

RETOS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO RESPONSABLE

Cristina López-Cózar*, Silverio Alarcón, Sonia Benito, Pedro Arias, Aurelio Villa

Economía Agraria, Estadística y Gestión de Empresas

ETSIAAB

Universidad Politécnica de Madrid

Cristina.lopezcozar@upm.es

Silverio.alarcon@upm.es

Sonia.benito@upm.es

pedro.arias@upm.es

aurelio.villa@upm.es

Resumen. Con este proyecto se pretende promover el compromiso social mediante el aprendizaje activo, fomentar el emprendimiento ligado a una iniciativa sostenible, y acercar al alumnado a las prácticas empresariales responsables. Considerando que los emprendedores sociales se presentan como el mejor paradigma para desarrollar tales competencias, se realizó un diagnóstico sobre el grado de conocimiento y el interés que suscita esta modalidad especial de emprendimiento. Los resultados de una encuesta realizada a 380 estudiantes de la ETSIAAB revelan que existe un desconocimiento generalizado sobre el emprendimiento social, si bien un porcentaje elevado de estudiantes muestra predisposición a profundizar en el tema e involucrarse activamente. Para conseguir el objetivo de acercarlos a este modelo empresarial y presentarlo como alternativa laboral futura, se celebró una jornada en la que se contó con el testimonio de tres emprendedores y se ha creado un video que está disponible para cualquier persona interesada.

Palabras clave: Aprendizaje Activo, Aprendizaje Basado en Retos, Aprendizaje Colaborativo, Competencias transversales, Emprendimiento, Trabajo en Equipo/Grupo

1. Introducción

Actualmente, tras la crisis económica y de valores vivida, se plantea la necesidad de plantear nuevos modelos empresariales, con el fin de lograr una recuperación sostenible. En este sentido, desde las aulas universitarias debemos transmitir a nuestros estudiantes que las empresas tienen que modificar ciertos comportamientos y actitudes, y fomentar un espíritu emprendedor responsable. Consideramos que resulta pertinente avanzar en esta línea dado que, hoy en día, es frecuente encontrar empresarios que presentan notables carencias de ética a la hora de tomar decisiones y gestionar su organización.

De acuerdo con esto, diversos autores [1,2,3] señalan a los emprendedores sociales como la mejor referencia para realizar una actividad docente encaminada a fomentar prácticas empresariales responsables y ligadas a proyectos sostenibles. El emprendedor social es aquel que desarrolla una idea de negocio buscando la resolución creativa de un problema social o medioambiental, con un gran sentido de la responsabilidad y un claro compromiso con la comunidad. Se trata, en definitiva, de un

tipo de emprendimiento que persigue la creación de valor social por encima del ánimo de lucro [4,5].

Así pues, en este trabajo se presentan dos iniciativas que tienen como objetivo desarrollar el espíritu emprendedor, así como el compromiso social y las competencias cívicas entre el alumnado. De esta manera, se pretende contribuir a conseguir un tejido industrial en el que las empresas, además de asegurar su viabilidad económica, sean capaces de avanzar hacia una mayor integración social y un mayor respeto medioambiental; con ello, se logrará un modelo de crecimiento más coherente y equitativo.

2. Diagnóstico de la situación de partida

En primer lugar, se planteó estudiar el grado de conocimiento y el interés que suscita el emprendimiento social entre los jóvenes universitarios. Para ello, se realizó una encuesta a un total de trescientos ochenta estudiantes de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas (ETSIAAB) con el propósito de identificar cuáles son sus principales intereses laborales, así como cuánto saben y hasta qué punto están dispuestos a involucrarse en proyectos empresariales de este tipo.

Respecto a sus expectativas profesionales, la inmensa mayoría de los estudiantes afirman que les gustaría trabajar en una empresa privada (tanto grande como pyme) y señalan las oportunidades de promoción, el buen ambiente de trabajo y la remuneración económica como los aspectos más valorados del entorno laboral. En cuanto a la intención de montar su propia empresa, tan solo el 3% se lo plantea a corto plazo, mientras que a largo plazo, sí hay un porcentaje elevado de estudiantes que lo considera una alternativa interesante.

Por lo que se refiere al emprendimiento social, de las respuestas obtenidas en la encuesta se deduce que existe un desconocimiento generalizado sobre la empresa social, si bien, la mayoría de los encuestados manifestó su interés por aprender más sobre el tema y el 68% considera adecuado que sea la propia universidad la que se encargue de dar a conocer el emprendimiento social entre el alumnado (figura 1).

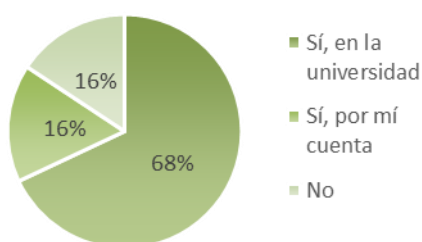


Figura 1. Interés por el emprendimiento social

Por su parte, en relación a si estarían dispuestos en participar en proyectos de este tipo (figura 2), casi la mitad de los estudiantes afirma que participaría como voluntario siempre y cuando obtuviera algún tipo de experiencia relacionada con su ámbito de trabajo; el 27% de los estudiantes participarían si obtuviera una remuneración por su labor; el 14% participaría como voluntario (sin obtener ni remuneración ni experiencia laboral en su campo).

