



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2018/2019

Nº de proyecto: 256

Título del Proyecto: "Educación emprendedora: fomentando el emprendimiento entre el alumnado"

Nombre del responsable del proyecto:
Jaime E. Souto

Centro: Facultad de Comercio y Turismo

Departamento: Organización de Empresas y Marketing

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El presente proyecto de innovación y mejora de la calidad docente, con título “Educación emprendedora: fomentando el emprendimiento entre el alumnado”, ha tenido como objetivo identificar las prácticas y contenidos capaces de fomentar de manera real el emprendimiento entre el alumnado. Este propósito persiguió, por un lado, ahondar en cómo la educación universitaria puede contribuir a incrementar el espíritu emprendedor del alumnado y, por otro lado, como promover de forma efectiva la creación de nuevas empresas por los alumnos.

Truell (1998), Brockhaus et al. (2001), Márquez y Barreda (2010) y Sánchez (2011) resaltan el papel primordial que la universidad debe desempeñar en la formación emprendedora. Ronstadt (1987), Kent (1990), Vesper y Gartner (1997), Hindle (2007) y Neck y Greene (2011) se centran en analizar el desarrollo y la progresiva evolución en el tiempo de la educación en espíritu emprendedor, en el entorno de la educación universitaria. En este sentido, Van Clouse (1990) y Weber (2012) apuntan hacia el efecto positivo de la formación emprendedora, en el ámbito universitario, sobre el emprendimiento. Si bien, para Solomon et al. (1994), Fiet (2001) y DeTienne y Chandler (2004) la cuestión clave radica en cómo debe ser la formación en emprendimiento para fomentar el emprendimiento.

Referencias:

- Brockhaus, R., Hills, G., Klandt, H., & Welsch, H. (2001). *Entrepreneurship education: A global view*. Aldershot, U.K.: Avebury.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education* 3, 242-257.
- Fiet, J. O. (2001). The Pedagogical Side of Teaching Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 16(2), 101-117.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: from the wrong building to the right philosophy. *Handbook of research in entrepreneurship education* 1, 104-126.
- Kent, C.A. (1990). Entrepreneurship education at the collegiate level: A synopsis and evaluation. En C.A. Kent (Ed.), *Entrepreneurship education* (pp. 111-122). New York: Quorum Books.
- Márquez, A. M., & Barreda, R. (2010). Have our future entrepreneurs an ethical commitment?. *ICERI2010. Proceedings* 5.780-5.789.
- Neck, H., & Greene, P. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management* 49(1), 55-70.
- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business* 11(4), 37-53.
- Sanchez, J. C. (2011). University Training for Entrepreneurial Competencies: Its Impact on Intention

of Venture Creation. *International Entrepreneurship Management Journal* 7, 239-254.

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), 65-86.

Truell, A.D., Webster, L., & Davidson, C. (1998). Fostering entrepreneurial spirit: Integrating the business community into the classroom. *Business Education Forum* 53(2), 28–29.

Van Clouse, G. H. (1990). A controlled experiment relating entrepreneurial education to student's start-up decisions. *Journal of Small Business Management* 28(2), 45-53.

Vesper, K., & Gartner, W. B. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education. *Journal of Business Venturing* 12(5), 403-421.

Weber, R. (2012). *Evaluating Entrepreneurship Education*. Munich: Springer Fachmedien Wiesbaden.

2. Objetivos alcanzados

Los objetivos propuestos se han alcanzado, al conseguir mejoras y desarrollos capaces de fomentar el emprendimiento. De hecho, el fomento del autoempleo a través del emprendimiento requiere orientar al alumnado hacia la acción. Por tanto, debemos actuar sobre dos cuestiones, capacitación emprendedora y estímulo emprendedor, ambas englobadas en la competencia de emprendimiento.

Las mejoras planteadas pueden ser aplicadas en asignaturas de Emprendimiento o Creación de empresas. Si bien no es descartable que se puedan aplicar en otras asignaturas. Además, fruto de la experiencia investigadora y docente de los miembros del equipo que ha realizado el proyecto, se concluye que cada plan de estudios debe adaptar los contenidos, prácticas y temario de la asignatura en emprendimiento a sus características particulares, a su vez, la educación en emprendimiento no se realiza únicamente desde la asignatura correspondiente, sino también desde otras. En este sentido, los Trabajos Fin de Grado constituyen una herramienta de gran utilidad, incluso aunque el contenido relativo a la creación de una empresa sea un pequeño dossier de 5-10 páginas.

3. Metodología empleada en el proyecto

El proyecto utiliza una metodología inductiva, partiendo de la observación del desarrollo de la enseñanza en la asignatura de creación de empresas, la interacción profesor-alumno y la opinión de los alumnos en dicha asignatura.

4. Recursos humanos

Los miembros del equipo de investigación de este proyecto INNOVA-Docencia UCM son:

- Jaime E. Souto.
- Ángel Rodríguez.
- Severiano Hernando.
- Celia Goicoechea.
- Gustavo Rodríguez.
- Cristina Villamor.

