



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**Programa “Innovasocial” en la competencia de emprendimiento
social en los estudiantes de Negocios de una universidad
privada, Lima 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctora en Administración

AUTORA:

Ramos Cavero, María Jeanett (ORCID: 0000-0001-5713-223X)

ASESORA:

Dra. Neyra Huamani, Lidia (ORCID: 0000-0001-6261-2190)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo de Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a los futuros profesionales de las ciencias administrativas, emprendedores con el fin de dar a conocer que se puede formar desde edad temprana una generación que se preocupe por lograr empresas orientadas a ser sostenibles en el tiempo.

Agradecimiento

Agradezco a mi esposo e hijos por impulsarme y motivarme a continuar creciendo en el conocimiento, por ser mi principal inspiración para seguir alcanzando metas.

A mis padres porque me enseñaron desde pequeña que todo lo que uno se propone lo puede alcanzar con perseverancia y sacrificio.

A la Universidad privada del Norte, por brindarme la oportunidad de implementar iniciativas en la formación profesional universitaria y nuestro rol importante en la vida de ayudar a transformar vidas.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	21
3.2. Variables y operacionalización.....	23
3.3. Población, muestra y muestreo.....	24
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.5. Procedimiento	26
3.6. Método de análisis de datos.....	26
3.7. Aspectos éticos	27
IV. RESULTADOS	28
V. DISCUSIÓN.....	39
VI. CONCLUSIONES.....	47
VII. RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS.....	59

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Programa Cuasiexperimental</i>	222
Tabla 2. <i>Variable: Emprendimiento Social</i>	24
Tabla 3. <i>Pre-test y pos-test del emprendimiento social</i>	28
Tabla 4. <i>Pre-test y pos-test sobre las características personales</i>	28
Tabla 5. <i>Pre-test y pos-test sobre las características sociales</i>	29
Tabla 6. <i>Pre-test y pos-test sobre las características innovadoras</i>	30
Tabla 7. <i>Prueba Shapiro-Wilk variable Emprendimiento social y dimensiones</i>	30
Tabla 8. <i>Pruebaa U de Mann-Whitney sobre la hipótesis general</i>	31
Tabla 9. <i>Pruebaa U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 1</i>	33
Tabla 10. <i>Pruebaa U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 2</i>	35
Tabla 11. <i>Pruebaa U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 3</i>	37

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. <i>Diagrama de cajas pre-test y pos-test del emprendimiento social</i>	322
Figura 2. <i>Diagrama de cajas pre-test y pos-test características personales</i>	34
Figura 3. <i>Diagrama de cajas pre-test y pos-test de las características sociales</i>	36
Figura 4. <i>Diagrama de cajas pre-test y pos-test de características innovadoras</i>	38

Resumen

El presente estudio tiene por objetivo determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, el método empleado es el hipotético deductivo, el tipo de trabajo que se realizó es aplicado, puesto que se desarrolló un programa denominado “Innovasocial” para mejorar la competencia del emprendimiento social. El diseño empleado fue el cuasiexperimental, y el instrumento usado fue “Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education” a través de un cuestionario virtual, y cuenta con validez por expertos y la confiabilidad por el estadístico de Alfa de Cronbach con un valor de 0.820. Este instrumento se aplicó a una muestra de 40 estudiantes, 20 del grupo control y 20 del grupo experimental. Como principales resultados se obtuvo, un incremento de 30% en el nivel alto de emprendimiento social en los estudiantes, 20% en características personales, el 35% en características sociales y en características innovadoras, los estudiantes pasaron de 50% en nivel medio a 90% en nivel alto. Respecto a la influencia del programa “innovasocial” en la competencia de emprendimiento social, la prueba de U de Mann-Whitney demuestra que influye en la competencia de emprendimiento social ($p < 0,05$), en los rasgos personales ($p < 0,05$), en las características sociales ($p < 0,05$) y en las características innovadoras ($p < 0,05$). Como principal conclusión se demostró que el Programa “Innovasocial” influye en la competencia de emprendimiento social con un nivel de significancia de hubo un valor p de 0,019 ($p < 0,05$).

Palabras clave: Emprendimiento social, rasgos personales, características sociales, características innovadoras

Abstract

The present study aims to determine the influence of the "Innovasocial" program on social entrepreneurship competence in business students of a private university, the method used is the hypothetical deductive method, the type of work carried out is applied, since a program called "Innovasocial" was developed to improve social entrepreneurship competence. The design used was quasi-experimental, and the instrument used was "Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education" through a virtual questionnaire, and it has validity by experts and reliability by Cronbach's Alpha statistic with a value of 0.820. This instrument was applied to a sample of 40 students, 20 from the control group and 20 from the experimental group. The main results were an increase of 30% in the high level of social entrepreneurship in the students, 20% in personal characteristics, 35% in social characteristics and in innovative characteristics, the students went from 50% in the medium level to 90% in the high level. Regarding the influence of the "innovasocial" program on social entrepreneurship competence, the Mann-Whitney U test shows that it influences social entrepreneurship competence ($p < 0.05$), personal traits ($p < 0.05$), social characteristics ($p < 0.05$) and innovative characteristics ($p < 0.05$). The main conclusion was that the "Innovasocial" Program influences social entrepreneurship competence with a significance level of 0.019 p-value ($p < 0.05$).

Keywords: Social entrepreneurship, personal traits, social characteristics, innovative characteristics.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos 20 años, se han manifestado entornos de constantes cambios en la democracia, evolución de la economía, valor del recurso humano y una mayor atención al cuidado del medio ambiente, impulsados por programas del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial y desde una perspectiva general ha aumentado la búsqueda de opciones para los sectores vulnerables (García et al., 2020). Méndez-Picazo et al., (2020) menciona que varios países manifestaron su preocupación por el medio ambiente y los problemas de generaciones venideras, reformulando así los propósitos para la sostenibilidad, e identificar a nuevos intermediarios económicos como es el caso de los empresarios sociales

El emprendimiento social resulta innovador pese a que esta concepción tiene origen desde los años 80 por la red internacional Ashoka; y en España toma mayor impulso a inicios del 2010 en un ambiente revelador (Valenzuela-García et al., 2019). De allí que, la humanidad es más intransigente en la práctica empresarial, frente al macro y microentorno; con mayor compromiso en lo social y ambiental. Mazzei & Steiner (2021) sostienen que esta iniciativa puede variar de acuerdo con la combinación de diversos factores externos de cada país, sin embargo, toma impulso e inspira a la investigación, con el despliegue de nuevas políticas, y mayor atención para ampliar en el conocimiento.

El censo realizado a empresas sociales de Escocia a 1037 organizaciones, identifica que, para su desarrollo organizacional es importante el liderazgo, fuerza laboral, gestión empresarial, habilidades interpersonales para la compraventa, trabajo en equipo, el acceso al financiamiento, contrataciones con el estado y emprendimientos novedosos (Mazzei & Steiner, 2021). De esta manera, se refleja el valor de analizar la competencia de emprendimiento social, así como de factores externos estratégicos.

Pedroza & Silva (2020) mencionó que el acercamiento de las universidades a intermediarios externos, cooperan al desarrollo de la comunidad, declarando que

el potencial de las universidades en América Latina es la investigación, innovación y el emprendimiento. Por otro lado, tenemos que la ausencia de competencias que afectan negativamente a la capacidad emprendedora (Daniel Alonso-Martínez et al., 2018).

Según la agenda de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) al 2020, se proyecta al 2030 colocar a las personas como el centro de atención, el enfoque en formas de apoyo a los emprendedores y la formación en de competencias en sus centros formativos, por consiguiente, debe orientarse el rol que desempeñan las universidades en la formación de los nuevos profesionales en negocios haciendo énfasis en las competencias específicas o técnicas.

Las Universidades en el norte de Lima, declaran en sus propósitos competencias como el emprendimiento, innovación, espíritu emprendedor y sentido humanista, afán de superación, resolución de problemas y pensamiento creativo y crítico. En este nuevo contexto de crisis resulta necesario la formación futuros profesionales en la competencia de emprendimiento social para sobreponerse a los problemas sociales, económicos y ambientales en el que vivimos. Por este motivo, se realizó este estudio para dar respuesta al siguiente problema: ¿De qué manera influye el Programa “Innovasocial” en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada de Lima?

Los problemas específicos que se abordaron fueron: (a) ¿De qué manera influye el Programa “Innovasocial” en los rasgos personales en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada de Lima?; (b) ¿De qué manera influye el Programa “Innovasocial” en las características sociales en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada de Lima?; (c) ¿De qué manera influye el Programa “Innovasocial” en las características innovadoras en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada de Lima?

Se identifican diversas teorías orientadas al emprendimiento e intención emprendedora como las sostenidas por Shumpeter, Gartner, Drucker; sin embargo, en los noventa surge la escuela del pensamiento que hace énfasis la Innovación Social y se enfoca en el emprendedor social y sus principales rasgos característicos, por esto, resultó conveniente realizar el presente estudio para demostrar que se puede mejorar la competencia del emprendimiento social en los futuros profesionales en negocios aplicando programas experimentales.

La metodología empleada se basó en que gran parte de los estudios realizados en la revisión de literatura científica están orientados a tipos de investigación básica, con un enfoque cualitativo y descriptivo, estudios de casos entre otros, siendo necesario la medición de la competencia de emprendimiento social a través de investigaciones aplicadas.

Este estudio desde la práctica demostró la mejora de la competencia de emprendimiento social en la formación de futuros profesionales en negocios, como respuesta a las nuevas necesidades de naturaleza social, económica y ambiental en el campo de los negocios y para hacer frente a los nuevos retos en un entorno cambiante y crítico.

En ese sentido, el objetivo del presente estudio fue: Determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima.

Y como objetivos específicos: a) Determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en los rasgos personales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. b) Determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en las características sociales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. c) Determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en las características innovadoras en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima.

En cuanto a las hipótesis que se formularon se planteó: El Programa “Innovasocial” influye en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Y en las específicas: a) El Programa “Innovasocial” influye en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima. b) El Programa “Innovasocial” influye en las características sociales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021. c) El Programa “Innovasocial” influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima.

II. MARCO TEÓRICO

Sainz-Barajas et al. (2020) analizan los rasgos personales del emprendimiento social en estudiantes de negocios en una universidad mexicana, emplea el método empírico-analítico, descriptivo y transversal, muestran en sus resultados que un 59% resalta el género femenino, 51% son estudiantes entre 18 y 20 años, la media presenta una escala alta en rasgos personales y sociales (4,41), en cuanto a los rasgos innovadores una mayor evaluación en la capacidad de aprender (4,12), sin embargo, en menor valor se presenta el acceso a la información y conocimiento (3,63); la motivación al logro es alta (4,24), concluyó que los estudiantes cuentan con la competencia de emprendimiento social para desarrollar proyectos, es así, como promoviendo la capacidad cognitiva y actividades innovadoras en la labora académica ayuda a mejorar estas características.

Iancu et al. (2021) en su estudio presentan los factores que influyen en el emprendimiento social, con un análisis cuantitativo aplicaron encuestas a estudiantes de negocios en Rumanía, y en sus resultados se identificaron que el 62,33% son jóvenes menores de 30 años, el 64,33% son mujeres, el 53% son estudiantes de pregrado, demostrando que el nivel educativo ayuda a realizar emprendimientos y no el apoyo del gobierno u otras entidades, otro resultado es que el 56% conocen los problemas sociales y demuestran predisposición para involucrarse en este tipo de actividades, el 53,51% tiene temor a arriesgar por no tener los fondos suficientes, y el 56% consideran como barrera la falta de involucramiento, de este modo, se entiende que impulsar la educación emprendedora y mejorar las habilidades sociales trae como efecto un mejor perfil profesional para enfrentar situaciones como la falta de empleo.

Monzón & Torres-Ortega (2021) caracterizaron y compararon a los estudiantes que participan en la formación de emprendimiento dirigido a jóvenes entre 16 a 24 años. Un estudio descriptivo que incluyó a 74 centros educativos del País Vasco en España demostró como la conciencia social o solidaridad es el único atributo que incrementa el hecho de realizar emprendimientos sociales de manera significativa, con un valor de 6,22 odds ratio y Prob=0,86 (86%). En consecuencia,

se puede decir que una variable que aumenta significativamente la probabilidad de emprender socialmente como uno de los factores que en mayor medida ha sido relevado para emprendimiento social y la Economía Social que es la solidaridad, por lo tanto, promover la colaboración en la academia puede ser un soporte clave para enfrentar cualquier adversidad.

Cantillo et al. (2021) en su artículo científico analizaron la formación como compromiso de la Universidad de La Guajira, mediante el método cuantitativo, descriptivo, transversal, en una muestra de 55 estudiantes. En los resultados mostró un nivel muy alto en la iniciativa social con un valor de 4,25, innovación social con un valor de 4 como categoría alta y la creación de valor compartido con el valor de 4,75 categorizado como muy alto. En consecuencia, se puede decir que la universidad fomenta estas tres dimensiones generando un mayor involucramiento en su formación universitaria.

Dávila et al. (2021) analizaron la disposición de los jóvenes a desarrollar la competencia del emprendimiento social, y la manera mantener como obligación moral participar en actividades sociales, determinó hasta qué punto el paradigma del emprendimiento también ha calado entre los jóvenes como una fórmula para afrontar los problemas sociales. En un estudio cuantitativo aplicado en 261 estudiantes universitarios, se halló la relación entre el emprendimiento social y otras formas de participación, además, los resultados mostraron la disposición de emprender socialmente en base a experiencias previas ($M=3,86$; $DT=1,71$) en participación social y aquellos que no las tienen ($M=3,27$; $DT=1,57$) ($t(260) = -2,919$; $p < ,01$). En suma, la intención de emprender socialmente es menor que la intención de poner en práctica otras formas de participación social.

Sánchez et al. (2018) sobre la educación y formación en la competencia de emprendimiento social, analizaron las principales características de las iniciativas de emprendimiento social, en un estudio descriptivo, se observó que, las principales motivaciones fueron alcanzar un objetivo colectivo (85%), asumir nuevos retos (85%), asociar a actividades que los apasiona (85%) y ayudar a la sociedad (83%).

De este modo, las iniciativas de emprendimiento social promovidas en la universidad permiten al estudiante asumir nuevos roles, objetivos y creación de empleo con valor social e innovación.

Cárdenas et al. (2020) con su estudio tuvieron un enfoque para el auto sostenimiento del emprendimiento social, con el objetivo de describir las características de este. La investigación descriptiva y de campo que contó con una muestra de 223 sujetos, donde se encontró que, 33,3% considera que el emprendedor social tiene como principales características, la disposición para corregir sus decisiones y punto de vista propios, alto nivel de flexibilidad cognitiva y personal, capacidad de aprender de los errores, humildad frente a la vida y el conocimiento. Mostró como el 15,4% indica que siempre están dispuestos a compartir méritos, mostrar generosidad del espíritu, nobleza de carácter, respeto por el otro, comprensión de la igualdad y el potencial humano compartido. En efecto, la mayoría concuerda que el emprendedor social tiene por objetivo social, beneficiar a la comunidad de forma directa e indirecta.

En antecedentes nacionales Sánchez (2017) en este estudio comprendió como influyen los rasgos de la personalidad en la intención emprendedora en estudiantes universitarios con idea de negocio en ejecución, se empleó un cuestionario para medir la intención emprendedora, y resaltó una buena relación con las dimensiones de apertura a la experiencia $r(86)=.31$, conciencia $r(86)=.29$, extraversión $r(86)=.29$, así también se encontró otros rasgos como sociabilidad, empatía, nivel de conocimiento, equilibrio, orientación al emprendimiento social, de este modo, demostró una mayor proporción entre el factor colectivo, ambiental y económico, capaces de generar redes de apoyo.

Manrique (2020) en su investigación que tuvo como objetivo analizar la motivación en emprendedores, con una metodología de enfoque cualitativo exploratorio, seleccionó participantes de acuerdo con la estrategia de bola de nieve, y empleó técnicas de ficha socioeconómica, guía de entrevista. Los participantes de edades entre 29 y 30 años, con estudios universitarios completos y maestría

completa, respectivamente; con emprendimientos por un periodo aproximado de 4 años, tuvo como resultado que identificaron cinco aspectos importantes como en el proceso motivacional: identificación de problema social, empatía, identificación de oportunidades, impacto en la comunidad, equipo y familia, es decir, de estos aspectos se pueden considerar factores internos y externos que define a un emprendedor.

Cortez (2018) buscó determinar los factores exitosos del emprendimiento social de empresas limeñas, se consideraron en el estudio a 11 emprendedores innovadores con 8 años en el mercado, ganadores de concurso para financiamiento, a través de un cuestionario se obtuvo que el 90% no obtuvo ayuda ningún tipo de organización; el 100% de emprendimientos cuentan con aliados estratégicos importantes que garantizaron la sostenibilidad, replantearon objetivos frente a los problemas, contaron con un plan formal y de contingencias, además desarrollar mayor innovación; sólo el 36,4% recibió financiamiento por concursos startup, el 45,5% presentaron problemas para establecer un equipo de trabajo y se sienten satisfechos por la contribución social. Asimismo, el 63,6% de los equipos se adaptan al cambio, de este modo, se puede resumir que el emprendimiento social puede garantizar su perdurabilidad según el nivel de preparación que se tenga.

Vera et al. (2016) estudiaron las condiciones sistémicas que han contribuido al emprendimiento social, y presentaron las características más importantes de éstos que operan en Lima. El estudio descriptivo contó con una muestra de 460 emprendedores sociales, cuyos resultados fueron que el 33% de los emprendimientos sociales representan al sector privado, el 41,96% corresponde al ámbito educacional, 43% personal profesional capacitado, y en los modelos operativos, 31,3% corresponden a donaciones de entidades privadas y 20% son proyectos aprobados por el Estado. En conclusión, los emprendedores sociales peruanos buscaron como meta en común favorecer la atención de necesidades sociales y ambientales con poco involucramiento del Estado, y que la formación y

el conocimiento influyen en crear emprendimiento innovadores, inclusivos y autosostenibles y ayudará a fortalecer el tejido social.

