

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SOSTENIBLE COMO UN RETO PARA LA DOCENCIA UNIVERSITARIA EN TITULACIONES AFINES A LA ECONOMÍA Y A LA EMPRESA

Soraya M. Ruiz Peñalver¹

Departamento de Economía General, Universidad de Cádiz

RESUMEN

Vivimos en una sociedad muy dinámica que se enfrenta a continuos cambios de carácter social, económico y ambiental. La historia reciente muestra que estos cambios son cada vez más rápidos, lo que implica que los agentes socio-económicos han de adaptarse a ellos con mayor celeridad. En este contexto, las empresas han de desarrollar proyectos empresariales innovadores y mucho más responsables que respondan a las exigencias del conjunto de la sociedad, y para ello, requieren de personal cualificado para responder a estas demandas. Por este motivo, las universidades juegan un papel crucial en el desarrollo de competencias vinculadas con la iniciativa empresarial y con una mayor implicación y responsabilidad social y ambiental, para que los futuros egresados sean capaces de llevar a cabo propuestas de negocio innovadoras y que garanticen su viabilidad económica pero que, a la vez, estén sujetos a una ética social y sostenible. Es por ello, por lo que en este trabajo se presenta una propuesta de actividad docente cuyo objetivo es estimular el espíritu emprendedor responsable, tanto social como ambientalmente, entre los estudiantes universitarios.

Palabras clave: Emprendimiento social y sostenible-docencia universitaria-propuesta docente-sostenibilidad.

ABSTRACT

We live in a very dynamic society that faces continuous changes of a social, economic and environmental nature. Recent history shows that these changes are increasingly rapid, which implies that socio-economic agents have to adapt to them more quickly. In this context, companies have to develop innovative and much more responsible business projects that respond to the demands of society as a whole, and for that, they require qualified personnel to respond to these demands. For this reason, universities play a crucial role in the development of competencies linked to entrepreneurship and with greater social and environmental involvement and responsibility, so that future graduates are able to carry out innovative business proposals and guarantee their economic viability but that, at the same time, are subject to a social and sustainable ethic. That is why, in this work, a proposal of teaching activity is presented whose objective is to stimulate the responsible entrepreneurial spirit, both socially and environmentally, among university students.

Keywords: Social entrepreneurship-university teaching-teaching proposal- sustainability.

¹ Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada, miembro del Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Granada y profesora ayudante doctora del Departamento de Economía General de la Universidad de Cádiz.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, se han producido una serie de cambios socioeconómicos a nivel mundial motivados por el proceso de globalización, un fenómeno prácticamente inevitable e irreversible que ha acercado a los distintos rincones del planeta a través del intercambio, no sólo de bienes y servicios, sino también de conocimientos, información, cultura, etc. Este proceso ha crecido exponencialmente en las últimas décadas estimulado principalmente, por el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), lo que ha alterado en un periodo de tiempo relativamente corto, el entorno económico en el que se desenvuelven las empresas. Es por ello, por lo que las empresas que se mantienen a flote en un entorno cada vez más competitivo son aquéllas en las que confluyen estos dos aspectos: innovación y emprendimiento.

A este proceso de globalización hay que incluir otros retos a los que se enfrenta un emprendedor. La última crisis financiera y económica sufrida por el capitalismo, ha puesto de manifiesto lo sensible que es nuestro tejido productivo ante este tipo de turbulencias. La masiva destrucción de empleo y la pérdida de empresas acaecida desde finales de 2007, ha puesto en tela de juicio los pilares sobre los que se asienta el actual crecimiento económico. Estas consecuencias socioeconómicas unidas a un deterioro ambiental sin precedentes, está llevando a cabo que se replanteen nuevos modelos de crecimiento y nuevos sistemas productivos que permitan un equilibrio sostenible entre crecimiento económico, sociedad y medioambiente. Este planteamiento se recoge en el actual concepto de responsabilidad social empresarial, que aunque tiene su origen en 1953 con la publicación del libro “Social responsibilities of the businessman” (Bowen, 1953), se ha reformulado para adaptarse a los nuevos tiempos, consistiendo en “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (2001), citado en Mozas y Puentes, 2010).

