

## Emprendedurismo social desde la universidad. Una aproximación a la identificación de ideas innovadoras.

LGasca Valdez Jessica Valeria 1, Pérez Ríos Rodrigo 1, Miranda Gálvez Gabriel 2 & Caldera González Diana del Consuelo 3

1 Licenciatura en Relaciones Industriales, Universidad de Guanajuato  
| r.perezrios@ugto.mx y jv.gascavaldez@ugto.mx

2 Licenciatura en Biología Experimental, Universidad de Guanajuato  
| g.mirandagalvez@ugto.mx

3 Asesora de Proyecto - División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato,  
Universidad de Guanajuato | dccaldera@ugto.mx

---

### Resumen

En el actual contexto, se vuelve tarea apremiante inculcar en los jóvenes universitarios una mentalidad emprendedora, así como llevar a cabo proyectos de tipo social, ya que las condiciones actuales del país demandan ideas innovadoras para la resolución de problemas de índole colectivo. El objetivo de este trabajo es avanzar en la comprensión del emprendedurismo social y cómo desde la Universidad es posible fomentarlo a través de ideas innovadoras, lo cual representa nuevas oportunidades para los jóvenes. La metodología es cuantitativa y se realizó trabajo de campo directamente con jóvenes del Campus Guanajuato de la Universidad de Guanajuato. El alcance es descriptivo y el diseño no experimental.

### Abstract

In the current context, it becomes a pressing task to instill in the young university students an entrepreneurial mindset, as well as to carry out social projects, since the current conditions of the country demand innovative ideas for the resolution of collective problems. The objective of this work is to advance in the understanding of social entrepreneurship and how from the University it is possible to promote it through innovative ideas, which represents new opportunities for young people. The methodology is quantitative and field work was carried out directly with young people from the Guanajuato Campus of the University of Guanajuato. The scope is descriptive and the design is not experimental.

## Introducción

Cuando hablamos de emprendedurismo social, nos referimos a las iniciativas para resolver una situación injusta o al menos mitigar los efectos de un problema de un sector determinado de la población con una solución sostenible (rentable) y atractiva (valor social) que conlleve o no innovación y/o escalabilidad pero sí necesariamente replicabilidad con el fin de mejorar en ese aspecto la vida del mayor número de personas posible para conseguir impacto (impacto social) en alianza con organizaciones cuyo propósito sea el mismo.

Resulta polémico el uso de la palabra emprendedurismo. A este respecto López (2014) [1] aclara que la palabra emprendedurismo en nuestro vocabulario es una mala traducción del inglés entrepreneurship, esto de acuerdo con el Glosario de Inversión de Impacto que las organizaciones Ashoka, Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE) y Factual y Promotora Social México, han creado con el fin de construir un lenguaje universal en el sector de emprendedores y que, en su defecto, en un buen español la palabra correcta es emprendimiento. Entonces en un sentido crítico del lenguaje, no se dice emprendedurismo, no obstante, el término está ampliamente difundido y aceptado y se le asocia como sinónimo de emprendimiento, por lo cual se le utilizan ambos conceptos indistintamente en esta investigación.

El objetivo de esta investigación es avanzar en la comprensión del emprendedurismo social y cómo desde la Universidad es posible fomentarlo a través de ideas innovadoras, lo cual representa nuevas oportunidades para los jóvenes. La metodología es mixta y se realizó trabajo de campo directamente con jóvenes del Campus Guanajuato de la Universidad de Guanajuato. El alcance es descriptivo y el diseño no experimental.

El trabajo se encuentra estructurado en 4 apartados, en el primero abordamos el emprendedurismo social y lo que son las ideas innovadoras, resaltando cómo ambos conceptos se encuentran firmemente relacionados; en el segundo describimos los materiales y métodos utilizados en el trabajo de campo; en el tercero los resultados y la discusión; y finalmente las conclusiones.

## Emprendedurismo e innovación social

El emprendedurismo social abarca muchos términos que no se pueden definir de forma unívoca. La palabra emprendimiento como lo menciona Rodríguez (2009) [2] “deriva del término francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo” (p.96).

Ahora bien, existen emprendimientos cuyo objetivo es el económico, pero recientemente se ha puesto en boga el emprendedurismo social. Como lo mencionan Escamilla, Martínez y Plaza (2017) [3]:

Actualmente, el emprendimiento social es objeto de interés y atención de la sociedad en general, y tiene la capacidad de solventar y afrontar problemas sociales en aquellas circunstancias y lugares en los que el sector público, el mercado y las organizaciones no gubernamentales no pueden hacerlo. (p.69)

Para Gómez (en Gómez, Salgado y Nava, 2018 [4]) el emprendimiento social comprende las acciones realizadas por personas, empresas u organizaciones que buscan a través de innovación y creatividad resolver problemas presentes en sus comunidades con un impacto colectivo, es decir que “el emprendimiento social facilita soluciones innovadoras a los problemas por su definición” (Escamilla, Martínez y Plaza, 2017, p.70) [3].

