

simposio de
educación
emprendedora
en la universidad

see u!



LAS 25 CONCLUSIONES DEL SEEU!

I SIMPOSIO DE EDUCACIÓN EMPREDEDORA EN LA UNIVERSIDAD

LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

1. Una universidad ambiciosa en la educación emprendedora debe ser capaz de instaurar un liderazgo multi-nivel (no bastan las iniciativas de abajo arriba ni las estrategias de arriba abajo) y partir de una noción clara y compartida de emprendimiento que afecte a la visión y la estrategia institucionales.
2. La estrategia de cada universidad debe concentrarse en la creación y alimentación de un ecosistema emprendedor. Para ello es necesario atender al tejido empresarial y la cultura específicos del entorno geográfico de la universidad, dando mayor acogida y recorrido a las *especies autóctonas*.
3. La iniciativa de las administraciones y cargos institucionales es fundamental para alcanzar un impacto sistémico. Hasta hace unos 4 años la educación emprendedora se limitaba a impulsos aislados de docentes con inquietudes.
4. Es razonable comenzar a pensar en estrategias integradoras que permitan: aunar fuerzas para alcanzar un público más amplio, coordinando y congregando a distintos actores; maximizar el impacto de servicios y programas en educación emprendedora; mejorar el aprovechamiento de recursos y medios. La percepción según la cual los recursos existentes son insuficientes proviene de una visión incompleta de la cuestión.
5. La universidad debe interiorizar su nueva misión como creadora de riqueza, dando el primer paso para acercarse al mundo empresarial sin esperar a que sean las empresas las que llamen a su puerta.
6. Las redes potencian el apoyo mutuo, el intercambio de experiencias, e implican a profesionales y empresarios en la educación emprendedora; el *networking* es una

fuerza fundamental de información, recursos y oportunidades. Se percibe que los especialistas universitarios en el campo tienen una enorme voluntad de colaborar, compartir y sumar.

7. La financiación a corto y medio plazo es uno de los grandes problemas para el emprendimiento en España. Por este motivo, es urgente establecer alianzas con el mundo empresarial que liberen a los programas universitarios de la dependencia de una única fuente de subvención pública, pasando a un modelo de apoyos múltiples que en algunos casos serán puntuales, en otros más duraderos.
8. España debe sumarse a los 8 países europeos que ya han incorporado plenamente el emprendimiento en sus planes de estudio, aprovechando la iniciativa europea Emprendimiento 2020. Según los datos que maneja la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea, los ciudadanos formados en emprendimiento no solamente son más empleables, sino que alcanzan una tasa del 20 % en creación de empresas.
9. La universidad no necesita convencer al mundo empresarial de que una sociedad emprendedora será una sociedad mejor porque, desde principios de la primera década del siglo XXI, al menos, las empresas sueñan con nuevos perfiles de talento joven, con personas capaces de liderar el cambio.

COMPETENCIAS, HABILIDADES, ACTITUDES

10. «Emprendedor» no es un eufemismo de «empresario», como no lo es de «creador de una empresa». Es una actitud creativa que se extiende a todas las parcelas de la vida. Existen intraemprendedores, emprendedores sociales, fundadores de empresas, funcionarios emprendedores, etcétera.
11. Actualmente, la educación primaria y secundaria son desfavorables a la creatividad y la iniciativa. La universidad necesita que se introduzcan contenidos emprendedores en las fases educativas previas para maximizar su impacto. Se trata de animar la creatividad y cultivar el coraje desde la misma infancia, edad en la que se forja el carácter.

12. Es necesario salir de la cultura de la seguridad y animar a que se tomen riesgos con responsabilidad. Para ello, varios programas universitarios incluyen en su metodología el manejo de capital real y su rendimiento como factores de evaluación y éxito de los participantes.
13. La revalorización de los perfiles comerciales es clave para asegurar el éxito de nuevas iniciativas empresariales. La formación comercial, por lo tanto, debería ser acogida plenamente en la universidad, recordando que la orientación a la venta no es exclusiva de quien cierra un acuerdo, sino que debe extenderse al diseño y desarrollo del producto.
14. El complemento imprescindible para la formación en herramientas y metodologías es el componente actitudinal adecuado. En la actualidad los cuadros docentes carecen, por lo general, de la motivación necesaria para transmitir a sus estudiantes la pasión por el emprendimiento.
15. La formación y el apoyo a EBT universitarias nunca debe alejarlas de la selección «natural» del mercado. Los equipos con mayor potencial estarán compuestos por profesores o investigadores, quienes aportan la excelencia técnica, conjuntamente con estudiantes, capaces de mayor esfuerzo, empuje y dedicación.

La vocación emprendedora y la visión comercial son especialmente importantes en los doctores, que dedican una media de cinco años de su vida al dominio de una especialidad científico-técnica y necesitan reinventarse como expertos para dar sustento a su futuro profesional.

16. Los estudiantes deben interiorizar que la creación de empresas pasa por la combinación de creatividad, conocimiento y competitividad, para lo que necesitarán aliarse con perfiles distintos a los de su titulación de origen.

METODOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS

17. Un primer objetivo debe consistir en la alfabetización emprendedora de toda la población estudiantil, abarcando desde la comunicación a la creatividad, con un gran énfasis en la adquisición de nociones sólidas en finanzas básicas.
18. Lejos de preocuparse por inventar nuevos paradigmas, lo importante es identificar herramientas y metodologías comprobadas que estén funcionando y emplearlas de forma consistente.
19. Las metodologías y herramientas válidas son múltiples, pero debe predominar en todos los casos el aprendizaje activo y práctico, según la noción anglosajona del *learning by doing*.

20. Es fundamental inocular la actividad emprendedora en asignaturas ya existentes, evitando una reiteración estéril de asignaturas sobre emprendimiento en los planes de estudio, ya que pueden acabar siendo cajones estancos sin recorrido práctico.



Acto de inauguración del I Simposio de Educación Emprendedora en la Universidad

21. La formación de formadores cuenta con un papel preponderante. Si la educación emprendedora es una pregunta fundamentalmente pedagógica, parece evidente que los planes de estudio de las facultades de profesorado deben incorporar con urgencia herramientas específicas para formar en emprendimiento. Asimismo, los planes de estudio de los nuevos Máster para profesores de secundaria harían bien en incluir una especialización.
22. ¿Sabemos cómo medir el potencial, la capacidad y las competencias emprendedoras? Es necesario desarrollar mecanismos de evaluación y medición de resultados para comprobar que esfuerzos y recursos se encaminan adecuadamente.
23. Es posible generar ocasiones para el aprendizaje recíproco y multidisciplinar con programas de bajo coste económico que se centren en la apertura de espacios abiertos o de metodologías colaborativas. Las universidades deben dejar de pensarse como comunidades cerradas para abrir sus puertas a iniciativas, especialistas y públicos externos.
24. Los Trabajos de Fin de Grado y de Fin de Máster deberían estar abiertos a proyectos emprendedores de estudiantes (siempre que se mantenga una mínima relación con la disciplina cursada) con el objeto de que los emprendedores «no naturales» reciban el apoyo institucional que necesitan, aumentando así los umbrales actuales de potencial y participación emprendedora.
25. Las redes sociales, gracias a su carácter viral y mayor informalidad, pueden ser excelentes cauces para elevar las tasas de participación y asociacionismo tanto en el emprendimiento social como en el empresarial.

PROMUEVE



COLABORADORES INSTITUCIONALES



CON EL APOYO DE

