

Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas.

Promoting entrepreneurship by university teaching innovation in the subject Business Creation.

Sandra M. Sánchez-Cañizares.

Universidad de Córdoba.

sandra.sanchez@uco.es

Pablo Rodríguez-Gutiérrez.

Universidad de Córdoba.

d22rogup@uco.es

RESUMEN.

El emprendimiento se configura como un objetivo constante en cualquier sociedad dado que la creación de empresas constituye un motor de innovación, competitividad y crecimiento. Las universidades han iniciado un proceso de apoyo a aquellos que están dispuestos a construirse su propio empleo tratando de conseguir que los graduados y graduadas asuman un compromiso hacia una acción responsable, estén preparados y dispuestos a concebir, emprender y liderar nuevos proyectos empresariales. Para ello es necesario que la universidad posibilite y fomente actitudes innovadoras y actitudes emprendedoras. En este sentido, en los últimos años, los cambios en los programas docentes derivados del Plan Bolonia han buscado reforzar esta línea de acción con la inclusión de asignaturas relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresas. Este trabajo pretende determinar si estos cambios en los planes docentes han generado resultados positivos realizando un análisis particularizado de la práctica docente innovadora desarrollada en una de estas asignaturas, implantada recientemente en el grado en Administración de Empresas de la Universidad de Córdoba. Se demuestra cómo la intención fundamentada de crear empresas por parte del alumnado es muy superior en aquellos que han seguido esta materia frente a grupos de estudiantes que aún no la han cursado. Se evidencia que los contenidos, así como las metodologías aplicadas permiten condicionar en el alumno su actitud hacia la actividad emprendedora y empresarial, modificándola positivamente. Por todo ello, se recomienda una mayor coordinación del profesorado implicado en la docencia y se reclama un mayor apoyo por parte de las instituciones públicas.

PALABRAS CLAVE.

Emprendimiento; Universidad; Innovación Docente; Plan Bolonia; Intención Emprendedora.





ABSTRACT.

Entrepreneurship is set to a constant goal in any society because is a driver of innovation, competitiveness and growth. Universities have begun a process of support to those who are willing to build their own job, encouraging the graduates to make a commitment to responsible action and to be ready and willing to conceive, initiate and lead new business projects. This requires that the university supports and encourages innovative entrepreneurial attitudes. In this regard, in recent years, changes in the educational programs according the Bologna Process have sought to reinforce this line of action to include subjects related to entrepreneurship and business creation. This work aims to analyze whether these changes in teaching plans have generated positive results by performing a particularized analysis of innovative teaching practice developed in one of these subjects, recently implanted in the degree in Business Administration from the University of Cordoba. This paper demonstrates how the intention to start up a business by students is much higher in those who have followed this subject against other groups who have not yet completed it. It is evidenced that the contents and the methodologies applied allow to condition the student's attitude towards entrepreneurship and business activity, modifying it positively. Therefore, it is recommended greater coordination of teachers involved in teaching process and an increased support from public institutions is claimed.

KEY WORDS.

Entrepreneurship; University; Educational Innovation; Bologna Plan; Entrepreneurial Intention.

1. Introducción.

En las dos últimas décadas ha ido avanzando la idea de que las universidades deben implicarse más en el desarrollo económico y social del territorio (Arroyo-Vázquez y Jiménez-Sáez, 2008). Algunos de los pioneros de esta idea son, entre otros, Clark (1996 y 1998) y Etzkowitz (1998), que analizando universidades europeas y del resto del mundo acuñaron la denominación de universidad emprendedora. Este concepto implica la existencia de una cultura emprendedora tanto de la institución como de la actitud y la forma en que sus agentes desempeñan sus actividades.

El emprendimiento en graduados universitarios se define como la interacción entre la licenciatura, como resultado de la educación obtenida en la Universidad, y la intención de iniciar un negocio de acuerdo con la formación en la carrera y la actitud hacia el autoempleo (Nabi y Holden, 2008).

