo de las competencias deseables), sino además del adecuado conocimiento del negocio que se desea poner en marcha. También se mencionó que la probabilidad más baja de éxito (los riesgos más altos), la tiene aquél cuya situación está localizada en el origen de coordenadas, punto que se define en la Figura 3 como π_0 , mientras que la más alta correspondería a quien, hipotéticamente, se ubicase en el punto π_1 .

De la naturaleza de la gráfica puede inferirse que si un emprendedor tiene una situación individual inicial representada por cualquier punto genérico $\pi=(Fe,Cn)$, toda incorporación de formación específica en emprendedorismo que logre, significa que incrementará Fe a $Fe+\Delta Fe$. Este aumento hará que su posición individual en el PSIE pase de (Fe,Cn) a $(Fe+\Delta Fe,Cn)$, es decir se desplace paralelamente al eje Fe, en el sentido creciente del mismo. De la misma forma, si sólo incorpora nuevos conocimientos sobre el negocio, su Cn pasará a $Cn+\Delta Cn$, lo que hará que el punto inicial (Fe,Cn) pase a $(Fe,Cn+\Delta Cn)$, o lo que es lo mismo, que su situación se desplace paralelamente al eje Cn, en sentido creciente.

La Figura 3 es en realidad una nueva representación del PSIE ya mostrado en la Figura 1, a la que se han incorporado distintos tipos de situación individual.

Figura 3. Localización en el PSIE de los distintos tipos de situación individual de los emprendedores



Fuente: elaboración propia.

Por ejemplo, si el caso es el de un individuo que desea materializar una idea pero desconoce completamente el negocio asociado a la misma, su situación individual estará, dependiendo de su nivel de formación emprendedora, localizado en algún punto del eje Fe. En ese caso, todo esfuerzo formativo adicional en la temática emprendedora sólo puede aproximarlos al punto $\pi_2=(100,0)$.

En el otro caso extremo, quien no recibió ninguna formación específica en emprendedorismo pero tiene alguna idea del negocio a implementar, estará en una situación representada por un punto ubicado sobre el eje Cn. Toda información adicional que consiga sobre el negocio de su interés desplazará su localización en el PSIE pero moviéndose siempre sobre el eje Ce, aproximándolo al punto , sobre el cual la función Pe tomaría el máximo posible para agentes con ninguna formación específica en la temática emprendedora.

Para visualizar en un caso más común el efecto de brindar formación específica (empresarial) a un individuo, imaginemos a alguien en la situación inicial que indica el punto $\pi_4 = (0, Cn_4)$, que representa a una persona que conoce algo del negocio que desea llevar adelante, pero no tiene formación específica en la temática empresarial. Cuando se le provee esta formación su situación individual, se desplaza según la línea de trazos que parte desde $\pi_4 = (0, Cn_4)$, avanzando hacia el punto $(100, Cn_4)$.

Para clarificar un poco más la cuestión, resulta útil analizar las zonas resaltadas que se indican con las letras R, S, T, U, V, y W, localizadas en distintos lugares del PSIE de la Figura 3. Estas zonas ilustran distintas situaciones (en cuanto al conocimiento del negocio y la formación de específica) en las que podrían encontrarse los emprendedores. Por ejemplo:

La zona (R) -puntos cercanos al origen- representan el lugar geométrico de los emprendedores con muy pobre o nula formación específica y poco conocimiento del negocio. Es una situación típica en aquellos individuos sin empleo, inducidos a emprender por razones de supervivencia.

Los ubicados en la zona (S) -puntos próximos a $\pi_2 = (100, 0)$ - corresponden a individuos con mucha formación específica en emprendedorismo, pero con poco o nulo conocimiento del negocio. Este es el caso poco frecuente hasta la fecha de individuos que entienden de la cuestión empresarial, y están buscando una idea o la tienen en un estadio primario en el que aún cuentan con pocos detalles.

