

UNA PROPUESTA PARA ACERCAR AL ALUMNADO AL EMPRENDIMIENTO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

López-Cózar Navarro, Cristina¹, Priede Bergamini, Tiziana²,

1: Economía y Ciencias Sociales Agrarias
Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos
Universidad Politécnica de Madrid
Avenida Complutense s/n. Ciudad Universitaria. 28040 Madrid
e-mail: cristina.lopezcozar@upm.es, web: <http://www.upm.es>

2: Economía y Finanzas
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Europea de Madrid
C/ Tajo s/n, Villaviciosa de Odón, 28670, Madrid
e-mail: tiziana.priede@uem.es, web: <http://www.uem.es>

Resumen. *El desarrollo de competencias relacionadas con el espíritu emprendedor y el comportamiento ético y socialmente responsable adquieren una especial relevancia en el momento actual, en el que se hace imprescindible el desarrollo de propuestas empresariales sostenibles. Hoy más que nunca cuando se vislumbra un cierta recuperación económica tras varios años de estancamiento, es preciso que la Universidad asuma la responsabilidad de transmitir a nuestros estudiantes que las empresas deben modificar sus actitudes y comportamientos, pero sobre todo, es fundamental fomentar en las aulas el espíritu emprendedor responsable, con el fin de conseguir un tejido empresarial en el que las nuevas iniciativas sean capaces de asegurar su viabilidad económica y, al mismo tiempo, avanzar hacia una mayor integración social, mayor respeto medioambiental y un modelo de crecimiento más coherente y equilibrado. En el presente trabajo se presenta una actividad que persigue estimular una cultura emprendedora en el alumnado universitario que permita desarrollar su capacidad para idear y llevar a cabo proyectos empresariales innovadores pero a la vez con un fuerte impacto social.*

Palabras clave: Emprendimiento, empresa social, desarrollo sostenible, responsabilidad

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios producidos a partir de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) han proporcionado el marco adecuado para lograr un aprendizaje integral de los estudiantes. Desde hace ya varios años, el gran reto de la enseñanza universitaria es el desarrollo competencial del alumno, lo que ha provocado importantes modificaciones, tanto en la función desempeñada por el profesor, como en el trabajo que debe realizar el alumno a lo largo de su proceso de formación, así como en el papel que desempeña la propia institución, facilitando las herramientas y los medios necesarios para la consecución de este objetivo (Rodríguez, 2009; Álvarez et al, 2012; Priede et al., 2013).

Dentro de las competencias genéricas que se incluyen en los planes de estudios de los nuevos grados, es habitual encontrar la capacidad emprendedora, junto a la iniciativa y

la innovación. Así, la capacidad emprendedora es una competencia muy amplia, que adopta diferentes denominaciones, por ejemplo en el proyecto DESECO de la OCDE se describe como “actuar autónomamente”, y en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, como “autonomía e iniciativa personal” (Marina, 2010). En este trabajo se ha optado por la denominación “espíritu emprendedor”, coincidiendo, tanto con el informe “Educación y Formación 2010” de la Comisión Europea, en el que se le otorga la importancia de competencia clave, así como con el Libro Blanco de Economía y Empresa (ANECA), el cual incluye dentro de las competencias genéricas sistémicas se la “iniciativa y espíritu emprendedor”. Por otra parte, también es frecuente hallar referencias sobre la importancia de desarrollar en los estudiantes el compromiso ético y la responsabilidad social en el trabajo; así por ejemplo, en el citado Libro Blanco de la ANECA, entre las competencias genéricas personales se incluye “compromiso ético en el trabajo”.

Por lo tanto, consideramos que el desarrollo conjunto de “la iniciativa emprendedora y la responsabilidad social en el trabajo” en los jóvenes universitarios se convierte en un reto para el docente, especialmente importante en la actualidad, en un momento en el que tras una larga situación de crisis económica y de valores, se están debatiendo nuevos modelos de desarrollo, con el fin de lograr una recuperación sostenible. Hoy más que nunca, es preciso transmitir a nuestros estudiantes que las empresas deben modificar sus actitudes y comportamientos, pero sobre todo, es fundamental fomentar en las aulas el espíritu emprendedor responsable, con el objetivo de conseguir un tejido empresarial en el que las nuevas iniciativas sean capaces de asegurar su viabilidad económica y, al mismo tiempo, avanzar hacia una mayor integración social, mayor respeto medioambiental y un modelo de crecimiento más coherente y equilibrado.

