



Gamificación y aplicaciones móviles para emprender: una propuesta educativa en la enseñanza superior

Gamification and mobile applications to entrepreneurship: an educational proposal in higher education

Jerónimo García-Fernández
Universidad de Sevilla
jeronimo@us.es

Jesús Fernández-Gavira
Universidad de Sevilla
jesusfgavira@us.es

Antonio Jesús Sánchez-Oliver
Universidad de Sevilla
asanchez38@us.es

Moisés Grimaldi-Puyana
Universidad de Sevilla
mgrimaldi@us.es

RESUMEN.

La gamificación es un fenómeno en auge con muchas aplicaciones en el campo educativo. Dicha herramienta consiste en utilizar las mecánicas del juego con el fin de potenciar la motivación, la concentración o el esfuerzo, creando una mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. Precisamente, en el sector deportivo existen experiencias anteriores que han utilizado la gamificación para cambiar el comportamiento de sus usuarios. En base a ello, este trabajo tenía el objetivo de fomentar el espíritu emprendedor de estudiantes universitarios mediante la creación de una aplicación móvil vinculada al deporte y a la gamificación. Se aplicó en asignaturas de los grados de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, y de Administración y Dirección de Empresas. Para conseguir el objetivo se establecieron ocho fases así como las evaluaciones para medir el rendimiento de las acciones docentes. La experiencia docente finalizó con un concurso de ideas emprendedoras por parte de los alumnos, presentando la aplicación móvil, así como el plan de negocio y de marketing. Experiencias de este tipo ayudan al desarrollo de competencias específicas vinculadas al emprendimiento en la universidad, sirviendo de base para futuros proyectos de innovación docente.

PALABRAS CLAVE.

Gamificación, Emprendimiento, Deporte, Apps.



Fecha de recepción: 11-02-2017 Fecha de aceptación: 31-05-2017

García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Sánchez-Oliver, A. J., & Grimaldi-Puyana, M. (2017). Gamificación y aplicaciones móviles para emprender: una propuesta educativa en la enseñanza superior *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 8, 248-259

ISSN: 2386-4303





ABSTRACT.

Gamification is a booming phenomenon with many applications in the educational field. This tool consists of using the mechanics of the game in order to boost motivation, concentration or effort, creating an improvement of the teaching-learning process. Precisely in the sports sector there are previous experiences that have used gamification to change the behavior of its users. Based on this, this work had the objective of promoting the entrepreneurial spirit of university students through the creation of a mobile application linked to sport and gamification. This experience was applied in subjects of the bachelor in Sciences of the Physical Activity and of Sport, and Administration and Direction of Companies. For this reason, for to achieve the goal eight phases were established as well as assessments to measure the performance of the teaching actions. The teaching experience ended with a contest of enterprising ideas on the part of the students, presenting the mobile application, as well as the business and marketing plan. Experiences of this type help the development of specific competences linked to entrepreneurship in the university, serving as the basis for future teacher innovation projects.

KEYWORDS.

Entrepreneurship, Sport, Mobile Applications, Gamification.

1. Introducción.

1.1. Situación laboral del deporte en la actualidad.

El mercado deportivo del deporte en España está aumentando y con ello el número de profesionales que se dedican a ello y que aportan valor social y riqueza personal (Ratten, 2012). Este sector tiene una serie de características que lo hacen diferente de otros sectores laborales. Entre ellas, Olarte (2000) destaca el carácter temporal de la gran mayoría de empleos del deporte, debido a que muchos de éstos se generan en una época determinada de eventos deportivos de cada región o la mayor contratación de personal a tiempo parcial en detrimento del tiempo completo, lo que lleva a que los empleados posean también otros empleos en otros sectores de la economía simultáneamente, permitiendo un menor grado de profesionalización y bajos niveles salariales, el aumento del trabajador independiente sin cobertura en seguridad social, etc.

Estas características repercuten en algunos casos en la precariedad del empleo deportivo que sin duda es establecido por los siguientes tipos de empleo (Olarte, 2000): empleos administrativos (personal de gestión deportiva, personal de administración, etc.); empleos deportivos (monitores deportivos, técnicos deportivos, entrenadores, animadores deportivos, etc.); o, empleos de mantenimiento (personal de servicios generales, personal de limpieza, recepcionistas, etc.). Del que solo se puede salir con una alta dosis de innovación e iniciativa (Drucker, 2006), y de creatividad (Shane y Eckhardt, 2003) presente sobre todo en los emprendedores que saben leer la oportunidad cuando se les presenta (Amorós y Poblete, 2013) en un mercado emergente como es el del deporte.