Aunque existen autores que ven en la educación universitaria un desincentivo para el emprendimiento, como Botham y Mason (2007), estudios recientes muestran que tanto los graduados como los postgraduados presentan altos porcentajes en creación de nuevas empresas. Puede citarse el ejemplo del informe NESTA (2008) donde se concluye que las facultades y Universidades constituyen un marco idóneo para que los estudiantes adquieran intenciones emprendedoras.

Trabajos desarrollados en España como el de Toledano y Urbano (2006) sobre un estudio de casos defiende igualmente esta correlación entre emprendimiento y universidad, revelando una conexión entre la viabilidad y la deseabilidad de crear empresas. De este



modo, el alumnado que percibe viable la creación de una empresa presenta una opinión más positiva en cuanto a la deseabilidad de hacerlo. Por tanto, si a los deseos emprendedores del alumnado universitario se acompaña la percepción de que es posible hacerlo, la creación de empresas se puede materializar. En este trabajo se afirma que las universidades pueden fomentar el emprendimiento no sólo mediante la formación en contenidos, sino fomentando adicionalmente en el alumnado los rasgos característicos de la actividad empresarial (motivación de logro, independencia, etc.), apoyando a través de distintas medidas de ayuda a la juventud con inquietudes emprendedoras (orientación, asesoramiento, infraestructuras, etc.) y promoviendo períodos de prácticas en empresas para la generalidad del alumnado universitario

Así, el objetivo que sustenta la metodología docente que se describe en este artículo busca potenciar el perfil emprendedor del alumnado de la Facultad de Derecho y Ciencias Empresariales de la Universidad de Córdoba, mediante su aplicación específica en la asignatura de Creación de Empresas, de reciente implantación en los nuevos Grados derivados del Plan Bolonia, y que se convierte así en caldo de cultivo idóneo para transmitir estas capacidades y habilidades que encaminen en última instancia la formación del alumnado hacia el emprendimiento.

2. Universidad y emprendimiento.

Hay que recordar que el emprendimiento no es un concepto consistente exclusivamente en la creación de empresas sino que configura toda una forma de vida y de pensamiento. Por tanto, la formación emprendedora debe dotar a los estudiantes universitarios del conocimiento para desarrollar comportamientos, habilidades y capacidades para crear valor en la sociedad.

Revisando la situación actual en las universidades de nuestro país, es destacable el hecho de que la práctica totalidad cuenta con programas específicos para orientar a aquellos jóvenes que buscan su inserción en el mercado laboral, aunque en general ésta se centra en la búsqueda de un empleo por cuenta ajena, ya sea de en el sector privado o en forma de oposición en las administraciones públicas. No obstante, en esta coyuntura, las salidas profesionales de este tipo resultan del todo insuficientes para la cifra de egresados que abandona las aulas universitarias. De este modo es frecuente encontrar antiguos alumnos que se ven forzados a ocupar puestos de inferior cualificación a la obtenida o que incurrir en situaciones de desempleo en caso de no aceptar este tipo de trabajos. Y, por desgracia, en gran parte de Andalucía y, en particular, en Córdoba, con excesiva frecuencia el subempleo se prolonga de manera indefinida.

Es por todo ello que la UE a través de sus sucesivos pronunciamientos desde el Consejo Europeo de Lisboa (marzo de 2000) ha instado a los países miembros a incidir sobre el fomento de la cultura emprendedora. Fruto del compromiso de las administraciones públicas, el 12 de abril de 2011, en el Pleno del Consejo Andaluz de Universidades, celebrado en la Universidad de Córdoba, el Consejero de Economía, Innovación y Ciencia se presentó el Plan de Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía – “La pasión por crear, innovar y emprender”-.

Bajo esta premisa y como alternativa a las dificultades en la inserción laboral de la población egresada, las universidades han emprendido nuevas vías de apoyo para aquellos



que están dispuestos a construirse su propio empleo y emprender actividades afrontando el riesgo como empresarios y empresarias.

