

# De la adversidad a la oportunidad, enseñar emprendimiento internacional con el apoyo de la tecnología

**Antonia Mercedes García-Cabrera**

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España*

**María José Miranda-Martel**

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España*

**Deybbi Cuéllar-Molina**

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España*

## Resumen

El emprendimiento internacional representa una actividad empresarial cuyo desarrollo requiere de la integración y despliegue de tres procesos complejos, a saber, la innovación, el emprendimiento y la internacionalización empresarial, de manera que la enseñanza-aprendizaje de las competencias necesarias para llevar a cabo tal actividad empresarial requiere del abordaje de los tres mencionados procesos. Como consecuencia, la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento internacional representa una tarea retadora y compleja, tanto para el profesorado como para el estudiantado, agudizada recientemente debido a las limitaciones financieras de las instituciones educativas y las restricciones relativas a la movilidad generadas a partir de la pandemia provocada por la COVID-19. Atendiendo a ello, en el presente trabajo se aporta una reflexión de los principales retos asociados a la enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento Internacional, se justifica la importancia de la tecnología en la docencia al objeto de facilitar el éxito del tal proceso y se proponen diversos métodos de aprendizaje basados en la misma. Entre tales métodos se incluyen la enseñanza orientada a proyectos, los debates, mesas redonda o coloquios, los concursos-juegos, las videoconferencias y los grupos de discusión en Internet.

*Palabras clave: emprendimiento internacional; innovación docente; internacionalización educativa; metodología virtual; metodología innovadora.*

## Introducción

El emprendimiento internacional es descrito por Zahra y George (2002) como el proceso que permite a las empresas, *tanto establecidas como de nueva creación*, descubrir y aprovechar de forma creativa las oportunidades que están fuera de sus mercados nacionales y, con ello, desarrollar una ventaja competitiva. Más recientemente, Tabares, Chandra, Alvarez y Escobar-Sierra (2020) detectan la necesidad de actualizar la conceptualización del emprendimiento internacional y proponen la siguiente definición: el emprendimiento internacional abarca “los procesos conductuales socialmente construidos y relativos al descubrimiento, definición, evaluación y explotación de oportunidades que traspasan las fronteras nacionales para crear nuevos negocios, modelos y soluciones para la creación de valor, incluyendo a este respecto resultados financieros, sociales y ambientales” (p. 37). Así concebido el emprendimiento internacional, en el ámbito docente ha dado lugar a una asignatura de elevada rele-

vancia tanto en los títulos de grado relacionados con la administración y dirección de empresas como, y sobre todo, en diversos programas formativos de postgrado (másteres y doctorado).

Ahora bien, una detenida valoración del alcance conceptual del emprendimiento internacional permite identificar diversos elementos distintivos con claras implicaciones para el proceso de su enseñanza y aprendizaje. A este respecto, debemos resaltar que el emprendimiento internacional no solo se refiere a la actuación de empresas nuevas o de reciente creación en el ámbito internacional, sino también de aquellas ya consolidadas que inician procesos de internacionalización tras una trayectoria de operaciones en el mercado local (Carland y Carland, 2007). El emprendimiento internacional se vincula en ambos contextos al desarrollo de nuevos negocios, modelos y soluciones, por lo que se fundamenta ampliamente en la actividad innovadora (Reuber *et al.*, 2018). Más particularmente, el emprendimiento internacional representa una actividad empresarial cuyo desarrollo requiere de la adecuada integración de otras tres tareas o elementos clave, a saber, la mencionada innovación, el emprendimiento y la internacionalización empresarial.

Así considerado el emprendimiento internacional, su enseñanza tiene como objetivo, *desde un ángulo fundamentalmente teórico*, que los estudiantes capten el denominador común que subyace al emprendimiento y la internacionalización empresarial (Jones *et al.*, 2008), conjuntamente con los procesos de innovación que facilitan los mismos (Czuchry y Yazin, 2008). Por ejemplo, tras cursar esta asignatura los estudiantes deben conocer el proceso de creación de una oportunidad de negocio internacional y las estrategias innovadoras pioneras y seguidoras que puedan adoptar para aprovechar tal oportunidad, tomar consciencia de cómo las normas culturales de cada lugar derivan en prácticas empresariales distintas, o de los aspectos legales, sociales, económicos y tecnológicos a considerar en la comprensión de las necesidades del cliente y la definición del modelo de negocio a desplegar en el exterior.