De entre estas opciones, se puede observar una gran concentración en el sector servicios que repercute en la proliferación de un mercado más profesional y orientado al cliente. Justamente, Sánchez y Rebollo (2000) identifican cuatro ámbitos de actuación o mercados laborales deportivos que están relacionados con el sector servicios: enseñanza-investigación deportiva, gestión-recreación deportiva, entrenamiento deportivo y actividad física para la salud. Como se observa, son muchas posibilidades de empleo, y, ¿por qué no optar por algunas de ellas mediante el emprendimiento?

1.2. Emprendimiento, deporte y universidad.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y poseer la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

En palabras de Calabuig (2016), se podría decir que el emprendimiento es una actitud de las personas o grupos que les llevan a tener siempre en el pensamiento la necesidad de crecer mediante acciones de innovación gracias a la capacidad de reconocer oportunidades tanto en el entorno próximo como puede ser dentro de una empresa u organización como en el entorno externo. En esta línea Amorós y Poblete (2013) dicen que el emprendimiento puede ser por su naturaleza resultado de la oportunidad o la necesidad. De este modo, se puede entender como emprendimiento la creación de un nuevo producto o servicio dentro de la empresa, la mejora del funcionamiento de la empresa u organización o la creación de nuevos negocios.

En este sentido el sector deportivo está obteniendo un crecimiento de emprendedores. Tal y como recoge el Anuario de Estadísticas Deportivas 2015, en 2014 existían 28.735 empresas, teniendo así un incremento en los últimos cinco años. Casi la totalidad de estas empresas, el 99%, se corresponden con actividades deportivas tales como la gestión de instalaciones, las actividades de los clubes deportivos o de gimnasios. El 1% restante de empresas se dedica principalmente a la fabricación de artículos de deporte. El 43,1% son empresas sin asalariados, el 43% son de pequeño tamaño, de 1 a 5 trabajadores; el 12,8% tienen de 6 a 49 asalariados y el 1,1% restante son empresas de mayor tamaño, de 50 asalariados en adelante. Precisamente, se puede observar que las empresas que podrían considerarse pequeñas por no tener asalariados o de pequeño tamaño (más del 86%), son las que corresponden en su mayoría a emprendedores.

Por otro lado, en España la legislación nacional básica sobre la educación (Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa) recoge entre sus fines conseguir que el alumnado desarrolle el espíritu emprendedor. De hecho, la LOE, que entró en vigor en 2006, abre la puerta a los avances en esta materia, introduciéndola de manera oficial en los Reales Decretos sobre Enseñanzas Básicas.





Concretamente en las universidades de España han sufrido diversas transformaciones relacionadas con el rol que deben desarrollar en cuanto a las diferentes acciones dirigidas al fomento del emprendimiento, así como al tipo de actividades que deben desarrollar en este ámbito. Además, se han llevado a cabo otras iniciativas públicas dirigidas al fomento del emprendimiento entre los universitarios. En este sentido es destacable el Programa de Emprendimiento Universitario el cual nace como una acción conjunta entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINETUR) y el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Esta iniciativa, ha sido impulsada por la Dirección General de Industria y de la PYME y su objetivo es presentar a los universitarios el emprendimiento como carrera profesional. En el año 2013 participaron en dicho programa estudiantes de máster de 46 universidades españolas inscritas en esta iniciativa. Últimamente, cabe destacar, que, en forma de escuelas de verano para profesores universitarios, la Fundación Universidad- Empresa ADEIT, de la Universidad de Valencia, junto con la Escuela de Organización Industrial, están desarrollando cursos de fomento del Espíritu Emprendedor en las aulas, los cuáles están destinados específicamente a formar a los docentes de todas las disciplinas en esta materia.

Observando el Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, se pueden distinguir las siguientes áreas disciplinares específicas, cada una de ellas con unas vinculaciones claras respecto al ejercicio profesional: El deporte y las prácticas físico-deportivas; Educación Física y enseñanza de la actividad física y el deporte; Ciencias Sociales y Comportamentales aplicadas a la práctica de la actividad física y el deporte; Fisiología del Ejercicio, orientada hacia la salud y el rendimiento deportivo; Ciencias Morfológicas, Biomecánica y Ergonomía aplicadas a la actividad física y el deporte; y Organización y gestión de la actividad física y el deporte.

