

AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA
CAROLINA LLORENTE-PORTILLO
MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA
(Editoras)

EMPRENDIMIENTO SOCIAL: EL ROL DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL DESARROLLO DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS



Dykinson, S.L.

**EMPRENDIMIENTO SOCIAL:
EL ROL DE LAS INSTITUCIONES
DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL
DESARROLLO DE CONOCIMIENTOS,
HABILIDADES Y DESTREZAS**

AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA
CAROLINA LLORENTE-PORTILLO
MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA

(Editoras)

**EMPRENDIMIENTO SOCIAL:
EL ROL DE LAS INSTITUCIONES
DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL
DESARROLLO DE CONOCIMIENTOS,
HABILIDADES Y DESTREZAS**

Dykinson, S. L.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Dirijase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 917021970/932720407.

Este Libro es el resultado final de un Proyecto de Investigación internacional liderado por el grupo de investigación *Desarrollo Social, Economía e Innovación al servicio de las Personas* (EDISPe), 2022-IT1467-22, de la Universidad de Deusto y ha contado con el apoyo del Departamento de Educación del Gobierno Vasco.



Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial
Para mayor información, véase www.dykinson.com/quienes_somos

© Copyright by
Los autores
Madrid, 2024

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1070-477-0
Depósito Legal: M-15786-2024
DOI: <https://doi.org/10.14679/3322>

ISBN electrónico: 978-84-1070-919-5

Maquetación:
german.balaguer@gmail.com

ÍNDICE

PRÓLOGO 1.....	15
JOKIN DÍAZ ARSUAGA	
PRÓLOGO 2.....	19
TIMOTHY KELLEY	
CARTA DE LAS EDITORAS: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	21

PARTE I: TENDENCIAS

CAPÍTULO 1. TENDENCIAS DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS EN LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO	29
CAROLINA LLORENTE-PORTILLO / GILMER YOVANI CASTRO-NIETO / MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA	
1.1. INTRODUCCIÓN.....	29
1.2. ANTECEDENTES DE LA EE EN LA LITERATURA.....	30
1.3. MÉTODOS Y APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EMPLEADAS.....	32
1.4. RESULTADOS.....	35
1.5. CONCLUSIONES.....	47
1.6. REFERENCIAS	47
CAPÍTULO 2. TENDENCIAS METODOLÓGICAS PARA LA EVALUACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS Y MODELOS DE NEGOCIO.....	51
GILMER YOVANI CASTRO-NIETO / LESLIE ANGÉLICA AGUIRRE-GARCÍA / ARANTZA ECHANIZ-BARRONDO	
2.1. INTRODUCCIÓN.....	51
2.2. DESCRIPCIÓN DE LAS METODOLOGÍAS.....	52
2.2.1. <i>Business Model Canvas</i>	52
2.2.2. <i>Design Thinking</i>	54

2.2.3. <i>Lean Startup</i>	56
2.2.4. <i>Validation Board</i>	57
2.2.5. <i>Lego® Serious Play®</i>	60
2.2.6. DYME	62
2.2.7. Análisis comparativo	64
2.3. CONCLUSIONES.....	69
2.4. REFERENCIAS	69

CAPÍTULO 3. COOPERATIVAS COMO UNA FIGURA LEGAL EN TENDENCIA PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL..... 73

MARTA ENCISO-SANTOCILDES / GABRIEL VELA-MICOULAUD / ANDERE ARRIOLABENGOA-BENGOA / OIHANA GARCÍA-PEREDA

3.1. INTRODUCCIÓN.....	73
3.2. COOPERATIVAS DE ACTIVIDAD Y EMPLEO COMO FIGURA DE EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO: SU ORIGEN EN FRANCIA Y BÉLGICA....	74
3.3. FIGURAS DE FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO EN ESPAÑA	76
3.3.1. Cooperativas de impulso empresarial: Caso de Andalucía.....	77
3.3.2. Cooperativas de fomento empresarial: Caso de Cataluña y Euskadi	79
3.3.3. Cooperativas de emprendimiento: Caso en Navarra.....	80
3.3.4. Cooperativas de emprendimiento: Caso de Valencia.....	81
3.4. FINALIDAD Y CARACTERÍSTICAS COMUNES DE LAS DISTINTAS EXPERIENCIAS DE COOPERATIVAS DE EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA....	82
3.5. CONCLUSIONES.....	83
3.6. REFERENCIAS	84
3.6.1. Bibliografía.....	84
3.6.2. Legislación.....	85
3.6.2.1. Legislación española	85
3.6.2.2. Legislación francesa	86
3.6.2.3. Legislación belga.....	86
3.6.3. Webgrafía.....	86