Vera et al. (2019) analizaron la sostenibilidad en emprendedores sociales de Lima Metropolitana, un estudio cualitativo que contó con la narrativa de 10 emprendedores sociales. Los participantes fueron mitad hombres y mitad mujeres, entre 25 a 30 años, con un nivel socio económico medio a medio alto, ciclo de vida de 2 a 15 años de antigüedad, en el rubro de cuidados medioambientales, cooperativismo y empleabilidad inclusiva, accesos a servicios básicos y saneamiento. Los resultados se resumen en dos grandes narrativas: la autotranscendencia social y las prácticas sostenibles, que dan cuenta de un proceso donde la persona se posiciona en una consciencia crítica de interconexión y pensamiento sistémico con los otros, para luego ejecutar y diseminar emprendimientos responsables en beneficio de la sociedad y el mundo.

Dávila et al. (2021) analiza la influencia de los rasgos de la personalidad en las dimensiones del emprendimiento social (visión social, sostenibilidad, redes sociales, innovación y retorno financiero). La investigación fue de tipo descriptiva con una muestra de 109 empresarios sociales peruanos y argentinos. Los resultados indican que en Perú la dimensión visión social ($b=0,638$ y $\text{sig}=0,001$), la sustentabilidad ($b=0,477$ y $\text{sig}=0,000$) y el rasgo neuroticismo ($b=0,327$ y $\text{sig}=0,053$), la dimensión redes sociales ($b=0,677$ y $\text{sig}=0,001$), están significativamente influenciada por el rasgo conciencia; en cuanto a la dimensión innovación significativa y positivamente influenciada por el rasgo apertura ($b=0,228$ y $\text{sig}=0,019$) y el rasgo conciencia ($b=0,396$ y $\text{sig}=0,010$). Sin embargo, en la dimensión retorno financiero no está significativamente influenciada por ninguna de los cinco rasgos de la personalidad, En términos generales la personalidad del emprendedor influye fuertemente en las dimensiones del emprendimiento social, por lo tanto, deben impulsarse mayores programas formativos para mejorar las actitudes y comportamiento del individuo.

Capella-Peris et al. (2020), define al emprendimiento social como la capacidad de poder hallar oportunidades, enfrentar riesgos, desarrollo de creatividad, y crecimiento, por lo tanto, podemos describir todas estas características como el modelo que más se ajusta al comportamiento que asumen los emprendedores sociales en la actualidad.

Por otro lado, Atxabal (2020) conceptualiza al emprendimiento como el inicio de una actividad económica a nivel profesional o empresarial, toda aquella persona que tiene la concepción desde una idea de negocio. Por consiguiente, el emprendimiento es dinámico, flexible, innovador basado en las necesidades y fuerzas externa (Villa et al., 2021).

Además, acciones de emprendimiento llevan a la creación de productos y servicios innovadores direccionado a mercados emergentes que impactará de manera positiva en el crecimiento de la economía (Méndez-Picazo et al., 2020), esto impactará en la empleabilidad y el bienestar social e impulsar la creación de nuevas empresas sociales y sostenibles. De este modo, resulta importante la promoción de actividades emprendedoras para resurgir económicamente.

El emprendimiento social (ES) es considerado como el valor agregado que comprende factores de índole social, y ecológico que busca beneficiar a la comunidad de las necesidades (Valenzuela-García et al., 2019), este tipo de iniciativas está tomando mayor impulso frente a los cambios sociales y ambientales. Y, es el emprendedor social quien asume el rol de agente de cambio para la satisfacción de nuevas necesidades sociales (Paz-Marcano et al., 2019). Por eso, el emprendimiento se ha convertido en una forma de hacer frente a los problemas, principalmente como fuente de ingreso para nuestra juventud (Sanchez et al., 2017)

El ES a su vez comprende la voluntad de aumentar el capital social, extender negocios novel con mayor innovación, y resulta prometedor para el bien común de la población (Capella-Peris et al., 2020), por otro lado (Cantillo et al., 2021) considera que en los últimos años se consideran nuevos objetivos para el desarrollo

sostenible de las organizaciones que impacten directamente en la comunidad y que debe incluirse desde la formación en futuros empresarios, a través, de iniciativas emprendedoras promovidas en sus actividades académicas, elaboración de proyectos basados en la investigación y análisis de la realidad actual.

La literatura científica considera al emprendimiento social como las iniciativas innovadoras orientadas a la sostenibilidad, de donde se desprende la necesidad de formar perfiles competitivos en los futuros profesionales de negocios (García-González et al., 2020), sin embargo, existen estudios mínimos sobre la medición y aplicación del emprendimiento en las escuelas formativas. Considerando al emprendedor social como ente desafiante en el ciclo económico de la empresa y a través de sus estrategias permiten alcanzar sus propósitos (Yaari et al., 2020), basado en estos conceptos resulta trascendente en repensar la orientación que deben seguir en estos nuevos escenarios el reto emprendedor.

Para finalizar, se visualiza la necesidad que en la educación superior se oriente al desarrollo de competencias que permitan crear nuevas iniciativas con un enfoque social analizando bien las necesidades de la comunidad y con mayor innovación tecnológica, en tal sentido, es necesario incluir nuevas técnicas y herramientas en el proceso de enseñanza aprendizaje que estén orientadas a satisfacer nuevas necesidades del mercado laboral (Rojas et al., 2019), además, de considerar la medición de estas competencias en emprendimiento social como parte de los proyectos académicos en negocios, cuyo componente responda a estas iniciativas más sustentables.

Para Capella-Peris et al. (2020) considera que las características que predominan en un emprendedor son las que destacan en su comportamiento como el liderazgo, capacidad de alcanzar objetivos, resilientes, creativos entre otros las características personales, y tiene mayor probabilidad de ser un emprendedor social, no es que suene a discriminante, pero como indica, Gonzalez et al (2021) resalta los rasgos personales con el equilibrio en lo psicológico, ambos para garantizar el éxito en las organizaciones, asimismo, propone que la psicología en

su proceso evolutivo tiene la capacidad de cambiar y desarrollarse (Brieger et al., 2020). En ese sentido, lograr esta igualdad permitirá desarrollar mejor este rasgo personal.

Para Monzon & Torres-Ortega (2021) estos rasgos conocidos como los cinco grandes se visualizan en la personalidad, entre ellos destacan la responsabilidad, ser extrovertido, amable, mayor apertura y la estabilidad en sus emociones como parte de las características de los emprendedores.

Yurrebaso et al. (2020) define a la personalidad de un emprendedor como la creencia que tiene en sí mismo en base a alcanzar resultados (locus de control) dedicando un mayor ímpetu y persistencia, esto significa que el emprendedor posee una capacidad de poder sobreponerse a dificultades con el fin de alcanzar sus objetivos. Por otro lado, Bosma et al. (2021) coincide en que la mayoría comparte habilidades de autopercepción de sus capacidades, tendencia al riesgo y proactividad; de este modo, se puede resaltar la importancia de las actitudes para la creación de una organización.

Paz et al.(2019) plantea como la capacidad de emprender destacando, la energía, inteligencia, creatividad, resolución de problemas y versatilidad. Sin embargo otros estudios refieren a particularidades del individuo como la edad, género, nivel educativo e ingresos, entorno cultural, entre otros que se disponen como factores claves para la creación de valor (Brieger et al., 2020), lo que refiere que la contribución a la sociedad está orientada desde los jóvenes y personas mayores de edad.

Capella-Peris et al., (2020), se refiere al emprendedor como aquel que puede ofrecer ayuda, trabajo cooperativo, lograr conciencia social, comprometido, coherente y orientado en atender temas públicos, es así, como demuestra su principal interés en los factores sociales. Para Sainz-Barajas et al., (2020) considera que estas características están asociadas a los actos y comportamiento

en base a diversas situaciones, es decir, la capacidad de relacionarse con otros se basa en el nivel de importancia de algún hecho en particular.

De acuerdo a lo indicado por Kleinhempel et al., (2020), según la teoría del capital social se refiere a los beneficios asociados a la generación de vínculos transversales, normas sociales de apoyo, confianza y reciprocidad generalizadas y externalidades de red. Es decir, se orientan a lograr intereses comunes, crean oportunidades para la comunidad. En ese sentido, tienen un enfoque de pertenencia hacia un grupo determinando con el fin de crear una identidad asociativa. A partir de esto, cuando los emprendedores se unen a las comunidades, desarrollan una visión abierta y creativa (Lechner & Pervaiz, 2020)

Capella-Peris et al., (2020) sostiene que las características innovadoras tienen que ver con la capacidad de tener iniciativa, genera cambios y tiene visión para encontrar oportunidades, este concepto nace luego de un proceso cognitivo y tienden a ser colectivas, activas y se originan para beneficio de la sociedad (Chen-Quesada et al., 2020), todas estas características complementan y aclaran la importancia de desarrollar la competencia de emprendimiento social.

La innovación es el origen de los cambios en los hábitos de las organizaciones para modernizar en la productividad (Curristine, 2005). De ahí la necesidad de realizar "prácticas innovadoras" donde los estudiantes reúnan las competencias y habilidades para hallar soluciones de productos, servicios, procesos estrategias para ser más rentables (Adam, 2021). Alonso-Martínez et al., (2018), considera que es la percepción, conducta y actos de personas unidas por intereses similares y a través del trabajo colaborativo pueden identificar nuevas soluciones.

El programa “innovasocial” tiene como principal objetivo mejorar la competencia de emprendimiento social en los futuros profesionales en negocios. Es un programa interactivo y práctico, orientado a desarrollar las dimensiones actitudinales, interpersonales y técnicas para que puedan desarrollarse proyectos de emprendimiento innovadores con enfoque social, donde se han desarrollado diversas actividades de contenido conceptual y práctico, se empleó diversos métodos para mejorar esta competencia, para este programa se han considerado la siguientes dimensiones:

Como primera dimensión se trabajó las competencias asociadas a la actitud que asume el emprendedor están relacionadas con las competencias personales, entre las que más destacan tenemos a la integridad, sumada a la creatividad, la determinación, la inteligencia emocional, equilibrio emocional y el autoconocimiento (Marulanda et al., 2009). En tal sentido, se considerado incluir el desarrollo de estas competencias a través de talleres activos con el empleo de herramientas de autoconocimientos, estudios de casos, juego de roles para poder trabajar estas competencias en los estudiantes.

Boixadós et al. (2016) se refiere al autoconocimiento como aquella competencia que ayuda a construir una identidad para su profesión, la formación universitaria está orientada más a la formación de habilidades duras que las blandas; sin embargo, hoy en día a tomado mayor valor en el sector laboral, en tal sentido se ha considerado de vital importancia que los estudiantes en negocios, mediante la reflexión puedan lograr su propia percepción, así como el aspecto intelectual, los valores éticos, autonomía y manejo de emociones que le ayuden a perfilar su personalidad. En este programa se emplearon diversas herramientas para que los estudiantes pueden identificar sus debilidades y fortaleza, así como hacer una evaluación con la rueda de la vida para que puedan comprender como contribuyen a la sociedad, buscando un equilibrio entre el trabajo, la familia, la salud, su tiempo ocio y las relaciones entre otros.

Complementando en esta primera dimensión se trabajó temas como la inteligencia emocional que juega un rol papel trascendente en la base del emprendimiento, puesto que se refleja en los emprendedores, así también como principal influencia en el perfil, la actitud e intención emprendedora (Manosalvas, 2017), la inteligencia emocional permite desarrollar en el individuo el autocontrol y el manejo de emociones que pueda ayudar a llevar una armonía y empatía con los clientes internos y externos. En ese sentido, para comprender mejor en que consiste el desarrollo de la inteligencia emocional se socializaron casos reales a través de videos, con situaciones de conflictos para búsqueda de soluciones, reconocimiento del autocontrol y manejo de emociones.

Como siguiente actividad se realizaron talleres de liderazgo, esta competencia comprende un rol importante como característica para entender las principales cualidades que debe demostrar un emprendedor volviéndose referente y guía, además de lograr la capacidad poder lograr influencia en un grupo de personas con el fin de aumentar su desarrollo personal (Sainz-Barajas et al., 2020), es así, como el emprendedor puede hacer que su equipo de trabajo comparta ideales y esto permitirles alcanzar sus propias metas.

Para Santana-Vega et al., (2019) la toma de decisiones en la formación profesional debe seguir igual tanto para hombres como para mujeres, con la posibilidad de elegir individualmente sin crear estereotipos, de la misma forma, tomar decisiones implica seguir un proceso desde el análisis del problema, identificación de alternativas y seleccionar la más adecuada para la situación que debe enfrentar el individuo.

Así también, en tiempos de crisis resulta complicado enfrentar a constantes cambios a los emprendedores, en este sentido, se desarrolló la resiliencia, Schepers et al., (2021) la define como el proceso donde los individuos, empresas, comunidades se pueden adaptar rápidamente a estas nuevas condiciones del contexto, y no solo de manera individual, es entonces, que el emprendedor tiene

esta facilidad de interactuar con sus principales grupos de interés logrando superar situaciones de crisis.

Como siguiente dimensión se implementó en el programa actividades para mejorar las competencias interpersonales como son la comunicación, el liderazgo entre otras. De esta manera, se pudo incluir actividades grupales, casos de estudios, juego de roles en cada uno de los temas abordados como: trabajo en equipo, habilidades gerenciales, comunicación efectiva; además incluir estrategias para la negociación y resolución de conflictos y la planeación estratégica y gestión que involucra el trabajo participativo e integrativo (Marulanda et al., 2009).

(Asún et al., 2019) definen a la competencia de trabajo en equipo como aquella que tiene la capacidad de organizar, gestionar; asimismo, se relaciona con la habilidad de poder liderar y relacionarse con otros, por lo tanto, el emprendedor social requiere de formarse en esta competencia por la interacción que implica con otros agentes. Para Soria-Barreto & Cleveland-Slimming (2020) se considera además el conocimiento, eficacia de los equipos y conductas necesarias para un buen funcionamiento.

Con respecto a las habilidades gerenciales como siguiente tema abordado que contribuye a la primera dimensión, se definen como un conjunto de destrezas que reúnen un emprendedor para planear, actuar y desarrollar acciones a través de diversos métodos y hacer que los objetivos se alcancen (Valles et al., 2020), incluso, las personas que desarrollan emprendimientos con carácter social destacan en estas principales aptitudes para hacer que sus iniciativas prosperen, debido a que les permite asumir roles con capacidad de decisión, buena comunicación y capaces de resolver conflictos en todo nivel.

López-Lemus, (2019) define a capacidad de negociación como el proceso donde las personas están dispuestos a recibir u otorgar algún beneficio a través de acuerdos con el propósito de resolver problemas o garantizar ganancia por ambas partes. Asimismo, el programa “innovasocial” abordó esta competencia considerando que los estudiantes en negocios deben tener conceptos claros y

pautas necesarias para poder establecer vínculos con los aliados estratégicos ante futuros inversionistas para sus proyectos. Por otro lado, la resolución de problemas es otra de las dimensiones abordadas, y es considerada como una competencia a considerar para que se puedan realizar de forma adecuada solución a diversos problemas del entorno que surgen en diversos escenarios como el político, ideológico, cultural, económicos entre otros, siendo indispensable su análisis de forma independiente (Navarro, G. Bayona, J. & Pacheco, 2020).

Chirivella González et al., (2019) define a la comunicación efectiva como la capacidad de intercambiar ideas de forma convincente, con argumento riguroso ya sea de forma oral o escrita, en consecuencia, esta competencia es fundamental para los emprendedores, considerado el principal elemento para dar a conocer los bienes o servicios, implementar estrategias, ampliar mercado y hacer que sus bienes o servicios se difundan.

Pfeilstetter & Gómez (2020) define a las empresas sociales como organizaciones híbridas, y éstas depende del enfoque y resolución de problemas a las necesidades de las comunidades, estas empresas sociales siguen objetivos sociales a través del mercado, aunque, el concepto no es nuevo en los últimos años está en un potencial crecimiento debido a los diversos problemas sociales que enfrentan los estados. Por otro lado, la motivación prosocial se considera como principal propulsor para el cambio social que en el tiempo se convierte en sostenible (Manrique, 2020), ésta tiene un sentido orientado a promover la ayuda al otro, y esto como respuesta al egoísmo, altruismo; la motivación prosocial está orientado al bienestar colectivo, y el respeto por la ética y la moral.

Finalmente, una tercera dimensión trabajada en el programa “innovasocial”, está enfocada en las competencias técnicas puesto que se complementan con la velocidad que requieren en el campo de los negocios y tener el dominio de herramientas y métodos ayudan a identificar oportunidades y menguar el grado de incertidumbre muy común en los emprendimientos iniciales (Marulanda et al., 2009), En este último punto, se ha considerado incluir en el programa “innovasocial”

el desarrollo de competencias técnicas, relacionadas más al campo de especialización en los negocios y de acuerdo a la literatura para mejorar las características innovadoras se requiere aplicar métodos y herramientas que permitan crear emprendimientos sociales y sostenibles

En lo que respecta a la planeación y gestión estratégica se considera que consiste en tener propósitos a corto y largo plazo, intenciones e indicadores en un tiempo determinado y hacer que todo lo planificado sea viable (Carrasco et al., 2018), estas características son claves para lograr que los futuros empresarios sociales reúnan las capacidades de realizar una buena proyección para asegurar una gestión estratégica.

De acuerdo a la definición que le otorga Cosenza et al (2020) a la economía circular, se toma en consideración debido a que nace en respuesta contraria a la denominada economía lineal, con una propuesta de cambio en el consumo y el uso de recursos y residuos uniendo en teoría un modelo de sostenibilidad acorde a los avances tecnológicos y comerciales de este nuevo entorno, es decir, este nuevo enfoque nace para dar mayor soporte a los cambios que origina el medio ambiente y el comportamiento del consumidor.

El emprendimiento social se asocia directamente con la innovación, (Monzon & Torres-Ortega, 2021) hace un principal enfoque y considera que es una actividad que permite generar nuevas ideas desde donde se puede aportar e impulsar a nuevos cambios en la sociedad, asimismo, resulta importante impulsar la innovación a través de la investigación y nuevas tecnología emergentes. Igual et al., (2020) mencionó que las empresas sociales tienen un rol estratégico y orientadas a responder a la cuarto revolución industrial ya que se enfocan en la transformación digital y la inteligencia artificial.