En concreto en la organización y gestión de la actividad física y el deporte, la formación universitaria en el campo de la gestión deportiva ha tenido sus propios matices diferenciales en cada país, siendo su evolución paralela al desarrollo del fenómeno deportivo en sus respectivas sociedades. Concretamente en España, esta área de conocimiento ha comenzado a tener un peso relativamente importante en la formación universitaria a partir de la década de los noventa, fruto de una patente demanda social e institucional. En este sentido, algunas de las razones que han favorecido su desarrollo y progresivo crecimiento podrían ser, entre otras, el creciente protagonismo desempeñado por las instituciones públicas en la promoción del deporte, la creación de una amplia red de instalaciones deportivas públicas y en el desarrollo de competencias autonómicas y municipales en esta materia. No obstante, diferentes factores han repercutido en una proliferación del interés por el emprendimiento y por tanto en la creación de empresas deportivas. Como resultado de esta nueva situación, un nuevo interés por la gestión y la organización del deporte en los alumnos que cursan el Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

De este modo teniendo en cuenta que dentro de las competencias específicas del título se encuentren “Dirigir y/o gestionar organizaciones, entidades, instalaciones y eventos deportivos de forma individual o en conjunto con otros profesionales”, “Conocer y utilizar los recursos informáticos y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (en





adelante TIC) de aplicación al cuerpo de conocimientos específico” y, “Manifestar una actitud emprendedora desarrollando la creatividad y la iniciativa tanto profesional como personal”, es crucial que los alumnos de esta titulación aprendan a crearse un futuro laboral mediante el emprendimiento y las nuevas tecnologías de la comunicación.

1.3. Gamificación, aplicaciones móviles y deporte.

El término de Gamificación cada día se usa más y es que con los años se ha consolidado como una técnica y estrategia para asegurar distintos objetivos en muchas empresas.

Pero, ¿qué es la gamificación?, según Téllez (2016) la gamificación es un término anglosajón adaptado consistente en el empleo de mecánicas de juego con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos.

Se trata de una nueva estrategia para influir y motivar a grupos de personas. La implantación de la web 2.0 ha acelerado la creación de comunidades en torno a todo tipo de redes sociales, medios digitales o webs corporativas.

Una correcta implementación de estrategias de gamificación permite pasar de la mera conectividad al engagement (o compromiso), logrando que los miembros de una comunidad, en este caso la universitaria, participe de manera dinámica y proactiva en acciones que generalmente requieren un esfuerzo de la voluntad (Téllez, 2016). Esta técnica considera tres posibles categorías, gamificación externa consistente en que los clientes adquieran un compromiso o una afiliación al producto o empresa; la gamificación interna que consiste en aplicar técnicas de gamificación dentro de la empresa con el fin de que los empleados conciban sus responsabilidades como un entretenimiento; y la gamificación de cambio de comportamiento que se utiliza con el fin de motivar un cambio de comportamiento en la gente, ya sea hacia su salud, la educación u otros aspectos (Téllez, 2016).

La utilización de dispositivos móviles ha demostrado ser una herramienta eficaz en relación a sus posibilidades educativas, ya que es un instrumento que pertenece al día a día de los estudiantes en su vertiente más lúdica, y la utilización de los mismos es percibida como algo positivo e interesante en su formación (Moreno, Leiva y Matas, 2016).

En este sentido, hay diferentes aplicaciones que han utilizado la gamificación para cambiar el comportamiento deportivo en sus clientes. Precisamente, en el deporte han surgido aplicaciones que mediante la gamificación apuestan por la conexión entre deportistas y para con ello, influir en un cambio de hábito, motivar y fidelizar a quienes las utilizan. Entre ellas, se destacan las aplicaciones Endomondo, Runtastic, o Socialgym.

En el ámbito de la actividad física, la salud suele ser la piedra angular del sector, y es que mantenerse en forma requiere un cambio en tu estilo de vida, no es algo que se pueda atender en un solo día. Para este fin, numerosas aplicaciones de salud ofrecen un panel de control fácil. Solo por hacerse una idea, según el último Informe elaborado sobre las aplicaciones móviles (APPs) en España (The App Date, 2015), al día se descargan 4 millones de aplicaciones móviles en España, estimándose que este año solo en APPs relacionadas con la salud y el deporte se alcance la cifra de 320 millones de euros.