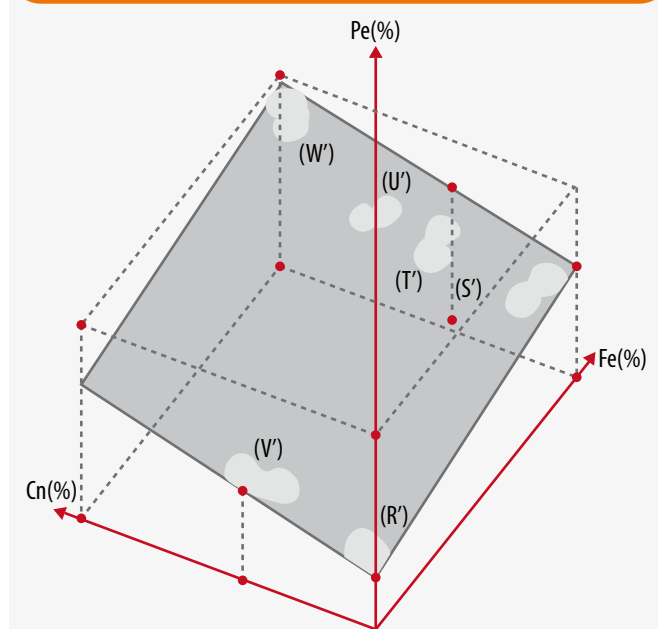
La zona (W) -puntos próximos a $\pi_1 = (100, 100)$ - corresponde a aquellos que tienen todo lo deseable para emprender: alto conocimiento del negocio y mucha formación específica. Es la zona de situación más favorable, ya que le corresponde las más altas probabilidades de éxito. Como ya se ejemplificó, los equipos de desarrollo de nuevos proyectos de las grandes corporaciones se ubicarían en esta situación.

En la Figura 4 se grafica la SPIE, indicando sobre ella los valores de $Pe(Fe, Cn)$ correspondientes a los puntos a, así como a las zonas (R), (S), (T), (U), (V) y (W), a los que se han denominado con las mismas letras acompañadas de tilde -las probabilidades de las situaciones correspondientes a la zona (R) se indicarán como (R').

4.2. Posibilidades de la formación empresarial en la Universidad

Es fácil ver en la Figura 4 que, limitándose a impartir las carreras clásicas, la Universidad sólo lograría en principio que sus graduados, considerando netamente la preparación recibida a ese fin, se ubiquen en la zona (R), de relativamente baja probabilidad de éxito. Es obvio entonces que de no modificar los planes de estudios, la única posibilidad a realizar sería recomendar a los estudiantes que en caso de desear emprender no debieran avanzar en la implementación de una idea antes de lograr adecuado conocimiento del negocio.

Figura 4: Probabilidad de éxito de los emprendedores en función de su situación individual



Fuente: elaboración propia.

Los graduados capaces de localizarse en la zona (S) serían aquellos en cuyo currículum decida incluirse capacitación específica en la temática empresarial. Nótese que no se ha supuesto que tales graduados tienen gran conocimiento del negocio, o al menos no lo han obtenido de la educación recibida. En efecto, resulta imposible que durante la duración de una carrera de grado se encuentre tiempo para describir con algún grado de detalle todos los emprendimientos existentes de forma que, cualquiera sea el negocio seleccionado, el graduado salga de la universidad con un adecuado conocimiento del mismo. Sin embargo, hay algo que puede hacerse al respecto, y con tal fin es pertinente en este punto abrir una discusión sobre dos alternativas posibles: formar "empresarios", que es el caso más usual, o formar "empresarios en". Este último caso puede resultar de la combinación de la educación empresarial con las nuevas carreras destinadas a la formación en una determinada área de interés para el desarrollo territorial. Por ejemplo el turismo, con lo que los graduados egresarían no con conocimientos específicos de un dado negocio, pero sí con nociones más profundas del negocio turístico global y de sus particularidades. Más aún, el efecto se acentuaría mediante casos más orientados, como sería una Licenciatura en Hotelería. Esto permitiría formar graduados en emprendimientos hoteleros, que se ubicarían en la región (T) y (T') de la gráfica 3 y 4 respectivamente.

El caso óptimo de formación en el negocio puntual no puede alcanzarse en el marco de una carrera, ya se ha dicho, pero aún la Universidad puede conseguir capacitar a sus graduados y alumnos en esa línea, que por la diversidad de proyectos requiere una atención personalizada de cada estudiante. Este paso adicional es posible dentro de las estructuras existentes, y una alternativa

es que se lo cubra en el marco de eventuales Trabajos Finales de Carrera (que de no existir debieran incluirse en el currículo con este fin). Este apoyo, útil a aquellos alumnos que tienen intención de emprender luego de conseguir su título, podría efectivizarse usando como herramienta la Incubadora de Empresas de la Universidad. Con este paso adicional se llevaría a esos graduados particulares desde la zona (T) hasta la (U), mucho más conveniente. Es claro que siempre el conocimiento del negocio debe ser un desafío del propio emprendedor, pero la Universidad puede proponerse hacer todo lo que esté a su alcance para acercarlo al ideal de la zona (W).

