

Revista de Ciencias Sociales

50 *Años*
ANIVERSARIO

Competencias por emprendimiento social en universitarios en Chile: Efecto del entorno de educación en emprendimiento

Gálvez-Gamboa, Francisco A.*
Valenzuela-Keller, Andrés A.**
Mardones-Olave, Hugo***
Poveda-Esparza, Felipe****

Resumen

El emprendimiento social y la formación en este tipo de emprendimiento es un tema de interés producto de su impacto en la sociedad y las comunidades. El objetivo de este estudio es analizar el efecto que tiene el entorno para la educación en emprendimiento sobre la intención por emprendimiento social, mediado por las competencias de los estudiantes en los ámbitos personales, sociales y de innovación. Para ello, se administró una encuesta en una muestra de 371 estudiantes universitarios con la finalidad de medir las dimensiones de entorno universitario para la educación en emprendimiento, rasgos y competencias personales, sociales y de innovación, e intención por emprendimiento social. Para el procesamiento de los datos se utilizó el método de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) con bootstrap para validar los coeficientes de trayectoria. Los resultados muestran que existen efectos positivos del entorno universitario sobre las intenciones por emprendimiento social de los estudiantes. Ello sugiere como conclusión, que entornos favorables para el emprendimiento benefician las intenciones por emprendimiento social en los estudiantes. Por otra parte, los rasgos y competencias asociados a los ámbitos personal y social favorecen esta asociación positiva, no así los asociados a la innovación.

Palabras clave: Emprendimiento social; educación emprendedora; creación de empresas; formación empresarial; universitarios.

* Magíster en Economía. Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas en la Universidad Católica del Maule, Talca, Chile. E-mail: franziscogalvez@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1183-5375> Autor de correspondencia.

** Doctor en Administración y Gestión de Negocios. Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas en la Universidad Católica del Maule, Talca, Chile. E-mail: andresvalenzuelak@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3343-5791>

*** Licenciado en Ciencias de la Administración. Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas en la Universidad Católica del Maule, Talca, Chile. E-mail: hugo.mardones@alu.ucm.cl ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2160-9557>

**** Licenciado en Ciencias de la Administración. Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas en la Universidad Católica del Maule, Talca, Chile. E-mail: felipe.poveda@alu.ucm.cl ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0738-769X>

Social entrepreneurship competencies among university students in Chile: effect of entrepreneurship education environment

Abstract

Social entrepreneurship and training in this type of entrepreneurship is a topic of interest due to its impact on society and communities. The objective of this study is to analyze the effect that the environment for entrepreneurship education has on the intention for social entrepreneurship, mediated by the students' competencies in the personal, social and innovation fields. For this purpose, a survey was administered to a sample of 371 university students to measure the dimensions of university environment for entrepreneurship education, personal, social and innovation traits and competencies, and intention for social entrepreneurship. For data processing, the partial least squares method (PLS-SEM) with bootstrap was used to validate the path coefficients. The results show that there are positive effects of the university environment on students' intentions for social entrepreneurship. This suggests, as a conclusion, that favorable environments for entrepreneurship benefit social entrepreneurial intentions in students. On the other hand, the traits and competencies associated with the personal and social spheres favor this positive association, but not those associated with innovation.

Keywords: Social entrepreneurship; entrepreneurial education; business creation; business training; university students.

Introducción

El emprendimiento social ha ganado considerable relevancia dentro del ámbito académico, tanto que de acuerdo con los autores Mir y Alarifi (2021); y, Roslan et al. (2022), es esencial para la formación de nuevos emprendedores. No obstante, la mayoría de los estudios se centran en las intenciones por emprendimiento tradicional, no en alternativas como los sociales, por lo que significa un campo interesante de exploración con mayor profundidad. Ello considerando el papel que juegan este tipo de emprendimientos para el desarrollo económico y social de los entornos en los que impactan (Bazan et al., 2020; Calanchez et al., 2022).

Si bien todo emprendimiento tiene una función social, porque desde su concepción consideran satisfacer una necesidad, los emprendedores sociales no basan su gestión puramente en el beneficio económico, sino que buscan crear valor social y soluciones sostenibles para problemas sociales (Barberá-

Tomás et al., 2019). De acuerdo con Hockerts (2017), la importancia de comprender los determinantes de la intención por emprendimiento social es crucial para los formuladores de políticas y los educadores que buscan impulsar este tipo de emprendimientos. En este sentido, autores como Sáenz y López, (2015); y, Bel, Lejarriaga y Martín (2023), concluyen sobre la importancia de las competencias que son necesarias de desarrollar en este tipo de emprendimiento en los estudiantes y la formación de ecosistemas de emprendimiento social en las universidades.