Los desarrolladores de APPs ya no apuestan solo por la monitorización del ejercicio y las constantes vitales, sino que van mucho más allá. Por ejemplo, con el HealthKit de Apple los





desarrolladores pueden tener todas las aplicaciones de salud y bienestar en su dispositivo y que estas funcionen de forma conjunta.

En definitiva, un fuerte interés por la actividad física, el deporte y la salud, unido a un mercado en continua innovación y crecimiento suponen un entorno excepcional para el desarrollo y emprendimiento de nuestro alumnado, que ya empieza a mostrar sus frutos dentro de las aulas educativas (Pons, 2015).

2. Objetivos: Contenidos, técnicas de enseñanza u otros aspectos relacionados con la docencia sobre los que se pretende innovar.

Los objetivos que se han planteado para llevarlos a cabo en esta propuesta educativa, han sido los siguientes.

- Objetivo 1. Fomentar el espíritu emprendedor y la creatividad mediante el intercambio de información entre estudiantes y docentes de diferentes titulaciones y universidades.
- Objetivo 2. Potenciar las redes de contactos con estudiantes y docentes de diferentes titulaciones y de otras universidades.
- Objetivo 3. Conocer las posibilidades que brinda la gamificación en el deporte.
- Objetivo 4. Aprender a poner en marcha un plan de negocio y de marketing en una organización deportiva.
- Objetivo 5. Conocer cómo se pone en marcha y comercializa una aplicación móvil.

Los contenidos con los que se llevarán a cabo los anteriores objetivos en el proyecto de innovación docente son:

- Contenido 1. Emprendimiento e innovación en el deporte.
- Contenido 2. Aplicaciones móviles y organizaciones deportivas.
- Contenido 3. Plan de negocios y creación de empresas.
- Contenido 4. Comercialización de servicios deportivos.

3. Metodología: Descripción de las actividades y/o actuaciones ideadas para innovar y/o mejorar la docencia.

3.1. Contexto de la Experiencia Docente.

Ocho asignaturas de dos grados (Ciencias de la Actividad Física y del Deporte; Grado en Administración y Dirección de Empresas), y dos universidades (Universidad de Sevilla; Universidad de Valencia) participan en este proyecto.

En el caso del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte se encuentran “Planificación y Dirección de Entidades e Instalaciones Deportivas”, “Organización y gestión de empresas deportivas”, “Habilidades Motrices y Sistemática del Ejercicio”, “Biomecánica de la Actividad Física”, “Planificación Estratégica de los sistemas deportivos”, “Gestión y organización de entidades y eventos deportivos” y “Actividad Física y Deportiva en el Medio Natural”. En el caso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, la asignatura “Marketing de Servicios”.

Todas las asignaturas del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte comparten las competencias del propio grado, vinculadas a la implementación y puesta en marcha de





nuevas tecnologías de la comunicación y al fomento de la cultura emprendedora. No obstante, al no existir asignaturas propiamente dichas de creación de modelos de negocios deportivos, de creación de empresas, ni de la comercialización de las ideas de negocio, sería entendible que la implementación con una asignatura del Grado de Administración y Dirección de Empresas, hace que se cierre el círculo y se apueste por una apuesta de valor al proyecto. En concreto las asignaturas ligadas al deporte están más vinculadas a una parte práctica del sector deportivo en sí, y la de dirección de empresas a su comercialización. La titulación de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte capacita a los egresados para los ámbitos profesionales de Actividad Física y Salud, Gestión Deportiva y Recreación Deportiva; por ello, se requiere un entorno multidisciplinar que permita integrar los conocimientos de otros ámbitos de conocimiento en torno a una misma idea.

Precisamente, en el proyecto convivirán alumnos y profesores de ambos grados lo que, sin duda, permitirá enriquecer la visión de negocio de ambos colectivos. De hecho, de los diez docentes del proyecto, ocho pertenecen a departamentos de Educación Física y Deporte de la Universidad de Sevilla y de Valencia, y dos al departamento de empresas y marketing de la Universidad de Sevilla.