Otra dimensión abordado en el programa es el desarrollo e implementación del método design thinking conocido como el pensamiento de diseño, concepto general que está orientado a la lógica y práctica con el empleo de herramientas que

permiten definir, empatizar y crear ideas disruptivas e innovadoras (Cankurtaran & Beverland, 2020), siguiendo por un proceso de prototipado y evaluación de nuevas iniciativas empresariales.

Giourka et al. (2019) define al Business Model Canvas herramienta expresada en un lienzo que desarrollar modelos de negocios en situaciones completas y permite reducir costos, mayores beneficios y minimiza riesgos; en este sentido es una herramienta que ayuda a comunicar eficazmente a los emprendedores y resulta una contribución a la teoría del negocio.

Epistemológicamente, el estudio de la competencia de emprendimiento social nace como respuesta al capitalismo, surge de tres escuelas del pensamiento; en América la primera enfocada en la innovación social para hacer frente a las necesidades de la sociedad; la segunda enfocada en la empresa social que busca impactar en los ingresos y la última, en Europa concentrada en el concepto de éstas (Capella-Peris et al., 2020); de lo mencionado, la primera es la que más se acerca al estudio porque está enfocada en el desarrollo del individuo.

Dentro de las diversas teorías que dan origen al emprendimiento podemos citar a **Schumpeter (1934)** quien sostiene que el emprendimiento busca cubrir las necesidades no satisfechas y con amplia creatividad se identifican la relacionada a la relación con los bienes y los servicios. (Arrow, 1962), considera, la importancia de como las organizaciones se puedan adaptar a las necesidades de los clientes(C.; Capella-Peris et al., 2020). En cuanto a la intención emprendedora, sostenida por Kirzner (1979) que trata de la habilidad del individuo para descubrir diferencias del mercado y transformarlas en factores positivos, como el talento, el conocimiento o características del emprendedor que son importantes para su etapa inicial.

Otra de las teorías relacionada con el emprendimiento social es la de la identidad social de Tajfel y Turner (1979) quienes sostienen que la persona se vé

a si mismo como parte de un grupo y comparten objetivos similares (Davis et al., 2021). Por otro lado, Drucker (1985) relaciona el emprendimiento con la teoría de innovación, identifica dentro de su tres características diversas de los factores positivos del entorno: (1) las nuevas tecnologías y su revolución en el conocimiento; (2) mercados que emergen en la producción de recursos; y (3) repulsión frente a cambios de costos y beneficios que traen los factores políticos, sociales, económicos y ambientales (Shane & Venkataraman, 2000).

Teorías recientes que se acerca a la competencia de emprendimiento social es la sostenida por (Cardona, 2018) quien sustenta un modelo de competencias que deben reunir los emprendedores agrupándolas en tres campos; en primer lugar las competencias personales, segunda las interpersonales y tercero las que acercan más a los negocios (Marulanda et al., 2009). Por otro lado, tenemos seis grupos de teorías del emprendimiento, (1) la teoría de divulgación del conocimiento del espíritu empresarial, (2) la teoría del origen y redes, (3) la teoría de decisiones, (4) teoría de la preparación (5) la teoría del emprendimiento social y (6) el emprendimiento en el sector informal (Ferreira et al., 2017).

Finalmente en E.E.U.U., en los 90, surge la escuela Americana de Innovación Social enfocándose en el emprendedor social y sus principales rasgos característicos (Capella-Peris et al., 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Este estudio se basa en paradigma postpositivista. En cuanto al enfoque desarrollado es el cuantitativo, el mismo que se fundamentó en la captura de datos, con el fin de contrastar hipótesis siguiendo un debido proceso y finalmente demostrándolo (Hernández & Mendoza, 2018).

Se empleó el método hipotético deductivo, que considera un sistema de estudio en las ciencias sociales; la que se contrastó de forma empírica, este proceso inició con la observación de un problema, luego con el proceso de deducción y determinó el impacto de la materia de estudio (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Esta investigación es de tipo aplicada, puesto que, se buscó mejorar la variable dependiente en relación a la variable independiente por lo que tuvo como propósito la resolución de un problema (Hernández & Mendoza, 2018), en este estudio se ha manipulado la variable independiente de manera intencional para mejorar la variable dependiente referente a la competencia de emprendimiento social.

El diseño que se empleó es el cuasiexperimental, porque se ha manipulado la variable independiente para ver el impacto de la variable dependiente, los sujetos no fueron seleccionados de manera aleatoria porque los grupos ya estaban creados (Hernández & Mendoza, 2018), en esta investigación se realizó el estudio en estudiantes de pregrado de ciclos iniciales, ambos grupos cursan el mismo curso en diferentes secciones y se identificaron una similitud en las características de los sujetos.

Tabla 1*Programa Cuasi experimental*

	1. Pre-test	2. Intervención	3. Pos-test
Grupo experimental	x	x	x
Grupo control	x	-	x

Descripción del grupo experimental

En el programa pre-test se aplicó a un grupo de estudiantes de negocios de ciclos iniciales, la frecuencia se llevó a cabo durante dos sesiones semanales, cada sesión tuvo dos horas de duración. Al inicio se aplicó un pre-test para medir la competencia de emprendimiento social.

Aplicación del programa experimental

El Programa “Innovasocial”, es un trabajo experimental que se desarrolló durante quince sesiones. En la primera dimensión de rasgos personales se abordaron sesiones sobre: el autoconocimiento, inteligencia emocional, liderazgo, habilidades gerenciales, planeación y gestión estratégica. Para la segunda dimensión de características sociales se abordaron los temas sobre la empresa social, resolución de problemas sociales, toma de decisiones, resiliencia y éxito empresarial y trabajo en equipo. Y se finalizó con la dimensión de características innovadoras donde se aplicó el método design thinking, economía circular, tecnología e inteligencia artificial y el canvas social.

Con el desarrollo de este programa se comprobó la influencia de forma significativa en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de ciclo inicial de negocios. Ver programa experimental Anexo 5.

Al finalizar el programa se aplicó al grupo de control pos-test, paralelo al grupo experimental.

Descripción del grupo experimental

Se procedió con el empleo del pre-test en fecha inicial al del otro grupo experimental. El programa experimental se desarrolló en quince sesiones, en este grupo se trabajó las dimensiones de la variable dependiente de forma tradicional.

Al finalizar las sesiones se aplicó el post tes, en paralelo al del grupo experimental.

3.2. Variables y operacionalización

Emprendimiento social

De acuerdo a lo sostenido por Capella et al., (2020) el emprendimiento social tiene como propósito darle valor a las organizaciones y toma acciones en base a las oportunidades que identifica en el entorno para la creación de valor logrando así el desarrollo y gestión de negocios innovadores.

Programa “Innovasocial”

Es un programa interactivo y práctico, orientado a desarrollar proyectos innovadores con enfoque social, donde se han desarrollado diversas actividades para mejorar la competencia de emprendimiento social, orientado a trabajar diversas estrategias que mejoren las características personales, sociales e innovadoras que impacten en la formación de los futuros profesionales en negocios.

La escala de medición es la escala Likert que va desde Muy en desacuerdo con el valor de (1), en desacuerdo (2), indeciso (3), de acuerdo (4), muy de acuerdo (5), Ver Anexo 02.

Tabla 2*Variable: Emprendimiento Social*

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala y valores	Rangos
Características personales	Analizar	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8	Muy en desacuerdo (1)	Bajo [09 -21], Medio [22 - 33], Alto [34 - 45]
Características sociales	Comprender	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 y 19.	En desacuerdo (2) Indeciso (3) De acuerdo (4) Muy de acuerdo (5)	Bajo [11 -25], Medio [26 - 40], Alto [41 - 55]
Características innovadoras	Analizar	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 y 29.		Bajo [10 -23], Medio [24 - 37], Alto [38 - 50]

Fuente: (Capella-Peris et al., 2020)

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Hernández & Mendoza, (2018), define a la población como el conjunto de personas con ciertas características para realizar un estudio con el fin de recabar datos para ser analizados.

La unidad de estudio estuvo conformada 280 estudiantes de una carrera profesional de una localidad y todos pertenecientes a la facultad de negocios.

Muestra

Las características de la muestra se orientó al contexto y según la toma de decisión del investigador (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En ese sentido, para la

presente investigación se seleccionó a estudiantes específicamente de una carrera profesional y de primeros ciclos, considerada una muestra intencional.

La muestra estuvo conformada por 40 estudiantes, divididos en dos grupos, el primero denominado grupo control conformado por 20 estudiantes y el segundo grupo denominado experimental conformado también por 20 estudiantes; ambos grupos pertenecen a los ciclos iniciales de una carrera profesional de la Facultad de Negocios.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó como técnica para el recojo de datos la encuesta, definida como aquel procedimiento para aplicar un instrumento y recabar los datos necesarios, para obtener la información asociada al análisis de las variables (Hernández & Mendoza, 2018). Se aplicó un cuestionario virtual a los estudiantes de ciclos iniciales de una carrera profesional de la facultad de negocios, con el fin de evitar incumplir las medidas sanitarias propiciadas por el gobierno se aplicó un formulario virtual.

Instrumento

El instrumento empleado es de (Capella-Peris et al., 2020) comprendido por un cuestionario validado por expertos, denominado como: "Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education", las dimensiones analizadas fueron los rasgos personales, características sociales y características innovadoras, este cuestionario es del año 2020 y está comprendida por 30 preguntas, la validez se realizó a través de una prueba piloto con una muestra de $n=497$ y la confiabilidad con el Alfa de Cronbach con un valor de 0.820. La escala empleada es la de Likert con los siguientes valores de Muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indeciso (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5). En cuanto a los niveles y rango se identifica desde alto (100-500), medio (50-99) bajo (30-49) con un puntaje mínimo de 30 y máximo de 150. Ver anexo 02.

3.5. Procedimiento

Para iniciar el proyecto se ha solicitado la autorización a las autoridades de la Facultad de Negocios, como se puede ver en el anexo 3.

El presente trabajo consistió en establecer los grupos de control y grupo experimental, que son estudiantes universitarios de los primeros ciclos académicos de una universidad y están en proceso de formación en la facultad. Luego se seleccionó la muestra de manera no probabilística, se explicó a los estudiantes el objetivo de la investigación y el detalle del desarrollo junto con el cronograma del programa “innovasocial”.

Antes de iniciar el programa se solicitó el consentimiento informado que se incluyó en la primera sección del formulario virtual, para la recolección de la información se aplicó el instrumento (pre-test) a través de formulario virtual, en el grupo de control y el grupo experimental, posterior a ello se desarrolló el programa durante quince sesiones de sesenta minutos cada una, al terminar la sesión los estudiantes presentaban su productos para evaluar el logro de la competencia progresivamente. Al finalizar se volvió a enviar el instrumento (pos-test) en ambos grupos para luego a proceder a analizar y procesar los datos.

3.6. Método de análisis de datos

El estudio aplicó el método hipotético deductivo según Bernal (2006) este pretende afirmar o negar hipótesis para realizar las conclusiones, esta muestra se seleccionó de manera intensional.

En la presente investigación, primero se procesaron los datos recogidos en una hoja de cálculo y luego se procedió a emplear el software spss, el diseño de investigación con la Prueba U de Mann-Whitney y se procesó con la prueba de normalidad.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio ha considerado los aspectos éticos considerados como citar adecuadamente en base a la normativa del estilo APA, y fueron consideradas debidamente todas las referencias. Asimismo, se realizó un análisis no probabilístico con una muestra de 40 estudiantes que cursan estudios en una universidad privada de Lima norte y todos miembros de la facultad de negocios. Así también, se solicitó vía correo electrónico la autorización para el uso del instrumento de los autores, y se adjunta la respuesta, así también, se han realizado las coordinaciones para solicitar la autorización de las autoridades de la universidad y el consentimiento informado de los estudiantes, precisando que los datos solo serán de uso para fines de la presente investigación.

IV. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en el estudio:

Tabla 3.

Pre-test y pos-test del emprendimiento social en los estudiantes de negocios de acuerdo al grupo control y al experimental.

Emprendimiento social	Grupo Control				Grupo Experimental			
	Pre-test		Pos-test		Pre-test		Pos-test	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	3	15,0%	7	35,0%	7	35,0%	1	5,0%
Alto	17	85,0%	13	65,0%	13	65,0%	19	95,0%
Total	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%

Se observa en la tabla 3 que, de acuerdo con el grupo control, en el pre-test el 85,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de emprendimiento social, seguido por el 15,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 65,0% tuvo nivel alto y el 35,0% tuvo nivel medio. Por otro lado, sobre el grupo experimental, se aprecia que en el pre-test el 65,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de emprendimiento social; seguido por el 35,0% que tuvo nivel medio; en cambio en el pos-test, aumentó a 95,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de emprendimiento social; seguido por únicamente el 5,0% que tuvo nivel medio.

Tabla 4.

Pre-test y pos-test sobre las características personales en los estudiantes de acuerdo al grupo control y al experimental.

Características personales	Grupo Control				Grupo Experimental			
	Pre-test		Pos-test		Pre-test		Pos-test	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	3	15,0%	8	40,0%	6	30,0%	2	10,0%
Alto	17	85,0%	12	60,0%	14	70,0%	18	90,0%
Total	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%

De acuerdo con la tabla 4, con relación al grupo control, en el pre-test, el 85,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características personales para el emprendimiento social, seguido por el 15,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 60,0% tuvo nivel alto y el 40,0% tuvo nivel medio. De otro lado se aprecia que, sobre el grupo experimental, en el pre-test el 70,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características personales para el emprendimiento social; seguido por el 30,0% que tuvo nivel medio. Pero en el pos-test, se elevó a 90,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características personales, mientras que el 10,0% tuvo nivel medio.

Tabla 5.

Pre-test y pos-test sobre las características sociales en los estudiantes de acuerdo al grupo control y al experimental.

Características sociales	Grupo Control				Grupo Experimental			
	Pre-test		Pos-test		Pre-test		Pos-test	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	5	25,0%	6	30,0%	8	40,0%	1	5,0%
Alto	15	75,0%	14	70,0%	12	60,0%	19	95,0%
Total	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%

Tal como se evidencia en la tabla 5, con respecto al grupo control, en el pre-test, el 75,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características sociales para el emprendimiento social, seguido por el 25,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 70,0% tuvo nivel alto y el 30,0% tuvo nivel medio. Por su parte, sobre el grupo experimental, en el pre-test el 60,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características sociales para el emprendimiento social; seguido por el 40,0% que tuvo nivel medio; en cambio en el pos-test, se aumentó a 95,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características sociales, mientras que solamente el 5,0% tuvo nivel medio.

Tabla 6.

Pre-test y pos-test sobre las características innovadoras en los estudiantes de negocios de acuerdo con el grupo control y al experimental.

Características innovadoras	Grupo Control				Grupo Experimental			
	Pre-test		Pos-test		Pre-test		Pos-test	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	1	5,0%	0	0,0%
Medio	7	35,0%	8	40,0%	10	50,0%	2	10,0%
Alto	13	65,0%	12	60,0%	9	45,0%	18	90,0%
Total	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%	20	100,0%

Se aprecia en la tabla 6, en lo concerniente al grupo control, en el pre-test, el 65.0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características innovadoras para el emprendimiento social, seguido por el 35,0% que tuvo nivel medio; asimismo en el pos-test el 60,0% tuvo nivel alto y el 40,0% tuvo nivel medio. Por otro lado, en cuanto al grupo experimental, en el pre-test el 50,0% de los estudiantes tuvo nivel medio de características innovadoras para el emprendimiento social; seguido por el 45,0% que tuvo nivel alto; por el contrario, en el pos-test, se elevó a 90,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características innovadoras; seguido por el restante 10,0% que tuvo nivel medio.

En la Prueba de normalidad, verifico que en la H1. No existe distribución normal en la variable Emprendimiento social o la dimensión analizada. En cuanto a la H0. Sí existe distribución normal en la variable Emprendimiento social o la dimensión analizada.

Tabla 7.

Prueba de Shapiro-Wilk sobre la variable Emprendimiento social y sus dimensiones

Variable y dimensiones	Grupos	Fases	W	gl	Valor p
Variable: Emprendimiento social	Grupo Control	Pre-test	0,433	20	0,000
		Pos-test	0,608	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,608	20	0,000
		Pos-test	0,236	20	0,000
	Grupo Control	Pre-test	0,433	20	0,000

Dimensión 1: Características personales	Grupo Experimental	Pos-test	0,626	20	0,000
		Pre-test	0,580	20	0,000
		Pos-test	0,351	20	0,000
Dimensión 2: Características sociales	Grupo Control	Pre-test	0,544	20	0,000
		Pos-test	0,580	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,626	20	0,000
Pos-test		0,236	20	0,000	
Dimensión 3: Características innovadoras	Grupo Control	Pre-test	0,608	20	0,000
		Pos-test	0,626	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,744	20	0,000
Pos-test		0,351	20	0,000	

De acuerdo con la tabla 7 se aprecia que en todas las variables y dimensiones evaluadas poseen valores p inferiores al nivel de significancia de 0,05. Por lo cual se tomó la decisión de rechazar la hipótesis nula; y por tanto se permite indicar que no existe distribución normal en la variable Emprendimiento social o la dimensión analizada. A partir de ello se hace adecuado la utilización de una prueba no paramétrica para elaborar la contrastación de hipótesis. En este caso se utilizó la prueba de U de Mann-Whitney. Esta se utiliza cuando se requiere evaluar diferencias significativas entre dos grupos independientes.

Para la Contrastación de la hipótesis general se verificó que en la H1. El Programa “Innovasocial” influye en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima 2021. Y en la H0. El Programa “Innovasocial” no influye en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima 2021.

Se eligió el nivel de significancia de 0,05 y por tanto un Z teórico de -1,96

Tabla 8.