En *términos prácticos*, el elemento distintivo de la asignatura se asocia, según Cumming y Zhan (2018), a su carácter necesariamente motivador de la puesta en marcha de una nueva empresa internacional por parte del estudiantado que participa en el programa formativo.

Siendo éstos los objetivos teóricos y prácticos de la docencia del Emprendimiento Internacional, cabe calificar el proceso de enseñanza-aprendizaje como complejo. Tal complejidad ha agudizado recientemente, dadas las limitaciones financieras y las restricciones relativas a la movilidad internacional y de distancia física generadas a partir de la pandemia provocada por la COVID-19. Atendiendo a ello, en el presente trabajo se aporta una reflexión de los principales retos asociados a la enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento Internacional y se proponen diversos métodos de enseñanza basados en las tecnologías al objeto de facilitar el éxito del mismo.

A este respecto, dado que acceder al conocimiento teórico podría ser insuficiente y conllevar una visión limitada de la asignatura, es preciso que el profesorado haga uso de métodos docentes innovadores que hagan factible la adquisición de conocimientos y de destrezas en los diferentes pilares del emprendimiento internacional (e.g., innovación, emprendimiento e internacionalización empresarial). En la elección de estos métodos ha de atenderse a los retos que presenta actualmente el panorama financiero y sanitario internacional. En este sentido, la innovación educativa en la asignatura de Emprendimiento internacional se convierte en un tema de particular relevancia.

## **Dificultades de la enseñanza del emprendimiento internacional**

Existen tres tipos de retos asociados a la enseñanza del Emprendimiento Internacional. Por una parte, los concernientes a la enseñanza de la dimensión emprendimiento, ampliamente ligados a estimular las capacidades del estudiante para el desarrollo de un nuevo negocio, entre ellas la capacidad de

asumir riesgos (Musteen *et al.*, 2018). Por otra, los relativos a la dimensión internacional, esto es, la adquisición por parte del estudiantado de una mentalidad empresarial global (Cumming y Zhan, 2018). Finalmente, los ligados a la comprensión de los procesos de innovación que facilitan el emprendimiento internacional (Czuchry y Yazin, 2008). Dado que existe un amplio debate al respecto de si cada una de estas dimensiones del Emprendimiento Internacional puede, de facto, ser enseñada, abordamos un breve análisis de estos retos a continuación.

### *Desafíos relacionados con la enseñanza de la dimensión emprendimiento del Emprendimiento Internacional*

Con respecto a la dimensión emprendimiento, el objetivo del programa formativo ha de ser, además de dotar a los estudiantes del conocimiento específico del campo, aumentar su intención de poseer o iniciar un negocio (Bae *et al.* 2014; Souitaris, Zerbinati y Al-Laham, 2007).

El factor actitudinal en los cursos sobre emprendimiento puede abordarse a través de actividades académicas inspiradoras (Souitaris *et al.*, 2007). Por ejemplo, Musteen *et al.* (2018) resaltan la importancia de que el estudiantado interactúe con emprendedores de éxito y conozca experiencias emprendedoras exitosas. Otras fuentes de inspiración pueden ser los propios profesores, los compañeros que han llevado a cabo actividades emprendedoras, o los jóvenes que están inmersos en el proceso de puesta en marcha de una empresa (Padilla-Angulo *et al.*, 2019). Los invitados pueden narrar cómo a través de sus actividades emprendedoras contribuyeron a resolver problemas sociales, incrementando así la deseabilidad de ser emprendedor en el estudiantado (Padilla-Angulo *et al.*, 2019). Ahora bien, el desarrollo de muchos de estos métodos docentes potencialmente inspiradores está sujetos a la disponibilidad económica de las instituciones educativas para invitar a conferenciantes reputados y con capacidad para inspirar, así como a otras asociadas a las limitaciones actuales de distancia y movilidad propiciadas por la pandemia sanitaria.