3.2. Procedimiento de la Experiencia Docente.

Para la realización del proyecto se plantearon diferentes fases coordinadas por los agentes implicados. A continuación se describe la metodología que se llevó a cabo:

Fase 1. Explicación del proyecto a los alumnos de todas las asignaturas implicadas en el proyecto. Los docentes explicarán en qué consiste el proyecto, cuáles son los contenidos y objetivos del mismo, y cuál es la implicación de cada uno de los implicados. Se indicará que al final del proyecto cada grupo de alumnos deberá presentar una propuesta de aplicación móvil donde mediante la gamificación se fomente la actividad física. La plataforma para la creación de la aplicación móvil será <http://www.mobincube.com> Se deberá presentar a su vez el plan de negocio y de marketing de la propuesta en formato resumen.

En la misma fase, el grupo de docentes crearán una *fan page* (página en redes sociales diseñada para compartir información sobre una temática, servicio o negocio), para poner en común ideas de emprendimiento en el deporte, cursos, jornadas relacionadas, y para que sea una plataforma de unión entre todos los participantes. Elaborar una fan page del proyecto permitirá el intercambio continuo de información entre todos los integrantes del proyecto y el acceso sencillo a comentarios, dudas y experiencias de los participantes. A su vez, proporcionará al profesorado y al alumnado una plataforma de difusión de materiales o documentos relacionados con los objetivos del mismo.

Fase 2. Creación de grupos de 4-5 alumnos en todos los integrantes de la asignatura de Planificación y Dirección de Entidades e Instalaciones Deportivas. Creación de un solo grupo de 4-5 alumnos en la asignatura de Habilidades Motrices y Sistemática del Ejercicio; Biomecánica de la Actividad Física; Planificación Estratégica de los Sistemas Deportivos; y Gestión y Organización de Entidades y Eventos Deportivos. Cada grupo tendrá asignado un código. A los alumnos del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte se les asignará la sigla CAF y para los del Grado en





Administración y Dirección de Empresas, ADE. También, se añadirá al nombre del grupo las siglas de las iniciales del profesor.

Fase 3. Cada grupo realizará una búsqueda de organizaciones deportivas relacionadas con la comercialización de servicios o productos deportivos mediante APP. El objetivo de esta fase es conocer la realidad en el sector deportivo según las APP que se comercializan, y encontrar ideas para la propuesta de cada grupo ya que la aplicación de móvil que deberán proponer debe cumplir con la premisa de creativa e innovadora. Cinco de las mejores ideas de negocio encontradas mediante la búsqueda se colgarán en la fan page creada para el proyecto de innovación docente. Por ello cada grupo deberá enviar las cinco empresas más innovadoras al coordinador del proyecto para adjuntarlas en la fan page. El objetivo será pues, recopilar ideas de organizaciones deportivas que utilizan las APP para la comercialización de productos y servicios deportivos.

Fase 4. Se realizarán once talleres teórico-prácticos de dos horas cada uno para que los alumnos puedan tener un visión más cercana y de profesorado diferente, sobre el emprendimiento, las aplicaciones para móviles y el deporte. Los diez talleres serán:

- Taller 1. Emprendimiento en el deporte.
- Taller 2. Legislación a tener en cuenta en el emprendimiento.
- Taller 3. El emprendimiento relacionado con el deporte y la nutrición.
- Taller 4. El emprendimiento relacionado con el turismo activo y el deporte.
- Taller 5. La gamificación en el deporte y la salud.
- Taller 6. Creación de aplicaciones para móviles I.
- Taller 7. Creación de aplicaciones para móviles II.
- Taller 8. Las aplicaciones para móviles en el deporte.
- Taller 9. El plan de negocio en organizaciones deportivas.
- Taller 10. ¿Cómo hacer un plan de marketing en organizaciones deportivas?
- Taller 11. Diseño y gestión de un servicio.

Cada formación será grabada y colgada en la fan page del proyecto así como las dudas presentadas en cada formación. Como se observa en la explicación de los talleres, todos serán impartidos por los docentes implicados en el proyecto a excepción de dos que los realizará un profesional externo.

Fase 5. Creación por parte de los grupos de la idea de negocio mediante una APP, ligada a la gamificación y al deporte.

Fase 6. Entrega de la idea de negocio. Cada propuesta deberá incluir: nombre (siglas) del grupo; nombre de la propuesta de empresa; nombre, foto e inquietudes de cada miembro del grupo; resumen de la idea de negocio; plan de negocio (formato resumen); plan de marketing (formato resumen); misión, visión, valores y objetivos; resumen de la opinión de posibles clientes; perfil del posible cliente.