Prueba^a U de Mann-Whitney sobre la hipótesis general

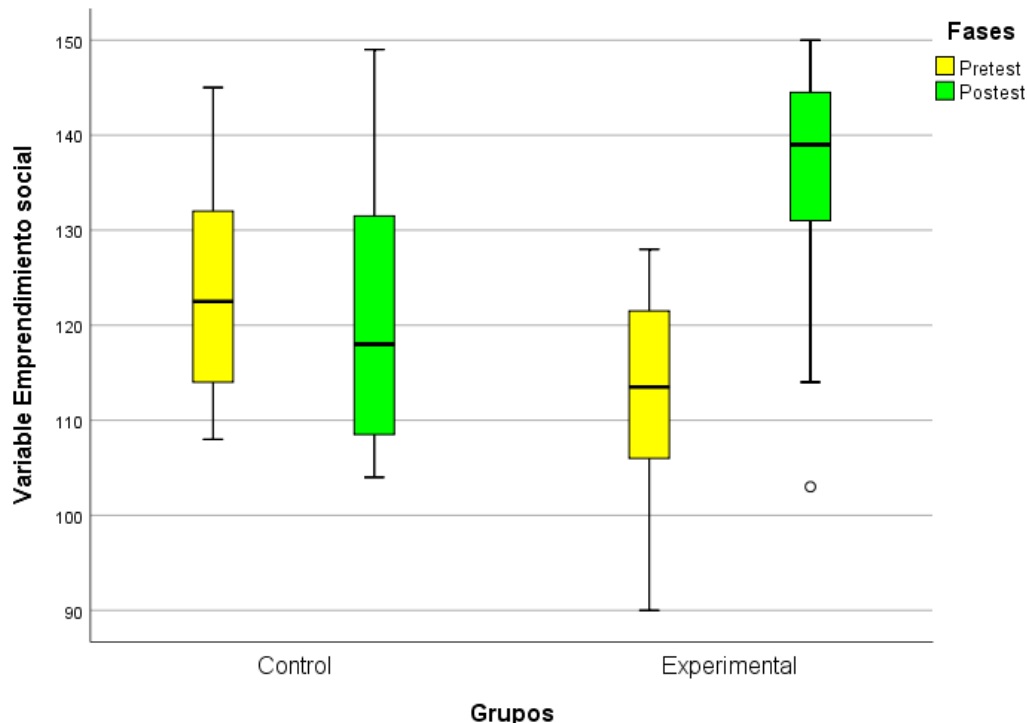
	Control - Experimental	
	Pre-test	Pos-test
U de Mann-Whitney	160,000	140,000
Z calculado	-1,442	-2,342
Valor p	0,149	0,019

a. Variable de agrupación: Fases

En la tabla 8 se aprecia que, en relación con el pre-test, hubo un valor p de 0,149 ($p > 0,05$) y un Z calculado de -1,442 ($Z \text{ calculado} > - 1,96$). Por lo cual, no existen diferencias significativas entre el grupo control y el grupo experimental acerca de la competencia de emprendimiento social. Por otro lado, en lo concerniente al pos-test, hubo un valor p de 0,019 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,342 ($Z \text{ calculado} < - 1,96$). De manera que existen diferencias significativas entre los grupos control y experimental acerca de la competencia de emprendimiento social. En vista de estos resultados, resulta adecuado rechazar la hipótesis nula y, por tanto, el Programa “Innovasocial” influye en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima 2021.

Figura 1.

Diagrama de cajas sobre el pre-test y pos-test del emprendimiento social en los estudiantes de negocios de acuerdo al grupo control y al experimental.



En la figura 1, el diagrama de cajas muestra que, de acuerdo con el grupo control, en el pre-test hubo un puntaje mínimo de 108 y máximo de 145. Además,

hubo una mediana de 123. Mientras que en el pos-test los puntajes se mostraron similares habiendo un mínimo de 104, un máximo de 149 y una mediana de 118. Por otro lado, de acuerdo con el grupo experimental, se aprecia que en el pre-test hubo un mínimo de 90, un máximo de 128 y una mediana de 114. Por otro lado, en el pos-test los puntajes aumentaron a un mínimo atípico de 103, un máximo de 150 y una mediana de 139.

En cuanto a la contrastación de la H1. El Programa “Innovasocial” influye en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021. Y la H0. El Programa “Innovasocial” no influye en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021. Donde se eligió el nivel de significancia de 0,05 y por tanto un Z teórico de -1,96

Tabla 9.

Prueba^a U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 1

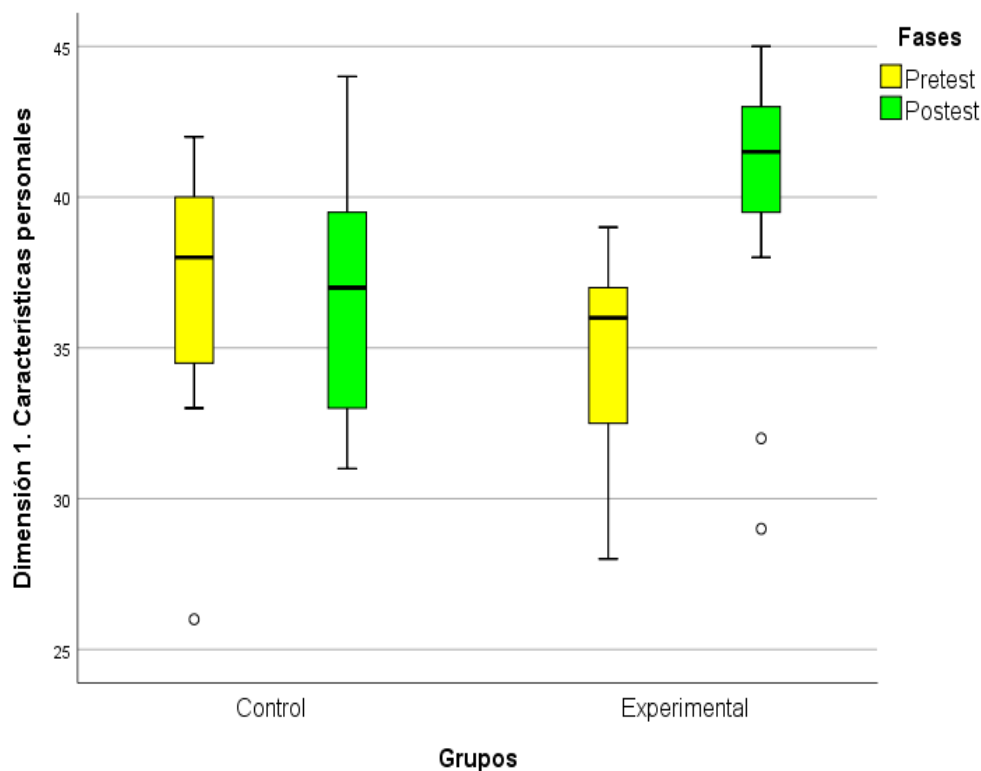
	Control - Experimental	
	Pre-test	Pos-test
U de Mann-Whitney	170,000	140,000
Z calculado	-1,122	-2,163
Valor p	0,262	0,031

a. Variable de agrupación: Fases

Como se evidencia en la tabla 9, en cuanto al pre-test, se dio un valor p de 0,262 ($p > 0,05$) y un Z calculado de -1,122 ($Z \text{ calculado} > - 1,96$). De manera que, no existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental sobre los rasgos personales para la competencia de emprendimiento social. Por su parte, con relación al pos-test, se dio un valor p de 0,031 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,163 ($Z \text{ calculado} < - 1,96$). Por lo cual, existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental sobre los rasgos personales para la competencia de emprendimiento social. De acuerdo con estos resultados, es apropiado rechazar la hipótesis nula y, en conclusión, indicar que el Programa “Innovasocial” influye en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021.

Figura 2.

Diagrama de cajas sobre el pre-test y pos-test de las características personales en los estudiantes de negocios de acuerdo con el grupo control y al experimental.



En la figura 2 se aprecia que, en lo concerniente al grupo control, en el pre-test hubo un puntaje mínimo atípico de 26, un máximo de 42 y una mediana de 38. Mientras que en el pos-test los puntajes tuvieron una distribución parecida con un mínimo de 31, un máximo de 44 y una mediana de 37. Por su parte, en relación con el grupo experimental, se evidencia que en el pre-test hubo un mínimo de 28, un máximo de 39 y una mediana de 36. A su vez, en el pos-test los puntajes se elevaron a un mínimo atípico de 29, un máximo de 45 y una mediana de 42.

En la contratación de la hipótesis específica 2 el Programa “Innovasocial” influye en las características sociales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima. H0. El Programa “Innovasocial” no influye en las características sociales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima. Se eligió el nivel de significancia de 0,05 y por tanto un Z teórico de -1,96.

Tabla 10.

Prueba^a U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 2

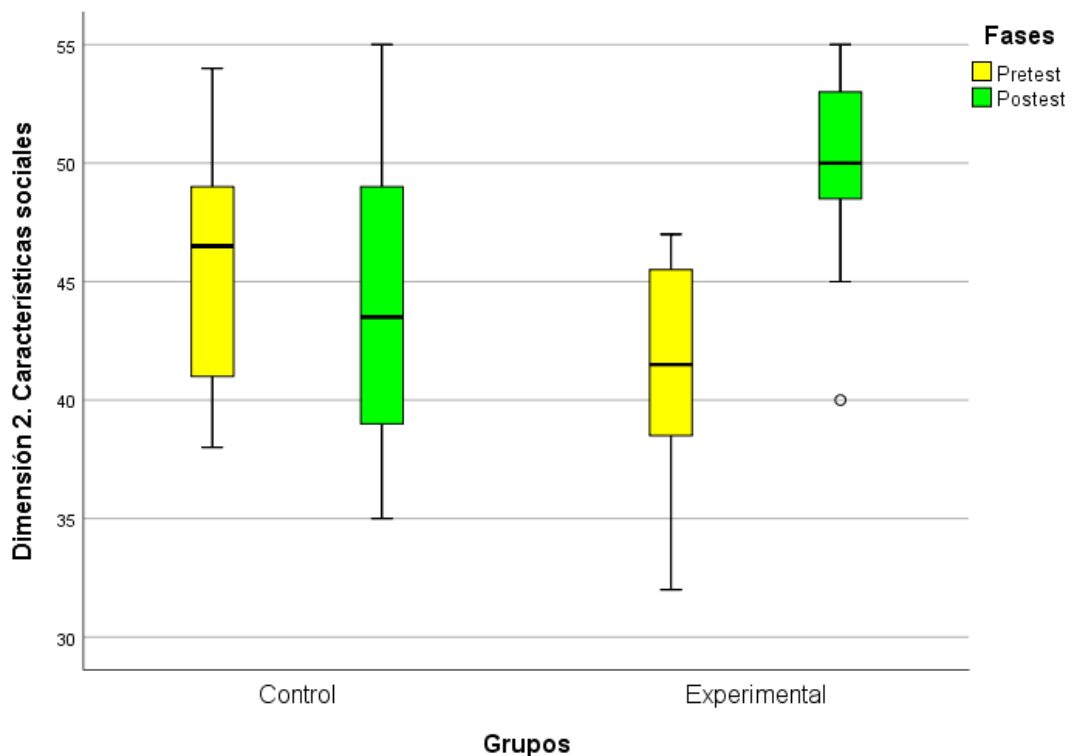
	Control - Experimental	
	Pre-test	Pos-test
U de Mann-Whitney	170,000	150,000
Z calculado	-1,000	-2,054
Valor p	0,317	0,040

a. Variable de agrupación: Fases

Como se evidencia en la tabla 10 de la prueba de U de Mann-Whitney, en cuanto al pre-test, se dio un valor p de 0,317 ($p > 0,05$) y un Z calculado de -1,000 ($Z \text{ calculado} > -1,96$). Por lo cual, no existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental acerca de las características sociales para la competencia de emprendimiento social. A su vez, de acuerdo con el pos-test, se dio un valor p de 0,040 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,054 ($Z \text{ calculado} < -1,96$). De manera que existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental sobre las características sociales. En vista de estos resultados, es adecuado rechazar la hipótesis nula y, por tanto, indicar que el Programa “Innovasocial” influye en las características sociales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima.

Figura 3.

Diagrama de cajas sobre el pre-test y pos-test de las características sociales en los estudiantes de negocios de acuerdo con el grupo control y al experimental.



De acuerdo con el diagrama de cajas y bigotes se muestra que, en cuanto al grupo control, en el pre-test hubo un puntaje mínimo de 38, un máximo de 54 y una mediana de 47. Mientras que en el pos-test los puntajes tuvieron una presencia similar habiendo un mínimo de 35, un máximo de 55 y una mediana de 44. Por otro lado, en relación con el grupo experimental, se muestra que en el pre-test hubo un mínimo de 32, un máximo de 47 y una mediana de 42. A su vez, en el pos-test los puntajes aumentaron a un mínimo atípico de 40, un máximo de 55 y una mediana de 50.

En cuanto a la contrastación de la hipótesis específica 3, El Programa “Innovasocial” influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima. Y en H0. El Programa “Innovasocial” no influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima. Se eligió el nivel de significancia de 0,05 y por tanto un Z teórico de -1,96.

Tabla 11.

Prueba^a U de Mann-Whitney sobre la hipótesis específica 3

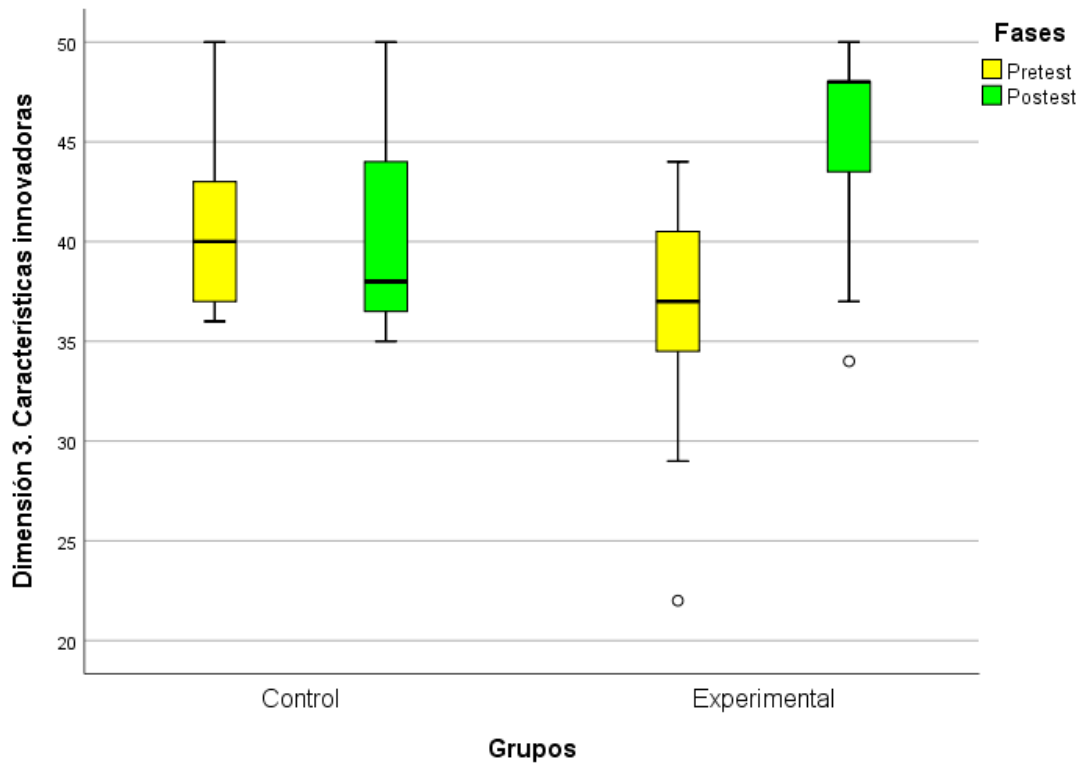
	Control - Experimental	
	Pre-test	Pos-test
U de Mann-Whitney	156,500	140,000
Z calculado	-1,352	-2,163
Valor p	0,176	0,031

a. Variable de agrupación: Fases

En la tabla 11 de la prueba de U de Mann-Whitney se aprecia que, en relación con el pre-test, hubo un valor p de 0,176 ($p > 0,05$) y un Z calculado de -1,352 (Z calculado $> -1,96$). De manera que no existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental sobre las características innovadoras para la competencia de emprendimiento social. Por su parte, en lo concerniente al pos-test, hubo un valor p de 0,031 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,163 (Z calculado $< -1,96$). Por lo cual, existen diferencias significativas entre el grupo control y el experimental acerca de las características innovadoras. Ello permite rechazar la hipótesis nula y, por tanto, indicar que el Programa “Innovasocial” influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021.

Figura 4.

Diagrama de cajas sobre el pre-test y pos-test de las características innovadoras en los estudiantes de negocios de acuerdo con el grupo control y al experimental.



Tal como se aprecia en la figura 8, en lo relativo al grupo control, en el pre-test hubo un puntaje mínimo de 36, un máximo de 50 y una mediana de 40. Mientras que en el pos-test los puntajes tuvieron una distribución similar con un mínimo de 35, un máximo de 50 y una mediana de 38. Por su parte, de acuerdo con el grupo experimental, se evidencia que en el pre-test hubo un mínimo atípico de 22, un máximo de 44 y una mediana de 37. A su vez, en el pos-test los puntajes se incrementaron a un mínimo atípico de 34, un máximo de 50 y una mediana de 48.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en este estudio sobre la competencia de emprendimiento social en estudiantes de negocios, se evidencia que en el grupo experimental en el pre-test que el 65% de los estudiantes tuvo nivel alto de emprendimiento social y en el pos-test, y aumentó a 95%; asimismo, la prueba de U de Mann-Whitney mostró un valor p de 0,019 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,342 ($Z \text{ calculado} < -1,96$), es decir, el Programa “Innovasocial” influyó en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios. Estas cifras, concuerdan con los hallazgos de Monzón & Torres (2021), donde se destacó que el emprendedor social tuvo la capacidad de aprendizaje según sus atributos personales reflejado en el mayor p valor de 3,94; se demostró especial interés de los estudiantes con mayor autopercepción en sus competencias y características personales que le permitió enfrentar nuevos retos, vincular el emprendimiento con la actividad que les apasiona, considerando que es el capital humano el principal recurso para el rendimiento empresarial (Prasetyo et al., 2022).