Por tanto, para desarrollar un negocio en este nuevo entorno, es necesario que confluyan tanto la capacidad emprendedora como la responsabilidad social, pero ¿cómo se desarrolla esa iniciativa y/o espíritu emprendedor y cómo se conoce y comprende la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales?

Según González y Legazkue (2007) “[...] aquellos emprendedores que disponen de un nivel de educación o estudios más avanzado, se sienten seguros de su capacidad para crear y administrar una empresa, y asumen un mayor riesgo con su negocio son quienes muestran una mayor propensión para innovar” (González y Legazkue, 2007: 145). A su vez, Benavides et al. (2010) indican que es necesario que las universidades no se circunscriban a transmitir conocimientos docentes, sino que son instituciones que potencialmente incitan y promueven el emprendimiento, bien sea a través de los propios docentes, jornadas, cursos, etc., o a través de viveros de empresas, asesoramiento, e incluso apoyo económico. Estas afirmaciones ponen de manifiesto la importancia que tienen la educación y la formación en los emprendedores, y, el papel que juegan las Universidades (y otros centros de educación superior) en el desarrollo del perfil emprendedor.

Asimismo, las Universidades tanto públicas como privadas, no pueden desarrollar adecuadamente sus funciones al margen de la responsabilidad social. Esto se debe, por un lado, a que las Universidades se deben a la sociedad y por ello, deben cumplir como cualquier otra entidad con la responsabilidad social. Y por otro, porque estas instituciones deben formar a los futuros profesionales, y por tanto, han de ser capaces de integrar en sus planes docentes una adecuada formación de sus estudiantes enmarcada en el contexto de la responsabilidad social (Aldeanueva y Benavides, 2012; Tapia, 2010).

Por todo ello, parece plausible que se consideren conjuntamente “la capacidad emprendedora y la responsabilidad social” como competencias a desarrollar en los estudiantes universitarios

(Marina, 2010). Si bien es cierto que este tipo de capacidades no se recogían en los antiguos planes de estudios, en la actualidad, la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), propone un adecuado contexto para desarrollarlas. En efecto, el EEES ha supuesto que los actuales planes de estudios de muchas titulaciones afines al área de la economía y de la empresa recojan entre sus competencias generales y específicas el desarrollo de la capacidad emprendedora y la responsabilidad social, de tal manera que los egresados tengan iniciativa propia para emprender proyectos viables económicamente e implicados social y ambientalmente (López y Priede, 2014).

Debido a la importancia que juegan las Universidades en el desarrollo del emprendimiento entre los alumnos, el objetivo de este trabajo es proponer una actividad para fomentar y reforzar la capacidad emprendedora de los alumnos, coherente y sostenible ambiental, social y económicamente.

2. EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN EL ESTÍMULO DEL EMPRENDIMIENTO Y EN EL CONOCIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Son muchos los organismos internacionales (la OCDE, UNESCO, etc.) que reconocen el papel de la Universidad en el estímulo del espíritu empresarial entre los estudiantes. Dentro de la Unión Europea (UE), la Comisión ha reflejado en varias comunicaciones que se siga fomentando esta labor universitaria (López y Priede, 2014: 875). Asimismo, el “Plan de acción sobre emprendimiento, 2020” elaborado entre la Comisión Europea y la OCDE, plantea un marco para universidades emprendedoras, con la finalidad de que estas instituciones se autoevalúen y mejoren su capacidad de emprendimiento (Comisión Europea, 2013).

En nuestro país, la Ley 2/2006, de 3 de mayo de Educación, recoge en su artículo 2 (Capítulo I, Título Preliminar) los fines del sistema educativo español, entre los que se encuentran: “el desarrollo de la capacidad de los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiar en sus aptitudes y conocimientos, así como para desarrollar la creatividad, la iniciativa personal y el espíritu emprendedor”. Asimismo, la Ley 14/2003, de 27 de septiembre de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, recoge en sus artículos 4, 5 y 6 (del Capítulo I del Título I) la “educación en emprendimiento”, indicando sus artículos 5 y 6:

“Artículo 5. El emprendimiento en las enseñanzas universitarias.