PARTE II: PEDAGOGÍA PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

CAPÍTULO 4. EVALUACIÓN DE LOS ENFOQUES *THEORY-BASED* Y *PROCESS-BASED* PARA PROMOVER LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES..... 89

CAROLINA LLORENTE-PORTILLO / JOHN ALVER DOBSON / MARTA ENCISO-SANTOCILDES

4.1. INTRODUCCIÓN.....	89
4.2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	90

4.2.1. Marco teórico para medir la intención emprendedora.....	91
4.2.2. Hipótesis	94
4.2.3. Muestra.....	95
4.3. METODOLOGÍA.....	96
4.4. RESULTADOS.....	97
4.5. CONCLUSIONES.....	102
4.6. REFERENCIAS	103

CAPÍTULO 5. APRENDER A EMPRENDER MEDIANTE *EXPERIENTIAL LEARNING* Y *PROBLEM-BASED*: UNA MIRADA DESDE LA PERSPECTIVA ANDRAGÓGICA 107

LISA DOBSON / CAROLINA LLORENTE-PORTILLO

5.1. INTRODUCCIÓN.....	107
5.2. FORMAS DE APRENDIZAJE EMPRENDEDOR	108
5.2.1. Aprendizaje informal.....	108
5.2.2. Aprendizaje de adultos (Andragogía)	110
5.2.3. Aprendizaje Autodirigido	111
5.2.4. Aprendizaje Autodeterminado (Heutagogía).....	112
5.2.5. <i>Andragogy Vs Pedagogy</i> en el aprendizaje emprendedor	113
5.2.6. Aprendizaje experiencial	114
5.2.7. Aprendizaje basado en problemas	115
5.2.8. Aprendizaje reflexivo y consideraciones	116
5.3. ENFOQUE ACTUAL DE LAS TEORÍAS DE APRENDIZAJE PARA FACILITAR LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO (EE).....	117
5.4. CONCLUSIONES.....	119
5.5. REFERENCIAS	120

CAPÍTULO 6. APRENDIZAJE-SERVICIO PARA EL EMPRENDIMIENTO..... 125

AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA / RAFAEL MENDÍA-GALLARDO

6.1. INTRODUCCION.....	125
6.2. COMPETENCIA EMPRENDEDORA	126
6.3. DESARROLLAR ESTA COMPETENCIA CON APRENDIZAJE-SERVICIO	127
6.4. INICIATIVAS PARA APRENDER A EMPRENDER.....	129
6.4.1. Jóvenes Changemakers (Ashoka)	129
6.4.2. Valnalón Educa	130
6.5. APRENDIZAJE-SERVICIO Y DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR.....	130
6.5.1. Adquisiciones necesarias.....	131
6.5.2. Aspectos relevantes.....	132
6.5.3. Fomento del liderazgo.....	133
6.6. EXPERIENCIAS EMPRENDEDORAS EN APS	134
6.6.1. Recuperar la memoria histórica de la localidad	134
6.6.2. Mejorar un colegio en el Sahara.....	134

6.6.3. Ayudar a las personas mayores.....	135
6.6.4. Colaborar con el Banco de Alimentos.....	135
6.6.5. Mercadillo solidario en un centro escolar	136
6.7. CONCLUSION: APS + EMPRENDIZAJE SOCIAL EN TODAS LAS EDADES ..	136
6.8. REFERENCIAS	137
6.8.1. Bibliografía.....	137
6.8.2. Guías Zerbikas	138
6.8.3. Páginas Web.....	138

CAPÍTULO 7. APLICANDO LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: DESARROLLA TU MODELO DE EMPRENDIMIENTO - DYME..... 139
JOHN ALVER DOBSON / GILMER YOVANI CASTRO-NIETO

7.1. INTRODUCCIÓN.....	139
7.2. MODELO CONCEPTUAL DEL PROCESO EMPRENDEDOR DYME	141
7.2.1. Idea.....	141
7.2.2. Pensamiento sistémico	142
7.2.3. Conocimientos, Habilidades y Aptitudes (CHAS = KSA).....	143
7.2.4. Aprovechamiento de redes	144
7.2.5. ¿Y qué?	145
7.2.6. Revisando la idea.....	146
7.2.7. Clientes iniciales	151
7.2.8. Canales.....	152
7.2.9. Marketing emprendedor.....	152
7.2.10. Ventas efectivas.....	153
7.2.11. Retroalimentación	155
7.3. CONCLUSIONES.....	156
7.4. REFERENCIAS	156