De igual manera se coincide con los resultados de (Iancu et al., 2021) donde la intención de emprendimiento social por estudiantes universitarios es del 95%, con mayor orientación a la creación de emprendimientos con impacto social, así también, con el de Dávila et al., (2021) que muestra que el 43.7% de los participantes tienen una mayor predisposición para desarrollar el emprendimiento social y (Cárdenas et al., 2020) que precisa que para lograrlo requiere de un alto nivel de flexibilidad cognitiva y personal, así como la capacidad de aprender de los errores, humildad frente a la vida y capacidad para tomar decisiones y manejar un punto de vista propio; identificación de problemas sociales, búsqueda de oportunidades y la empatía. Esto concuerda con la teoría de Schumpeter y de cómo el espíritu del emprendedor contribuye con el desarrollo de nuevas empresas, más creativas, productivas e innovadoras.

En cuanto a la primera hipótesis, se observa diferencias significativas entre los grupos control y experimental obteniendo un nivel alto hasta llegar al 90,0% en

características personales en la competencia de emprendimiento social. Los resultados demuestran la influencia del Programa “Innovasocial” en los rasgos personales de los estudiantes de Negocios, afirmación que difiere con el estudio de (Olaz & Ortiz, 2017), que sostiene que un 43% de encuestados considera que un factor limitante para el desarrollo de esta competencia es el aspecto psicológico como la sobrecarga de emociones, autoexigencia, exceso de responsabilidad entre otros. Sin embargo, (Sainz-Barajas et al., 2020); en sus resultados coinciden con el presente estudio donde la mayor calificación la obtuvo los rasgos personales del emprendedor social con un valor de (4.41) destacando las actitudes y valores como la responsabilidad, respeto, compromiso, capacidad de aprender, la tolerancia; similar a los resultados de (Velasco et al., 2019) que destaca una considerable representatividad en los valores y cualidades; además del pensamiento crítico y el compromiso con el entorno.

García-González et al., (2020) coincide con los resultados de la primera hipótesis indicando que existen sub-competencias personales, y resalta la importancia de incluir en la formación académica estos aspectos como la persuasión, comunicación, conocimiento del otro y la perseverancia, características claves para desarrollar rasgos personales en los futuros emprendedores sociales. Por otro lado, (Kozubíková et al., 2017) como principal rasgo la capacidad de asumir riesgos como es el más valorado (estadística $t = 2,216$; $P (T \leq t) = 0,013$) Finalmente, se demuestra como el efecto de la experiencia personal apoya y mejora el desempeño del emprendedor. Con este punto podemos ratificar con la teoría de la identidad social que menciona Tajfel y Turner (1979) considerada como aquella donde una persona comparte sus objetivos personales con los objetivos del grupo, enfocándose en alcanzar las metas propuestas con un sentido de bien social.

En la segunda hipótesis, se identificó que el Programa “Innovasocial” influye en las características sociales en los estudiantes con un valor p de 0,040 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,054 ($Z \text{ calculado} < - 1,96$). Estos resultados coinciden con lo declarado por Cárdenas et al., (2020), que el emprendedor social busca

beneficiar a la comunidad y toma decisiones en conjunto distinguiéndolos esta característica como personas con mayor acercamiento a la sociedad logrando una mayor participación de los actores involucrados. Así también, coincide con lo sostenido por Cantillo et al., (2021) quien realza que propiciar iniciativas sociales en la instituciones educativas ayuda a mejorar la calidad de vida, desarrollo personal, dando valor a la sociedad y el bienestar colectivo logrando un desarrollo en un campo amplio del entorno social.

En base a esta hipótesis Sánchez et al., (2018) sintoniza con este estudio indicando que una mayor participación de los proyectos emprendedores con enfoque social (85%) se desarrollan en el ámbito universitario que tiene una mayor tendencia a contribuir con el desarrollo de la comunidad y contribuir con necesidades no atendidas. Tal como describe Cárdenas et al (2020), el emprendedor social beneficia a la comunidad de forma directa e indirecta, impactando en ella y en los equipos, así como es fundamental el apoyo familiar; Velasco et al., (2019) destaca la importancia de formar en competencias sociales para promover iniciativas en los negocios de este tipo. Aunque, para Fontalvo & Cienfuegos, (2020) en su estudio asociado al trabajo en equipo sólo considera que el 26% de emprendedores fomentar la colaboración con los equipos en sus emprendimientos.

Igualmente, Monzón & Torres-Ortega (2021) en sus resultados encaja con los resultados de las características sociales determinando que la conciencia social es uno de los atributos que impulsa la creación de emprendimientos con un valor de 6,22 odds ratio y Prob=0,86 (86%). De igual forma (Blaga, 2021) en sus resultados muestra una relación significativa entre los motivantes internos en los emprendedores sociales con un valor ($\beta = 0,177$, $p = 0,040$) que se desprenden en el valor por ser justos socialmente, compasivos, sentido de pertenencia hacia la comunidad, reputación y su propio prestigio que lo impulsa a crear emprendimientos con valor social. A pesar del estudio de (Vera et al., 2016) que

indica que solo el 6.96% (32) de los emprendimientos encuestados emplean modelos asociativos es decir creas su propia red asociativa de su entorno.

Por otro lado, Navarro, et al., (2020) de acuerdo a sus encuestados determina que solo el 50% de los estudiantes han realizado acciones orientadas a realizar redes colaborativas, a diferencia de los resultados del presente estudio que a través de la intervención del programa se logró fortalecer las características sociales.

Ante los hallazgos identificados por Cortez, (2018) donde el 45,5% de emprendedores consideró que el principal motivo de incursión en este campo fue la contribución con la sociedad y el impacto positivo que generan, coinciden con los resultados de este estudio que obtuvo un 95%, en la mejora de las características sociales y esto basado en como el programa contribuyó en la competencia interpersonal que consistió en brindar un mayor conocimiento de las empresas con valor social, el efecto de una buena comunicación efectiva, identificación de las habilidades gerenciales y el trabajo equipo ayudan a enfocar mejor el impacto en la sociedad.

De otra manera, los resultados de (Cárdenas et al., 2020), demostraron que sólo el 15,43% de encuestados tuvieron predisposición de compartir méritos, respetar las ideas de los demás y valor compartido humano orientado y generosidad, a diferencia de como el programa “innovasocial” contribuyó significativamente a mejorar las características sociales como lo precisó (C.; Capella-Peris et al., 2020) al definir a éstas características como aquellas que fomenta el trabajo cooperativo, la conciencia social, el compromiso demostrando un mayor interés por el factor social.

El estudio en la tercera hipótesis muestra como las características innovadoras se incrementaron de 50% en un nivel regular a 90% en un nivel alto

luego del programa aplicado. En lo que respecta a la tercera y última hipótesis, se observa un valor p de 0,031 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,163 (Z calculado $< -1,96$), entonces, afirmando que el Programa “Innovasocial” influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios. Este resultado coincide con Jiménez et al (2019), que reafirma que las competencias cognitivas se relacionan con el emprendimiento innovador (Pearson=0,545). Desde otra perspectiva, (Cantillo et al., 2021; Sainz et al., 2020) afirma que de acuerdo a la percepción del docente (80%) considera que pueda desarrollarse la competencia de emprendimiento social y que además se puede orientar a la innovación (67.2%) desde cualquier asignatura del currículo y las autoridades deben promover espacios para desarrollar mayor innovación, debido a que esta competencia favorece en campo laboral de los estudiantes (84%), además de fomentar el desarrollo de estrategias innovadoras en el aula (Vera-Sagredo et al., 2019).

En el mismo sentido, Sánchez et al., (2018), es sus hallazgos con más del 50% de casos orientados a la innovación social, sostiene que ésta juegan un rol importante en las aulas universitarias, dado a que intervienen en el cumplimiento de funciones que la sociedad necesita al combinar de forma práctica la innovación, logrando la adaptación de los estudiantes a la fuerza laboral y de esta manera fortalecer el proceso productivo con la creación de procesos innovadores en el sector empresarial. De forma similar (Ndou, 2021) precisa que estas iniciativas son necesarias desde el proceso formativo en competencias, la investigación y la iniciativa empresarial, programas de incubación y experimentales, la cultura y poder crear entornos con condiciones para desarrollar de formar innovadora nuevas propuestas.

Por otro lado, resultado similar es el mencionado por (Gómez, 2021) donde un 82% de estudiantes indicaron que están de acuerdo como la formación profesional ha contribuido a identificar oportunidades de emprendimiento social y 74% afirmaron que la universidad ha logrado inspirar y motivado a iniciar un emprendimiento social, sin embargo el 54% considera que la universidad no tiene

los recursos necesarios para desarrollar innovación en los proyectos y el 48% indicaron que la universidad no genera incentivos para la formación de emprendedores, de aquí la reflexión de la necesidad que las organizaciones universitarias generen mayor soporte en partidas presupuestarias y en la creación de espacios académicos que promuevan estos programas de innovación social.

Similar resultado mostró Nsereko et al., (2018) en su estudio sobre como la iniciativa personal en términos de proactividad e innovación es positiva y significativamente asociada a la creación de empresas ($\beta = 0,563$, valor $t = 7,197$, $p < 0,05$). Asimismo, concuerdan con que los emprendedores sociales con mayor grado de orientación empresarial desarrollan la innovación de productos y emplean el capital social de forma más activa (Son et al., 2017). Así también, el 26% prefiere propuestas que generen innovación y el 17% se enfoca hacia causas altruistas (Snegura-Mojica, 2021), de ahí la reflexión de crear programas como el realizado con el fin de incluir metodologías actuales y activas, acordes a los nuevos contextos siguiendo modelos de éxito que ayudan en la preservación de la humanidad y la naturaleza.

Considerando los resultados expuestos, se puede afirmar lo definido por Capella-Peris et al., (2020), como la capacidad de los emprendedores de identificar oportunidades, asumir riesgos empleando la creatividad además, que el emprendimiento social considera factores de tipo social, ambiental y en búsqueda del beneficio colectivo. Asimismo, estas prácticas sostenibles se han convertido en un factor importante para los nuevos modelos de negocios que buscan posicionar y crear una conciencia crítica en quienes desarrollan algún emprendimiento.

Asimismo, se puede reafirmar lo que sostuvo Kirzner (1979) que el emprendedor tiene la facilidad de identificar los vacíos y diferencias del mercado, y con la innovación puede reconocerlos hasta generar cambios positivos, esto se logra con mejora del conocimiento propias de las características personales del emprendedor con mayor validez para la competencia de emprendimiento social. De igual forma, se puede validar lo mencionada por Drucker (1985) cuando relaciona al emprendimiento social con la forma de ver favorablemente el entorno,

identificación de mercados emergentes y con capacidad de respuesta frente a los cambios de diversos factores sobre todo en los sociales, ambientales y económicos.

La sociabilidad, la empatía, el nivel de conocimiento, el equilibrio entre lo social, ambiental y económico, son rasgos importantes para que los emprendedores sociales, cuenten con la capacidad de generar redes de apoyo (Sánchez, 2017) importantes para su sostenibilidad, por ello, se pueden observar que estos se desarrollan principalmente en el sector privado, para atender necesidades no cubiertas por el Estado (Vera et al., 2016).

Es el deseo de autotranscendencia social y las prácticas sostenibles, las que posicionan en una conciencia crítica a los emprendedores que desarrollan prácticas emprendedoras responsables en beneficio de la comunidad y el medio ambiente (Vera et al., 2019). En Perú los emprendedores sociales innovadores, tienen un alto rasgo de apertura y conciencia social, sin embargo, en cuanto al retorno financiero no puede ser asociado de forma significativa a ningún rasgo de la personalidad en este tipo de emprendedores.

Para Sánchez et al., (2018) tuvo como principales hallazgos de instituir el valor social en las iniciativas de emprendimiento social aquellas que se inclinan más a la innovación social, de la cohesión social, así como actuar de forma responsable, seguidas del favorecimiento de la concienciación social, del desarrollo territorial, la creación de empleo estable, el favorecimiento de la inclusión social, orientación a la colectividad que recae de una atención social no atendida oportunamente por el Estado y llevar a cabo actuaciones respetuosas con el medio ambiente, datos representados en el 85% de sus entrevistados; además, las principales motivaciones para participar de concursos de emprendimiento social en universitarios son: lograr un objetivo colectivo, enfrentar un nuevo reto, vincular el emprendimiento con una actividad que los apasiona y contribuir con la comunidad coincidiendo con los resultados de nuestro estudio.

El conocimiento es necesario para incursionar en el emprendimiento social, formulando proyectos que generen impacto positivo en la sociedad, capaz de generar los recursos necesarios para satisfacer sus costes, y a la vez, reinvertirlos para cubrir las necesidades de la sociedad generando el menor impacto ambiental posible. En esa línea, Ocampo (2016) afirma que, los estudiantes universitarios están interesados por crear proyectos de carácter social, particularmente en el aspecto ambiental, sin embargo, se necesitan agentes involucrados en el desarrollo de esta competencia y éstos deben ser parte de los grupos de interés de su contexto.

En Latinoamérica las investigaciones sobre emprendimiento social son escasas y en Perú no existen programas con gran impacto que sean importantes para el desarrollo de este ámbito empresarial. Por ello, la investigación es aparentemente el único estudio cuasiexperimental que analiza el impacto en el desarrollo de competencias de emprendimiento social en estudiantes universitarios. Es importante precisar que, si bien podemos ver un gran impacto del programa, no podemos compararlo con otras investigaciones que hayan tenido el mismo enfoque metodológico; a su vez, el estudio tiene limitaciones en relación al sexo, los antecedentes familiares, la capacidad financiera y otros factores que pueden ser descritos en posteriores investigaciones, para tener un análisis más profundo y un informe más detallado de los factores que pueden mediar el éxito o no de un programa como “innovasocial”, más allá de los rasgos personales de los emprendedores sociales.

VI. CONCLUSIONES

1. En este estudio se consideró como objetivo general determinar la influencia del programa “Innovasocial” en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. De acuerdo, a los resultados conseguidos en la contratación de hipótesis en base a la prueba U de Mann-Whitney cuyo valor $p < 0,019$, rechazó la hipótesis nula y se concluyó que el programa “Innovasocial” influyó en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios.
2. En relación con el primer objetivo específico que enuncia determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en los rasgos personales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Según los resultados de la contratación de hipótesis en base a la prueba U de Mann-Whitney cuyo valor fue de $p < 0,031$, se halló que existen diferencias significativas por lo que se concluyó que el Programa “Innovasocial” influyó en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios.
3. Respecto al segundo específico que buscó determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en las características sociales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Se ratificó con la contrastación de hipótesis según la prueba de la prueba U de Mann-Whitney con un valor de $p < 0,040$, menor al nivel de significancia de 0.05; concluyendo que el programa “Innovasocial” influyó en las características sociales en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima.
4. Y, por último, en base al tercer objetivo específico que fijó determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en las características innovadoras en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Se evidenció en el contraste de hipótesis con la prueba U de Mann-Whitney, indicó un valor $p > 0,05$ de $p > 0,05$ concluyó que el programa “Innovasocial” influyó en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios.

VII. RECOMENDACIONES

1. Como primer punto se recomienda a los directores académicos dar el soporte académico y administrativo en las facultades para replicar el programa “Innovasocial” con el propósito de mejorar la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima 2021, debido a que se ha demostrado una influencia significativa en los estudiantes y ello puede contribuir en su formación profesional en el componente de emprendimiento con iniciativas de mayor impacto social.
2. A los directores de programas académicos incluir el programa “Innovasocial” que ha demostrado una influencia considerable en el desarrollo de la dimensión de rasgos personales, por lo que se recomienda incluir en las actividades de la formación académica curricular o extracurricular talleres sobre herramientas de autoconocimiento, manejo emocional, competencias socioemocionales, liderazgo y el desarrollo de habilidades gerenciales, que contribuirá en mejorar el impacto en la empleabilidad de los futuros profesionales.
3. El estudio determinó la influencia del Programa “Innovasocial” en las características sociales en los estudiantes de negocios, por lo que se recomienda a los docentes universitarios fomentar a través de talleres, conversatorios y asesorías temas abordados en el programa como: el trabajo en equipo, el valor de las empresas sociales, toma de decisiones, resiliencia, resolución de problemas, comunicación efectiva entre otros.
4. Como última recomendación a los responsables académicos y equipo de gestión curricular, incluir en los contenidos curriculares metodología innovadora como el design thinking, canvas social, más información sobre la aplicación de la inteligencia artificial en los negocios para mejorar la competencia de emprendimiento social en la dimensión de innovación se propone.

Asimismo, se recomienda realizar futuras investigación de esta competencia en un enfoque mixto para poder ampliar los análisis cuantitativos, pero además cualitativos para poder recoger información sobre la experiencia en estos programas de tipo aplicada con el fin de validar los recientes estudios realizados para determinar la competencia de emprendimiento social.