Este trabajo tiene por objetivo analizar el efecto que tiene el entorno para la educación en emprendimiento sobre la intención por emprendimiento social, mediado por las competencias personales, sociales y de innovación. Para ello, se aplicó una encuesta en una muestra de 371 estudiantes universitarios y se procesaron los datos empleando el método de ecuaciones estructurales a través de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM, por si sigla en inglés). Los resultados muestran

que las competencias y rasgos asociados a las dimensiones personales y sociales median la relación entre educación e intención de emprendimiento social; mientras que las asociadas al ámbito de innovación no muestran efectos significativos.

1. Fundamentación teórica

De acuerdo con Naveed et al. (2021), el emprendimiento social puede ser definido como aquellos emprendimientos que ayudan en la solución de problemas sociales. En este contexto, uno de los primeros trabajos en esta temática desarrollado por Mair y Martí (2006), utilizando las teorías de intención emprendedora de Krueger y Brazeal (1994), y comportamiento planificado de Ajzen (1991), identificaron los predictores de la intención de emprendimiento social. Así, se ha avanzado en analizar si existen diferencias entre las intenciones por emprendimiento tradicional y social. Por ejemplo, Santos et al. (2021) mostraron que ambas intenciones comparten similitudes como la disposición hacia el emprendimiento y la orientación social.

Los estudios del área han mostrado que la intención emprendedora social depende de varios factores, por ejemplo, los asociados a cuestiones individuales, contextuales y organizativos, así como la formación de capital cultural, social, simbólico o económico de los individuos (Karatas-Ozkan et al., 2023; De Sousa-Filho y Almeida, 2023). En el ámbito individual, algunos trabajos como los de García-González y Ramírez-Montoya (2021); y, Younis et al. (2021), destacan los rasgos personales y de personalidad y su relación con las intenciones por este tipo de emprendimiento.

Los estudios como el desarrollado por Zhang et al. (2021), concluyen que variables como la autoeficacia, perseverancia o proactividad son moderadores de la intención por emprendimiento social. Por otra parte, se ha asociado a este tipo de emprendimiento con variables como la empatía, la autoeficacia y el apoyo social (Rambe y Ndfirepi, 2021).

En el contexto universitario, estudios como los planteados por Rambe y Ndfirepi (2021); y, Hossain, Arefin y Yukongdi (2021), han mostrado que, las intenciones por emprendimiento social en estudiantes dependen de variables como la empatía, la autoeficacia y el apoyo social. Desde el ámbito contextual, estudios como el realizado Chafloque-Cespedes et al. (2021), analizaron que las variables sociodemográficas que influyen en la capacidad de crear empresas sociales se relacionan con la situación laboral, las normas culturales y el género. Este trabajo de investigación se enfoca en estudiar las competencias asociadas a los ámbitos personales, sociales y de innovación, sobre las intenciones por emprendimiento social.

Desde el ámbito organizativo, algunos estudios como el desarrollado por Rakicevic et al. (2023), sugieren la importancia percibida por el emprendimiento social como un determinante clave en las motivaciones e intenciones por este tipo de emprendimiento. Lo anterior, justifica la relevancia del desarrollo de programas en esta línea en el ámbito público y las universidades, enfocándose este trabajo en analizar cómo el entorno para el emprendimiento en las instituciones afecta a las intenciones por emprendimiento social.

En tal sentido, se puede evidenciar que trabajos como el de García-González y Ramírez-Montoya (2023) relacionan el problema directamente a la educación porque se considera una competencia necesaria y posible de desarrollar en la educación superior.

Al respecto, trabajos como el planteado por Trivedi (2016), argumentan que un plan de estudios adecuado puede impactar positivamente en las intenciones por emprendimiento social de los estudiantes. Por consiguiente, el empleo de planes sobre emprendimiento social puede inculcar en los estudiantes mayores intenciones por encontrar soluciones a problemas sociales (Smith y Woodworth, 2012). En relación con eso, autores como Bodolica, Spraggon y Badi (2021), han mostrado que las actividades curriculares asociadas a emprendimiento social promueven habilidades sobre este tipo

de emprendimientos en el estudiantado.

De igual manera, estudios empíricos en esta temática han evaluado el impacto de programas en emprendimiento social, concluyendo que, impacta favorablemente en la formación de este tipo de iniciativas por parte de los estudiantes. Por ejemplo, Cantillo, Pedraza y Suarez (2021) han concluido que propuestas educativas que propician la iniciativa e innovación social y el valor compartido, suelen crear espíritu y cultura emprendedora en el estudiantado. No obstante, es interesante reconocer que algunos trabajos como el de Cruz-Sandoval, Vázquez-Parra y Alonso-Galicia (2022), han mostrado que aquellas competencias de innovación muestran menores niveles de desarrollo por parte del estudiantado, por lo que su efecto sigue estando poco claro.