5. Desarrollo de las actividades

El plan de trabajo tiene las siguientes fases:

- Identificación inicial de contenidos y prácticas que fomentan el emprendimiento entre el alumnado
- Planteamiento de posibles mejoras en el fomento del emprendimiento en la educación
- Desarrollo de contenidos
- Implementación de contenidos
- Verificación de los resultados obtenidos.

En la primera fase, relativa a la identificación inicial de contenidos y prácticas que fomentan el emprendimiento entre el alumnado, se obtuvieron los siguientes resultados: ejemplos reales de éxito emprendedor, mostrar ejemplos de emprendedores con ideas innovadoras, mostrar emprendedores de diferente tipo (emprendedores sociales,

emprendedores medioambientales,...), orientación para la generación de las ideas de negocio, ejemplos de ideas de negocio aplicadas en la realidad, testeo inicial de la idea, orientación en la evaluación de la viabilidad de la idea de negocio, elaboración de plan de negocio, orientación en la elaboración del plan de negocio, conexión entre conocimientos previos procedentes de diferentes asignaturas, plan de negocio aplicable en la realidad y conectado con la realidad emprendedora actual y planteamiento de opciones reales que permitan financiar la creación de una nueva empresa.

En la segunda fase, se plantearon posibles mejoras en prácticas y contenidos. En las prácticas se reconoce la necesidad de integrar en la educación emprendedora el aprender haciendo, bajo una didáctica constructivista en donde el alumno es orientado por el profesor; para llevar a cabo esto es imprescindible plantear sesiones prácticas dedicadas al trabajo del alumno bajo la orientación del profesor y otras sesiones en donde el alumno presente el trabajo realizado (tales como un “elevator pitch” y una presentación del plan de negocio). En los contenidos se establece la necesidad de elaborar documentos de apoyo, los cuales se describen en la siguiente fase.

En la tercera fase se desarrollan los siguientes contenidos:

- Documento en donde se aportan 16 preguntas para que el alumno valore si ¿es viable mi idea de negocio? Las preguntas son: ¿es el equipo emprendedor viable para llevar a cabo la idea de negocio?, ¿los miembros del equipo emprendedor están dispuestos a realizar el esfuerzo que conlleva la idea de negocio planteada?, ¿tiene el equipo emprendedor experiencia en el sector?, ¿en qué consiste mi idea de negocio?, ¿debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades?, ¿qué necesidad cubre mi producto?, ¿mercado potencial?, ¿cómo es el cliente?, ¿es el momento adecuado para lanzar el producto?, ¿cómo es la competencia?, ¿cuáles son las ventajas competitivas?, ¿qué necesidades técnicas tienes?, ¿qué financiación necesitas?, ¿cuáles van a ser los gastos e ingresos?, ¿es el negocio rentable? y ¿opciones de futuro de la idea?
- Documento con guión orientativo del plan de negocio. Cuenta con los siguientes apartados: 1. Introducción, 2. Modelo de negocio, 3. Análisis entorno competitivo, 4. Marketing y comercialización, 5. Producción y operaciones, 6. Organización y RRHH (detallar organigrama), 7. Financiación y análisis económico-financiero y 8. Planes de crecimiento.
- Además de elaborar ejemplos que se exponen durante las clases teóricas,

también se facilitan enlaces con más detalle sobre casos de emprendimiento, con el fin de posibilitar que el alumno pueda complementar información y participe de forma activa. Los enlaces facilitados son: Biofy (<https://www.youtube.com/watch?v=Zm5NRoB3PTQ>) y Liguats Vegetals (<https://www.liguats.com>).

- Enlace a los emprendedores y casos de éxito de la Fundación Madri+d (<https://www.madrimasd.org/emprendedores/emprendedores-casos-exito>).
- Acceso a materiales en abierto de Madrid Emprende, tal como su guía de plan de empresa y su simulador de plan de empresa.
- En el tema de financiación se facilitan enlaces a vías de financiación existentes, que los alumnos puedan aplicar en la realidad si crean una empresa, por ejemplo: <https://www.madrimasd.org/emprendedores/ban-madrid>, <https://www.keiretsuforum.es>, <https://www.thecrowdangel.com>, <https://www.zank.com.es> y <https://www.ecrowdinvest.com>. También se facilitan enlaces a documentos que les permitan ampliar sus conocimientos respecto a las fuentes de financiación (https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/financiacion/Financia_Colaborativa/Financia_Colaborativa.pdf).

En la cuarta fase, durante el curso 2018/2019, se implementaron las prácticas detalladas y se facilitaron los contenidos detallados a los alumnos.

En la quinta fase se verificaron los resultados obtenidos, a través de una encuesta, en la cual se preguntaba a los alumnos ¿Quieres crear una empresa o en el futuro te gustaría crear una empresa?. Las respuestas fueron voluntarias y basadas en una escala Likert de 5 puntos (1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo). La media aritmética de las respuestas antes y después de aplicar las prácticas expuestas y facilitar los contenidos presentados fueron 3,3 y 3,7 respectivamente. Por consiguiente, se puede afirmar que se ha alcanzado el objetivo propuesto.