

Revista mktDescubre - ESPOCH FADE
 N° 20 Diciembre 2022, pp. 107 - 115
 Revista mktDescubre - ESPOCH FADE
 Registro IEPI Título N°: 3232-12

ISSN en Línea: 2602-8522
 Latindex Folio: 27399
 Directorio Folio único 20003 Catálogo
 Período: Julio - Diciembre 2022

EMPREDIMIENTO SOCIAL UNIVERSITARIO EN ÉPOCA DE PANDEMIA

Gilma Gabriela Uquillas Granizo

✉ gilma.uquillas@unach.edu.ec
 Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador

Francisco Paúl Pérez Salas

✉ francisco.perez@unach.edu.ec
 Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador

Mariana Isabel Puente Riofrío

✉ mariana.puente@unach.edu.ec
 Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador

RESUMEN

El emprender en la actualidad no es novedad, producto de la rapidez con que el mercado ha ido evolucionando, los negocios y la sociedad misma se ha visto obligada a mejorar, a irse adaptando a las nuevas modalidades que van apareciendo; el emprender se volvió una estrategia de supervivencia que diversas organizaciones la han aplicado con diversos resultados; esta investigación analiza el emprendimiento social y cómo este se ha convertido en un elemento fundamental que orienta los esfuerzos de las diferentes organizaciones, ya no solo a fortalecer y mejorar desde sus acciones internas, sino también encontrar soluciones a los diversos problemas sociales; orientándose a buscar todas las oportunidades que pudiera aprovechar mientras crecen y evolucionan en un mercado tan competitivo como el actual.

Esta evolución del emprendimiento ha ido adaptándose de tal manera que, las empresas ya no solamente buscan el crecimiento productivo y económico, sino también crear valor social, identificarse con aquellas áreas de la sociedad que de alguna manera han sido rezagadas para que recuperen el lugar que han perdido; es aquí donde la Universidad toma su papel preponderante al convertirse en el nexo necesario entre el conocimiento técnico profesional y la realidad en la que se encuentran los estudiantes.

Palabras clave: emprendimiento social, universidad, emprendedor.

ABSTRACT

Undertaking today is not new, as a result of the rapidity with which the market has evolved, businesses and society itself have been forced to improve, to adapt to the new modalities that are appearing; Entrepreneurship became a survival strategy that various organizations have applied with various results; This research analyzes social entrepreneurship and how it has become a fundamental element that guides the efforts of different organizations, not only to strengthen and improve from their internal actions, but also to find solutions to various social problems; Orienting itself to look for all the opportunities that it could take advantage of while they grow and evolve in a market as competitive as the current one.

This evolution of entrepreneurship has been adapting in such a way that companies no longer only seek productive and economic growth, but also create social value, identify with those areas of society that have somehow been left behind so that they can recover the place they deserve. they have lost; It is here where the University takes its preponderant role by becoming the necessary link between professional technical knowledge and the reality in which students find themselves.

Keywords: social entrepreneurship, university, entrepreneur.

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social es el proceso mediante el cual las personas, las empresas emergentes y los emprendedores desarrollan y financian soluciones que abordan directamente los problemas sociales. Un emprendedor social, por tanto, es una persona que explora oportunidades de negocio que tienen un impacto positivo en su comunidad, en la sociedad o en el mundo.

El emprendimiento social (ES) se ha convertido en un dominio de investigación de gran importancia para las empresas y los investigadores (Bolzani et al., 2020; Gupta et al., 2020), problemas tales como: la pobreza y el bienestar humano, han motivado a varias empresas a realizar negocios con un impulso social incorporado (Gupta et al., 2020; Tung et al., 2020), con lo antes expuesto el emprendimiento social actúa como catalizador del cambio y los emprendedores sociales no esperan un beneficio monetario directo de sus emprendimientos sociales, encontraron que todo emprendimiento tiene una función social; sin embargo, ES difiere del emprendimiento tradicional en su misión principal de crear valor social en lugar de generar ganancias económicas privadas (Barberá-Tomás et al., 2019; Singh Bedi Professor & Yadav, 2019).