En este contexto, el presente trabajo presenta una propuesta de actividad basada en la realización de un trabajo en equipo consistente en el estudio y seguimiento de una empresa social real. Con esta práctica se pretende fomentar de forma particular el emprendimiento social y el comportamiento responsable de los estudiantes, con el objeto de promover un desarrollo económico sostenible e integrador. El trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se plantea la necesidad de la enseñanza del emprendimiento en la universidad, y en especial, del emprendimiento social e integrador, por lo que se expone el concepto de emprendedor social y su importancia en el contexto actual. A continuación, se describe la propuesta de actividad exponiendo los objetivos de aprendizaje, las fases de la misma y los criterios de evaluación a seguir. El trabajo termina con unas reflexiones y unas recomendaciones finales.

El objetivo de esta propuesta de actividad docente es que los estudiantes profundicen en sus conocimientos sobre emprendimiento y se acerquen a una realidad empresarial desconocida por la mayoría de ellos: el emprendimiento social. Así mismo, se persigue el desarrollo de distintas competencias transversales; las dos ya citadas, la iniciativa y el espíritu emprendedor y el comportamiento ético en el trabajo, pero además, el trabajo en equipo y la comunicación oral y escrita. Se trata de dos competencias igualmente importantes que aparecen incluidas, tanto en el Informe REFLEX, como en el *Proyecto Tuning Educational Structures in Europe*, así como en el Libro Blanco de la ANECA, siendo además citadas ampliamente en trabajos que recogen las competencias más desarrolladas en algunas de las más prestigiosas universidades de diferentes países (García et al., 2010).

Consideramos, por tanto, que se trata de una propuesta docente interesante para la

comunidad universitaria pues es una actividad que se puede adaptar a diferentes asignaturas de los grados relacionados con el área de economía y empresa, así como a otras asignaturas relacionadas con estos temas de cualquier otro grado.

2. CONTEXTO DE LA ACTIVIDAD

Actualmente es ampliamente reconocida la importancia de impulsar entre nuestros estudiantes universitarios el espíritu empresarial. La propia Comisión Europea (2003) señala que desde la universidad se debe fomentar una actitud favorable hacia la profesión de empresario. Un año más tarde, en el informe “Educación y Formación 2010” se incluye el espíritu emprendedor como una competencia clave, y se define como la capacidad para inducir cambios, así como la habilidad para adaptarse a aquellos cambios debidos a factores externos, lo que implica tener una visión estratégica, marcar y cumplir objetivos y estar motivado para alcanzar el éxito, y añade que todo ello supone ser responsable de las propias acciones, sean positivas o negativas. Por su parte, en nuestro país, la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, señala en su preámbulo que es preciso desarrollar el espíritu emprendedor entre el alumnado. Más recientemente, en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, también se señala la importancia de incentivar iniciativas de emprendimiento, facilitando información y ayuda a los estudiantes.

Así, en este contexto, hoy más que nunca, el profesorado universitario coincide en señalar que es necesario fomentar el espíritu emprendedor en todos los estudiantes (González, 2003; Martín et al., 2005; Toledano, 2006; López-Cózar y Priede, 2009; Benavides et al., 2010; Benito et al., 2010; Priede et al., 2013; Juliá, 2013). La universidad debe ser el elemento catalizador y la pieza clave a la hora de transmitir el emprendimiento a través de sus aulas de forma activa y comprometida, colaborando activamente con el resto de los agentes económicos implicados (Juliá, 2013), con el fin de promover el desarrollo de una cultura emprendedora entre los jóvenes, que derive en nacimiento de nuevas empresas fuentes de creación de riqueza, de generación de empleo y de crecimiento económico, elementos fundamentales para el desarrollo de cualquier país (Priede et al., 2009).

No obstante, el fomento del emprendimiento debería ser completado estableciendo objetivos personales y sociales, así como una base de valores compartidos. No tiene sentido el fomento de esta competencia si no está ligada a unos principios y se incluye dentro de un proyecto ético que aporte valor a la sociedad. En efecto, hoy en día es posible encontrar en el mercado empresarios que han desarrollado el espíritu emprendedor pero que presentan importantes carencias de ética y valores a la hora de llevar a cabo sus negocios. Así pues, los profesores universitarios debemos no sólo desarrollar competencias sino contribuir, al mismo tiempo, a la formación de buenos ciudadanos (Marina, 2009). Por lo tanto, es necesario fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios, pero también es importante impulsar que esa actitud emprendedora se desarrolle dentro del ámbito de la empresa social (Fisac et al., 2011; Martín et al., 2013). Este espíritu emprendedor debe desarrollarse desde el lado más humano, buscando el progreso continuo de la sociedad y la mejora del nivel de vida de todas las personas (Bornstein, 2005).