### *Desafíos relacionados con la enseñanza de la dimensión internacional del Emprendimiento Internacional*

Al objeto de abordar la dimensión internacional de la asignatura, es posible tomar como referencia los métodos docentes comúnmente aplicados en la formación sobre Negocios Internacionales (Cumming y Zhan, 2018), asignatura con mayor tradición en los planes de estudio y, por ende, mayor número de referencias previas disponibles. Tal referencia es válida porque, aunque ambas disciplinas difieren en sus objetivos de aprendizaje, tienen en común la necesidad de desarrollar una mentalidad empresarial global en el estudiantado. Cumming y Zhan (2018) destacan la importancia que los viajes del estudiantado tienen en la adquisición de las competencias específicas asociadas a la internacionalización empresarial (e.g., programas con períodos de estudios en el extranjero). En el marco del Emprendimiento Internacional, Wu and Martin (2018) diseñaron un curso basado en el aprendizaje experiencial que incluía un viaje de corta duración al extranjero, el desarrollo del proyecto emprendedor y una reflexión estructurada. Los autores corroboraron el efecto positivo del curso en el aprendizaje del estudiantado participante, con mejoras en todas las áreas clave del emprendimiento internacional y, particularmente, en lo concerniente a los retos que el emprendedor afronta al implantarse en nuevos contextos geográficos.

Los proyectos internacionales “en vivo” pueden desarrollarse en colaboración con universidades foráneas y, al facilitar que el estudiantado realice inmersiones en otras culturas y mercados, propician el aprendizaje experiencial, muy útil para el desempeño profesional posterior del estudiantado, ade-

más de ser muy estimulante para el mismo (Bell *et al.*, 2004; Jones *et al.*, 2008). La realidad es que el uso de estos métodos docentes presenta varias limitaciones:

- Restricciones financieras, debido al elevado coste económico de los programas que contemplan viajes (Bell *et al.*, 2004; Jones *et al.*, 2008).
- Falta de recursos humanos para organizar la actividad (Bell *et al.*, 2004; Jones *et al.*, 2008).
- Problemas logísticos, ya que las actividades en el extranjero suponen una interrupción de las clases de las restantes asignaturas del plan de estudios, a menos que esta actividad educativa se integre en el programa general de estudios (Bell *et al.*, 2004).
- En la actualidad se suma, la restringida o nula movilidad internacional generada por la alarma sanitaria.

### *Desafíos relacionados con la enseñanza de la dimensión innovación del Emprendimiento Internacional*

La dimensión innovadora y particularmente en lo que atañe a la tecnología y digitalización, adquiere relevancia en los procesos de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento Internacional pues, en la actualidad, la transformación digital aporta alternativas relevantes para lograr una expansión internacional de la empresa, especialmente si tal internacionalización se acomete de forma temprana una vez fundada la misma (Terjesen *et al.*, 2016). Bajo esta perspectiva, el desarrollo de competencias innovadoras y tecnológicas por parte del estudiantado se convierte en una cuestión crítica en la enseñanza del Emprendimiento Internacional. Sin embargo, y a pesar de su relevancia, por parte de las instituciones educativas se produce solo una modificación tímida de los planes de estudios, de manera que los planes vigentes no combinan la enseñanza de aspectos empresariales y tecnológicos que los egresados requerirían para acometer el emprendimiento internacional (Czuchry y Yazin, 2018).

## **Métodos docentes basados en la tecnología para la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento internacional**

En presente trabajo proponemos recurrir a los medios virtuales o telepresenciales como alternativa llevar a cabo la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento internacional en el contexto actual. A este respecto seguimos las recomendaciones de diferentes autores que consideramos complementarias.

Por ejemplo, Musteen *et al.* (2018) resaltan la importancia de que el estudiantado interactúe con emprendedores de éxito y conozca experiencias emprendedoras exitosas, pudiendo estas interacciones tener lugar en el nuevo escenario a través de videoconferencias o grupos de discusión en Internet, debates, coloquios o mesas redondas telemáticas. A este respecto, las videoconferencias representan un medio para interactuar con emprendedores radicados en otros países (Bell *et al.*, 2004).