1. Se promoverán las iniciativas de emprendimiento universitario para acercar a los jóvenes universitarios al mundo empresarial.
2. Las universidades fomentarán la iniciación de proyectos empresariales, facilitando información y ayuda a los estudiantes, así como promoviendo encuentros con emprendedores.

Artículo 6. Formación del profesorado en materia de emprendimiento.

1. El personal docente que imparte las enseñanzas que integran el sistema educativo deberá adquirir las competencias y habilidades relativas al emprendimiento, la iniciativa empresarial, la igualdad de oportunidades en el entorno empresarial, y la creación y desarrollo de empresas, a través de la formación inicial o de la formación permanente del profesorado”.

Éstos, son sólo algunos ejemplos de referencias legislativas que atribuyen la labor del desarrollo del espíritu emprendedor al sistema educativo en general, y a la universidad, en particular. Es por ello, por lo que para integrar estas competencias y homogeneizar el sistema de educación superior en la UE, se desarrolló el EEES, cuya aplicación práctica comenzó en nuestro país durante el curso académico 2011/2012.

Si tradicionalmente las asignaturas de las distintas titulaciones se orientaban al desarrollo y evaluación de una serie de competencias específicas, sin considerar otras competencias de carácter transversal o genéricas, el actual EEES, pretende el desarrollo de ambas, entendiendo por dichas competencias “la combinación de conocimientos, habilidades (intelectuales,

manuales, sociales, etc.), actitudes y valores que capacitarán al titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto en un contexto académico, profesional o social determinado” (MEC, 2006 en Martínez y Cegarra, 2012: 10). Si bien, mientras que las competencias específicas son aquellos conocimientos que adquiere el alumno tras la superación de las asignaturas de la correspondiente titulación, las competencias transversales se refieren a las aptitudes, actitudes y otros conocimientos aprehendidos por el alumno, independientemente de la titulación y que deben desarrollarse para incorporarse al mercado de trabajo (Martínez y Cegarra, 2012). Dentro de estas competencias, y especialmente en aquellas titulaciones vinculadas con el área de la economía y de la empresa, se incluyen el desarrollo de la capacidad emprendedora.

En este sentido, cabe subrayar que el EEES ha modificado no sólo la educación universitaria, sino también el concepto de docente universitario (García et al., 2013; Campo et al., 2009; Bello, 2008). Tradicionalmente el profesorado universitario podía calificarse como “*docente magistral*”, mientras que hoy debemos hablar de un “*docente emprendedor*” que debe formarse a través de un aprendizaje tipo “*lifelong learning*”² para ser capaz de desarrollar esa capacidad emprendedora del alumnado (Jiménez et al., 2014).

De todo lo anterior se desprende que el estímulo del emprendimiento es sumamente necesario en los estudiantes universitarios, pero debe ir acompañado de valores no sólo económicos, sino también sociales y ambientales, esto es la responsabilidad social. Así pues, la confluencia de emprendedor más responsabilidad social, radica en el “*emprendedor social*”, “un tipo de emprendedor que identifica una oportunidad de negocio basada en la resolución de un problema social (por ejemplo, el analfabetismo o la inserción laboral) a través de una solución innovadora y creativa, apoyada en una buena idea y en el desarrollo de un proyecto empresarial. [...] La empresa social, por tanto, pretende aportar respuestas eficaces y eficientes a problemas sociales y medioambientales, como punto de partida para la creación y fortalecimiento de un orden social y económico más equilibrado” (López y Priede, 2014: 876).

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA DE ACTIVIDAD

Aunque cada vez es más frecuente encontrar iniciativas en las universidades españolas, como jornadas, programas, cursos, seminarios e incluso másteres, que estimulen el emprendimiento social en los estudiantes, es necesario seguir avanzando en ello, debido a la importancia que tiene el desarrollo de empresas sociales ante los retos que plantea el actual entorno económico.

Es por ello, por lo que, en este trabajo se propone una actividad teórico-práctica para fomentar ese emprendimiento social en los estudiantes universitarios, especialmente en aquéllos cuya formación está vinculada con la economía y la empresa, aunque se podría extender a otras titulaciones. Con esta propuesta, se pretende complementar las iniciativas existentes (jornadas, programas, etc.), y fomentar ese espíritu empresarial social.