El emprendedor social es un tipo de emprendedor que identifica una oportunidad de negocio basada en la resolución de un problema social (por ejemplo, el analfabetismo o la inserción laboral) a través de una solución innovadora y creativa, apoyada en una buena idea y en el desarrollo de un proyecto empresarial. Como señala Bornstein

(2005), el emprendedor social es aquel que es capaz de identificar recursos allí donde los demás solo ven problemas. No se trata de filantropía o caridad, sino que consiste en la creación de un modelo de negocio motivado por la voluntad de ayudar a los demás y de llevar a cabo un cambio en la sociedad. La empresa social, por tanto, pretende aportar respuestas eficaces y eficientes a problemas sociales y medioambientales, como punto de partida para la creación y fortalecimiento de un orden social y económico más equilibrado. En definitiva, se trata de emprender una actividad empresarial motivada no por el ánimo de lucro, sino por la intención de resolver un problema social no atendido, por lo que se puede decir que el objeto perseguido por los emprendedores sociales es crear valor social (Defourny y Nyssens, 2012; Priede et al., 2014).

En los últimos años se ha incrementado el interés por el emprendimiento social, claro reflejo del importante desarrollo que este tipo de iniciativas está experimentando en diferentes países, por lo que la comunidad universitaria no puede permanecer ajena a esta realidad. Consideramos que resulta muy oportuno ampliar el conocimiento existente para contribuir a comprender mejor el concepto de emprendedor social, profundizar sobre sus peculiaridades y aspectos diferenciadores, y en general, ofrecer a los estudiantes una visión global sobre este tipo particular de emprendedor, para que lo contemplen como una alternativa económica, social y laboral interesante para su futuro profesional.

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA DE ACTIVIDAD

En las universidades españolas es frecuente encontrar diferentes iniciativas (seminarios, programas, talleres, concursos, premios, etc.) que fomentan el espíritu emprendedor entre el alumnado, sin embargo, son pocas las que centran, en particular, en el emprendedor social y en la creación de empresas sostenibles. La actividad que se propone consiste en la realización de un trabajo en equipo que recoge en el estudio y seguimiento de una empresa social real, sin perjuicio de que puedan desarrollarse otras alternativas similares que permitan asimismo conseguir los objetivos que se plantean en el presente trabajo. Así, en este caso, los estudiantes tienen que realizar y entregar un trabajo escrito y, posteriormente, hacer una exposición oral ante el profesor y el resto de compañeros, en la que presenten los principales aspectos abordados y las conclusiones del mismo.

Con esta práctica se pretende despertar en los estudiantes el interés por el emprendimiento social a través del planteamiento de una actividad docente de aprendizaje cooperativo que promueve su conocimiento de forma activa. En concreto, los objetivos de aprendizaje de la actividad se basan en que el alumnado mejore su conocimiento sobre emprendimiento, y en particular, sobre el emprendimiento responsable, sostenible e integrador a través de la empresa social, así como el desarrollo de las siguientes competencias: iniciativa y espíritu emprendedor, comportamiento ético en el trabajo, trabajo en equipo, comunicación oral y comunicación escrita.

Respecto a las fases que pueden componer la actividad, hay que señalar que antes de comenzar el desarrollo de la práctica, es preciso que el profesor lleve a cabo una tarea de preparación de la misma consistente en localizar y contactar con empresarios sociales que estén dispuestos a compartir su experiencia profesional con los alumnos y a colaborar con ellos para que puedan realizar el estudio. Una vez cumplido este primer requisito, es necesario desarrollar unas sesiones teóricas en las que el profesor sensibiliza a los alumnos sobre el concepto de empresa social, sus principales características y su importancia como alternativa empresarial capaz de ofrecer

