

APORTACIÓN DE LOS MODELOS DE APRENDIZAJE A LA COMPETENCIA EMPRENDEDORA Y LA EFICIENCIA SOCIAL: UNA EXPERIENCIA EMPÍRICA

Núria Arimany Serrat
Elisenda Tarrats Pons
Carme Viladecans Riera

Dpto. de Economía y Empresa. Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña

RESUMEN

La Unión Europea (UE) en el tratado de Lisboa sugiere estimular una cultura favorable del emprendedurismo en los jóvenes. En este artículo se analiza la visión de 140 alumnos de quinto y sexto de primaria que han participado en el reto empresa aplicando el modelo de aprendizaje de Kolb y cómo esta experiencia puede contribuir al desarrollo de la competencia emprendedora. Para ello se estudian las opiniones sobre un tema objeto de estudio en niños y niñas de quinto y sexto de primaria de tres escuelas diferentes.

1. INTRODUCCIÓN

Desde finales de 2007, principios de 2008 las economías de todo el mundo están en crisis. Hay signos de mejoría, pero aún no son significativos. Este problema conlleva que diariamente muchas personas pierdan su puesto de trabajo, dato mucho más preocupante en el caso de los jóvenes. En este sentido el desempleo juvenil en Europa es un problema muy preocupante y los altos índices de Grecia (59,1%), España (55,9%), Italia (38,4%) y Portugal (38,3%) en desempleo juvenil, confirman esta preocupación [6].

El emprendimiento es clave para el desarrollo económico de un país. Su práctica contribuye a la creación de empleos y unas mayores oportunidades de desarrollo social y económico de los habitantes de un país. Acs et al. (1996) hacen hincapié en la importancia que reciben las pequeñas empresas en la economía dado que la innovación proviene de esta tipología de empresas [1]. Fal et al (2010) señalan que el crecimiento de la pequeña empresa está relacionada con el crecimiento económico de un país, la creación de empleo y consecuentemente la mejora de los índices de pobreza de una determinada región [7].

Asimismo el actual proceso de globalización exige nuevas competencias a los empleados que los sistemas educativos deben proveer para una adecuada incorporación laboral de los mismos. En este sentido Peter Drucker (1985, p. 67) afirmaba que: "La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los cambios y los síntomas de oportunidades para hacer innovaciones exitosas, y deben conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa" [5]. En este sentido la competencia emprendedora es una competencia personal indispensable para hacer frente con eficacia a los procesos de innovación empresarial.

En este artículo analizamos un posible modelo de aprendizaje siguiendo el modelo de Kolb (1984) que sirva para enseñar las competencias emprendedoras en los niños/as de 11 y 12 años, en base a los modelos disponibles en la literatura científica.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La educación emprendedora pretende un cambio de actitudes en los jóvenes que contribuya a un cambio cultural y revierta en la comunidad en general [11]. Según Fayolle (2009): "Los objetivos de la

educación empresarial son principalmente fomentar mentalidades emprendedoras, habilidades y comportamientos" [8].

La Comisión Europea a través del Plan de Actuación Emprendedora 2020, anima a los Estados miembros a asegurar la competencia emprendedora en el marco de la educación obligatoria dado su impacto positivo. En este sentido destaca que recientes investigaciones muestran que los estudiantes de secundaria que participan en un proyecto de simulación de una pequeña empresa tienen entre un 15% y un 20% de posibilidades de crear su propia empresa. Por tanto, iniciar planteamientos para emprender en edades tempranas facilita la creación de empresas en un futuro y en definitiva las actitudes emprendedoras de jóvenes empresarios imprescindibles en cualquier país [6]. Cabe tener presente, que el porcentaje que se menciona (15%-20%) es un porcentaje entre 3 y 6 veces mayor al de la población en general, y por tanto avala la importancia de desarrollar las aptitudes emprendedoras en los jóvenes. Además, estos estudiantes estarán mejor posicionados en el mercado de trabajo e incluso un 78% encontrarán trabajo una vez obtengan el nivel de grado universitario. En comparativa a los alumnos sin este bagaje que se situarían en una cifra del 59 [16]. En este sentido la educación emprendedora es un componente esencial de las políticas europeas de innovación y emprendimiento.