Por todo esto resulta imprescindible que la Universidad se involucre en la motivación y fomento de actitudes innovadoras y emprendedoras entre su alumnado. Pensamos sinceramente que existen multitud de jóvenes que tienen tanto la preparación como las cualidades para ser motor de nuevas iniciativas empresariales y la universidad no puede ser mera transmisora y creadora de conocimiento, sino que también puede y debe de ser semilla de cambio y de progreso.

La universidad debe ocupar una posición estratégica y desempeñar un papel decisivo en la gestión del cambio. Al ser los principales proveedores de cultura y conocimiento en la sociedad, han de dotar igualmente de inquietud por la innovación empresarial entre sus estudiantes. La experiencia de muchos países demuestra que las medidas para ayudar a la creación de empresas requieren un cambio en la cultura (aceptación social del papel del empresario en la sociedad), así como un aumento de las competencias y habilidades de los futuros empresarios y de los profesionales, es decir, la formación.

Las políticas universitarias están tendiendo al apoyo a proyectos de innovación tecnológica, la promoción de proyectos de la universidad 'spin-off' y, en los últimos años, la creación de programas y líneas de investigación especializados en emprendimiento. Las universidades han asumido un papel proactivo en lugar de simplemente reaccionar a las demandas de los estudiantes.

3. Metodología aplicada al proceso de enseñanza – aprendizaje.

El objetivo prioritario que impulsa la metodología aplicada en clase de Creación de Empresas, dentro del plan docente del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Córdoba, persigue dotar a todo el proceso de enseñanza-aprendizaje de un espíritu de motivación y fomento de la actitud emprendedora entre el alumnado. Así, desde un inicio se transmite al grupo en clase que algunos de los objetivos a lograr al final del cuatrimestre son los siguientes:

- Entender la importancia que la creación de empresas tiene para el desarrollo y bienestar de una sociedad.
- Persuadirles de que la creación de empresas en la sociedad actual es factible e, incluso, aconsejable.
- Lograr que conozcan de primera mano diferentes problemáticas y realidades a las que se enfrentan las empresas cercanas a su realidad diaria así como el modo de hacerles frente.
- Incentivar el uso de las TIC en la idea de negocio.

La literatura indica que la educación en emprendimiento se estructura en dos partes (ver figura 1) bien diferenciadas en las que se van a articular los contenidos de la asignatura. Por otra parte, este proceso culminaría en una tercera y definitiva fase en la cual el proceso se materializaría en la puesta en marcha de un emprendimiento donde se aplicarían los conocimientos y habilidades adquiridas en las fases previas.





En este punto cabe resaltar que lejos de adoptar una postura completamente crítica con los métodos tradicionales nos adherimos a la corriente que aboga por preservar lo bueno de lo ya conocido y combinarlo con nuevas metodologías educativas (p.e. Lourenço *et al.* 2013). De este modo, estas dos fases en las cuáles se organiza temporalmente la asignatura se combinan con estos dos enfoques pedagógicos. Por una parte se emplea un enfoque pedagógico tradicional que sirve para instruir al alumno e introducirle en los conceptos y herramientas que se van a utilizar. Por otro lado, se introduce “métodos emprendedores” que permiten al alumno aprender por medio de las actividades que este desarrolla en el aula. Esta metodología se desarrolla en sesiones de dos horas, dos días a la semana.

Fases asignatura Creación de Empresas		
	ENFOQUE	OBJETIVOS
Fase 1	Qué es el emprendimiento	Concepto de emprendimiento Aproximación a la situación actual del emprendimiento Concepto y perfil del emprendedor Alternativas de autoempleo.
Fase 2	Cómo emprender	Idea de negocio Plan de negocio y sub-planes específicos (comercial, operativo, jurídico y económico-financiero).
Fase 3	Emprender	

Figura 1. Enfoques enseñanza en emprendimiento. Fuente: elaboración propia.

El producto final del trabajo realizado a lo largo del cuatrimestre consiste en el desarrollo de un plan de empresa gestionado en grupos por el alumnado. Con ello se pretende un acercamiento a la realidad del emprendedor actual.