López y Priede (2014) aportan una actividad muy interesante y similar, sin embargo, la novedad de esta propuesta radica en varios aspectos. En primer lugar, permite a los distintos grupos de trabajo formados por los alumnos, desarrollar sus propias propuestas de empresas sociales, en lugar de realizar un seguimiento de las ya existentes. En segundo lugar, la participación de empresarios sociales involucrados en la actividad y que den a conocer su experiencia, permite que los estudiantes sean capaces de ver la evolución de esos negocios y de plantear preguntas con la finalidad de dar respuesta a los retos que se le plantean al elaborar su proyecto final. En

² Según Jiménez et al. (2014, p. 189), el “*lifelong learning*” es un “término de origen anglosajón para designar la Educación Permanente, un término y movimiento que pretende llevar la educación a todos los niveles y estados del ser humano (no necesariamente enseñanza de adultos, sino enseñanza a cualquier nivel)”.

tercer lugar, el sistema de evaluación incluye que los alumnos de cada grupo se evalúen a sí mismos, fomentando la capacidad de autocrítica, lo que a su vez retroalimenta aprendizaje.

La actividad, podría desarrollarse a través de un proyecto de innovación docente en alguna de las asignaturas de tercer o cuarto curso de aquellas titulaciones afines con la economía y empresa. Es por ello, por lo que, en principio, podría orientarse a alumnos que estén finalizando sus estudios de Grado, para que tengan un mayor bagaje empresarial tras haber cursado al menos un 60% de los créditos requeridos para la obtención del Título de Graduado. Obviamente, esta actividad, podría extenderse a otras titulaciones universitarias.

Esta propuesta consiste básicamente en la asistencia por parte de los alumnos a una serie de clases teórico-prácticas para la posterior realización de un trabajo en grupo, consistente en desarrollar un proyecto de creación de una empresa social, de acuerdo con el contenido de las clases previas. Para ello, la actividad se desarrolla en una serie de etapas que se comentan a continuación:

Etapas 0. El profesor responsable de la actividad debe contactar con empresarios sociales que estén dispuestos a participar en las clases prácticas a través de charlas sobre su experiencia, al igual que se hacen en otro tipo de iniciativas (seminarios, jornadas, etc.). Estos contactos pueden ser facilitados por las distintas Cátedras de Emprendimiento de las Universidades, laboratorios de emprendimiento, Cámaras de Comercio, empresarios locales, etc.

Etapas 1. Clases teóricas. Estas clases consisten, por un lado, en plantear por parte del docente responsable a los alumnos, el objetivo, competencias, evaluación de la asignatura, tutorías y fecha final de entrega y de exposición de los trabajos realizados, de tal manera que el alumno desde el momento inicial empiece a formar los grupos de trabajo, a preparar preguntas para las clases prácticas, a pensar en propuestas para el desarrollo de sus proyectos. Por otro lado, las clases teóricas consisten en la explicación por parte del profesor, de una serie de contenidos que están relacionados con el emprendimiento social. Asimismo, se explicarán aquellos contenidos que el docente considere oportunos para que los alumnos puedan desarrollar sus propuestas de empresa social. Desde el comienzo de las clases teóricas hasta la exposición de los trabajos finales, el profesor deberá responder a las dudas y preguntas de los alumnos, así como llevar un seguimiento de los trabajos, facilitar las pautas del mismo u ofrecer materiales.

Etapas 2. Clases prácticas. Una vez que el profesor ha explicado los contenidos teóricos, las clases prácticas consistirán en varias sesiones en las que los empresarios sociales, dispuestos a participar en la propuesta, den a conocer a los alumnos cómo se desarrollaron sus negocios, su posición frente a la responsabilidad social, etc. En estas sesiones, los alumnos podrán hacer las preguntas que consideren pertinentes para captar ideas y resolver dudas de cara a la elaboración del trabajo en grupo.