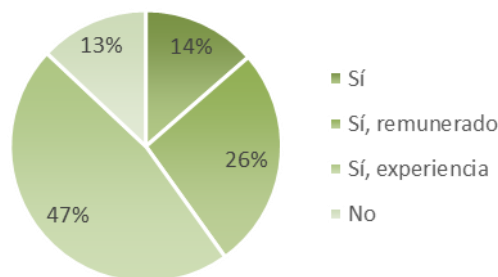


Figura 2. Disposición a participar en una empresa social

3. Descripción de las iniciativas

Con el objetivo de que el alumnado tuviera la oportunidad de conocer experiencias reales de emprendimiento social se organizó una jornada en la que se contó con tres emprendedores. Durante la misma, además de explicar claramente en qué consiste esta modalidad de emprendimiento, los invitados presentaron sus respectivas empresas, detallando cómo surgió la idea de negocio a raíz de la resolución de un problema social o medioambiental, cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron que afrontar, y cuáles son sus mayores satisfacciones y logros.

En particular, contamos con la presencia de una emprendedora social que con su proyecto combate la trata de personas; con el socio fundador de una empresa que ofrece productos ecológicos para agricultura y jardinería, con los que lograr que dichas actividades se realicen de manera sostenible; y con el cofundador de una empresa destinada a personalizar el aprendizaje y facilitar la integración en el mercado laboral de los estudiantes. En los tres casos se trata de empresas que cuentan con una amplia trayectoria, lo que permite confirmar que son proyectos que han logrado tanto su viabilidad económico-financiera, como un impacto positivo en la comunidad.

Con la finalidad de conocer la utilidad de la jornada y el grado de satisfacción con la misma, se realizó una encuesta a los asistentes. Los resultados de la misma muestran que el grado de satisfacción de los estudiantes es muy elevado. El 84% de estudiantes considera alta o muy alta la utilidad de la jornada en su proceso de aprendizaje y, en particular, el 89% considera que ha incrementado su nivel de conocimiento sobre la empresa social. Asimismo, ante las preguntas sobre si la jornada había despertado su interés por la responsabilidad social empresarial y su compromiso personal como ciudadano, el porcentaje de respuestas en los rangos alto o muy alto se sitúa por encima del 70% en ambos casos. Igualmente, se les pidió una valoración global de la jornada y la respuesta obtenida se considera muy satisfactoria, pues la inmensa mayoría de estudiantes se posicionan en las dos categorías superiores, y varios de ellos señalaron que debería repetirse en los próximos cursos.

Los resultados de las dos encuestas realizadas, que como se ha comentado revelan el interés por aprender más sobre emprendimiento social y la satisfacción general con el encuentro entre estudiantes y emprendedores organizado, muestran la idoneidad de potenciar actividades docentes que favorezcan el acercamiento al emprendimiento social. Sin embargo, se trata de una cuestión compleja, pues en muchas ocasiones no es posible incluir esta temática en las clases, especialmente en aquellas titulaciones que deben priorizar el perfil técnico del alumnado.

Por ello, se plantearon varias alternativas para estudiar cuál podría ser la forma más apropiada de hacer llegar el emprendimiento social al mayor número de estudiantes. Finalmente se ha considerado que la mejor opción es la creación de contenido audiovisual que pueda subirse plataformas de gran difusión como *YouTube*.

Así pues, en esta segunda parte del proyecto se está trabajando en la elaboración de un video sobre emprendimiento social que pueda ser accesible para cualquier persona interesada en esta forma de emprendimiento.

4. Conclusiones

Desde la universidad se debe fomentar la creación y la administración de empresas vinculadas a proyectos responsables y sostenibles, que aporten valor a la sociedad en su conjunto. En este trabajo se han presentado dos iniciativas que persiguen acercar el emprendimiento social al alumnado. Con ambas propuestas se ha pretendido desarrollar el espíritu emprendedor, pero, al mismo tiempo, se ha buscado también destacar la importancia de la responsabilidad social empresarial y la necesidad de tener un comportamiento ético en el trabajo.

Consideramos que son dos experiencias muy interesantes. Los ejemplos de empresa social mostrados tanto en la jornada presencial como en el video permiten a los estudiantes conocer esta forma empresarial en profundidad y comprender que es posible compaginar la rentabilidad económica del negocio con la resolución de un problema social o medioambiental, de manera que se logre un impacto positivo en la comunidad. Así pues, desde la perspectiva docente, se ha alcanzado el objetivo de ofrecer a los estudiantes una opción laboral diferente y desconocida para la mayoría.

Referencias

- [1] Melián Navarro, A.; Campos, I.; Climent, V., y Sanchis Palacio, J. R. (2017). La educación de postgrado en Economía Social en la universidad española ¿una asignatura pendiente? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 89, 33-54.
- [2] Priede Bergamini, T.; López-Cózar Navarro, C. y Benito Hernandez, S. (2017). Desarrollo competencial del alumno: el espíritu emprendedor y la responsabilidad social. *Actas del III Congreso Nacional de innovación educativa y de docencia en red*, 918-928. Editorial Universitat Politècnica de València, Recuperado en 10.4995/INRED2017.2017.6820. Último acceso: 5 de septiembre 2019.
- [3] Sánchez Espada, J.; Marín López, S.; Bel Durán, P. y Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38.
- [4] Martin, R. y Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.
- [5] Defourny, J. y 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.