Fase 7. Concurso de las ideas de negocio. El tribunal lo constituirán los docentes integrantes del proyecto así como un profesional externo. Se premiará a la mejor idea de APP. Cada grupo deberá entregar un póster resumen del trabajo así como el desarrollo entregándolo en un pendrive. El premio será la opción de introducirse en una empresa de base tecnológica del deporte.

Fase 8. Evaluación de los resultados. Durante el proyecto y al final del mismo, se evaluarán todos objetivos para comprobar que se han cumplido.

Fase 9. Elaboración de la memoria académica y económica. Según plazos establecidos por la convocatoria.

Fase 10. Serán publicados en formato de material docente y en libro, la experiencia del proyecto así como los talleres impartidos.

En la figura 1, se puede observar el cronograma de las acciones a realizar.

	Sept	Oct	Nov	Dic
1. Fase 1. Creación de fan page del proyecto	█			
2. Fase 1. Explicación del proyecto	█			
3. Fase 2. Creación de grupos de trabajo				
4. Fase 3. Búsqueda de organizaciones deportivas	█	█		
4. Fase 3. Introducción de organizaciones innovadoras		█		
5. Fase 4. Taller 1 y taller 2		█		
6. Fase 4. Taller 3 y taller 4		█		
7. Fase 4. Taller 5 y taller 6		█		
8. Fase 4. Taller 7 y taller 8			█	
9. Fase 4. Taller 9, taller 10 y taller 11			█	
10. Fase 5. Desarrollo de idea de negocio		█	█	█
11. Fase 6. Entrega de idea de negocio				█
12. Fase 7. Concurso				█
13. Fase 8. Evaluación de resultados				█
14. Fase 9. Memoria económica y académica				█
15. Fase 10. Publicación de material docente y libro				█

Figura 1. Cronograma de las acciones a realizar en la propuesta educativa de emprendimiento.



4. Evaluación: Descripción de los mecanismos para la implementación de las innovaciones ideadas en las asignaturas, así como para la evaluación y seguimiento de las mismas.

La fase 8 del proyecto contempla la evaluación de los resultados para comprobar el avance de la asimilación de los contenidos y la consecución de los objetivos. Para ello, a continuación se indica analíticamente, cuál va a ser el instrumento y la medida de implementación.

- Evaluación del objetivo 1. Se utilizará el instrumento de intenciones de emprender propuesto por Jaén y Liñán (2013) al comienzo y al final del proyecto para el análisis del fomento del emprendimiento. Se administrará tanto a docentes implicados en el proyecto como a alumnos.
- Evaluación del objetivo 2. Se solicitará a docentes y alumnos mediante un cuestionario específico de Google Forms, que indiquen a cuántas personas nuevas se ha conocido, y con cuántas se cree que podría mantener una relación en el futuro profesional.
- Evaluación del objetivo 3. A través de un cuestionario creado con Google Forms, se solicitará a los alumnos que indiquen ejemplos de posibilidades de emprendimiento que podrían hacer mediante la gamificación.
- Evaluación del objetivo 4. Se evaluarán de manera teórica los conceptos relacionados con el plan de negocio y el plan de marketing mediante una prueba tipo test utilizando para ello la Plataforma Virtual de la Universidad de Sevilla.
- Evaluación del objetivo 5. Se solicitará mediante cuestionario con Google Form, cuáles son las formas de comercializar una aplicación móvil en el deporte.

Asimismo, se solicitará a cada implicado en el proyecto (docente y alumno) una evaluación general del proyecto en relación a cuáles han sido sus dificultades, fortalezas y propuestas futuras de implementación del proyecto tanto en las asignaturas que han participado, como en la posible incorporación de otras, a través del uso de dos matrices, la matriz DAFO, herramienta de estudio de la situación de un proyecto, analizando sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades); y la matriz CAME, estrategia a través de la cual se busque corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades, que tiene como punto de partida la anterior.

5. Conclusiones.

El carácter innovador del proyecto puede ser analizado desde diferentes puntos de vista. Por un lado, la inclusión de profesorado y alumnado de diferentes asignaturas, titulaciones y universidades, repercute en que el proyecto tenga una visión multidisciplinar, y por tanto aporte un valor a todos los que integran el proyecto. Sin duda, uno de los pilares del crecimiento del conocimiento es la globalidad de diferentes agentes, cuyo aspecto cubre perfectamente esta propuesta. La visión de los profesionales del deporte junto a los de creación de empresas, repercute en una riqueza de aprendizaje tanto para alumnos como





docentes. De igual modo, las fases de implementación propuestas permitirán fortalecer y posicionar a alumnos y docentes en su formación profesional y académica.