En la actualidad la universidad juega un papel fundamental desde su autonomía, hacia una posición influyente externa en el sentido social del emprendimiento con un enfoque inherente a la naturaleza y visión del nivel de educación superior (Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016)..

La teoría de las actividades empresariales fue desarrollada por Shapero y Sokol (1982), estableció que la empresa es un evento, que fue influenciado por los cambios necesarios en la vida y las actitudes personales. En particular, estos cambios de vida se miden por dos grupos de factores: i) factores de atracción (como apoyo financiero y búsqueda de socios, etc.) y ii) factores de empuje (como desempleo y tiempo excesivo, etc.); y estas actitudes se estaban volviendo visibles por dos aspectos de la percepción personal viabilidad y conveniencia para el emprendimiento empresarial (Tung et al., 2020).

Varios investigadores han definido al emprendimiento social, emprendedores y empresas sociales desde una amplia gama de perspectivas (Lasprogradu, 2003) describió al ES como una organización sin fines de lucro, (Wallace, 1999) consideró las empresas sociales como empresas con ánimo de lucro gestionadas por organizaciones sin ánimo de lucro. Además, (Mair & Martí, 2006) definieron una empresa social como una organización dedicada a actividades comerciales para lograr objetivos sociales. Otros autores mencionan que ES se relaciona con individuos y entidades comerciales involucradas en actividades empresariales específicamente para un propósito social (Certo & Miller, 2008).

Con lo antes expuesto se concluye que el emprendimiento social, una subdisciplina dentro del campo del emprendimiento, ha ganado cada vez más atención por parte del espíritu empresarial, que implica el reconocimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades que resultan en valor social; además con la formación académica que brinda, la generación de

conocimiento nuevo, la proyección social, como generadora de empleo y calidad de vida. En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo analizar la formación del emprendimiento social en la Universidad Nacional de Chimborazo, mediante un paradigma cuantitativo, una investigación descriptiva.

Emprendimiento social en Ecuador

En Ecuador el ámbito del emprendimiento social se enfoca en causas sociales, medioambientales, culturales o comunitarias; mediante este tipo de iniciativas de emprendimiento se generan empresas que no solo son rentables desde el punto de vista económico sino desde una perspectiva social.

Las crisis económicas suscitadas en décadas pasadas y la capacidad del ser humano para superarlas ha tenido como efecto que el emprendimiento sea un medio de escape a esta situación con un mercado competitivo y cambiante hace que nazca otras formas de emprendimiento en este contexto el emprendimiento social es objeto de estudio e interés de la sociedad y tiene la virtud de mejorar las dificultades sociales.

El emprendimiento social está orientado a la inclusión social de grupos vulnerables a la dinámica económica de los países que favorezcan la transformación social; este tipo de emprendimiento se potencia con la finalidad de establecer una estructura económica mundial más equitativa (Altamirano-Analuiza et al., 2018)

De lo anterior se puede resumir que el emprendimiento social es un mecanismo de mejora social que trae consigo una

transformación integral dinamizadora de la economía, en las últimas décadas el emprendimiento social se ha constituido un proceso socio económico donde el sujeto social constituye un factor clave por cuanto genera un valor en la perspectiva de transformación Social.

El desempleo en el Ecuador ha crecido en los últimos años por diferentes motivos tales como: económicos políticos, sanitarios y debido a la inadecuada administración, sin dejar de lado los problemas de la salud colectiva como lo fue la pandemia COVID-19; la cual ha provocado una disminución considerable de empleos; cuyo impacto debido a la paralización de las actividades económicas en 2020 generó cierre continuo de negocios, que desencadenó un desempleo general, donde se suspendieron las liquidaciones, el nivel de desempleo y subempleo se incrementó; en este contexto los desempleados tardaron mucho en conseguir una nueva fuente de ingresos económicos que satisfaga las necesidades de sus familias.