Etapas 3. Presentación de proyectos de empresas sociales. Una vez que se den por concluidas las clases teóricas y prácticas, los alumnos deberán presentar al resto de sus compañeros y al profesor, el trabajo que han realizado. Tras su exposición, tanto el docente como el resto de compañeros podrán realizar críticas constructivas, sugerencias y preguntas, tras comparar sus propios trabajos con los del resto a través de dichas exposiciones orales.

Etapas 4. Evaluación. La evaluación final de la actividad consiste en la media ponderada obtenida entre la calidad del trabajo propuesto (60% de la nota); la autoevaluación que realizarán los propios alumnos de sus trabajos, tras haber finalizado las exposiciones (Etapa 3) (20% de la nota); y la exposición oral (20% de la nota). En esta actividad, no se pretende realizar una evaluación a través de un examen, evitando así la memorización de contenidos y estimulando la comprensión y aplicación de los mismos.

Etapa 5. Resultados. Finalmente, y durante la primera puesta en marcha de la actividad, resulta interesante que los alumnos respondan a una encuesta para ver el nivel de satisfacción de la propuesta, con la finalidad de valorar si se ha cumplido el objetivo o la percepción de los alumnos frente a la actividad.

Tras haber desarrollado las fases de la actividad, se deduce que los alumnos han de desarrollar una serie de competencias tales como el desarrollo de una actitud asertiva para trabajar en equipo, coordinación del grupo de trabajo, estímulo del espíritu emprendedor, conocimiento de la responsabilidad social (ética empresarial, ética en el trabajo, y ética ambiental), desarrollo de habilidades comunicativas tanto orales como escritas, y estímulo de la capacidad de autocrítica y afán de superación.

Cuadro 1. Ficha resumen de la actividad propuesta.

FICHA RESUMEN DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA	
Denominación	
Grado/asignatura	Grados afines al área de la economía y de la empresa. Posibilidad de aplicación a otros Grados.
Objetivos	
Competencias desarrolladas (genéricas y específicas)	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias genéricas: <ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de conocimientos relacionados con el emprendimiento y la responsabilidad social. • Aplicación de conocimientos teóricos relacionados con la actividad y de otras asignaturas. • Capacidad de interpretación de datos relevantes, capacidad de síntesis y de reflexión para la elaboración del trabajo final. • Competencias específicas: <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación y trabajo en equipo. Capacidad de valorar las propuestas de otras personas. • Estímulo de la iniciativa y espíritu emprendedor. • Desarrollo de habilidades comunicativas. • Capacidad de autocrítica y superación.
Descripción de la asignatura	
Entregables	
Etapas	<p>Etapa 1. Clases teóricas sobre emprendimiento social y contenidos teóricos complementarios para el desarrollo de los trabajos finales.</p> <p>Etapa 2. Clases prácticas sobre experiencias de empresas sociales.</p> <p>Etapa 3. Entrega de los trabajos de propuestas de empresas sociales y presentación.</p>
Evaluación	El docente responsable evaluará la calidad del trabajo (60% de la nota); la exposición oral (20% de la nota); y la autoevaluación de los propios alumnos (20% de la nota). La nota final, será la media ponderada de estos tres aspectos.
Dificultades	Las dificultades de esta propuesta concurren en la búsqueda de empresarios sociales y en el seguimiento de los trabajos realizados por los grupos de alumnos, por las dificultades que puedan encontrar.

FICHA RESUMEN DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA	
Resultados	Elaboración de encuestas para captar la percepción que tienen los alumnos ante este tipo de actividades, con el fin de llevar a cabo mejoras para el estímulo del emprendimiento social.

Fuente: *Elaboración propia a partir de López y Priede (2014).*

4. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN FINAL

Al comienzo de este trabajo se han puesto de manifiesto los retos a los que se ha de enfrentar todo empresario: un entorno cada vez más globalizado con mercados muy exigentes, que exigen una actitud y aptitud emprendedora; y una sociedad que reclama un mayor compromiso por parte de las empresas, en cuanto a los efectos que tienen sus decisiones sobre el medioambiente y la comunidad, es decir, una mayor responsabilidad social. Es por ello, por lo que el emprendimiento social y sostenible, se presenta como una alternativa al tradicional crecimiento económico, cuyos principios están sujetos a una mayor ética social y ambiental, sin menospreciar la viabilidad económica.