El método innovador en el desarrollo de la asignatura comprende varias actividades que llevan a que las sesiones no sean una mera sucesión de explicaciones teóricas y elaboración del trabajo práctico. En cambio, la clase se concibe como un punto de encuentro entre los emprendedores (los alumnos) en que van dando forma a su idea de negocio y llevándola a la realidad. Esto se consigue con diversas actividades:

- Sesiones de visita de emprendedores reales que narran su experiencia y transmiten los problemas a los que se han enfrentado, cómo han luchado por su idea de negocio y las motivaciones que les llevaron a optar por esa forma de vida. De forma más concreta, son llamados a colaborar en la asignatura a personas con un perfil que conecte y cree empatía con los alumnos. Esto se logra mediante la presencia de jóvenes emprendedores (de entre 25 – 35 años aproximadamente). Estas “conferencias” son valoradas especialmente por el alumnado porque les lleva a



conocer de primera mano aspectos que solo han visto en clase en un entorno controlado. Los casos que se presentan pueden ser tanto de éxito como de fracaso empresarial ya que de acuerdo con Minniti y Bygrave (2001) el aprendizaje ya sea desde experiencias positivas como negativas es esencial para el éxito de cara a incrementar los comportamientos hacia el emprendimiento. De este modo, de manera especial las experiencias de fracaso resultan muy ejemplificadoras a la hora de perder el temor a dicho fracaso y esclarecer que una idea fallida puede ser un punto de partida para futuros proyectos.

También se desarrollan sesiones con otros agentes relacionados con el emprendimiento (consultores, gestores de entidades públicas, etc.)

- Desarrollo de casos prácticos: no se trata de la habitual metodología de casos donde el docente distribuye diferentes casos de estudio (bien redactados por él mismo, o bien recopilados de las múltiples fuentes bibliográficas sobre la materia) para que sean analizados por el alumnado. Muy al contrario, aquí son los propios alumnos los que, a través de la selección de un emprendedor real de su entorno, elaboran un caso sobre su idea de negocio, reflejando su problemática particular y el modo en que el proyecto se convirtió en un negocio finalmente. Todo ello permite un acercamiento del alumnado al mundo del emprendedor y sus distintas facetas, potenciando de este modo un mayor y mejor conocimiento del mismo.
- Trabajo con simulador de negocio: en distintas sesiones en el aula informática se le facilita al grupo el acceso a varios simuladores de creación de empresas. El contacto con este tipo de software presenta utilidad al principio del diseño del plan de negocio, para centrar la idea y recopilar los aspectos a tener en cuenta para elaborar el plan. También se retoma su uso más adelante, en el momento de llevar a cabo toda la tramitación administrativa que conlleva la creación de la empresa, de manera que los grupos conocen de forma muy intuitiva cada uno de los pasos a dar en función de la forma jurídica más apropiada para su idea. El simulador les lleva a los diferentes organismos y entidades a las que han de acudir en la realidad, aunque igualmente se utilizan las distintas posibilidades ofrecidas por la ventanilla on-line en aquellos trámites donde esta opción es plausible.
- Presentación de la idea o el plan de negocio en distintos momentos temporales de su gestación:
 - En las primeras fases del proyecto se lleva a cabo la denominada “prueba del ascensor” donde cada grupo elige a un integrante que se ha de enfrentar a un supuesto inversor al que ha de convencer en poco menos de un minuto de las bondades de su idea de negocio. Tanto el docente como el resto de la clase ejercen el rol de inversores y plantean al emprendedor todas las cuestiones y dudas que les suscita su idea de empresa. Estas sesiones son especialmente enriquecedoras y útiles para terminar de pulir los proyectos iniciales que suelen sufrir cambios desde su concepción inicial.