De acuerdo a la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENUMDU, 2020) el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), evidenció un desplome del empleo en el primer trimestre 2020

Durante el encierro obligado por la pandemia se aplicó un estado de excepción que generó restricciones a la libertad de tránsito y reunión, se impuso el toque de queda, se cerraron las fronteras y aeropuertos, apareció el teletrabajo, se cerraron las instituciones educativas y las actividades no esenciales (Decreto ejecutivo No. 1017 del 17 de marzo de 2020). Como resultado inmediato de estas

medidas en el segundo trimestre de 2020 el Producto Interno Bruto del Ecuador decreció en 12,5% (Banco Central del Ecuador, 2020)

En Ecuador como en otros países latinoamericanos, con una economía emergente, se aprecia un movimiento hacia el crecimiento de la actividad emprendedora, con formación de emprendimientos que nacen de las PyMES; no obstante, surgen las brechas entre los emprendimientos que nacen en las universidades, en los estudiantes que son formados, y que a pesar, de las iniciativas del sector productivo, no se atienden los requerimientos en materia de innovar y mantenerse, forjándose una discusión sobre quién debe tener la responsabilidad, y si estas pueden ser resueltas por las universidades. Sin embargo, a pesar de que los docentes universitarios guían a los estudiantes para transformarlos en emprendedores, actualmente estos no aprovechan esta educación para generar negocios. La ausencia de iniciativas de parte del alumnado no ha generado un impacto de lo que desean implementar cada uno de los educadores.

Por lo anterior, entre los diferentes emprendimientos, está el social, siendo un término de interés en las universidades, con una actividad emprendedora guiada a la comunidad. Sumado a esto se observa desempleo en el graduado de la Universidad Nacional de Chimborazo, de esta forma poder fomentar el emprendimiento social. En estos problemas se refleja que hay también una ausencia de jóvenes líderes que estén listos para emprender, la falta de iniciativa, asesoramiento, apoyo y visión hace que los estudiantes no se arriesguen a formar una empresa social, y agregado

a esto la situación económica del país que produce desempleo.

Perfil del emprendedor social

Un emprendedor social utiliza técnicas de negocios con la finalidad de lograr innovar en la solución de algunos problemas que involucran a las personas más pobres, cuando se habla de un emprendedor es reconocer a líderes innatos, quienes tienen una actuación voluntaria, transparente, y objetiva que se encamina al bienestar social autores como (Campo et al., 2021) mencionan que: el emprendedor muestra acciones características de su personalidad tales como la iniciativa, la toma de decisiones, capacidad de riesgos, adaptación a los cambios, entre otras, otros autores como Paz, et al. (2020) consideran que el emprendedor tiene características que lo distinguen del resto del entorno, siendo su accionar proactivo.

Una de las barreras del Emprendimiento social para la creación de valor social y adaptación a las necesidades es la poca investigación existente en las Universidades, la falta de líneas de investigación específicas sobre emprendimiento (Espínola Verdín & Torres González, 2020) y la carencia de sensibilidad idónea de crear necesidades sociales en entornos locales desde propuestas innovadoras de la academia.

El emprendimiento social en la actualidad es una realidad en Ecuador y en la Universidad Nacional de Chimborazo no es la excepción a la regla, en esta institución educativa se aprecian casos de éxito de emprendimiento social, sin embargo, son pocos difundidos, así como sus resultados y propósitos.

Componentes del emprendimiento social

Para que el emprendimiento social avance y logre grandes resultados, es básico sumar varios componentes de forma apropiada, como planificar estrategias para alcanzar los programas del gobierno (Vera Muñoz et al., 2018), realizar un emprendimiento con una administración sólida que brinde seguridad, tanto a los líderes como a la comunidad, dirigida a la innovación (Jiménez Coronado et al., 2018); proponer un diseño de negocio enfocado en la comunidad y sus objetivos, y coordinar o dirigir el emprendimiento en un director con elevado sentido social, de lograr metas reales, que observe las sinergias, las relaciones estratégicas y los recursos necesarios para los proyectos.

En tal sentido el emprendimiento social tiene tres elementos claves:

- a. Ojetivo social:** tiende a generar una idea que agrega valor a la configuración de la sociedad
- b. Innovación social:** proceso que busca formas diversas, creativas y nuevas con miras a satisfacer las necesidades insatisfechas.
- c. Modelo de negocio sostenible que genera valor compartido:** representa una metodología de gestión sustentable de las actividades de orden social de las empresas donde se involucra los grupos sociales de interés.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el caso de estudio se utilizó la siguiente metodología.