En el marco legal más específico destacamos la Ley Orgánica 2/2006 del 3 de mayo de Educación que promueve el desarrollo de la competencia emprendedora a lo largo de la educación obligatoria y la necesidad de reforzarla a lo largo de la vida. En su preámbulo destaca: "... abrir el sistema educativo al mundo exterior, aspecto que implica la necesidad de reforzar los lazos con la vida laboral, con la investigación y con la sociedad en general, desarrollando el espíritu emprendedor..." En el artículo 2f -Finalidades- destaca: "... el desarrollo de la capacidad de los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiando en sus aptitudes y conocimientos, así como para desarrollar la creatividad, la iniciativa laboral y el espíritu emprendedor..."

Asimismo la Ley 12/2009, del 10 de julio de Educación en Catalunya (LEC) enuncia los principios rectores del sistema educativo, y en su artículo 2.1: El fomento del emprendimiento, avala la importancia de reconocer la habilidad emprendedora.

Acorde a esta necesidad la Dirección General de Educación Secundaria Obligatoria aplica el Decreto 51/2012, del 22 de mayo de modificación del Decreto 143/2007 de 26 de junio en el cual se establece la ordenación de las enseñanzas de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y se plantea la posibilidad que en tercero de ESO los alumnos puedan realizar la asignatura de emprendimiento. Uno de los objetivos de esta disciplina es tomar consciencia de la necesidad de tener iniciativa emprendedora y la capacitación para la elaboración de un proyecto emprendedor. Se ha constatado que los docentes que deben impartir esta disciplina a menudo se quejan de su falta de capacitación para impartirla.

A nivel metodológico, las herramientas didácticas más utilizadas en la educación empresarial son conferencias, estudios de casos y la creación de planes de negocios [15]. Otros métodos de enseñanza que se utilizan son las discusiones en grupo, presentaciones individuales, informes escritos individuales, proyectos de grupo, presentaciones de oradores invitados, el aprendizaje activo y el aprendizaje haciendo uso de las TIC [13]. En este sentido no existe por parte de los académicos un marco común integrado.

Hytti y O'Gorman (2004) sugiere que para enseñar la iniciativa emprendedora debemos marcar previamente nuestro objetivo de intervención [9]. Si el objetivo es incrementar la comprensión de lo que es el espíritu emprendedor, la forma más eficaz de lograr el objetivo es ofrecer información a través de seminarios o conferencias. Cuando el objetivo es educar a las personas sobre las capacidades empresariales, un método más adecuado sería involucrar a las personas mediante metodologías de aprendizaje más activas. Y si el objetivo es preparar a las personas para actuar como emprendedores, la metodología más idónea sería la participación en simulaciones o juegos de rol, en un entorno controlado [2]. En este sentido los objetivos de aprendizaje condicionarán la metodología de aprendizaje.

La mayoría de autores muestran un acuerdo en que existen "métodos tradicionales" como conferencias de tipo magistrocéntrico y "métodos innovadores" con un contenido de aprendizaje basado en la acción y de carácter pautocéntrico. Los métodos tradicionales son más pasivos, mientras que los métodos innovadores son más activos [4]. Los métodos de enseñanza más utilizados; conferencias, estudios de casos y debate en grupo son los métodos tradicionales. Mientras que los métodos menos utilizados son la simulación de negocios o simulación por ordenador y grabaciones filmadas. Para influir en la adquisición de las competencias emprendedoras, los métodos pasivos son menos eficaces dado que los participantes mantienen una actitud pasiva o de escucha durante el proceso de aprendizaje [4]. En este sentido los métodos tradicionales preparan a los estudiantes para trabajar para un empresario, no para convertirse en uno de ellos. Tal y como señala Mwasalwiba (2010): "Si queremos desarrollar la iniciativa emprendedora, debemos combinar diferentes metodologías de aprendizaje. Los métodos tradicionales sólo deben utilizarse para transmitir a los estudiantes los fundamentos teóricos del emprendimiento" [14].