- Al finalizar el cuatrimestre cada grupo ha de presentar a un tribunal formado por tres miembros (docentes y emprendedores del entorno) su proyecto final. Tras la exposición que no suele durar más de 10-15 minutos, el tribunal realiza un feed-back a cada grupo valorando las posibilidades reales que tiene el proyecto de ser puesto en práctica según la inversión requerida, el segmento de clientes al que se dirige, etc.
- Foros de trabajo en Moodle donde el alumnado inserta todas las noticias recogidas en prensa, webs etc. relacionadas con el impulso a la creación de empresas: becas, subvenciones, premios, puntos de información al emprendedor, etc.

Durante todo el proceso, el profesorado realiza una permanente labor de asesoramiento al alumnado en su idea de negocio, pero más desde un rol de facilitador que de docente.

4. Medición de los resultados obtenidos.

Una vez que la metodología docente ha sido implementada, al final de curso se procede a medir la efectividad de la misma. Concretamente, y basándonos en los trabajos de los profesores Veciana y Urbano, se trata de medir cuál es el comportamiento del alumnado con respecto a su propensión y actitud hacia el autoempleo. Para verificar este extremo posteriormente se llevará a cabo un análisis de medias mediante su comparación con una muestra de control.

Este proceso también se vislumbra de forma tangible en los datos estadísticos que el trabajo de campo desarrollado en colaboración con el Consejo Social de la Universidad de Córdoba ha puesto de manifiesto. El estudio consiste en la distribución cada tres años entre todo el alumnado de la Universidad de un cuestionario que analiza la intención emprendedora y que se basa en el elaborado por Veciana y Urbano (2004). En éste se analizan adicionalmente, entre otros aspectos, la autopercepción del alumnado sobre una serie de atributos personales (creatividad, dinamismo, etc.) y su valoración de una serie de profesiones (entre ellas la de empresario). La encuesta se distribuye al final del cuatrimestre de forma que permita evaluar el impacto originado por la metodología aquí descrita.

Uno de los mejores resultados obtenidos con esta experiencia es la satisfacción de encontrar grupos de alumnado que comentan a sus profesores que se plantean al término de sus estudios llevar a la realidad el negocio que están diseñando. La simple intención de transformar un proyecto en una empresa tangible indica el proceso transformador que poco a poco se abre paso en las intenciones emprendedoras de nuestro alumnado.

En las tablas siguientes se muestran los porcentajes de respuesta a cuestiones acerca de la deseabilidad, viabilidad e intención futura de crear una empresa entre los alumnos de la antigua Licenciatura en ADE (estudio del año 2010), donde no existía una materia sobre Creación de Empresas en el plan de estudios, y en el actual Grado en ADE (estudio del año 2013) incluyendo exclusivamente a los alumnos que no habían seguido la asignatura de Creación de Empresas. En la última columna se exponen finalmente los resultados de la misma encuesta en el grupo específico de dicha asignatura impartido en esta última titulación.





Los porcentajes revelan claramente cómo el grupo de alumnado que ha seguido la materia de Creación de Empresas posee una visión más optimista del emprendimiento, así como un resultado significativamente superior en cuanto a la intención fundamentada de crear una empresa en el futuro.

Deseabilidad de crear una empresa	% año 2010 (antigua LADE)	% año 2013 (actual GADE)	% grupo Creación Empresas
Sí	73,5%	72,3 %	80,0%
No	26,5%	27,7%	20,0%
Viabilidad de crear una empresa	% año 2010 (antigua LADE)	% año 2013 (actual GADE)	% grupo Creación Empresas
Más fácil en la actualidad	28,2%	10,7%	35,0%
Más difícil en la actualidad	71,8%	89,3%	65,0%

Tabla 1. Deseabilidad y viabilidad de crear empresas.

Intención de crear empresa	% año 2010 (antigua LADE)	% año 2013 (actual GADE)	% grupo Creación Empresas
No, nunca	23,8%	39,0%	12,5%
Intención vaga	56,9%	41,8%	47,5%
Intención firme	19,3%	20,5%	40,0%

Tabla 2. Intención de crear empresas en el futuro.