REFERENCIAS

- Adam, N. A. (2021). *Innovation practices for survival of small and medium enterprises (SMEs) in the COVID-19 times : the role of external support*. 6.
- Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N. ., & Nieto, M. (2018). Emprendimiento social vs innovación social. *Cuadernos Aragoneses de Economía*.
https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22640
- Alonso-Martínez, Daniel, González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2018). Emprendimiento social vs innovación social. *Cuadernos Aragoneses de Economía*. https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22640
- Asún, S., López, M., & Romero, M. (2019). Percepciones de Estudiantes Universitarios sobre una Evaluación Formativa en el Trabajo en Equipo. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*, 12(1), 175–192.
<https://doi.org/10.15366/riee2019.12.1.010>
- Atxabal, A. (2020). Las medidas fiscales para favorecer el emprendimiento por las cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 133(133), 1–16.
<https://doi.org/10.5209/reve.67335>
- Blaga, S. I. (2021). An Empirical Model of Motivation for Social Entrepreneurship. *Scientific Annals of Economics and Business*, 68(1), 75–96.
<https://doi.org/10.47743/saeb-2021-0001>
- Boixadós, A., Munté, A., De Vicente, I., Matulic, M., & Báñez, T. (2016). El autoconocimiento en el espacio de la supervisión educativa, en los estudios de trabajo social de la Universidad de Barcelona. *Tejiendo Identidades*, 1–10.
- Bosma, N., Hill, S., Kelley, D., Guerrero, M., & Schott, T. (2021). GEM Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021. In *GEM Global Entrepreneurship Monitor*.
- Brieger, S. A., Bärö, A., Criaco, G., & Terjesen, S. A. (2020). Entrepreneurs' age, institutions, and social value creation goals: A multi-country study. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00317-z>
- Cankurtaran, P., & Beverland, M. B. (2020). Using design thinking to respond to

- crises: B2B lessons from the 2020 COVID-19 pandemic. *Industrial Marketing Management*, 88(May), 255–260.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.030>
- Cantillo, N. ., Pedraza, C., & Suarez, H. (2021). *Formación del emprendimiento social : Compromiso de la Universidad de la Guajira*. XXVI(1).
- Capella-Peris, C.;, Gil-Gómez, J. ., & Martí-Puig, M.; Ruíz-Bernardo, P. (2020). Development and Validation of a Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(1), 23–39. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1545686>
- Capella-Peris, Carlos, Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M., & Ruíz-Bernardo, P. (2020). Development and Validation of a Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(1), 23–39. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1545686>
- Cárdenas, N., Ortega, L., Díaz, I., & Sanchez, D. (2020). Enfoque para el auto sostenimiento del Emprendimiento social en dignatarios de las juntas de acciones comunales (JAC), comuna 3 del municipio de Maicao. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(úmero especial 4), 222–234.
<https://doaj.org/article/f46edb541ac64804b8a97e0f3bbf3a1e>
- Cardona, D. (2018). Marketing Green y el avance tecnológico como apuesta de innovación para el desarrollo de las estrategias de marketing. *Revista Espacios*, 39(No. 26), 12.
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n26/a18v39n26p02.pdf>
- Carrasco, P., Cuzco, M., Correa-Peralta, M., Vinueza-Martinez, J., & Cabrera-Torres, A. (2018). Análisis de planificación estratégica para las actividades artesanales: SCOPUS 2014 a 2016. *Revista ESPACIOS*, 39(34).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n34/a18v39n34p01.pdf>
- Chen-Quesada, E., Cerdas-Montano, V., & Rosabal-Vitoria, S. (2020). Modelos de gestión pedagógica: Factores de participación, cambio e innovación en centros educativos costarricenses. *Revista Electrónica Educare*, 24(2), 1–29.
<https://doi.org/10.15359/ree.24-2.16>

- Chirivella González, V., Ribal Sanchis, J., Martí Selva, M. L., Grau Gadea, G., Conejero López, M., & Maroto Álvarez, C. (2019). *Evaluación de la Competencia Transversal 8: Comunicación efectiva*. 50–59.
<https://doi.org/10.4995/jiddo2019.2019.10237>
- Cortez, K. (2018). Factores de Éxito en Emprendimiento Social de empresas de la Ciudad de Lima – 2018. In *Normas Tributarias*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52048/Jaimes_VCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cosenza, J. P., De Andrade, E. M., & De Assunção, G. M. (2020). A circular economy as an alternative for Brazil's sustainable growth: Analysis of the national solid waste policy. *Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade*, 9(1), 1–28. <https://doi.org/10.5585/GEAS.V9I1.16147>
- Currstine, T. (2005). Performance Information in the Budget Process: Results of the OECD 2005 Questionnaire. *OECD Journal on Budgeting*, 5(2), 87–131.
<https://doi.org/10.1787/budget-v5-art13-en>
- Dávila, M., Zlobina, A., & Serrano, A. (2021). Social entrepreneurship in young people: Analysis of their relationship with other forms of social participation. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 138(138), 1–14.
<https://doi.org/10.5209/REVE.75562>
- Davis, P. E., Bendickson, J. S., Muldoon, J., & McDowell, W. C. (2021). Agency theory utility and social entrepreneurship: issues of identity and role conflict. *Review of Managerial Science*, 15(8), 2299–2318.
<https://doi.org/10.1007/s11846-020-00423-y>
- Ferreira, J., Fernandes, C., & Kraus, S. (2017). *structures and research trends*.
<https://doi.org/10.1007/s11846-017-0242-3>
- Fontalvo, W., & Cienfuegos, R. (2020). Características Del Liderazgo Innovador Que Impulsan La Cultura De La Innovación En Las Unidades De Emprendimiento De Las Instituciones De Educación Superior Del Departamento Del Atlántico. *Dictamen Libre*, 27, 27–34.
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6643>

- García-González, A., Ramírez-Montoya, M. S., De León, G., & Aragón, S. (2020). El emprendimiento social como una competencia transversal: construcción y validación de un instrumento de valoración en el contexto universitario. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 136(136), e71862. <https://doi.org/10.5209/reve.71862>
- García, R., Thoene, U., Figueroa, A., & Murillo, E. (2020). Social entrepreneurship in the pacific alliance. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 133(133), 1–12. <https://doi.org/10.5209/REVE.67341>
- Giourka, P., Sanders, M. W. J. L., Angelakoglou, K., Pramangioulis, D., Nikolopoulos, N., Rakopoulos, D., Tryferidis, A., & Tzovaras, D. (2019). The smart city business model canvas—A smart city business modeling framework and practical tool. *Energies*, 12(24), 1–17. <https://doi.org/10.3390/en12244798>
- Gómez, E. (2021). Factores que promueven el interés por el emprendimiento social en los estudiantes de educación especial VIII semestre de UDELAS sede Panamá. *Revista Redes*, 1(13), 125–138. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/analesps.32.1.186681>
- Gonzalez, A., Sánchez, Y., & Sánchez, M. (2021). *por necesidad y oportunidad Differences in personality traits of entrepreneurs by need and opportunity Diferenças nos traços de personalidade dos empreendedores por necessidade e oportunidade*. 22.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In *universidad tecnologica laja Bajio*.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández-Metodología de la investigación.pdf>
- Iancu, A. ., Popescu, L. ., & Popescu, V. (2021). Factors influencing social entrepreneurship intentions in Romania. *Economic Research-Ekonomiska*

- Istrazivanja*, 34(1), 1190–1201.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1820358>
- Igual, J. F. J., Martí, E. M., & Ribera, E. M. (2020). Role of the social economy and the university in order to a venture based on technological knowledge and values. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, 98, 31–57. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.98.15905>
- Kleinhempel, J., Beugelsdijk, S., & Klasing, M. J. (2020). The Changing Role of Social Capital During the Venture Creation Process: A Multilevel Study. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
<https://doi.org/10.1177/1042258720913022>
- Kozubíková, L., Dvorský, J., Cepel, M., & Balcerzak, A. P. (2017). Important characteristics of an entrepreneur in relation to risk taking: Czech Republic case study. *Journal of International Studies*, 10(3), 220–233.
<https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-3/16>
- Lechner, C. ., & Pervaiz, A. (2020). From invention to industry from a social movement perspective: the emergence of the 3D printing industry. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00124-6>
- López-Lemus, J. A. (2019). Political ability and strategies of integrative and distributive negotiation as influential factors in entrepreneurial self-efficacy in Mexico. *Cuadernos de Gestión*, 19(2), 113–136.
<https://doi.org/10.5295/cdg.180943jl>
- Manosalvas, L. (2017). *DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS EMPRENDEDORA Presentada por Sr . Luis Oswaldo Manosalvas Vaca Asesora : Dra . Beatrice Avolio Alecchi Surco , Febrero del 2017.*
- Manrique, M. (2020). *Proceso motivacional en la creación y desarrollo de emprendimientos sociales [tesis de bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú]*.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/19392/MA>

NRIQUE_QUIJANO_MARÍA_ALEJANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marulanda, J., Correa, G., & Mejia, L. (2009). Emprendimiento : Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*, 66, 153–168.

Mazzei, M. ., & Steiner, A. (2021). What about efficiency? Exploring perceptions of current social enterprise support provision in Scotland. *Geoforum*, 118(December 2020), 38–46. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.12.002>

Méndez-Picazo, M. ., Galindo-Martín, M. ., & Castaño-Martínez, M. (2020). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>

Monzon, J., & Torres-Ortega, J. (2021). Emprendimiento social en la formación profesional: el caso del País Vasco. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137(137), e73862. <https://doi.org/10.5209/reve.73862>

Navarro, G. Bayona, J. & Pacheco, C. (2020). Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media. *Espacios*, 41(11), 1–13. <http://www.1.revistaespacios.com/a20v41n11/a20v41n11p03.pdf>

Ndou, V. (2021). Social entrepreneurship education: A combination of knowledge exploitation and exploration processes. *Administrative Sciences*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/admsci11040112>

Nsereko, I., Balunywa, W., Munene, J., Orobia, L., & Muhammed, N. (2018). Personal initiative: Its power in social entrepreneurial venture creation. *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1443686>

Olaz, A., & Ortiz, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 22, 51–66. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>

Paz-Marcano, A., Castro-Alfaro, A., & Palacios-Rozo, J. (2019). Competencias del

- Emprendedor Social Aliado de las Comunidades del Entorno Empresarial Petrolero Venezolano. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 163–177.
<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5883>
- Pedroza-Zapata, A. ., & Silva-Flores, M. (2020). College ecosystems of science, technology, innovation and entrepreneurship. *Magis*, 12(25), 93–110.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m12-25.euct>
- Pfeilstetter, R., & Gómez-Carrasco, I. (2020). Significados locales de la empresa social. Una visión sobre hibridez de organizaciones desde el particularismo histórico. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 134(688991), e69162. <https://doi.org/10.5209/reve.69162>
- Prasetyo, P. E., Setyadharma, A., & Kistanti, N. R. (2022). The role of institutional potential and social entrepreneurship as the main drivers of business opportunity and competitiveness. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1), 101–108. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.10.006>
- Rojas, G. Y., Pertuz, V., Navarro, A., & Quintero, L. T. (2019). Instrumento para Identificar Características Personales y Didáctica Utilizadas por los Docentes en la Formación de Emprendedores. *Formación Universitaria*, 12(2), 29–40.
<https://doi.org/10.4067/s0718-50062019000200029>
- Sainz-Barajas, M. ., Clara-Zafra, M. ., & Aguirre-Alemán, M. (2020). *Rasgos de emprendimiento social de estudiantes de una IES*. 207–226.
- Sanchez, C. ., Brizeida, A. ., & Flores, L. (2017). *Educación emprendedora : Estado del arte*. 5, 401–437.
- Sánchez, F. (2017). *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios*. (Vol. 549).
- Sánchez, J., Martín, S., Bel, P., & Lejarriaga, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social : características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social La economía social es un término que se tiene claramente definido en el ámbito de la Unión Europea . En un recient. *Revesco*, 129, 16–38. <https://doi.org/10.5209/REVE.62492.1>

- Santana-Vega, L., Medina-Sánchez, P., & Feliciano-García, L. (2019). Life design and decision making of vocational training students. *Revista Complutense de Educacion*, 30(2), 423–440. <https://doi.org/10.5209/RCED.57589>
- Schepers, J., Vandekerckhof, P., & Dillen, Y. (2021). The impact of the covid-19 crisis on growth-oriented smes: Building entrepreneurial resilience. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13169296>
- Segura-Mojica, F. J. (2021). Crowdfunding para el rescate de microempresas. Factores y percepciones de inversionistas potenciales en México. *Retos*, 11(21), 71–91. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.05>
- Shane, S. ., & Venkataraman, S. (2000). Shane and Venkataraman 2000. *Academy Of Management Freview*, 25(1), 217–226.
- Son, H., Lee, J., & Chung, Y. (2017). Value creation mechanism of social enterprises in manufacturing industry: Empirical evidence from Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/su10010046>
- Soria-Barreto, K., & Cleveland-Slimming, M. (2020). Perception of first year commercial engineering students on critical thinking and teamwork competencies. *Formacion Universitaria*, 13(1), 103–114. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000100103>
- Valenzuela-García, H. ., Molina, J. ., Lubbers, M. ., Escribano, P. ., & Fuentes, S. (2019). Emprendimiento Social. Autoempleo y extracción del valor en la era post-crisis. *Revista de Antropología Social*, 28(2), 371–390. <https://doi.org/10.5209/raso.65619>
- Valles-Montero, K. D. C., Del-Valle-Giraldoth, D., Valles-de-Rojas, M. E., & Torres-de-Nava, L. M. (2020). Habilidades Gerenciales Aplicadas Por Docentes De Aulas Para El Fortalecimiento De La Enseñanza-Aprendizaje En El Nivel De Secundaria De La Unidad Educativa Ernesto Flores Fuenmayor Del Municipio Miranda, Estado Zulia. *Panorama*, 14(27), 146–161. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v14i27.1527>
- Velasco, L., Estrada, L., Pabón, M., & Tójar, J. (2019). Evaluating and promoting competencies for social entrepreneurship in university subjects | Evaluar y

promover las competencias para el emprendimiento social en las asignaturas universitarias. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 131(131), 199–223. <https://doi.org/10.5209/REVE.63561.1>.

Vera-Sagredo, A., Constenla-Núñez, J., Jara-Coatt, P., & Lassalle-Cordero, A. (2019). Emprendimiento e innovación en educación técnico profesional: percepción desde los docentes y directivos. *Revista Colombiana de Educación*, 1(79), 85–107. <https://doi.org/10.17227/rce.num79-8605>

Vera, A., Prialé, M., Fuchs, R., Espinosa, A., Nicolás, M., & Ninahuanca, E. (2016). Hacia una comprensión del ecosistema emprendedor social peruano: contexto y características del emprendimiento social en Lima. *Ciências Sociais Unisinos*, 52(3), 343–353. <https://doi.org/10.4013/csu.2016.52.3.05>

Villa, A. ., Arias, M. ., & Peña-Lang, M. (2021). *Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social*. 57.

Yaari, M., Blit-Cohen, E., & Savaya, R. (2020). Management in social enterprises—Management style, challenges, and strategies. *Journal of General Management*, 46(1), 36–46. <https://doi.org/10.1177/0306307020919529>

Yurrebaso, A., Rodríguez-Parets, C., Jáñez, A., Picado, E., Guzman, R., & Pérez, J. (2020). *Personalidad emprendedora y género*. 38(1), 85–103.

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Escala para evaluar la competencia en emprendimiento social en educación superior

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala
Emprendimiento Social: Son acciones para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades de aumentar la riqueza social, desarrollar nuevos negocios o gestionar las	Características personales	Creo en mi potencial	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8	1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo).
		Me considero autosuficiente para poder conseguir lo que me propongo.		
		Me veo capacitado/a para enfrentarme a la mayoría de las situaciones.		
		Soy una persona decidida a lograr mis objetivos.		
		Pienso que es necesario arriesgarme para progresar.		
		Busco siempre el lado positivo en una situación mala.		
		Me gusta tomar riesgos calculados con las nuevas ideas.		
		Creo que las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de tener éxito que las que no lo hacen.		
	Consigo hacer las cosas de manera imaginativa y diferente a como lo hacen otras personas.			
			Me gusta ayudar a mis amigos de clase/trabajo.	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 y 19.
		Las personas que ayudan a los demás son un ejemplo para seguir.		

organizaciones existentes de una manera innovadora. (C.; Capella-Peris et al., 2020)	Características sociales	Los problemas de convivencia se solucionan dialogando.	
		Pienso que se pueden extraer oportunidades de los problemas o situaciones difíciles.	
		Asumo las consecuencias de lo que he dicho o hecho.	
		Por lo general cumplo muy bien con mi parte en cualquier proyecto en el que estoy involucrado/a.	
		Disfruto encontrando soluciones efectivas a los problemas que nadie ha resuelto todavía.	
		Me encantaría colaborar gratuitamente en una O.N.G.	
		Analizo mis errores para aprender de ellos.	
		Hago cada trabajo tan a fondo como sea posible.	
		Soy capaz de formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participo.	
	Características innovadoras	Me gusta coordinar a otras personas cuando se trabaja en colaboración.	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 y 29.
		He intervenido alguna vez en la puesta en marcha de proyectos de grupo o colaboraciones.	
		Soy bueno/a manejando situaciones imprevistas	
		Cuando los planes se cambian improviso sin dificultad.	
		Veo nuevas utilidades en objetos comunes.	
		Tengo acceso a la información necesaria emprender nuevos proyectos.	
Puedo crear oportunidades y aprovecharlas.			
Cuando se trabaja en grupos prefiero ser el líder.			
			1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo).

	He considerado seriamente iniciar mi propio negocio después de graduarme.	
	Prefiero trabajar en situaciones que implican la participación de más personas.	

ANEXO 2

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Estimados estudiantes, el presente cuestionario trata sobre el emprendimiento social y tiene como propósito recoger la información sobre esta competencia en los estudiantes de Carrera de Administración Bancaria.

Este cuestionario es de carácter anónimo y sus respuestas son confidenciales por lo que le solicitamos responder con total libertad y sinceridad.

Tu participación es voluntaria y la información que nos brindes será confidencial, utilizada exclusivamente con fines académicos

Marcar de acuerdo con su criterio y en la siguiente escala: Muy Desacuerdo (5), En desacuerdo (4), Indeciso (3), De acuerdo (2), Muy de acuerdo (1).