5. Conclusiones y discusión

En el presente trabajo se ha analizado la posible contribución de la educación emprendedora sobre las probabilidades de implementar con éxito una idea, con la ayuda de un modelo, que permite visualizar el fenómeno. Se especuló sobre cuáles debieran ser los alcances de esta educación, teniendo en cuenta por supuesto, las limitaciones que impone la realidad.

El desarrollo del trabajo lleva a concluir que la educación de un emprendedor no debiera necesariamente limitarse a la formación específica en la temática emprendedora ya que, de plantearse el interés en desarrollarse en esta línea estratégica, es posible avanzar en el conocimiento de los negocios. Asimismo se pueden generar carreras en las cuales se impartan al menos conocimientos generales del área temática en donde se piensa inscribir el proyecto. Pero también se pueden aplicar herramientas conocidas, como las incubadoras universitarias de empresas, para contribuir a potenciar el perfil emprendedor en las carreras de grado.

De alguna forma esta presentación condensa ideas y recomendaciones ya consignadas en la bibliografía, pero a través del modelo planteado lo hace en forma sistemática y desde el punto de vista de la educación emprendedora. Esto puede resultar útil no sólo para demostrar que la participación de las universidades en esa educación es posible (dadas las enormes posibilidades que tiene de transferir conocimientos y dar apoyo con las herramientas que ya posee), sino también para extraer algunas recomendaciones generales sobre las buenas prácticas a la hora de emprender. El énfasis dado en este trabajo a las probabilidades de éxito tiene como fin reducir el alto porcentaje de morbilidad que se observa asociado a la creación de microempresas.

Por último, y considerando las futuras líneas de investigación, parece necesario para una universidad que se oriente a investigar en profundidad las cuestiones asociadas a la motivación emprendedora, entendida como la fuerza que induce a una persona a entrar en acción. Habiendo definido esos elementos, fijar una postura ética referida a sobre cuál de ellos se puede actuar y sobre cuáles no. Esta postura tiene como base el hecho de que emprender o no emprender, es una decisión que puede influir el resto de la vida de las personas y cabe preguntarse entonces si la universidad tiene derecho a influir sobre ella.

6. Referencias

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1988). Small-Firm Mobility: A First Report. *Economics Letters*, 26 (3), 281-284.
- Birch, D. (1984). The Contribution of Small Enterprise to Growth and Employment. In H. Giersch (Ed.). *New Opportunities for Entrepreneurship* (pp. 1-17). Tübingen: Mohr.
- Ede, F.O., Panigrahi, B., & Calcich, S.E. (1998). African American Students' Attitudes Toward Entrepreneurship Education. *The Journal of Education for Business*, 73 (5), 291-296.
- García Sánchez, A., y Fernández de Bobadilla G. W. (2004). Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas. Efectos de la experiencia empresarial. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2819, 19-36.
- Gorman, G., Hanlon D., & King W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten Year Literature Review. *International Small Business Journal*, 15 (3), 56-77.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship Education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3 (3), 258-273.
- Johannison, B. (1991). University Training for entrepreneurship: Swedish Approaches. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31, 67-82.
- Kantis, H., Ishida, M. y Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Washington, D.C., USA: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kuratko D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(5), 577-597.
- Porras, J. A., Oliveras G., & Vigier, H. P. (2012). Methodological Proposal for Determining Entrepreneurial Competencies from the Entrepreneurship Education Approach. In J. Bonnet, M. Dejardin y A. Madrid-Guijarro (Eds.) *The Shift to The Entrepreneurial Society: A Built Economy in Education, Sustainability And Regulation* (pp. 31-41). Northampton, UK: Mass and Cheltenham - Edward Elgar.
- Porras, J., Oliveras, G., & Vigier, H. (2010/06). Methodological Proposal for Determining Entrepreneurial Competencies from the Entrepreneurship Education Approach. Trabajo presentado en *el II International Workshop: Entrepreneurship, Culture and Finance*, Universidad de Cartagena, España del 17 al 18 de junio.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., & Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 15(4), 13 - 30.
- Schumpeter J., (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, USA: Harvard University Press.
- Shepherd, D.A. & Douglas, E.J. (1997/06). Is Management Education Developing or Killing the Entrepreneurial Spirit? Proceedings of the *1997 USASBE Annual National Conference Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development*, San Francisco, California from 21-24 of June.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (2010). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. In Z. J. Acs (Ed.) *Entrepreneurship and Regional Development* (pp. 3-31). Northampton, UK: Mass and Cheltenham - Edward Elgar.