Por tanto, la evaluación que puede realizarse en cuanto a la implantación de esta metodología es muy positiva, si adicionalmente se tiene en cuenta la implicación y motivación del alumnado. Pero también es necesario añadir que los estudiantes manifiestan su entusiasmo en muchas de las actividades realizadas y ello redunda en unos resultados más que satisfactorios en las encuestas de evaluación del profesorado, que han alcanzado puntuaciones medias de 4,4 sobre 5 en el pasado curso. No obstante y, como se indicaba en un epígrafe previo, el mejor resultado es escuchar cómo algunos grupos ya manifiestan sus deseos de convertir en realidad sus proyectos empresariales.





5. Conclusiones.

Es innegable que todas las políticas educativas actuales tienen entre sus objetivos la idea de que la universidad posibilite y fomente actitudes innovadoras y emprendedoras. La experiencia de muchos países demuestra que las acciones de soporte a la creación de empresas requiere un cambio cultural (aceptación social del papel del empresariado en la sociedad), así como aumentar las competencias y habilidades del futuro empresariado y profesionales directivos, es decir, su formación.

En este sentido, este tipo de metodologías docentes, a mayor o menor escala requieren de soporte y apoyo por parte de las Administraciones pues tratan de potenciar la creación de empresas desde el ámbito educativo, un pilar de sostén insustituible para los futuros emprendedores.

Las principales bases de este proyecto metodológico son la continuidad y la coordinación entre todo el profesorado involucrado para aumentar curso tras curso la motivación del alumnado por el emprendimiento y que, posteriormente, las intenciones en cuanto a la creación de empresas manifestadas durante el desarrollo de la carrera se hagan una realidad al finalizar la misma.

Desde la evidencia empírica observada en la Universidad de Córdoba queda demostrado que tanto los contenidos relativos al emprendimiento como las metodologías aplicadas han permitido de manera significativa elevar no solo la deseabilidad y viabilidad emprendedora del alumnado, sino además incrementar la intencionalidad firme de crear una empresa en el futuro.

Como futuras líneas de actuación se encuentran la ampliación del campo de estudio a los grados de Turismo y Gestión Cultural, donde la implantación de la asignatura de Creación de Empresas está comenzando. Por otra parte, sería de gran interés realizar un seguimiento continuo sobre el grado de empleabilidad del alumnado egresado y, concretamente, identificar qué papel juega el autoempleo en la etapa post-universitaria. Este punto serviría para conocer qué incidencia tiene la intención manifiesta de crear algo propio sobre la generación de emprendimientos nuevos.

Referencias.

- Arroyo Vázquez, M. y Jiménez-Sáez, F. (2008). La incorporación de la innovación y el emprendedurismo en la Educación Superior: una formación de futuro. *Actas V Congreso Iberoamericano de Docencia Universitaria*, Valencia.
- Botham, R. y Mason, C. (2008). *Good Practice in Enterprise Development in UK Higher Education*. National Council for Graduate Entrepreneurship Research Report.
- Clark, B. (1996). Creando universidades emprendedoras en Europa. *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, 21, 373-392
- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*, Oxford: Pergamon Press.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of the entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages. *Research Policy*, 27, 823-833.





- Lourenço, F., Taylor, T.G. y Taylor, D.W. (2013), Integrating “education for entrepreneurship” in multiple faculties in “half-the-time” to enhance graduate entrepreneurship. *Journal of small business and enterprise development*, 20 (3), 503-525.
- Minnitti, M. y Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3), 13-28.
- Nabi, G. y Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education & Training*, 50 (7), 544-551.
- NESTA (2008). *Developing Entrepreneurial Graduates: putting entrepreneurship at the centre of higher education*. London: NESTA.
- Toledano, N. y Urbano, D. (2006). La formación y la experiencia como condicionantes de la creación de empresas. Un estudio de casos. *Actas XVI Congreso Nacional ACEDE*, Valencia.
- Veciana, J. M. y Urbano, D. (2004). *Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico*. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, Universidad de Valencia, 35-58.