Las investigaciones realizadas por Arasti et al. (2012) destaca otros métodos útiles para el desarrollo de la educación emprendedora. Todos los expertos confirmaron la idoneidad de las discusiones de grupo, proyectos en grupo y simulaciones como los métodos de enseñanza útiles. También agregaron y señalaron la resolución de problemas como un método interesante para la educación emprendedora [3].

Asimismo tal y como se fundamenta en la teoría de David Kolb (1984) que desarrolló un modelo de aprendizaje mediante la experiencia señala que, para aprender, es necesario favorecer en la situación de aprendizaje, cuatro situaciones básicas: experiencia concreta, observación reflexiva, conceptualización abstracta y experimentación activa [11]. El aprendizaje experiencial se fundamenta en la idea que el conocimiento se produce a través de las acciones provocadas por una experiencia concreta, la cual se transforma en una conceptualización abstracta y permite aplicarse a nuevas situaciones, formando un proceso continuo e interactivo que genera nuevos aprendizajes. Sin embargo, la experiencia por sí misma no genera aprendizaje si no está enmarcada en un proceso reflexivo mediante el cual se construye conocimiento a partir de la experiencia realizada. El aprendizaje experiencial se sustenta en las ideas de John Dewey para quien la construcción de conocimiento representa un proceso cíclico entre las diferentes fases. Itin (1999) propone un modelo que integra las fases de Dewey y en el cual el aprendizaje experiencial es un proceso formativo que implica al individuo físicamente, socialmente, intelectualmente, cognitiva y emocionalmente a través de una experiencia concreta que le ofrece un reto con un nivel de riesgo y fracaso. En este proceso el estudiante formula hipótesis, experimenta y aplica su creatividad para llegar a la solución desarrollando conocimiento [10]. Dentro de las estrategias didácticas centradas en la generación de aprendizaje significativo, en el marco del aprendizaje experiencial, destacamos la solución de problemas reales que aplicamos en nuestro caso [12]. Estos modelos de aprendizaje se contraponen con los modelos tradicionales en los que el alumno es un individuo pasivo y receptor de información.

En este artículo diseñamos y aplicamos una experiencia de aprendizaje activa que contribuya al desarrollo de competencias emprendedoras en las edades más tempranas con la finalidad de medir su impacto y así poder transferir la experiencia a otras escuelas, atendiendo a los requerimientos del modelo experiencial.

Las preguntas de investigación que formulamos son las siguientes: ¿Se puede enseñar la competencia emprendedora en alumnos de 10-11 años?, ¿Mediante qué metodología de aprendizaje podemos desarrollarla? y ¿Las metodologías activas de aprendizaje son percibidas positivamente por los alumnos/as?

En el artículo después de detallar las razones de la iniciativa emprendedora y la descripción de la sistemática seguida en la experiencia, denominada: reto empresa, gracias a 140 alumnos de tres

escuelas, se constata el grado de satisfacción por parte de los participantes utilizando una metodología activa de aprendizaje según el modelo de Kolb, D. [11] y se presentan unas conclusiones al respecto.