A continuación, en la Tabla 1, se pueden apreciar diversas definiciones de emprendedurismo social.

Autor	Definición
Dees	Crear y sostener valor social público o privado para lograr cambios en un sistema social a través de la búsqueda de oportunidades mediante la innovación, la adaptación a la realidad, la asunción de riesgos o la operación en mercados no tradicionales
Fowler	Es la creación de estructuras socio-económicas viables, relaciones, instituciones, organizaciones y prácticas que producen y mantienen beneficios sociales.
Gómez, Salgado, Nava	El emprendimiento social involucra la participación de emprendedores que busquen resolver problemas inherentes a la economía social como la marginación, pobreza, y desempleo
Mc Clelland	Espíritu emprendedor es una necesidad de éxito
Mair y Marti	Un proceso de creación de valor mediante la combinación de recursos de nuevas maneras, destinado principalmente a explorar y aprovechar las oportunidades para crear valor social al estimular el cambio social o la satisfacción de necesidades sociales
Martín y Osberg	Identificar un equilibrio injusto que cause exclusión, marginalización o sufrimiento de un segmento de la población como oportunidad de forjar un nuevo equilibrio que beneficie a los afectados mediante la búsqueda de creación de valor social.
Red SEKIN	El impacto y creación de valor social de una organización fomentando la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de los efectos secundarios de la actividad económica para alcanzar la alineación del valor social con el económico.
Reynolds <i>et al.</i>	Intento de crear un negocio, expandirse
Roberts y Woods	Construcción, evaluación y seguimiento de oportunidades para el cambio social transformador, llevado a cabo por un visionario, apasionadamente dedicado a la gente.
Schumpeter	El emprendimiento innovador es la base de la economía. El aumento de la actividad emprendedora dependerá del clima social
Spear	Crear organizaciones cuyo propósito sea el componente social a través del trabajo colectivo con innovación en ciertos casos, redes y capital adquirido por actores e instituciones externas.
Weewardena y Mort	Un modelo multidimensional que toma en cuenta la dinámica del ambiente, la sostenibilidad, la misión social y la búsqueda de oportunidades que requiere capacidad de innovación, acción y gestión del riesgo.

**Tabla 1. Definiciones de emprendedurismo social.** Fuente: Elaboración propia con base en Escamilla, Martínez & Plaza, 2017 [3]; Ojeda y Rodríguez, 2013 [5]; 2015 [6].

el que un individuo se atreva y utilice todos sus recursos para la creación de un negocio, un proyecto o un servicio que le genere además de capital para él, un beneficio a la sociedad. Ahora bien, la innovación puede ser analizada desde dos perspectivas. “Una radica en entender cómo los emprendedores o sus empresas son motivados para aventurarse o atreverse a desarrollar nuevas prácticas que conduzcan a nuevos procesos o productos” (Rodríguez y Ojeda, 2015 p. 27) [6]; la otra “consiste en enmarcarse en los tipos que existen, según los grados de información disponible para adentrarse en nuevas prácticas y tecnologías; por ejemplo, innovación incremental, progresiva y radical (Íbidem, pp. 27-28) [6].

Como es posible apreciar, la innovación social se relaciona íntimamente con el emprendimiento social. Siguiendo a Rodríguez y Ojeda (2015) [6] “Un emprendimiento social innovador se desarrolla a partir del uso combinado de un modelo novedoso de sostenibilidad y una solución innovadora a un problema social” (p. 29).

### Materiales y métodos

Para fines de esta investigación utilizamos el tipo cuantitativo y el alcance descriptivo. Los instrumentos fueron una encuesta simple a la comunidad estudiantil a través de la red social Facebook en cuatro divisiones del Campus Guanajuato: División de Ciencias Económico Administrativas (DCEA), División de Ciencias Natu-

rales y Exactas (DCNE), División de Arquitectura, Arte y Diseño (DAAD) y División de Derecho Política y Gobierno (DDPG). Se trató de una encuesta de una pregunta con opción de 4 respuestas.

El tipo de muestra que utilizamos para llevar a cabo esta investigación fue no probabilística incidental y estuvo comprendida por 259 participantes de 4 divisiones académicas del Campus Guanajuato. Las hipótesis que guiaron el estudio fueron las siguientes:

H1. Los jóvenes universitarios de DCNE tendrán tendencia por generar proyectos de impacto ambiental.

H2. Los jóvenes universitarios de DCEA tendrán tendencia por generar proyectos de impacto económico.

H3. Los jóvenes universitarios de DAAD tendrán interés por generar proyectos de impacto ambiental.