PARTE III:
EXPERIENCIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

CAPÍTULO 8. DYME PARA LA EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO Y DYMME PARA EL CRECIMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO: EXPERIENCIAS EN COLOMBIA 161
JOHN ALVER DOBSON / GILMER YOVANI CASTRO-NIETO / MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA

8.1. INTRODUCCIÓN.....	161
8.2. DYME PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES EN COLOMBIA	162
8.2.1. Experiencia con la Fundación de mujeres empresarias Marie Poussepin.....	162
8.2.2. Experiencia con el Jardín Botánico de Bogotá.....	163
8.2.3. Otras experiencias	166

8.3. CRECIMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO. DESARROLLANDO TU MODELO DE MARKETING DESDE LA EXPERIENCIA DYMME	166
8.3.1. Producto.....	167
8.3.2. Pensamiento sistémico	168
8.3.3. Tus CHA's	169
8.3.4. Redes	170
8.3.5. Y ¿qué?	170
8.3.6. Clientes (STP)	170
8.3.7. Plaza/Distribución.....	171
8.3.8. Comunicación/Promoción	171
8.3.9. Venta efectiva.....	172
8.3.10. Retroalimentación	173
8.4. CONCLUSIONES.....	174
8.5. REFERENCIAS	174

CAPÍTULO 9. GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS MEDIANTE INTERRELACIÓN ENTRE SECTORES ACADÉMICO, GUBERNAMENTAL Y SOCIO-PRODUCTIVO: SISTEMA DE INNOVACIÓN DE ARGENTINA.....	177
--	-----

LEANDRO M. FERRÓN / AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA

9.1. INTRODUCCIÓN.....	177
9.2. ANTECEDENTES	177
9.3. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	180
9.3.1. Metodología.....	180
9.3.2. Selección del Caso	180
9.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y BARRERAS	182
9.4.1. Agentes y roles en la participación de proyectos de COFECYT	182
9.4.2. Colaboración Estado, Sector Científico, Empresas.....	184
9.4.3. Proyectos.....	185
9.4.4. Impacto de la formación en emprendimiento y el nivel de estudios en la continuidad de los proyectos	190
9.5. CONCLUSIONES.....	195
9.6. REFERENCIAS	196

CAPÍTULO 10. ¿CÓMO APOYA EL MOVIMIENTO COOPERATIVO VASCO EL EMPRENDIMIENTO EN COOPERATIVAS? VEINTE AÑOS DE EXPERIENCIA DE ELKAR-LAN S. COOP.....	199
--	-----

ARANTZA ECHANIZ-BARRONDO / MARTA ENCISO-SANTOCILDES / GABRIEL VELA-MICOULAUD / AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA

10.1. INTRODUCCIÓN.....	199
10.2. ANTECEDENTES	200
10.3. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	205
10.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y BARRERAS	211

10.5. APRENDIZAJES A MODO DE CONCLUSIONES.....	214
10.6. REFERENCIAS	215
10.6.1. Bibliografía.....	215
10.6.2. Legislación española.....	216
10.6.3. Webgrafía.....	217

PARTE IV: MIRANDO AL FUTURO

CAPÍTULO 11. VISIÓN 2030: PROYECCIONES DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA A PARTIR DE DATOS DEL PROYECTO <i>GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)</i>	221
JOSÉ L. GONZÁLEZ-PERNÍA / ANDERSON QUINTERO-ESPAÑOL	

11.1. INTRODUCCIÓN.....	221
11.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN DISTINTOS CONTEXTOS TERRITORIALES	222
11.3. DATOS Y METODOLOGÍA.....	224
11.3.1. Origen de los datos	224
11.3.2. Procesamiento de datos	228
11.3.3. Análisis de datos	229
11.3.3.1. Parte I del estudio	233
11.3.3.2. Parte II del estudio.....	235
11.4. RESULTADOS.....	236
11.4.1. Niveles de actividad emprendedora.....	236
11.4.2. Perfil de la persona emprendedora.....	238
11.4.2.1. Edad de la persona emprendedora.....	238
11.4.2.2. Nivel de formación	241
11.4.3. Características de los negocios creados	241
11.4.3.1. Sector de actividad económica	241
11.4.3.2. Empleo	243
11.4.3.3. Orientación internacional.....	245
11.5. CONCLUSIONES.....	247
11.6. REFERENCIAS	248