3. RAZONES PARA DESARROLLAR ESTA INICIATIVA

Dos de los pilares básicos para el desarrollo de la competencia emprendedora son las empresas por un lado y la educación por otro lado. Las empresas por ser las responsables de la creación y la distribución de la riqueza de un país. Y la formación porque es la clave del desarrollo de las futuras generaciones. Por este motivo desde la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña y Creació (Agencia de emprendimiento, innovación y conocimiento) planteamos un conjunto de actividades a corto, medio y largo plazo con el objetivo de acercar las empresas a las escuelas para favorecer el conocimiento de la realidad de las empresas y a su vez, estimular entre los jóvenes, nuevas experiencias e ideas que generen el espíritu emprendedor. De aquí nace el proyecto "Empresa y Formación, creando los lazos del futuro". El objetivo del programa es planificar y estructurar una línea de actividades que promuevan el conocimiento y la relación con el tejido empresarial. El primer nivel de intervención incluye la actividad "Reto empresa" para alumnos de 5º, 6º de primaria y de 1º de ESO. El segundo y tercer nivel incluye talleres, coordinación del programa Escuela FEMCAT (sesión de 60 minutos organizada por la Fundación de Empresarios de Cataluña y que incluye la visita de un empresario a alumnos de secundaria) y el programa de visitas a empresas. El segundo nivel se dirige a alumnos de 2º, 3º y 4º de ESO e incluye los talleres: "Conoce tu entorno empresarial", "Autoconocimiento personal y Creatividad e innovación para resolver retos". El tercer nivel se dirige a alumnos de bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio y de Grado Superior e incluye los talleres: "Presentaciones eficaces mediante el elevator pitch", "Construye un modelo de negociación con el método canvas" y "Coaching para el desarrollo personal y profesional". El proyecto nace de la acción coordinada de la aportación de diferentes instituciones como: el Ayuntamiento de Vic, el Ayuntamiento de Manlleu, el Consejo Empresarial de Osona, el Consejo Comarcal de Osona y la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña.

Específicamente en el artículo analizamos la experiencia "Reto empresa". El "Reto Empresa" consiste en que los alumnos/as de 5º y 6º de primaria puedan aprender mediante una "experiencia" concreta que a su vez sea la base para la "observación y reflexión" y que generen observaciones dentro de un nuevo grupo de "conceptos abstractos" y "generalizaciones" de la que se deducen nuevas implicaciones para la acción [11]. Específicamente utilizamos la metodología didáctica de resolución de problemas reales y retos con la finalidad que la puedan aplicar y utilizar cuando lo requieran a lo largo de su desarrollo profesional. Con este fin se selecciona una empresa de la comarca (próxima en el territorio) que plantee un reto que conjuntamente con la Universidad se valorará que esté alineado al desarrollo cognitivo del alumno/a y a su vez permita al alumno/a incrementar su nivel de motivación dado que es una actividad práctica con un componente de "realidad".

4. DESCRIPCIÓN DE LA SISTEMÁTICA: EL RETO EMPRESA

El Reto empresa tuvo lugar el 23 de mayo de 2014 en una franja horaria de 9.00 a 14.00 horas. Participaron tres escuelas de quinto y sexto de la comarca de Osona con un total de 140 alumnos. De la escuela "El Carme" de Manlleu participaron 72 alumnos de sexto de primaria. De la escuela "L'Era de Dalt" de Tona participaron 48 alumnos de quinto de primaria y de la Escuela "Segimón Comas" de Sant Quirze de Besora participaron 20 alumnos de quinto y sexto de primaria.

La empresa que propuso el Reto fue el Grupo "Bon Preu" (<http://www.bonpreu.cat/>). El Grupo Bon Preu es el resultado de una larga trayectoria en el mundo de la distribución en Cataluña. De la actividad comercial en plazas y mercados que la familia Font Fabregó desarrollaba a principios del siglo XX, surge una empresa que actualmente tiene 156 establecimientos y supera los 4.385 trabajadores en Cataluña. Cabe resaltar, que la innovación y la búsqueda han sido siempre una constante en su trayectoria. La empresa de los hermanos Font, dirigida por el Sr. Joan Font (director) y el Sr. Josep Font

(vicedirector), con el apoyo del director comercial Antoni Amblàs, del director financiero Pere Anglada y el director de operaciones Joan Sabartés, continúa reaccionando con celeridad a los cambios, innova constantemente para cubrir las necesidades de los consumidores y cuida valores de identidad de la sociedad civil.