soluciones a determinados problemas como la reinserción de personas en riesgo de exclusión, el acceso a la formación, del desempleo, etc. Esta toma de contacto con el concepto es importante para sentar las bases que permitan desarrollar posteriormente el trabajo práctico con éxito. El principal objetivo de estas sesiones es despertar su interés sobre la actual realidad social y sobre la necesidad de fomentar el desarrollo de iniciativas innovadoras y sostenibles que busquen la creación y consolidación de un orden socioeconómico más equilibrado. Una vez finalizadas estas primeras sesiones, deben ser organizados los equipos de trabajo y, a continuación, el profesor proporciona a cada grupo una rúbrica detallada, en la que se expone la descripción de la actividad, los objetivos perseguidos, la dedicación esperada, el detalle de los diversos entregables, la planificación temporal, las competencias y conocimientos que se espera que adquieran y los criterios de evaluación (Cebrián et al., 2007; Raposo y Martínez, 2011). En este caso, se entrega a los estudiantes un documento en el que se explica que la actividad consiste en hacer un seguimiento de una empresa social real a través del mantenimiento de un contacto frecuente con el emprendedor social (quien, como ya se dijo antes, previamente aceptó formar parte de esta actividad universitaria) y de la investigación realizada por los alumnos para recabar información acerca del modelo de negocio, las características del emprendedor, la necesidad cubierta por la empresa, la innovación social llevada a cabo, etc. El profesor debe realizar en este momento una importante labor de orientador proporcionando material de lectura, y de facilitador del contacto entre los alumnos y el emprendedor elegido. El resultado final debe ser la elaboración de un trabajo escrito y una presentación oral en la que se exponen los principales resultados del trabajo desarrollado y las aportaciones y experiencias más relevantes.

Finalmente, por lo que se refiere a la evaluación de la actividad, se realiza a partir del trabajo escrito entregado por cada uno de los equipos y de la presentación oral del mismo. Así, la adquisición de conocimientos se mide a partir de la información sobre el seguimiento de la empresa y la identificación de los aspectos clave del emprendimiento social aportada en el documento entregado, así como en la calidad de las respuestas de los estudiantes ante las preguntas del profesor en el momento de la exposición. De la misma manera, las competencias de espíritu empresarial, comportamiento ético y el trabajo en equipo, se evalúan, tanto a partir del trabajo escrito, como de la exposición. Por su parte, a través del documento se evalúa la comunicación escrita y a través de la exposición, la comunicación oral. La calificación final es la media de la nota obtenida en el documento escrito (la nota es común a todos los integrantes del equipo) y la de la exposición oral (la nota es individual para cada estudiante) la cual debe tener un peso relativo importante dentro de la calificación general, recomendándose que esté entre el 20 y el 40 por ciento.

A continuación, siguiendo el esquema propuesto por García et al. (2010) se muestra la ficha de la actividad (figura 1), elaborada con el doble objetivo de formalizar la actividad, así como de facilitar un documento que sirva de guía para otros docentes que quieran realizarla.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	
Denominación	Acercamiento al emprendimiento social
Grado/asignatura	Todos. Especialmente adecuada para asignaturas relacionada con el área de empresa.
Objetivos	Conocer el emprendimiento social y fomentar el comportamiento responsable de los estudiantes

Competencias desarrolladas	Iniciativa y el espíritu emprendedor Comportamiento ético en el trabajo Trabajo en equipo Comunicación oral y escrita
Descripción	Realización de un trabajo en equipo que recoge en el estudio y seguimiento de una empresa social real a partir de entrevistas mantenidas con emprendedores sociales e investigación propia
Entregables	Trabajo escrito y exposición oral
Fases	1º Sesiones teóricas sobre emprendimiento social. 2º Formación de grupos, explicación de la actividad y entrega de rúbrica. 3º Entrevistas con los emprendedores sociales (físicas o telemáticas). 4º Entrega de trabajos escritos y exposiciones orales.
Evaluación	El profesor evaluará los conocimientos y las competencias adquiridas a partir del documento escrito entregado y por observación directa en la exposición.
Dificultades	La principal dificultad encontrada a la hora de desarrollar la actividad propuesta es la consecución de los contactos con los emprendedores sociales dispuestos a colaborar.

Figura 1: Ficha de la actividad propuesta
Fuente: Elaboración propia a partir de García et al. (2010)

4. REFLEXIONES FINALES

Con el presente trabajo se ha pretendido exponer una propuesta docente a través de la cual es posible que los docentes universitarios desarrollemos conjuntamente “la iniciativa emprendedora y la responsabilidad social en el trabajo”, dos competencias que presentan especial relevancia en un contexto económico y social como el actual, en el que es preciso la búsqueda de un modelo de crecimiento sostenible, más justo y equitativo.

Así pues, el contacto con emprendedores sociales reales permite a los estudiantes conocer sus características y peculiaridades en profundidad, así como aprender de sus experiencias. La actividad propuesta puede realizarse sobre la base de emprendedores sociales pertenecientes a cualquier sector económico y de diversas características, lo cual permite que esta actividad docente pueda ser llevada a cabo en asignaturas de diversas titulaciones.