2.1 Revisión Bibliográfica en función de base de datos, utilizando las siguientes estrategias de búsqueda:

- Scopus: palabras clave, título, resumen emprendimiento social (social entrepreneurship)
- Scient Direct: palabras clave, título, resumen emprendimiento social (social entrepreneurship)
- Google Scholar: palabras clave, título, resumen emprendimiento social (social entrepreneurship).

2.2 Selección y Análisis de datos

Una vez establecida la revisión de literatura, la investigación es descriptiva porque estudió la formación del emprendimiento como compromiso de la Universidad Nacional de Chimborazo.

El método analítico deductivo describir y estudiar el tipo de formación en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo

3. RESULTADOS

Para el presente estudio se aplicó una encuesta a estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo. Se calculó la confiabilidad del instrumento mediante el Alpha de Cronbach, obteniendo un valor de 0.856, al ser un valor cercano a 1; se concluye que tienen consistencia.

Se tomó una muestra de 100 estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

1. ¿Está usted de acuerdo que se debería fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas?

2. ¿Está de acuerdo con que las autoridades la facultad gestionen y obtenga una incubadora de proyectos de emprendimiento social para los estudiantes?

3. ¿Considera usted que es necesario que las áreas donde se desarrolla la cátedra de emprendimiento necesitan cambios en su estructura para que el aprendizaje sea eficaz?

4. ¿Considera que dentro de la formación integral de los estudiantes universitarios se debe desarrollar en ellos su espíritu emprendedor?

5. ¿Le agradecería tener su propia empresa?

Entre los resultados generados en la aplicación de la encuesta se destaca:

Pregunta	T. A	D.A	I	<u>E.D</u>
1	79%	4%	10%	7%
2	70%	15%	3%	12%
3	78%	11%	6%	5%
4	72%	14%	6%	8%
5	55%	17%	15%	13%

Tabla 1. Resumen de Resultados Encuestas
Elaborado por: Los autores

Nota: Datos procesados a través de SPSS 23.0

T.A: totalmente de acuerdo.

D.A: de acuerdo.

I : indiferente.

E.D: en desacuerdo.

Acorde a los resultados generados, se evidencia un total acuerdo del fomento de emprendimientos, generación de incubadora de proyectos de emprendimientos sociales, así como el impulso que se debería dar a la parte académica y de aprendizaje a este tema.

4. DISCUSIÓN

Autores como Mair & Marti (2006) en los resultados de su investigación mencionan que el emprendimiento social es como un apasionante y fructífero tema de investigación y representa un paso más hacia legitimar e inspirar el emprendimiento social como medios para crear valor social y económico y como un campo de investigación.

Los autores sugieren que se necesita trabajo empírico y conceptual para establecer un panorama integral del emprendimiento social.

En este sentido al comparar con los resultados de la presente investigación se evidencia la necesidad de fomentar el emprendimiento social desde la academia. Mientras que autores como Espíndola & Torres (2020) en su investigación denominada "Análisis cualitativo de negocios para el emprendimiento social" en sus resultados concluyen que el diseñar programas enfocados a las necesidades del entorno, provocan el fomento del emprendimiento social y su

consolidación. Con lo antes expuesto, los resultados de la investigación muestran que el desarrollo de la cátedra de emprendimientos contribuiría a generar un espíritu emprendedor social.

5. CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultado; se evidencia que el estudio se orientó a determinar cuales deberían ser los componentes del emprendimiento social; en tal virtud, se concluye que la Universidad debería generar indicadores que se fundamente en la gestión académica, investigativa y de vinculación, el emprendimiento está en el diseño curricular de los programas académicos de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, donde conjuntamente con la implementación de la incubadora de emprendimiento social, se genere una cultura de emprendimiento social, donde de manera articulada con los profesores de la asignatura de emprendimiento, creen iniciativas sociales, que involucren la innovación, que active el valor compartido en la comunidad.