El Reto a resolver por parte de la empresa fue "los supermercados del 2020", ya que en el año 2020 los alumnos/as que participaron en el reto cumplirán 18 años y serán mayores de edad. En este sentido probablemente realizarán compras en supermercados habitualmente con lo que su opinión puede ser interesante de contrastar. Dado que el reto era muy genérico se organizaron los 140 alumnos en grupos de 10 alumnos conducidos por un/a dinamizador/a por mesa y cada dos mesas resolvieron los retos siguientes:

Tabla 1. Propuesta de retos

Propuesta de retos
¿Cómo podemos reducir el número de envases en el año 2020?
¿Cómo será el carro de compra del 2020? (Forma, tipo, que tendrá, ...)
¿Cómo nos podemos divertir en el supermercado del 2020 mientras los padres compran?
¿Cómo podemos diferenciar en el año 2020 las zonas de los productos frescos (pescado, fruta, ...), productos envasados, productos de limpieza y productos del hogar?
¿Propuestas de nombre comercial para el súper del 2020? Hacer propuestas sobre el nombre del establecimiento, el eslógan que puede utilizar, los colores del nombre y/o el dibujo/logotipo.
¿Cómo sería el supermercado del 2020 si no existiera el establecimiento tal y como lo conocemos ahora? Es una propuesta más transgresora imaginando que no hay un supermercado físico y que recoges la compra por ejemplo en un punto de recogida, que tu nevera te indica los productos que faltan y envían un pedido al súper, ...
¿Cómo será la caja de pago en el 2020?

Los grupos de alumnos/as fueron mezclados para establecer un grupo lo más heterogéneo posible. Para que los alumnos pudieran resolver el reto planteado cada dinamizador (previamente formado) realizó un conjunto de actividades (las mismas para todos los grupos) que permitieron resolver el reto planteado.

Específicamente las actividades a resolver acorde a su orden de realización fueron:

Actividad 1: "Presenta tu compañero". En esta actividad facilitamos una hoja dina 5 con preguntas referentes a su: nombre y apellidos, escuela a la que pertenecía y preferencias en cuanto a las actividades que les gustaba realizar. Cada alumno/a preguntó a su compañero de la derecha esta información, para posteriormente realizar la presentación a todos los otros compañeros de su grupo.

Actividad 2 opcional: "Nombre del grupo". Si la dinámica avanzaba más rápidamente de lo previsto se podía realizar la actividad adicional de "crear el nombre del grupo y/o un dibujo o logo para identificar ese grupo de 10 personas. Esta actividad corresponde a la fase "observación-reflexiva" del modelo experiencial de Kolb.

Actividad 3: "Define el problema a resolver". El objetivo de la actividad era justificar la importancia de identificar el supermercado del 2020. El concepto supermercado es muy necesario para resolver necesidades variadas de compra ya que simplifica la compra, al poder adquirir diferentes productos en un mismo espacio. Una vez hecha esta introducción el dinamizador explicó el reto

específico que los alumnos debían resolver, mencionando cuál es el resultado a conseguir. Se les formuló cuestiones cómo: ¿Por qué es importante esta parte del reto? ¿Cuáles son los puntos clave que debería tener en cuenta para resolverlo?, ¿Qué necesidades cubre el reto? Al finalizar la actividad el grupo debía escoger tres características que consideraban que tenía que tener la solución propuesta. Ejemplo: del reto "Propuestas de nombre comercial para el súper del 2020", posibles características del nombre final serían: nombre corto, de fácil pronunciación y novedoso. Esta actividad corresponde a la fase de "experiencia concreta" y "conceptualización-abstracción" de Kolb.

