

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

CARTA DE LAS EDITORAS: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El concepto de emprendimiento ha sido abordado por diferentes autores, sin embargo, es importante tener en cuenta que no solo se refiere al desarrollo de ideas y creación de modelos de negocio. Cualquier persona puede hacer emprendimiento en algún momento de su vida, ya sea al llevar a cabo un proyecto personal o profesional, que le suponga activar sus habilidades para liderar el proyecto asumiendo el riesgo. Por otro lado, también se puede hacer emprendimiento dentro de un proyecto en marcha y generar un intraemprendimiento dentro de la organización.

En paralelo, el concepto de empresa también admite un abanico de posibilidades en su interpretación y, en este libro, hemos optado por el concepto más amplio que incorpora no solo proyectos formalizados con personalidad jurídica orientada al ánimo de lucro sino, también, proyectos formalizados sin ánimo de lucro con diferentes formas jurídicas e incluso aquellas que todavía no tienen formalización jurídica o aquellas que no aspiran a tenerla porque el objetivo a cumplir es temporal. Por lo tanto, en este libro deben interpretarse los conceptos de emprendimiento y empresa en su sentido más amplio.

Sumada la perspectiva social, el emprendimiento social se consolida como un pilar fundamental en el desarrollo de la sociedad en general desde una perspectiva sostenible en sus cuatro ejes principales (económico, político, social y ambiental), convirtiéndose en un motor de innovación social y económica que responde a los desafíos actuales más apremiantes.

En este contexto, las instituciones de educación superior juegan un rol protagónico, no solo en la formación de futuros emprendedores, sino también en la generación de conocimiento científico que sustente y promueva esta disciplina y, además, que estén alineados con la solución de un beneficio social.

En este espíritu de colaboración y búsqueda de soluciones innovadoras surge este libro, fruto de la sinergia ya generada en la red académica existente entre destacadas universidades: la Universidad de Deusto en España, la Universidad

de Clark en Estados Unidos, el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) y la Pontificia Universidad Javeriana en Colombia. Así, este libro representa un esfuerzo conjunto para compilar y analizar los avances más significativos en el campo del emprendimiento social, ofreciendo una visión panorámica y a la vez detallada en cada uno de los contextos aplicados.

La economía social, con enfoque en la sostenibilidad, la equidad y el bienestar comunitario, se beneficia directamente de la difusión de estos resultados al proporcionar a emprendedores, líderes de ONGs, responsables políticos y a la sociedad en general, herramientas y estrategias probadas para la implementación de proyectos que generen impacto social positivo, al tener en cuenta los errores y aciertos de todo el proceso que se pueden tener hoy en día como emprendimientos sociales exitosos.

La contribución de este libro radica en el trabajo colaborativo entre las personas de las instituciones participantes que se extiende en múltiples dimensiones, impactando positivamente tanto a nivel académico como sectorial. Al hacer accesibles estos conocimientos, se democratiza la información crucial para el desarrollo de emprendimientos sociales, permitiendo a una audiencia más amplia beneficiarse de investigaciones y estudios de caso que anteriormente podrían haber estado limitados a círculos académicos cerrados. Esta apertura fomenta una cultura de aprendizaje continuo y compartido, esencial para abordar los retos sociales complejos de nuestro tiempo. Por otra parte, se contribuye en el empoderamiento de individuos y colectivos para iniciar y gestionar empresas sociales que no solo busquen el éxito económico, sino que también se comprometan a resolver problemas/necesidades y al mismo tiempo promover la inclusión, la educación y la justicia social. Esto conlleva al diseño de nuevos modelos de negocio con un enfoque social, para mejorar la calidad de vida de una comunidad específica.

Además, la colaboración interinstitucional y el apoyo de la Dirección de Economía Social del Gobierno Vasco ejemplifican cómo la sinergia entre diferentes sectores puede acelerar el avance hacia objetivos comunes de desarrollo sostenible. Este enfoque cooperativo proporciona un modelo replicable que otras instituciones y organizaciones pueden seguir, ampliando aún más el impacto de la economía social en la creación de una sociedad más resiliente y solidaria.

A lo largo de sus doce capítulos divididos en cuatro partes, esta obra aborda diversas perspectivas del papel de las universidades en el fomento del emprendimiento social, explorando tendencias, metodologías, experiencias, y proyecciones que configuran el panorama actual y futuro de este tema de gran interés actual. Cada capítulo, desarrollado por un conjunto de académicos y emprendedores, conectados con el sector productivo y público, no solo refleja la diversidad de enfoques y contextos geográficos, sino que también subraya la riqueza interdis-

ciplinar y el valor agregado de la colaboración interinstitucional e internacional sobre el emprendimiento social.

Parte I: Tendencias

El capítulo 1 ofrece un análisis bibliométrico de las tendencias en publicaciones científicas relacionadas con la educación para el emprendimiento, estableciendo un marco teórico y metodológico que sitúa a la investigación en el contexto global actual. Este análisis no solo destaca las principales características de las publicaciones científicas (autores, temas, coautorías, entre otras), sino que también identifica áreas emergentes de estudio, que se evidencian en los capítulos subsiguientes.

El capítulo 2, compila las tendencias metodológicas mediante herramientas innovadoras, enriquece el proceso educativo en emprendimiento, proporcionando un panorama detallado de las metodologías más efectivas y su aplicación práctica en la formación de emprendedores.