Si estás de acuerdo en participar selecciona **SI** para continuar.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Creo en mi potencial.	1	2	3	4	5
2	Me considero autosuficiente para poder conseguir lo que me propongo.	1	2	3	4	5
3	Me veo capacitado/a para enfrentarme a la mayoría de situaciones.	1	2	3	4	5
4	Soy una persona decidida a lograr mis objetivos.	1	2	3	4	5
5	Pienso que es necesario arriesgarme para progresar.	1	2	3	4	5
6	Busco siempre el lado positivo en una situación mala.					
7	Me gusta tomar riesgos calculados con las nuevas ideas.	1	2	3	4	5
8	Creo que las personas que se arriesgan tienen más probabilidades de tener éxito que las que no lo hacen.	1	2	3	4	5
9	Consigo hacer las cosas de manera imaginativa y diferente a como lo hacen otras personas.	1	2	3	4	5
10	Me gusta ayudar a mis amigos de clase/trabajo.	1	2	3	4	5
11	Las personas que ayudan a los demás son un ejemplo a seguir.	1	2	3	4	5
12	Los problemas de convivencia se solucionan dialogando.	1	2	3	4	5
13	Pienso que se pueden extraer oportunidades de los problemas o situaciones difíciles.	1	2	3	4	5
14	Asumo las consecuencias de lo que he dicho o hecho.	1	2	3	4	5
15	Por lo general cumplo muy bien con mi parte en cualquier proyecto en el que estoy involucrado/a.	1	2	3	4	5
16	Disfruto encontrando soluciones efectivas a los problemas que nadie ha resuelto todavía.	1	2	3	4	5

17	Me encantaría colaborar gratuitamente en una O.N.G.	1	2	3	4	5
18	Analizo mis errores para aprender de ellos.	1	2	3	4	5
19	Hago cada trabajo tan a fondo como sea posible.	1	2	3	4	5
20	Soy capaz de formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participo.	1	2	3	4	5
21	Me gusta coordinar a otras personas cuando se trabaja en colaboración.	1	2	3	4	5
22	He intervenido alguna vez en la puesta en marcha de proyectos de grupo o colaboraciones.	1	2	3	4	5
23	Soy bueno/a manejando situaciones imprevistas	1	2	3	4	5
24	Cuando los planes se cambian imprevisto sin dificultad.	1	2	3	4	5
25	Veó nuevas utilidades en objetos comunes.	1	2	3	4	5
26	Tengo acceso a la información necesaria emprender nuevos proyectos.	1	2	3	4	5
27	Puedo crear oportunidades y aprovecharlas.	1	2	3	4	5
28	Cuando se trabaja en grupos prefiero ser el líder.	1	2	3	4	5
29	He considerado seriamente iniciar mi propio negocio después de graduarme.					
30	Prefiero trabajar en situaciones que implican la participación de más personas.	1	2	3	4	5

Anexo 03: Carta de autorización por autoridad académica



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 4 de junio de 2021
Carta P. 0270-2021-UCV-VA-EPG-F01/J

Mg.
Augusto Francisco Javín Sánchez
Director de Facultad de Negocios
Universidad Privada del Norte

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a RAMOS CAVERO, MARIA JEANETT; identificada con DNI N° 10683974 y con código de matrícula N° 7002176845; estudiante del programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de DOCTORA, se encuentra desarrollando el trabajo de Investigación titulado:

Programa "INNOVASOCIAL" en el emprendimiento social en los estudiantes de Administración Bancaria de una universidad privada, Lima 2021

Con fines de investigación académica, solicito a su digna persona otorgar el permiso a nuestra estudiante, a fin de que pueda obtener información, en la institución que usted representa, que le permita desarrollar su trabajo de investigación. Nuestra estudiante investigador RAMOS CAVERO, MARIA JEANETT asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de haber finalizado el mismo con la asesoría de nuestros docentes.

Agradeciendo la gentileza de su atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



Dr. Carlos Ventura Orbegoso
Jefe
ESCUELA DE POSGRADO
UCV FILIAL LIMA
CAMPUS LIMA NORTE



Augusto Francisco Javín Sánchez
Director de Facultad de Negocios

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



Anexo 5: Programa “Innovasocial”

SECUENCIA DEL PROGRAMA “INNOVA SOCIAL”

Variable dependiente: Emprendimiento Social

D1 Rasgos Personales

Para Capella-Peris et al., (2020) considera que las características que predominan en un emprendedor son las que destacan en su comportamiento como el liderazgo, capacidad de alcanzar objetivos, resilientes, creativos entre otros las características personales, y tiene mayor probabilidad de ser un emprendedor social, no es que suene a discriminante, pero como indica, Gonzalez et al (2021) resalta los rasgos personales con el equilibrio en lo psicológico, ambos para garantizar el éxito en las organizaciones, asimismo, propone que la psicología en su proceso evolutivo tiene la capacidad de cambiar y desarrollarse (Brieger et al., 2020). En ese sentido, lograr esta igualdad permitirá desarrollar mejor este rasgo personal.

D2 Características Sociales

Capella-Peris et al., (2020), se refiere al emprendedor como aquel que puede ofrecer ayuda, trabajo cooperativo, lograr conciencia social, comprometido, coherente y orientado en atender temas públicos, es así, como demuestra su principal interés en los factores sociales. Para Sainz-Barajas et al., (2020) considera que estas características están asociadas a los actos y comportamiento en base a diversas situaciones, es decir, la capacidad de relacionarse con otros se basa en el nivel de importancia de algún hecho en particular.

D3 Características Innovadoras

Carlos Capella-Peris et al., (2020) sostiene que las características innovadoras tienen que ver con la capacidad de tener iniciativa, genera cambios y tiene visión para encontrar oportunidades, este concepto nace luego de un proceso cognitivo y tienden a ser colectivas, activas y se originan para beneficio de la sociedad (Chen-Quesada et al., 2020), todas estas características complementan y aclaran la importancia de desarrollar la competencia de emprendimiento social.

Variable independiente: Programa "INNOVA SOCIAL"

PROGRAMA INNOVASOCIAL	EMPRENDIMIENTO SOCIAL		
	RANQUEO PERSONALES	CARACTERÍSTICAS SOCIALES	CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS
ACTITUDINALES	Autoconocimiento	X	X
	Inteligencia emocional	X	X
	Liderazgo	X	X
	Toma de decisiones	X	X
	Resiliencia	X	X
INTERPERSONALES	X	Trabajo en equipo	X
	X	Habilidades gerenciales	X
	X	Estrategias de Negociación	X
	X	Comunicación efectiva	X
	X	Empresa social	X
TÉCNICAS	X	X	Planeamiento y gestión estratégica
	X	X	Economía circular
	X	X	Tecnología y la inteligencia artificial
	X	X	Design Thinking
	X	X	Canvas Social

Cronograma del Programa "Innovasocial"



SESIONES	FECHA	TIEMPO (MIN)	LUGAR	TEMAS	Capacitador
SESION 1	22.05.21	60	Blackboard	Autoconocimiento	Mg. Jeanett Ramos
SESION 2	22.05.21	60	Blackboard	Inteligencia emocional	Mg. Jeanett Ramos
SESION 3	29.05.21	60	Blackboard	Liderazgo	Mg. Jeanett Ramos
SESION 4	29.05.21	60	Blackboard	Toma de decisiones	Mg. Jeanett Ramos
SESION 5	05.06.21	60	Blackboard	Resiliencia	Mg. Jeanett Ramos
SESION 6	05.06.21	60	Blackboard	Trabajo en equipo	Mg. Jeanett Ramos
SESION 7	12.06.21	60	Blackboard	Habilidades gerenciales	Mg. Jeanett Ramos
SESION 8	12.06.21	60	Blackboard	Estrategias de Negociación	Mg. Jeanett Ramos
SESION 9	19.06.21	60	Blackboard	Comunicación efectiva	Mg. Jeanett Ramos
SESION 10	19.06.21	60	Blackboard	Planeamiento y gestión estratégica	Mg. Jeanett Ramos
SESION 11	26.06.21	60	Blackboard	Empresa social	Mg. Jeanett Ramos
SESION 12	26.06.21	60	Blackboard	Economía circular	Mg. Jeanett Ramos
SESION 13	02.07.21	60	Blackboard	Tecnología y la Inteligencia artificial	Mg. Jeanett Ramos
SESION 14	05.07.21	60	Blackboard	Design Thinking	Mg. Jeanett Ramos
SESION 15	05.07.21	60	Blackboard	Canvas Social	Mg. Jeanett Ramos
TOTAL DE HORAS		900			

MODULO

DIMENSIÓN 1: competencias actitudinales o personales

“Las competencias de tipo personal o actitudinales incluye en su modelo: la ~~creatividad~~, determinación, integridad, ~~tenacidad~~, equilibrio emocional y autocrítica. De las anteriores competencias existen dos en la que los diferentes autores siempre han estado de acuerdo: la creatividad y la determinación, características que no solo son reconocidas por los emprendedores sino también por las personas que están a su alrededor y que diríamos que son parte de los elementos por las que las personas se involucran en la idea o negocio que el emprendedor promueve” (Marulanda et al., 2009).

Para poder desarrollar la competencia de emprendimiento social, primero se han identificado las competencias claves que orientan al emprendimiento en sí; destacando principalmente las asociadas a la personalidad del individuo, sin embargo; se ha considerado también trabajar la inteligencia emocional, el liderazgo, toma de decisiones y resiliencia.

SESION 1

Autoconocimiento

(Boixadós et al., 2016) define el autoconocimiento como competencia profesional básica del trabajo social presenta las siguientes dimensiones:

Reflexión personal: permite tener una autopercepción de los aspectos intelectuales, emociones, valores éticos, capacidad de autonomía y deseos de autorrealización, a partir de la cual poder definir una identidad personal propia.

- Evaluación de la identidad personal en relación con el trabajo social, para poder identificar los aspectos que son congruentes con los valores y compromisos profesionales, sus potencialidades y/o aportes al trabajo social y las áreas en las que estos aspectos pueden influir negativamente en sus obligaciones profesionales y en la realización de una práctica profesional competente.
- Estrategias de desarrollo personal y profesional, que permitan el autocuidado y la autorrealización personal, así como la gestión de los impactos negativos en las obligaciones profesionales y en la realización de una práctica profesional competente.

De acuerdo con lo señalado por el autor, se ha considerado llevar a estos escenarios de descubrimiento de las emociones y sentimiento de cada estudiante, es necesario trabajar con herramientas que ayuden a los jóvenes a identificar sus fortalezas y debilidades; este ejercicio ayudará a poder enfrentar diversas situaciones que se le puedan presentar en lo personal, profesional y

familiar. En la medida, que reconozcan estos puntos podrán mejorar su desarrollo personal y profesional.



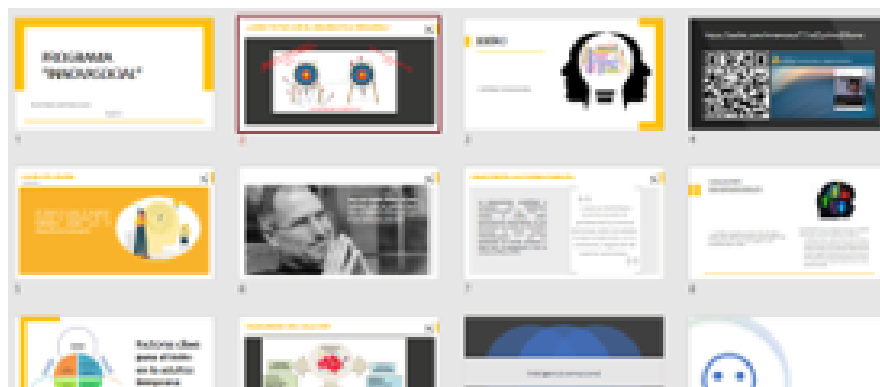
SESION 2

Inteligencia emocional

Complementando a la primera dimensión de inteligencia emocional se ha considerado trabajar concepciones sobre la inteligencia emocional, papel trascendente en la base del emprendimiento, puesto que se refleja en los emprendedores y tiene principal influencia en el perfil, actitud e intención emprendedora (Manosalvas, 2017). la inteligencia emocional permite desarrollar en el individuo el autocontrol y el manejo de emociones que pueda ayudar a llevar una armonía y empatía con los clientes internos y externos.

Para entender mejor en que consiste el desarrollo de la inteligencia emocional se socializaron videos de casos reales de como se presentan diversos conflictos que se pueden solucionar con el autocontrol y manejo de emociones. La competencia es un constructo con el que se califican comportamientos relacionados entre sí, siendo éstos los responsables directos de un resultado excelente en el desempeño del puesto de trabajo (Olaz & Ortiz, 2017) enfatiza en 3 grandes dimensiones de plena coincidencia con el espíritu emprendedor: conocimientos, capacidades y habilidades.

La competencia se define como el conjunto de rasgos, conductas y comportamientos y la relación que existe entre ellos y tiene principal efecto en el desempeño del puesto de trabajo, cabe resaltar, que esta competencia es evidente en el perfil de los emprendedores potenciales.



SESION 3

Liderazgo

Como siguiente dimensión el liderazgo tiene un rol importante como característica para comprender como éste se ha convertido en una de las principales cualidades que debe demostrar un emprendedor volviéndose referente y guía, además de lograr la capacidad poder lograr influencia en un grupo de personas con el fin de aumentar su desarrollo personal (Sainz-Barajas et al., 2020), es así, como el emprendedor puede hacer que su equipo de trabajo comparta ideales y esto permitirles alcanzar sus propias metas.

"Un buen liderazgo en las organizaciones, se deben implementar modelos acordes con la complejidad de las organizaciones y sus agentes internos, centrandlo el liderazgo en la adaptación más que en el control y la autoridad; es decir, el liderazgo se concibe como un fenómeno interactivo que emerge de las relaciones social" (Fontalvo & Cienfuegos, 2020)

Para ejercer el emprendimiento una cualidad importante es el liderazgo, Es la cualidad excepcional que tiene una persona para influir sobre otros individuos y/o grupos, a quienes dirigen y lograr que ellos desarrollen de manera paralela un rendimiento superior y un crecimiento personal.



SESIÓN 4

Toma de decisiones

"Las decisiones académico-profesionales no se toman en el vacío. Para construir un proyecto profesional las personas deben analizar sus valores, capacidades, habilidades y competencias. La construcción del proyecto de vida se inicia a lo largo de la etapa de secundaria y ha de ser revisado constantemente. El alumnado ha de formarse para: 1) precisar su proyecto vital y concretar sus metas; 2) reconocer y evaluar los recursos de los que dispone y necesita; 3) determinar prioridades y escoger objetivos; 4) equilibrar los recursos para conseguir metas múltiples; 5) aprender de acciones pasadas y proyectar las futuras; 6) hacer un seguimiento de cómo progresan sus proyectos; 7) realizar los ajustes necesarios en el proyecto vital"(Santana-Vega et al., 2019)

En este apartado, se destaca la toma de decisiones que deben considerar los emprendedores, seguir secuencialmente el proceso ayuda a evitar errores; primordial es la proyección, manejo de recursos, pero sobre todo poder monitorear hasta alcanzar los objetivos.



SESIÓN 5

Resiliencia y el éxito de los emprendimientos.

"La resiliencia se considera como un constructo social, adoptado en situaciones adversas y otros sujetos potencialmente resilientes adquieren por un andamiaje cognitivo y de adopción consciente o inconsciente, aunque el constructo también se ha establecido como la característica psicológica apremiante en momentos de desesperación y frustración. No obstante, hallazgos más comunes sugieren que la interrelación social como las formas de afrontamiento y su desarrollo proactivo se impliquen en el estudio de su desarrollo o logro humano" (Holguín Álvarez & Rodríguez Castillo, 2020)

Otro punto importante que deben considerar los emprendedores es la capacidad de hacer frente a las adversidades, las personas que asumen el riesgo de iniciar un nuevo modelo de negocio presentan diversas dificultades, desde las que están relacionadas con las propias características personales como las externas relacionadas a factores económicos entre otros. Uno de los puntos resaltantes es como la relación con otras personas ayudan a superar este tipo de situaciones complejas.



DIMENSION 2: Competencias interpersonales

Las competencias Interpersonales serían entonces: comunicación, implicación (conocida como carisma), delegación y respeto. De estas competencias consideramos que todas son claves para lograr el desarrollo de ideas y el compromiso de las personas, sin embargo, profundicemos en las competencias de Implicación y delegación. La primera es también conocida como carisma el cual implica involucrar a un grupo no importa que el proyecto sea individual. (Marulanda et al., 2009).

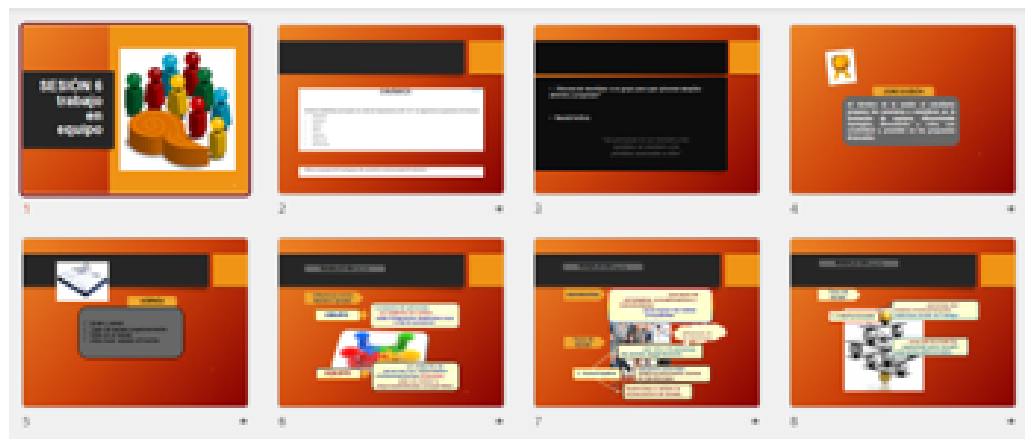
Basado en los conceptos de las competencias interpersonales y sociales que deben mejorar los estudiantes universitarios, se incluyó en el programa "innovasocial" el desarrollo de competencias como: trabajo en equipo, habilidades gerenciales, comunicación efectiva; además incluir estrategias para la negociación y resolución de conflictos y la planeación estratégica y gestión que involucra el trabajo participativo e integrativo.

SESIÓN 6

Trabajo en equipo

Dieste et al., (2019), definen a la competencia de trabajo en equipo como aquella que tiene la capacidad de organizar, gestionar; asimismo, se relaciona con la habilidad de poder liderar y relacionarse con otros, por lo tanto, el emprendedor social requiere de formarse en esta competencia por la interacción que implica con otros agentes. Para Soria-Barreto & Cleveland-Slimming, (2020) se considera además el conocimiento, eficacia de los equipos y conductas necesarias para un buen funcionamiento.