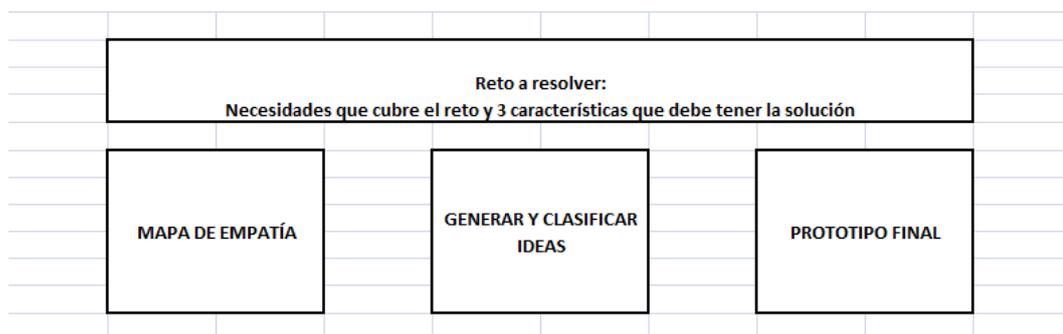
Actividad 4: "Mapa de Empatía". Para esta actividad se facilitó un dina A3 con una cara para representar el cliente y el objetivo fue analizar las necesidades que tiene nuestro cliente en base a saber: ¿qué piensa?, ¿qué ve? (en qué centra su atención) y ¿qué hace? (hábitos de compra). Una vez definido el problema y antes de dar soluciones era fundamental empatizar con las necesidades y preferencias del cliente. Esta actividad corresponde a la fase "observación-reflexiva" y "experimentación-activa" de Kolb.

Actividad 5: "Generar y clasificar ideas". Cada participante tuvo que anotar en un papel la solución que consideraba más interesante. Las diferentes propuestas fueron complementadas por el grupo. Una vez tuvieron las diferentes propuestas las clasificaron en unos ejes según nivel de innovación y nivel de practicidad para el cliente o para el supermercado. Las soluciones ubicadas en el primer cuadrante (más novedad y más interesante para el cliente/supermercado) se consideraron las más adecuadas y, por tanto, las que satisfacían las necesidades del cliente y del supermercado. Para decidir la solución final del grupo, los participantes votaron y decidieron entre las diferentes propuestas del primer cuadrante, la solución que consideraron más oportuna. Esta actividad corresponde a la fase "observación-reflexiva", "conceptualización-abstracta" y "experimentación-activa" de Kolb.

Actividad 6: "Descripción del prototipo o resultado final". La solución final de grupo consistió en una breve descripción y/o dibujo de su propuesta, identificando cinco argumentos que justificaban la idea ganadora. Esta actividad corresponde a la fase de "experimentación-activa" de Kolb.

El resultado final de cada una de las actividades se incluyó en un poster que los alumnos configuraron a lo largo de la sesión de trabajo, la estructura del citado poster se muestra a continuación:

Figura 1. Modelo poster



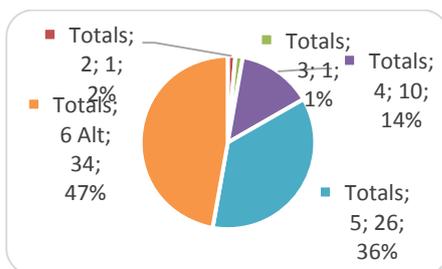
Actividad 7: "Cuestionario de satisfacción". Finalmente se valoró la experiencia con cinco breves preguntas para conocer el grado de satisfacción de los alumnos/as participantes.

Para finalizar la sesión cada grupo de trabajo expuso delante de los otros grupos su poster final y seguidamente un "Comité de Valoración" configurado por las instituciones/empresas: Creació, Universidad de Vic y Grupo Bon Preu, organizadoras de la experiencia, comentaron los resultados obtenidos por cada grupo de trabajo. Con la finalidad de que el Comité pudiera desarrollar sus valoraciones se facilitó a los dinamizadores un documento para que pudieran analizar el funcionamiento del grupo a lo largo del taller, para entregarlo a los miembros del Comité. El Comité valoró positivamente el trabajo de los diferentes grupos y las soluciones aportadas.

5. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS/LAS PARTICIPANTES

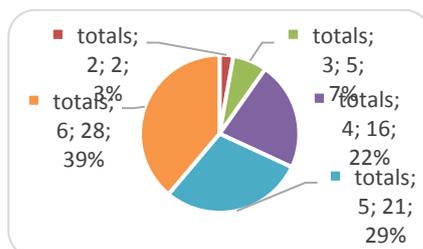
Con la finalidad de analizar el grado de satisfacción (actividad 7) se plantea un breve cuestionario de 5 ítems en el que los/las participantes valoran diferentes aspectos del taller. La valoración de los diferentes ítems se realiza mediante escala numérica del 1 a 6 (siendo 1 la mínima puntuación y 6 la más elevada). En los siguientes gráficos mostramos el resultado que hemos obtenido:

a) Valoración global del taller (Figura 2)



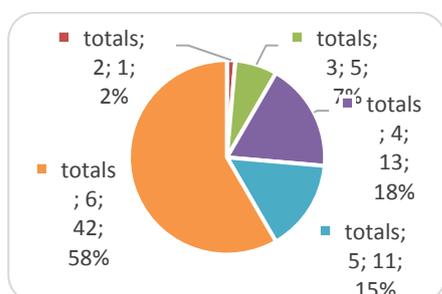
Un 47% de los/las participantes valoran cómo muy positiva su participación con un 6 (puntuación máxima). Y un 36% le atribuye una valoración de 5.

b) Duración del taller (Figura 3)



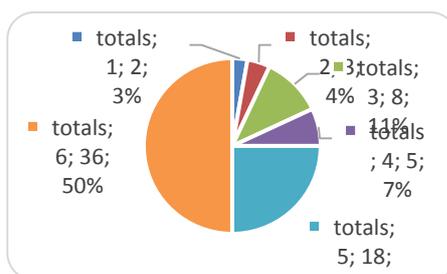
Un 39% de los/las participantes valoran cómo muy adecuada la duración de la actividad y un 29% le atribuyen una valoración de 5. Sólo un 3% de los participantes valorarían cómo negativa su duración.

c) El taller me ha hecho reflexionar sobre aspectos importantes (Figura 4)



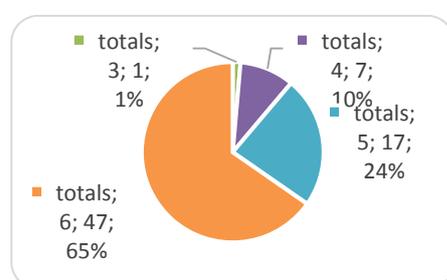
Un 58% de los/las participantes valoran que el taller les ha hecho reflexionar sobre aspectos importantes con una puntuación de 6. Y un 15% le atribuye una valoración de 5. Sólo un 2% consideran que el taller no les ha hecho reflexionar sobre aspectos importantes (atribuyendo una puntuación de 2).

d) El taller me ha aportado conocimientos nuevos (Figura 5)



Un 50% de los/las participantes valoran que el taller les ha aportado conocimientos nuevos con un 6 (puntuación máxima). Y un 25% le atribuyen una valoración de 5. Sólo un 7% valoran que el taller no les ha aportado conocimiento nuevos (un 3% le atribuyen una puntuación de 1 y un 4% una puntuación de 2).

e) Valoración del dinamizador (Figura 6)



Un 65% de los/las participantes valoran cómo muy positiva la valoración del dinamizador con un 6. Y un 24% le atribuyen una valoración de 5. Sólo un 1% de los participantes le atribuyen una valoración de 3 (como puntuación más negativa).