García-Cabrera, García-Soto y Suárez-Ortega (2019), por otra parte, plantean la creación de espacios de trabajo para la interacción en línea del estudiantado de diferentes países, de forma que sea posible el intercambio de conocimientos, el debate, la negociación intercultural y el logro de consenso. En particular, esto es posible mediante la participación del estudiantado en equipos interculturales conformados por estudiantes matriculados en distintas instituciones radicadas en diferentes países, debiendo tales equipos desarrollar proyectos consistentes en: (1) definir, reconocer y evaluar oportunidades de negocios internacionales y (2) diseñar un modelo de negocio para tal oportunidad.

Otras alternativas válidas son el uso de Internet o de materiales disponibles en sitios web para acceder a información de mercados exteriores (Bell *et al.*, 2004).

## Conclusiones

Tanto las restricciones financieras como, y sobre todo, la situación internacional provocada por la COVID-19, ha puesto a prueba la capacidad de las entidades educativas para trasladar la actividad docente al entorno *online*, especialmente relevante en el caso de la enseñanza del Emprendimiento Internacional. El trabajo llevado a cabo pone de manifiesto la existencia de alternativas para afrontar estos retos. En este sentido, es posible que la pandemia propiciada por la COVID-19, y tras superar las dificultades iniciales, esté dando lugar a una nueva era en la docencia, a una oportunidad, que permita por tanto favorecer la conexión internacional del alumnado, acercando al mismo a la realidad del entorno internacional a través de la comunicación *online*.

## Referencias

- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Bell, J., Callaghan, I., Demick, D., Scharf, F. (2004). Internationalising entrepreneurship education. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(1-2), 109-124.
- Carland, J. C., Carland, J. W. (2007). Intrapreneurship: A requisite for success. *The Entrepreneurial Executive*, 12, 83-94.
- Cumming, D., Zhan, F. (2018). International entrepreneurship education. *Journal of Teaching in International Business*, 29(3), 181-184.
- Czuchry, A. J., Yasin, M. M. (2008). International entrepreneurship: the influence of culture on teaching and learning styles. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 1-16.
- García-Cabrera, A.M., García-Soto, M.G., Suárez-Ortega, S.M. (2019). Trabajando desde las aulas universitarias en el desarrollo de instituciones que promuevan el emprendimiento internacional: el caso ULPGC-ESEN. *Comunicación presentada en XX Encuentro Iberoamericano y VI Congreso Internacional de la RED MOTIVA*. Valencia, 28 a 31 de mayo.
- Jones, S. A., Denslow, D., Janssen, F., Knyphausen-Aufseß, D., Llopis, J., Shinnar, R. S., Toney, B. (2008). Teaching international entrepreneurship through student exchange: observations, obstacles and recommendations. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 99-115.
- Musteen, M., Curran, R., Arroiteia, N., Ripollés, M., Blesa, A. (2018). A Community of Practice Approach to Teaching International Entrepreneurship. *Administrative Sciences*, 8(4), 56.
- Padilla-Angulo, L., Liñán, F., García-Cabrera, A.M., Lucia-Casademunt, A.M. (2019). Do business schools increase the entrepreneurial personal attitude of students? The effect of inspirational triggers by gender and level. *Comunicación presentada en XXIX CONGRESO DE ACEDE*. A Coruña, 16 a 18 de junio. ISBN: 978-84-09-15652-8.
- Reuber, A. R., Knight, G. A., Liesch, P. W., Zhou, L. (2018). International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders. *Journal of International Business Studies*, 49, 395-406.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Tabares, A., Chandra, Y., Alvarez, C., Escobar-Sierra, M. (2020). Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: a multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-48. DOI: 10.1007/s11365-020-00636-3.
- Terjesen, S., Hessels, J., Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299-344.
- Wu, Y., Martin, J. (2018). Incorporating a short-term study abroad service trip for educating international entrepreneurship in the BOP market. *Journal of Teaching in International Business*, 29(3), 213-248.
- Zahra, S. A., George, G. (2002). International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. En M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, & D.L. Sexton (Eds.), *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (pp. 255-288). Oxford, UK: Blackwell Publishers.