CAPÍTULO 12. ANÁLISIS DE LA BIOCAPACIDAD Y HUELLA ECOLÓGICA AL 2030, CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL, COMO BASE PARA LA GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES. CASOS: COLOMBIA, ESPAÑA Y USA	251
GILMER YOVANI CASTRO-NIETO / MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA / ANDERSON QUINTERO-ESPAÑOL / CAROLINA LLORENTE-PORTILLO	

12.1. INTRODUCCIÓN.....	251
12.2. MIRADA GENERAL DESDE EL <i>GLOBAL NETWORK FOOTPRINT</i>	253
12.3. METODOLOGÍA.....	257

12.3.1. Materiales utilizados.....	258
12.3.2. Algoritmos de predicción	258
12.4. RESULTADOS.....	258
12.5. CONCLUSIONES.....	263
12.6. REFERENCIAS	264

CAPÍTULO 13. EL ROL DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL: CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES	267
--	-----

AITZIBER MUGARRA-ELORRIAGA / CAROLINA LLORENTE-PORTILLO /

MARÍA ANDREINA MOROS-OCHOA

PRÓLOGO 2

TIMOTHY KELLEY
Chair of Entrepreneurship
Grand Canyon University
Phoenix, Arizona

El grupo de autores ha elaborado una exhaustiva compilación de modelos de emprendimiento y diversas iniciativas gubernamentales en varios países, junto con esquemas de pedagogía de alto nivel académico que nunca antes se habían visto a tal nivel.

He tenido la suerte de colaborar con muchos de ellos en proyectos de implementación del modelo DYME con microemprendedores en diversas partes de Colombia, y he sido testigo de los resultados positivos que ofrece este modelo gracias a su simplicidad y rápida aplicabilidad en el mundo real.

Este libro comienza a abordar los esquemas legales de cooperativas que enfrentan los emprendedores cuando sus negocios necesitan formalizarse, pero el método DYME está diseñado para microemprendedores que están dando sus primeros pasos en el mercado. Les proporciona una estructura para penetrar en su mercado objetivo lo más rápido posible y establecer una comunicación intencional con clientes potenciales, lo que les permite empezar a generar flujo de efectivo de inmediato.

Este mismo equipo de autores ha trabajado directamente con emprendedores en diversas regiones para validar el modelo como una herramienta práctica que facilita resultados de ventas desde el primer día.

Siempre he sostenido que no existe empresa pequeña que no pueda convertirse en una grande con la ambición, motivación y talento del emprendedor. El método DYME evita la complicación académica y busca inspirar al emprendedor a ganar dinero de inmediato vendiendo directamente a los clientes desde el principio.

Es un honor para mí tener la oportunidad de colaborar con John Dobson y el equipo de personas en Colombia, como Yovani, Andreina y Carolina, ya que compartimos el deseo de facilitar el crecimiento del mundo emprendedor, manteniendo el espíritu de figuras como Hernando de Soto de Perú, Ernesto Siroli de Italia y Magatte Wade de Senegal.

En un mundo en constante transformación, el emprendimiento social se posiciona como una respuesta innovadora a los desafíos sociales y económicos actuales. Este libro explora cómo las instituciones de educación superior son piezas clave en la formación de emprendedores sociales, capaces de generar impacto positivo en sus comunidades. A través de un análisis profundo de tendencias, metodologías y experiencias prácticas, la obra aborda:

- Las últimas tendencias en educación emprendedora, incluyendo análisis bibliométricos y metodologías de evaluación de modelos de negocio.
- Estrategias pedagógicas como el aprendizaje experiencial y el aprendizaje-servicio, que potencian las competencias emprendedoras en entornos universitarios.
- Casos de éxito internacionales que ilustran la interrelación entre el ámbito académico, gubernamental y socio-productivo para fomentar el emprendimiento social.
- Proyecciones futuras basadas en datos del Global Entrepreneurship Monitor y el Global Network Footprint, brindando una visión prospectiva hacia el 2030.

Dirigido a académicos, estudiantes, profesionales y emprendedores, este libro es una guía esencial para comprender y potenciar el rol de las universidades en la promoción del emprendimiento social. Una invitación a reflexionar y actuar en favor de un desarrollo sostenible y equitativo, donde la educación superior es el motor del cambio.



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA SAILA
DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