Este proyecto intenta dar posibilidades de formación práctica al alumnado desde diferentes puntos de vista, ya que hemos observado al igual que González-Rojo (2017) desconocimiento del mundo empresarial en la mayoría del alumnado, fomentando las relaciones inter-alumnado y entre profesorado. En concreto y aunque la formación en emprendimiento es una competencia que se debe fomentar en las titulaciones universitarias, son pocas las acciones que se promulgan, y menos aun las que se llevan a cabo. Por ello, se entiende firmemente que esta apuesta de proyecto creará inquietudes en el alumnado que podrían repercutir en su futuro laboral. Igualmente la utilización y formación en gamificación, ayudará al alumnado a crear espacios de aprendizaje colaborativo que conlleven una mejora en la retención de los contenidos. Precisamente esta herramienta se comienza a utilizar en diferentes contextos formativos, pero escasea su utilización en la formación y enseñanza en emprendimiento y deporte. Entendemos que apostar por contextos lúdicos de aprendizaje da lugar a espacios de encuentro donde es posible adquirir conocimientos significativos aprendidos desde la práctica vivenciada.

Todo ello unido a la creación de una aplicación móvil ligada al deporte, a su puesta en valor, a su comercialización, y en definitiva a la realización de una idea de negocio, repercute en un proyecto de innovación que apuesta, mediante la inclusión de diferentes agentes, por la formación transversal en emprendimiento. De este modo, la transferencia innovadora del proyecto aporta ideas de implementación y aplicaciones prácticas directas para la inserción laboral del alumnado. Creemos como Moreno, Leiva y Matas (2016) que el uso de las Aplicaciones Móviles contribuye de manera positiva en los procesos de Enseñanza-Aprendizaje favoreciendo metodologías más flexibles, activas y dinámicas.

Esta es una propuesta de creación colectiva del aprendizaje, y como tal nos permitirá crear lazos sociales entre los alumnos, estimular su confianza, desarrollar su pensamiento crítico y capacidad de diálogo... (De Alba Quiñones, 2017), aspectos todos ellos por los que creemos fielmente que la propuesta que se presenta influirá en la formación de los futuros titulados y en una experiencia única en la puesta en marcha de una posible idea de negocio, y por tanto, en una posible salida laboral.

Referencias bibliográficas.

- Amorós, J. E., y Poblete C. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: aspiraciones de los emprendedores en Chile y el mundo 2012*. Chile: GEM.
- Calabuig, F. (2006). *Aproximación al emprendimiento en el deporte*. En J. García (Ed.), *Emprendiendo en el sector deportivo, de la teoría a la práctica* (11-20). Madrid: Aranzadi Thomson Reuters.
- De Alba Quiñones, V. (2017). La innovación educativa y la reducción del estrés en el alumnado. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 7, 66-75. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/2301>
- Drucker, P. (2006). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: HarperCollins.





- González-Rojo, J. M. (2017). Iniciativa empresarial 2.0 en las Universidades de Educación. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 7, 202-213. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/2329>
- Jaén, I. y Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34(8), 939-960.
- Moreno, N.M, Leiva, J.J., Matas. A. (2016). Mobile learning, Gamificación y Realidad Aumentada para la enseñanza-aprendizaje de idiomas. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 6, 16-34. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1709>
- Olarte, A. M. (2000). *La generación de empleo en el deporte. Trabajo presentado en el II Congreso Agesport Andalucía.*
- Pons, L. (2015). Innovative methods and processes for teaching history of Spanish language. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI)*, 4, 136-149. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1467>
- Ratten, V., (2012). Sport entrepreneurship: challenges and directions for future research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1), 65-76.
- Sánchez, A. y Rebollo, S. (2000). Situación del mercado laboral actual en el ámbito de la actividad física y deportiva. *Revista Motricidad*, 6, 141-154.
- Shane, S., y Eckhardt, J. (2003). *The individual-opportunity nexus*. In Handbook of entrepreneurship research (pp. 161-191). United States: Springer.
- Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica (2015). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2015*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Téllez, V. (2016). El caso de gamificación en el deporte: Socialgym – Fitness & SportsTracker. En J. García (Ed.), *Emprendiendo en el sector deportivo, de la teoría a la práctica* (93-102). Madrid: Aranzadi Thomson Reuters.