En este caso, la Universidad Nacional de Chimborazo, tiene la responsabilidad de las gestiones encaminadas a la educación de estudiantes como emprendedores sociales, contribuyendo a llenar las vacantes del mercado laboral y cubrir las necesidades de la comunidad, con bienes o servicios que se transformen en ventajas competitivas por la incubación de emprendimientos sociales, que nacen de las ideas de los estudiantes, contribuyendo al avance del vínculo universidad – empresas. De aquí, el interés de la universidad, de aumentar el desarrollo del emprendimiento desde las instituciones de educación superior, para

su implementación, no tanto como desde el curricular, sino también en su sentido social.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Altamirano-Analuisa, D. J., Zamora-Sánchez, R. A., & Mancheno-Saá, M. J. (2018). Emprendimiento social en Ecuador: análisis del enfoque social vs. enfoque de mercado. *Polo Del Conocimiento*, 3(12), 336. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i12.842>
2. Barberá-Tomás, D., Castelló, I., de Bakker, F. G. A., Zietsma, C., Álvarez-Roldán, A., Ansari, S., Beunza, D., Calvo, M., Cuesta, I., Fernández, O., Garud, R., Gehman, J., Hudson, B., & Meyer, R. (2019). Energizing through Visuals: How Social Entrepreneurs Use Emotion-Symbolic Work for Social Change. In *Journal: Academy of Management Journal Manuscript ID*.
3. Bolzani, D., Marabello, S., & Honig, B. (2020). Exploring the multi-level processes of legitimacy in transnational social enterprises. *Journal of Business Venturing*, 35(3). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.06.002>
4. Campo, C., Reyes, P., Julio, C., & Barros, S. (2021). Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad de la Guajira en Colombia. *Sociales (Ve)*, XXVII(1), 2021. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
5. Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. In *Business Horizons* (Vol. 51, Issue 4, pp. 267–271). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>

6. Chirinos Araque, Y. V., & Pérez Peralta, C. M. (2016). La responsabilidad social universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 91–110. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1560>
7. Espínola Verdín, V., & Torres González, L. A. (2020). Análisis cualitativo de modelos de negocio para el emprendimiento social. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 8(22). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.75431>
8. García C., Pérez F. & Ricaurte B. (2017) La Economía Popular y Solidaria y sus formas de Asociatividad”, *Revista Virtual Eumed.net*. Recuperado de www.eumed.net/rev/caribe/2017/08/economia-solidaria-asociatividad.html
9. Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209–229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.032>
10. Jiménez Coronado, A., Hernández Palma, H. G., & Pitre Redondo, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombi. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2). <https://doi.org/10.22335/rlct.v10i2.462>
11. Lasprogradu, G. A. (2003). **C O N T E M P L A T I N G C C E N T E R P R I S E ”: T H E B U S I N E S S A N D L E G A L C H A L L E N G E S O F S O C I A L E N T R E P R E N E U R S H I P**. <http://www.gsb.stanford.edu/CSI/SEDefinition.html>
12. Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
13. Pérez, F. (2022). Programa de Asociatividad para Pequeños Productores Comunitarios del Mercado Mayorista de la Ciudad de Riobamba. Universidad de La Habana.
14. Singh Bedi Professor, H., & Yadav, N. (2019). Social Entrepreneurship: A Conceptual Clarity. <https://ssrn.com/abstract=3541919>
15. Tung, D. T., Hung, N. T., Phuong, N. T. C., Loan, N. T. T., & Chong, S. C. (2020). Enterprise development from students: The case of universities in Vietnam and the Philippines. *International Journal of Management Education*, 18(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100333>
16. Uquillas, G., Izurieta, C. , Ramos,C. , Pérez,N. (2022).Modelos estadísticos y su aplicabilidad en el marketing de empresas. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4400>
17. Vera Muñoz, G., Vera Muñoz, M., & Matí-ñez Méndez, R. (2018). Análisis de una iniciativa de innovación social desde la universidad. *Management Review*, 3(2). <https://doi.org/10.18583/umr.v3i2.116>
18. Viñán, J., Navarrete, F., Puente, M., Pino, S., y Caicedo, F. (2018). Investigación Científica. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo*, mayo. <https://www.>

eumed.net/rev/atlante/2018/05/investigacion-cientifica.html

19. Wallace, s. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. Journal of Developmental Entrepreneurship.