(Humphrey et al., 2010). Cannon-Bowers et al. (1995) señalan que el trabajo en equipo es una competencia que incluye el conocimiento, principios y conceptos de las tareas y del funcionamiento de un equipo eficaz, el conjunto de habilidades y comportamientos necesarios para realizar las tareas eficazmente, y las actitudes apropiadas por parte de cada miembro del equipo que promueven el funcionamiento del equipo eficaz.]



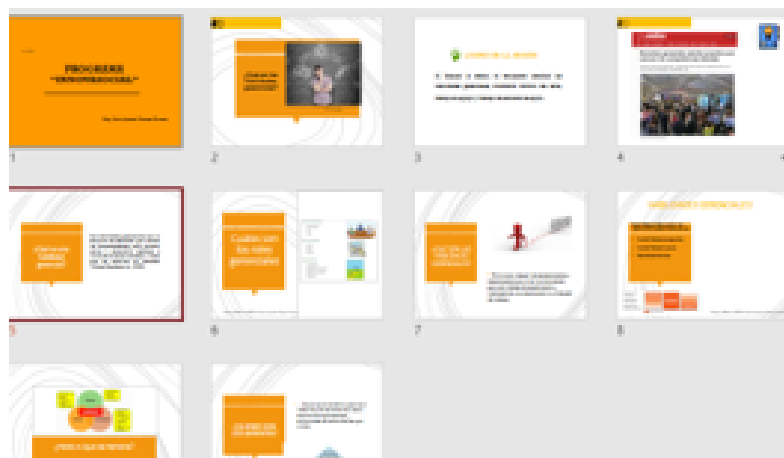
SESIÓN 7

Habilidades gerenciales

"Las habilidades gerenciales se convierten en una poderosa herramienta para un gerente en cualquier sector de la economía, destacando la comunicación, el manejo de conflictos, la toma de decisiones, la innovación y el liderazgo. El trabajo continuo en el mejoramiento de estas habilidades permite al gerente afrontar los desafíos que tiene un mercado tan competitivo e innovador"(Silva, 2021).

Con respecto a las habilidades gerenciales como siguiente dimensión se definen como un conjunto de destrezas que reúnen un emprendedor para planear, actuar y desarrollar acciones a través de diversos métodos y hacer que los objetivos se alcancen (Valles et al., 2020), incluso, las personas que desarrollan emprendimientos con carácter social destacan en estas principales aptitudes para hacer que sus iniciativas prosperen, debido a que les permite asumir roles con capacidad de decisión, buena comunicación y capaces de resolver conflictos en todo nivel.

Las habilidades gerenciales son importantes en el emprendedor, ya que se reconocen como el conjunto de destrezas para planificar, accionar y establecer estrategias con distintos métodos para alcanzar los objetivos, en este nuevo contexto los estudiantes deben reunir estas habilidades para destacar y ser más competitivos.



SESIÓN 8

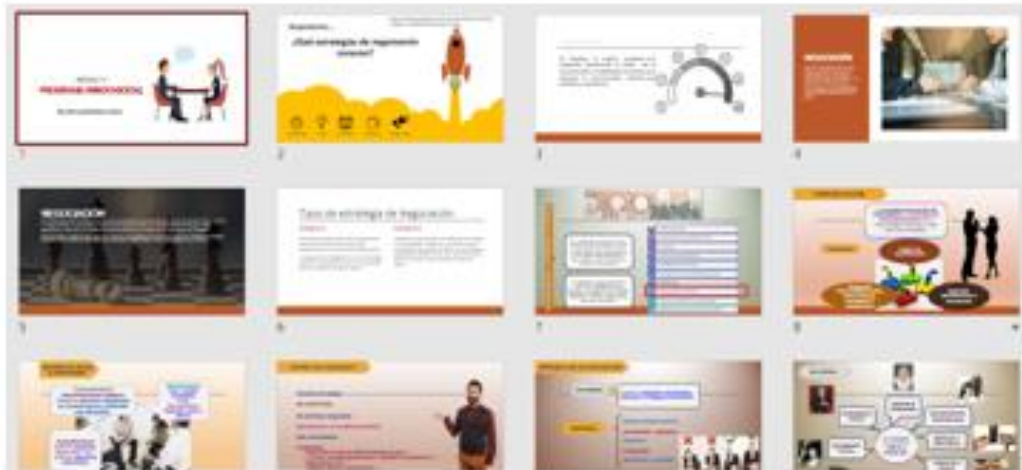
Estrategias de negociación

"El uso de las estrategias de negociación es desarrollada a través de las características personales del propio emprendedor, pues conlleva a contar un con la capacidad de resolver un conflicto de intereses o lograr un acuerdo a través de un proceso de ofrecer y recibir beneficios a través de una transacción" (López Lemus & De la Garza Carranza, 2019)

Las estrategias de negociación ayudan al emprendedor a poner en prácticas su competencia de emprendimiento, particularmente en el emprendimiento social, puesto que todo emprendedor debe predecir y moderar sus actitudes para lograr una comunicación asertiva y puedan responder con autoeficacia las oportunidades de contar con alianzas estratégicas que impulsen sus productos y servicios con su entorno.

"La resolución de problemas sociales busca genera valor que trata de reabsorber el capital convirtiendo las soluciones sociales en mercancías (en forma de servicios facturables, derechos, patentes, prototipos, ideas, etc.). En este sentido el emprendimiento social es un artefacto estratégico para legitimar la "privatización del interés público" (el emprendimiento se erige una creciente industria compuesta por consultores, espacios de coworking, eventos, cursos de formación y venta de servicios disputados por los distintos actores (actores financieros, administración pública, empresarios comerciales, etc.)(Silva, 2021)

Los emprendedores deben conocer los factores que pueden limitar o impulsar el emprendimiento social, entre ellos tenemos el factor social basado en los comportamientos de los futuros consumidores y el factor ambiental que se ha convertido en un componente fundamental para lograr la sostenibilidad.

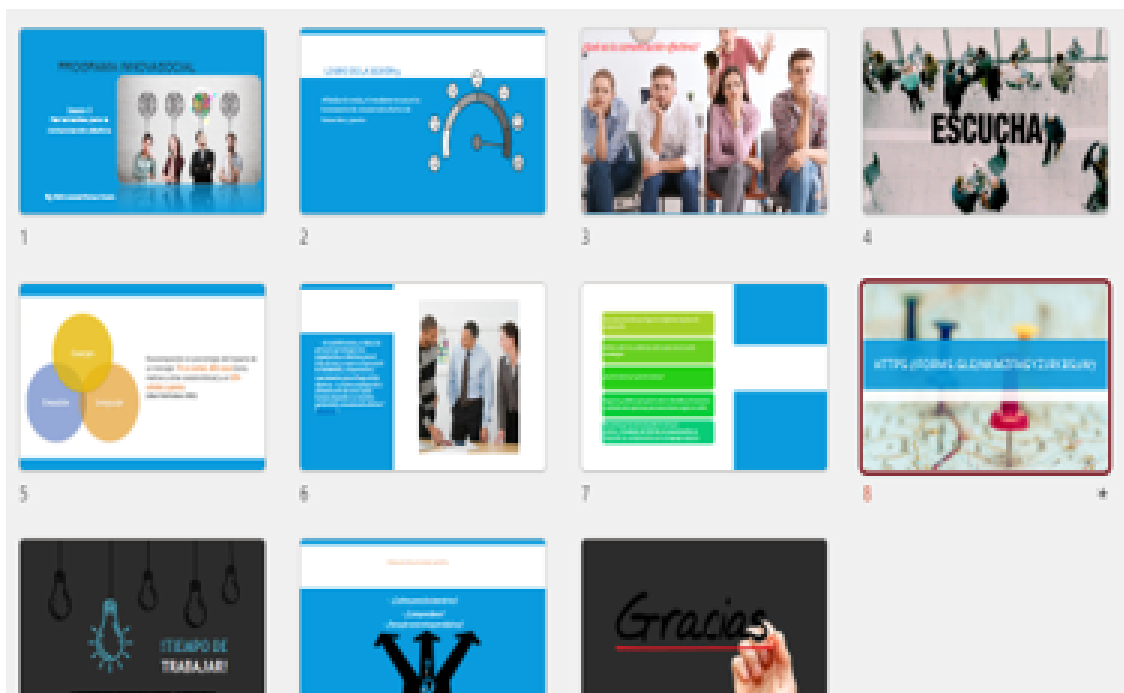


SESIÓN 9

Comunicación efectiva

Chirivella González et al., (2019) define a la comunicación efectiva como la capacidad de intercambiar ideas de forma convincente, con argumento riguroso ya sea de forma oral o escrita, en consecuencia, esta competencia es fundamental para los emprendedores, considerado el principal elemento para dar a conocer los bienes o servicios, implementar estrategias, ampliar mercado y hacer que sus bienes o servicios se difundan.

... el capital humano, es decir, las personas que integran una organización, es decisivo para el éxito de esta, ya que es el que posee las habilidades, competencias y conocimientos para el logro de los objetivos. "La buena organización y administración de este capital humano depende a su vez de la gestión de la comunicación efectiva" (Adler, 2005, p. 8).



SESIÓN 10

Taller de planeación y gestión estratégica

"La misión, visión, planes, objetivos, tiempo e indicadores son parte de una planificación estratégica y su finalidad es medir los resultados alcanzados. La planificación estratégica mejora el desempeño para quienes participan en su construcción ya que tienen menos probabilidades de fracasar o afectar a los negocios por desconocimientos técnicos" (Carrasco et al., 2018).

Los emprendedores, para poder establecer de forma consistente sus propósitos, deben dominar la planificación estratégica; puesto que, diseñar planes y acciones precisar en un tiempo determinado con el debido seguimiento nos garantiza el éxito de las organizaciones.



DIMENSION 3: Competencias técnicas

“Las últimas competencias del modelo son las de negocio que comprenden, La Gestión de Recursos, La Visión de Negocios, el Networking y la Negociación. El término más nuevo sería el de “Networking” que según el autor se refiere a desarrollar y mantener redes de contactos y relaciones claves con relación a la empresa y la industria. Otros autores han evaluado este concepto como “Capital Social” o Redes de Contactos (Hoang y Antoncic 2003; Osgen y Baron 2007; Shane y Cable 2002). En el mundo de hoy con la velocidad de los sistemas y comunicaciones consideramos de vital importancia esta habilidad para lograr identificar las oportunidades y compartir experiencias que disminuyan el sentimiento de incertidumbre ante proyectos nuevos a desarrollar” (Marulanda et al., 2009).

En este ultimo punto, se ha considerado incluir en el programa “innovasocial” el desarrollo de competencias técnicas, relacionadas más al campo de especialización en los negocios y de acuerdo con la literatura para mejorar las características innovadoras se requiere aplicar métodos y herramientas que permitan crear emprendimientos sociales y sostenibles.

Finalmente, en este apartado se han trabajado las competencias técnicas como: el valor de la empresa social, análisis de casos que aplican la economía circular, identificación de negocios que emplean tecnología y la inteligencia artificial, empleando la integración de dos métodos innovadores como son el design thinking y lienzo del modelo canvas social.

SESIÓN 11

Empresa social – Iniciativas emprendedores

"Las empresas sociales (y sus promotores) a menudo se definen a sí mismas como "la combinación de lo mejor de ambos mundos", lo que conduce a una problemática superposición entre la realidad empírica que se examina (empresas sociales) y los dispositivos teóricos pensados para su examen (organización híbrida). Las categorías académicas empiezan a carecer de la distancia necesaria con respecto a las autodescripciones de las instituciones. Así, muchos investigadores han dado por sentado de forma acrítica las definiciones políticas, la novedad y el crecimiento (léase existencia) de las empresas sociales (Pfeilstetter & Gómez-Carrasco, 2020)

Las empresas sociales son fundamentales porque logran impactar en la comunidad. Una de las principales características es la innovación, asimismo, las empresas sociales recuperan su inversión por la propuesta de valor social que generan.



SESIÓN 12

Economía circular

“El concepto de economía circular ha surgido para oponerse a este insostenible modelo económico lineal que propone un cambio de comportamiento en la forma de consumir y utilizar los recursos naturales y los residuos. En términos prácticos, la economía circular aboga por un cambio en la forma de diseñar y consumir productos, en el proceso de exploración de materias primas y residuos, y en el conflicto entre la sostenibilidad medioambiental y el crecimiento económico. Se trata, por tanto, de una solución que, al menos teóricamente, une el modelo sostenible con el ritmo tecnológico y comercial del mundo moderno, minimizando el impacto humano sobre el entorno” (Cosenza et al., 2020).

El modelo de economía circular motiva al crecimiento y desarrollo de las organizaciones, además de contribuir con el cuidado del medio ambiente, y existe una mayor tendencia de inversión para los nuevos modelos de negocio que se enfoquen en el cuidado del medio ambiente y solucionar los problemas sociales del entorno.



SESIÓN 13

Dimensión 13: tecnología e Inteligencia artificial.

Existen nuevas categorías de empleados que serán necesarias a medida que las empresas se adapten a la amplia difusión de la Inteligencia Artificial. Entre ellas figuran los instructores, que mejoran los algoritmos añadiendo matices a la toma de decisiones y la interpretación; los explicadores, que salvan la brecha técnica entre los sistemas de IA y los gerentes de las empresas; y, por último, los sustentadores, que se encargarán de la ética y la gestión continua del sistema (Chalmers et al. 2020).

"El avance experimentado por las tecnologías de la información y más concretamente Internet. Ante ello las empresas, tanto las pymes como las grandes corporaciones se han posicionado desarrollando su planes estratégicos de desarrollo digital" (Marí & Cervantes, 2020).

El empleo de las diversas herramientas tecnológicas en la formación profesional ha contribuido en tiempo y en la capacidad de respuesta de los emprendedores hacia sus clientes. Muchos emprendimientos sociales e innovadores han logrado posicionarse rápidamente como ha sido el caso de las ~~fintech~~.

Los nuevos emprendedores, emplean con mayor frecuencia las herramientas de la inteligencia artificial, gran parte de la generación ~~millennial~~ viene desarrollando nuevas oportunidades para emprender, disminuyendo los altos costos que implicaría la contratación de personal especializado, esto ha sido posible gracias a la accesibilidad de plataformas que permiten este conocimiento.

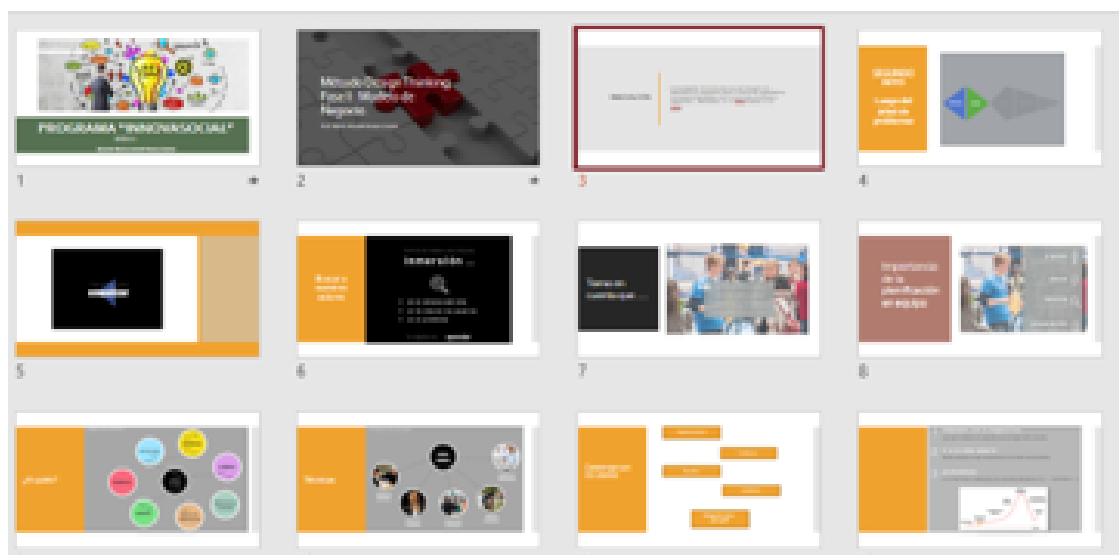


SESIÓN 14

Dimensión 14: Metodologías para innovación: Design Thinking – ODS

"El Design Thinking (DT) es un método de diseño para promover la innovación y el desarrollo y la aplicabilidad del DT en muchos ámbitos, como el empresarial. El DT se considera un sistema de tres espacios superpuestos, en el que la viabilidad se refiere a la perspectiva empresarial, deseabilidad refleja la perspectiva del usuario y la viabilidad abarca la perspectiva de la tecnología. La innovación aumenta cuando se abordan las tres perspectivas, la capacidad para resolver problemas más complejos" (Marcus, 2015).

Esta metodología es valiosa para poder identificar de forma más específica los problemas del entorno, de la mano de actores principales que ayudan a identificar los puntos ocultos a través de la empatía, luego de pasar todo un proceso de definición, empatía, ideación, prototipado y evaluación.



SESIÓN 15

Dimensión 15: Canvas Social

Giourka et al., (2019) define al Business Model Canvas herramienta expresada en un lienzo que desarrolla modelos de negocios en situaciones completas y permite reducir costos, mayores beneficios y minimiza riesgos; en este sentido es una herramienta que ayuda a comunicar eficazmente a los emprendedores y resulta una contribución a la teoría del negocio.

(Hoyos et al., 2021) la estrategia Model Social Canvas es una herramienta que permite a las personas emprendedoras a construir modelos de negocios sociales con el fin de generar dinero desde el ámbito social o ambiental, lo cual facilita la construcción, el orden y el análisis de las ideas y acciones que se llevarán a cabo en un proyecto con impacto social. Este modelo, está dividido en cuatro grandes secciones que contienen cuatro preguntas en relación con la idea de negocio: el ¿Cómo? que hace referencia a las estrategias y herramientas que serán utilizadas durante el proceso; el ¿Qué?, que hace alusión a la propuesta valor; ¿A quién? nos refiere a las personas o clientes a los cuales está dirigido el emprendimiento y, por último, ¿Cuánto? Esto nos da una aproximación del valor o costo de los recursos que deben ser empleados ejecución del proyecto.