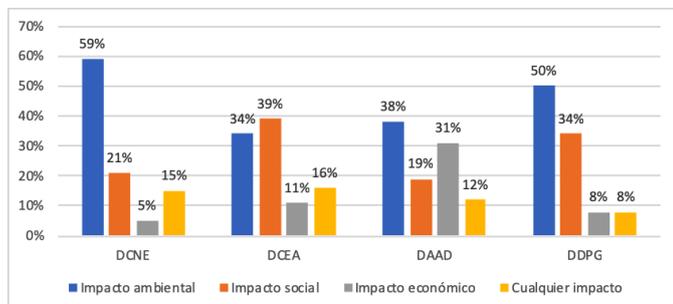
H4. Los jóvenes universitarios de DDPG tendrán interés por generar proyectos de impacto social.

### Resultados y discusión

La pregunta central fue: Si quisieran en un futuro emprender, ¿En qué área de las siguientes les gustaría que su idea/proyecto tuviera mayor impacto?

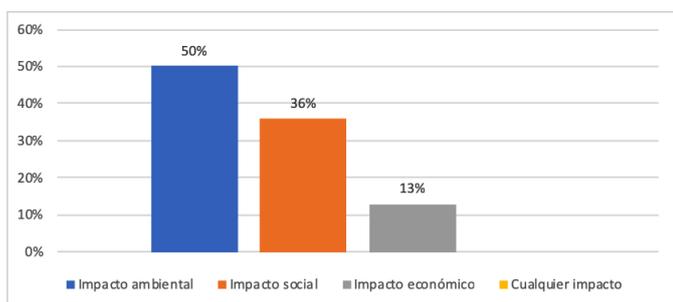
A continuación, en la Tabla 1, se puede apreciar que los estudiantes de la DCNE se inclinaron más por el impacto ambiental, tal como se espe-

raba, así que la H1 se acepta; por otra parte, los estudiantes de la DCEA mostraron una tendencia por el impacto social, así, en este caso, la H2 se rechaza; los estudiantes de la DAAD prefieren el impacto ambiental; por lo cual la H4 se acepta; y finalmente para los estudiantes de la DDPG se obtuvo más interés por impacto social, por lo cual la H3 se acepta.



**Tabla 1.** Resultados por división. Fuente: Propia.

Respecto a las áreas de oportunidad para el emprendimiento y de acuerdo con los resultados, puede verse que en general el 50% se inclinan por un impacto ambiental, 36% para impacto social, y un 13% para impacto económico.



**Tabla 2.** Resultados por impacto. Fuente: Propia.

### Conclusiones

Resulta fundamental que los jóvenes universitarios puedan desarrollar un perfil emprendedor, y en este caso se busca que sea con enfoque social. Este tipo de emprendimiento puede fomentarse a través de la propia Universidad.

Evidentemente existen diversos factores que promueven o inhiben el emprendedurismo en los jóvenes universitarios, algunos son internos (motivación, conducta, adaptabilidad, etc.) y otros externos (condiciones del mercado, entorno económico y legal, financiamiento, etc.), no obstante, hay que resaltar la relevancia de identificar las áreas de oportunidad para los emprendimientos sociales de los alumnos de cuatro divisiones del Campus Guanajuato de la Universidad de Guanajuato, ya que los intereses mostrados pueden servir como insumo para fortalecer y mejorar los Programas de Empre-

dimiento Institucionales, los cuales buscan crear una vocación emprendedora en los jóvenes universitarios.

### Agradecimientos

Agradecemos a la Dirección de Apoyo a la Investigación y el Posgrado de la Universidad de Guanajuato por haber financiado la investigación denominada “Factores determinantes de emprendedurismo social en jóvenes universitarios”, en el cual se circunscribe el presente trabajo.

### Referencias

[1] López Loyola, J. E. (2014, 10 de julio). Di no al “emprendedurismo”. Forbes México. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/di-al-emprendedurismo/>

[2] Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y Gestión, (26), p. 94-119.

[3] Escamilla, S., Martínez, N., & Plaza, P. (2017, diciembre). Emprendimiento Social. Revistas de Estudio de Juventud. Recuperado de: [http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/5.\\_emprendimiento\\_social.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/5._emprendimiento_social.pdf)

[4] Gómez, M., Salgado, C., & Nava, M. (2017). Emprendimiento social y desempleo de profesionistas en México. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. Recuperado de: <http://ru.iiec.unam.mx/3900/1/107-G%C3%B3mez-Salgado-Nava.pdf>

[5] Rodríguez, A., & Ojeda, E. (2013). Emprendimiento Social: Un Concepto en Busca De Sostenibilidad. Debates IESA, 18(4), 49–52.

[6] Rodríguez, A., & Ojeda, E. (2015). La innovación en los emprendimientos sociales: una tipología. Debates IESA, 20 (4), 27-29.