Esta propuesta docente pretende ayudar a los docentes universitarios a fomentar el emprendimiento social de sus estudiantes, y además intenta realizar una pequeña contribución a este importante desafío que está en manos de las universidades europeas y por ende, españolas. En este sentido, las principales aportaciones de esta actividad radican en que los estudiantes, pueden plantear sus ideas de empresas sociales. Unas ideas que con el apoyo de las universidades (Cátedras, laboratorios de emprendimiento, etc.), pueden incluso llegar a materializarse, que es, en definitiva, la finalidad de promover este tipo de actividades (véase “miniempresas” y “empresas de estudiantes” en la Ley 14/2013). Además, el hecho de que sean empresarios sociales quienes expliquen sus experiencias de negocio, permite a los alumnos enriquecerse de ellas. Asimismo, el sistema de evaluación elegido viene justificado por el hecho de que se quiere evitar la memorización de conceptos y estimular el aprendizaje activo a través del entendimiento y la aplicación de los contenidos.

Finalmente, con esta pequeña aportación se ha pretendido animar a otros compañeros a que sigan desarrollando y aplicando iniciativas docentes para impulsar ese espíritu del emprendedor social y sostenible tan necesario en nuestra sociedad.

REFERENCIAS

Aldeanueva Fernández, I., Benavides Velasco, C. (2012): La dimensión social de la educación superior: universidades socialmente responsables. En revista *Boletín económico del ICE*, 3024, p. 51-57.

Bello, M. E. (2008): “Competencias del docente para la formación de capacidad emprendedora en la Universidad Metropolitana”. Editorial: Universidad Metropolitana, Caracas.

Bowen R., Howard. (1953): “Social Responsibilities of the Businessman”. Editorial: Harper Editorial, Nueva York.

Campo, M.F., Molina, M., Piloneta, O. (2009): El docente como promotor y formador del emprendimiento. Guía Básica. Editorial: Cámara de Comercio, Bogotá D.C.

Comisión Europea (2013): Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020. Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:es:PDF>. Consultado en 20/09/2017 a 17:33.

Benavides Espinosa, M., Sánchez García, I., Luna Arocas, R. (2010): El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual; un análisis cualitativo en el ámbito universitario. En *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30, p. 34-48.

García Rodríguez, L., Fuentes Guevara, D., Pico González, B., Mas Machuca, M., Subirachs Torne M. (2013): "Diseño de un plan estratégico docente para la formación de estudiantes universitarios hacia la creación y dirección de empresas familiares en Barcelona, España". En Fernández, V. (ed.) *Nuevas investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en España*. Editorial Omnia Science monographs. Barcelona, pp. 127-144.

González Pernía, J.L., Peña Legazkue, I. (2007): Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. En revista *Economía Industrial*, 363, p. 129-147.

Jiménez Marín, G., Elías Zambrano, R. y Silva Robles, C. (2014): Innovación docente y su aplicación al EEES: Emprendimiento, TIC y Universidad. En revista *Historia y Comunicación Social*, 19, p. 187-196.

López Cózar, C., Priede, T. (2014): "Una propuesta para acercar al alumnado al emprendimiento responsable y sostenible". *XI Jornadas internacionales de innovación universitaria*, Villaviciosa de Odón, pp. 874-881.

Marina, J. A. (2010): La competencia de emprender, En *Revista de Educación*, 351, p. 49-71.

Martínez Caro, E.; Cegarra Navarro, J.G. (2012): El desarrollo de competencias transversales mediante proyectos de emprendimiento en el marco de una asignatura de dirección de operaciones. En revista *Working Papers on Operations Management*, 3, p. 9-19.

Mozas Moral, A., Puentes Poyatos, R. (2010): La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. En *Revista de estudios cooperativos*, 103, p. 75-100.

Nieves Tapia, M.N. (2008). "Calidad académica y responsabilidad social: el aprendizaje servicio como puente entre dos culturas universitarias". En: Martínez, M. (Ed.). *Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades*. Editorial: Octaedro/ICE-UB. Barcelona, pp. 27-56.

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. En *Revista Pensamiento y Gestión*, 26, p. 94-119.