6. CONCLUSIONES

Después de realizar esta actividad: Reto Empresa, en colaboración Empresa/Escuelas de educación primaria llegamos a las siguientes conclusiones:

- La realización de esta experiencia nos permite acercar posiciones entre el mundo empresarial y el de la educación obligatoria para fomentar actitudes y aptitudes emprendedoras.
- Es conveniente y necesario el desarrollo de la competencia emprendedora en edades tempranas y en el mundo de la educación obligatoria tal como avalan las normativas presentadas en el artículo.
- Los alumnos que han participado de una metodología activa de aprendizaje han valorado muy positivamente la actividad.
- Los grupos de trabajo heterogéneos (alumnos de diferentes escuelas) facilitaron el objetivo del reto mediante el trabajo en equipo (guiado por un dinamizador), fundamental para el emprendimiento.
- Se realizó un trabajo por parte de todos los grupos sin un ganador ni perdedor, sencillamente se trataba de incentivar la competencia emprendedora mediante un trabajo cooperativo, escuchando las propuestas de los diferentes grupos y construyendo la propia solución al reto presentado.
- El modelo de aprendizaje experiencial permite el desarrollo de la competencia emprendedora mediante un aprendizaje motivador y significativo.

- Y por último, la realización de esta tipología de actividades utilizando metodologías activas de aprendizaje en la educación obligatoria, pueden incentivar el desarrollo temprano del espíritu emprendedor y facilitar la creación de empresas en un futuro próximo al inserirse los alumnos al mundo laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] ACS, Z.J.; MORCK, R.; SHAVER, J.M.; YEUNG, B. (1996): The internationalization of small and medium enterprises: A policy perspective. Accessed March 11 2014, http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/43666/11187_2004_Article_119506.pdf?sequence=1
- [2] AHMAD, SH.F.; BAHARUN, R.; RAHMAN, S.H.A. (2004): Interest in Entrepreneurship: An exploratory study on engineering and technical students in entrepreneurship education and choosing entrepreneurship as a career. Universiti Teknologi Malaysia.
- [3] ARASTI, Z.; FALAVARJANI, M.K.; IMANIPOUR, N. (2012): A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. Tehran: Higher education studies.
- [4] BENNETT, R. (2006): Business lecturers' perceptions of the nature of entrepreneurship. Accessed March 11 2014, <http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/business-lecturers-perceptions-of-the-nature-of-entrepreneurship-mwIFuFXSFc>
- [5] DRUCKER, P. (1985): Innovation and entrepreneurship. Practice and principles. Harper & Row Publishers.
- [6] EUROPE (2013): Measures to tackle youth unemployment. Accessed March 11 2014, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-464_en.htm
- [7] FAL, M.; GORE, A. (2010): The entrepreneurial dialogues: State of entrepreneurship in South Africa. Accessed March 11 2014, <http://www.gibs.co.za/SiteResources/documents/The%20Entrepreneurial%20Dialogues%20-%20State%20of%20Entrepreneurship%20in%20South%20Africa.pdf>
- [8] FAYOLLE, A. (2009): Entrepreneurship in Europe: Trends and challenges. Accessed March 11 2014, <http://www.oecd.org/employment/leed/43202553.pdf>
- [9] HYTTI, U.; O'GORMAN, C. (2004): What is "enterprise education"? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. Bingley: Emerald Group Publishing.
- [10] ITIN, C. (1999): Reasserting the Philosophy of Experiential Education as a Vehicle for Change in the 21st Century. *Journal of Experiential Education*, 22(2).
- [11] KOLB, D. (1984): Experiential learning experiences as the source of learning development. Nueva York: Prentice Hall.
- [12] KOLB, D. (1984): Psicología de las organizaciones: Experiencia. México: Prentice Hall
- [13] LONAPPAN, J.; DEVARAJ, K. (2011): Pedagogical Innovations in Teaching Entrepreneurship. Eighth AIMS International Conference on Management, pp. 513-518.
- [14] MWASALWIBA, E.S. (2010): Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods and impact indicators. Accessed March 11 2014, <http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/entrepreneurship-education-a-review-of-its-objectives-teaching-methods-9R6yETIZqz?shortRental=true>
- [15] SOLOMON, G.T.; DUFFY, S.; TARABISHY, A. (2002): *The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis*. *International Journal of Entrepreneurship Education* 1 (1): 1-22.
- [16] Web-<http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/articles/smes-repreneurship/article11079en.htm>