La tendencia en todos los sistemas educativos europeos, incluyendo distintos niveles, se encamina hacia el desarrollo de competencias de estas características con el fin de formar ciudadanos con empuje, capaces de generar empleo y riqueza, pero a la vez también capaces de llevar a cabo sus actividades de manera ética, responsable y sostenible. En este sentido el emprendimiento social se configura como una alternativa factible y adaptable al orden económico actual, capaz de combinar la consecución de objetivos económicos, medioambientales y sociales, tres elementos clave de la sostenibilidad empresarial citados por el *Global Reporting Initiative* (Izquierdo y Grañana, 2005).

Se trata, en definitiva, de una propuesta docente muy interesante y recomendable, ya que, como se ha puesto de manifiesto, el alumno se enfrenta al emprendimiento social de una forma real y cercana. El contacto directo con este tipo de emprendedores fomenta el espíritu emprendedor de los alumnos y su responsabilidad hacia la sociedad.

REFERENCIAS

Álvarez, S. Inda, M. y Álvarez, R. (2012). El trabajo cooperativo y la triple evaluación dinamizan la enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera. *Revista de Investigación en Educación*, 10 (1), 76-87.

Benavides, M., Sánchez, I. & Luna-Arocas, R. (2010). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual; un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30, 34-48.

Benito, S., López-Cózar, C. & Priede, T. (2010). Propuesta de una investigación participativa para la asignatura Administración de la empresa familiar: utilización del análisis comparativo y la entrevista en profundidad. *RED Revista de Educación a Distancia, Sección de docencia universitaria en la sociedad del conocimiento*, 2, 1-24.

Bornstein, D. (2005). *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Barcelona: Editorial Debate.

Cebrián, M., Raposo, M. & Accino, J. (2007). *E-portfolio en el practicum: un modelo de rúbrica*. *Comunicación y Pedagogía*, 218, 8-13.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34.

Fisac, R., Moreno, A., Palacios, M., Perez, D. & Uribe, D. (2011). La empresa social como modelo organizativo para la implicación de la universidad en iniciativas de cooperación al desarrollo. V Congreso Universidad y Cooperación al Desarrollo Cádiz 6/8 abril 2011. *Documento en línea*. Fecha de consulta 18 de abril de 2014.

García, M. J., Terrón, M. J., & Blanco, Y. (2010). Desarrollo de recursos docentes para la evaluación de competencias genéricas. *ReVisión*, 3 (3), 17-36.

González, O. (2003). Análisis de la motivación empresarial en la población juvenil según el tipo de centro. *Revista de Educación*, 331, 533-559.

Izquierdo, R. S., & Grañana, I. V. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 137-161.

Julià, J. F. (2013). Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España ya la UPV. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 113, 7-27.

López-Cózar, C. & Priede, T. (2009). La necesidad de un enfoque estratégico ante el planteamiento de los nuevos grados en el área de administración y dirección de empresas. *REDU, Revista de Docencia Universitaria*, 7 (2), 1-12.

Marina, J. A. (2010). La competencia de emprender, *Revista de Educación*, 351, 49-71.

Martín, N., Hernangómez, J. J. & Rodríguez, A. I. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía*, 34, 131-145.

López, S. M., Guadaño, J. F., Durán, P. B., & de las Vacas, G. L. P. (2013). Necesidad de medidas para impulsar la creación de las empresas de participación desde los diferentes niveles de enseñanza. *CIRIEC-España. Revista de economía pública, social y cooperativa*, 78, 71-100.

Priede, T., Benito, S. & López-Cózar, C. (2013). Cómo fomentar el espíritu emprendedor en las aulas universitarias. Descripción de una experiencia docente. *Revista de Enseñanza Universitaria*, 39, 1-13.

Priede, T., López-Cózar, C. & Rodríguez, A. (2013). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 80, 115-138.

Raposo, M. & Martínez, E. (2011). La rúbrica en la enseñanza universitaria: un recurso para la tutoría de grupos de estudiantes. *Formación Universitaria*, 4(4), 19-28.

Rodríguez, R.M. (2009). Innovación metodológica docente en el marco del espacio europeo de educación superior: Algunas reflexiones desde los retos de la sociedad del conocimiento. *XXI Revista de Educación*, 11, 195-206.

Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios. *Revista de educación*, 341, 803-828.