Luego, el capítulo 3 examina las cooperativas como figuras legales emergentes que promueven el emprendimiento social. Destaca experiencias en diferentes contextos europeos y su aplicabilidad en el ámbito global, y subraya la importancia de modelos cooperativos en la configuración de un ecosistema emprendedor más inclusivo y sostenible.

Parte II: Pedagogía para el emprendimiento social

El capítulo 4 evalúa los enfoques *theory-based learning* y *process-based learning* en la educación para el emprendimiento. Analizando su impacto en la intención emprendedora de los estudiantes, ofrece una visión crítica de las metodologías tradicionales de enseñanza y su efectividad en el fomento de una cultura emprendedora. Concluye haciendo especial énfasis en la importancia del enfoque práctico en el aprendizaje del emprendimiento.

Posteriormente, el capítulo 5 propone una mirada desde la perspectiva andragógica para el aprendizaje emprendedor. Abordando formas de aprendizaje como el *experiential learning* y *problem-based learning*, este capítulo enfatiza la importancia de adaptar las estrategias educativas a las necesidades de los adultos, preparándose para enfrentar los retos del emprendimiento social con una base sólida y práctica.

El capítulo 6 ahonda en lo anterior, planteando las oportunidades del aprendizaje-servicio como estrategia educativa para desarrollar la competencia

empresadora, al invitar a “aprender haciendo”, identificando el servicio que inspire el emprendimiento social.

Progresando en la obra, el capítulo 7 aborda la práctica a través del DYME. Este modelo ilustra la integración de conocimientos académicos con experiencias prácticas con el objetivo de enriquecer la formación de emprendedores sociales en las universidades.

Parte III: Experiencias para el emprendimiento social

El capítulo 8 relata experiencias significativas en Colombia relacionadas con el desarrollo y evaluación de emprendimientos sociales, ofreciendo un estudio de caso sobre la implementación del modelo DYME y DYMME mediante el aprendizaje-servicio (ApS) para el emprendimiento, y cómo estas herramientas pueden adaptarse y aplicarse en diversos contextos para impulsar el emprendimiento social.

Luego, el capítulo 9 aborda la interrelación entre los sectores académico, gubernamental, y socio-productivo en Argentina, destacando cómo esta sinergia contribuye al ecosistema de emprendimiento social.

Seguido, el capítulo 10 explora el movimiento cooperativo del País Vasco, España y su apoyo al emprendimiento en cooperativas, presentando dos décadas de experiencia y aprendizajes.

Parte IV: Mirando al futuro

El capítulo 11 bosqueja una proyección de la actividad empresadora hacia el 2030, utilizando datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para ofrecer una perspectiva global y regional del emprendimiento social.

Por su parte, el capítulo 12 bosqueja una proyección de la biocapacidad y huella ecológica como bases para la generación de emprendimientos sostenibles, empleando la inteligencia artificial para perfilar escenarios para el año 2030.

Así, las conclusiones finales sintetizan los aprendizajes clave del rol de las instituciones de educación superior en el emprendimiento social, estableciendo conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones y prácticas.

Este libro es el resultado de una contribución significativa al conocimiento científico sobre el emprendimiento social, reflejando el compromiso y el esfuerzo colaborativo de instituciones, académicos/as y emprendedores/as en la investigación de vanguardia y en la formación de emprendedores/as sociales capaces de enfrentar los retos del futuro con innovación, responsabilidad, y compromiso social.

RESUMEN

El emprendimiento social es esencial para el desarrollo sostenible de los territorios, y las universidades desempeñan un papel crucial en el fomento y fortalecimiento de competencias emprendedoras. Esta obra colectiva, fruto de la colaboración entre diversos equipos de investigación, se adentra en la promoción del emprendimiento social dentro del ámbito universitario, adoptando un enfoque multidisciplinario que aporta una perspectiva integral y actualizada sobre la educación emprendedora. Iniciando con un análisis detallado de las tendencias científicas, políticas, empresariales y legislativas que rodean al emprendimiento social, el libro resalta la importancia de políticas que promuevan competencias emprendedoras y explora modelos evaluativos específicos para este fin. Asimismo, analiza las figuras legales que facilitan el emprendimiento cooperativo, subrayando su relevancia. Un segmento central de la publicación se dedica a la pedagogía del emprendimiento social, presentando metodologías innovadoras como el aprendizaje experiencial, el aprendizaje-servicio y la metodología DYME (*Develop Your Model of Entrepreneurship*). Se discute el papel del fomento de la intención emprendedora y del aprendizaje-servicio en el desarrollo de habilidades emprendedoras en el contexto de la educación superior.

El libro también comparte una serie de experiencias prácticas y casos de estudio de diversos países, como Estados Unidos, Colombia, Argentina y el País Vasco, que ilustran lecciones aprendidas y éxitos alcanzados. Concluye con una mirada hacia el futuro, al presentar predicciones basadas en informes internacionales y análisis de tendencias y examinar el panorama global del emprendimiento para identificar oportunidades y desafíos en el desarrollo continuo de esta disciplina vital.

PALABRAS CLAVE:

Emprendimiento Social, Competencia emprendedora, Institución de educación superior, Aprendizaje experiencial, Economía social, Cooperativismo.

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



9 788410 704770