En consecuencia, toda la evidencia empírica indica que existe una relación positiva entre la educación, práctica y las intenciones por emprendimiento social en el contexto de la formación universitaria. Este trabajo profundiza específicamente sobre cómo la educación y el entorno para el emprendimiento afectan a las intenciones de emprendimiento social del estudiantado, mediado por sus rasgos y competencias personales, sociales y de innovación. Lo anterior, se considera una contribución relevante desde el punto de vista de la educación en emprendimiento y la

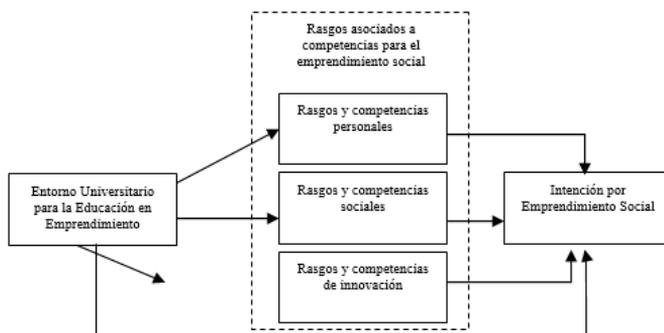
generación de planes formativos en materia de este tipo de iniciativas que resuelvan problemas sociales.

2. Metodología

2.1. Diseño de la investigación

El diseño metodológico de este trabajo es del tipo cuantitativo, no experimental y de corte transversal. El objetivo principal de la investigación fue analizar el efecto que tiene el entorno para la educación en emprendimiento sobre la intención por emprendimiento social, mediado por las competencias de los estudiantes, asociadas a competencias personales, sociales y de innovación. La hipótesis principal del trabajo sugiere que el entorno para la educación en emprendimiento tiene un efecto positivo y significativo sobre las intenciones por emprendimiento social de los estudiantes.

En el marco del estudio, se utilizaron datos de fuente primaria a través de la aplicación de una encuesta en estudiantes universitarios de una universidad del centro sur de Chile. Las hipótesis planteadas en la Figura I, se testean a través de un análisis de coeficientes de trayectoria a través de ecuaciones estructurales y el método de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Figura I: Relaciones propuestas a partir del marco teórico

2.1. Participantes y muestra

La muestra de participantes proviene de un muestreo no probabilístico por conveniencia, y se encuentra constituida por 371 estudiantes universitarios del área de

Administración y Economía con edades entre 20 y 40 años ($M = 25,33$; $DE=2,21$). En la Tabla 1, se muestra el perfil y características sociodemográficas de la muestra. En ella, un 46,36% son mujeres; mientras que un 53,63% son hombres con edad promedio de 25 años.

Tabla 1
Perfil de la muestra

Variable sociodemográfica	Categoría (N)	Valores
Edad	Edad (años promedio)	25,33
Género	Mujer (114)	46,36%
	Hombre (172)	53,63%
He cursado asignaturas de emprendimiento en la universidad (obligatoria)	Si (339)	91,37%
	No (32)	8,63%
He cursado asignaturas de emprendimiento por motivación propia (optativa)	Si (104)	28,03%
	No (267)	71,97%
Tiene experiencias previas o prácticas con emprendedores	Si (71)	19,14%
	No (300)	80,86%

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Por el perfil de la muestra un 91,37% de los encuestados indicó que ha tenido cursos de emprendimiento obligatorio durante su formación. Además, un 28,03% ha cursado adicionalmente y de forma voluntaria actividades formativas sobre emprendimiento. Mientras que, un 19,14% ha tenido experiencias prácticas en emprendimiento, teniendo la oportunidad de aplicar en situaciones reales los conocimientos adquiridos en programas de formación en emprendimiento.

2.2. Instrumento de medición

El instrumento aplicado corresponde a una encuesta diseñada a partir de diferentes escalas validadas y un proceso de revisión por expertos. En una primera instancia se seleccionaron escalas para medir los constructos relevantes para el estudio, los que luego fueron traducidos y adaptados al contexto, y luego revisados por dos expertos del área de emprendimiento. La primera sección, la componen preguntas de caracterización

sobre el perfil de la muestra, tales como edad, género, educación y experiencia previa en emprendimiento.

La segunda sección, incorpora la medición sobre la intención por emprendimiento social utilizando las preguntas propuestas por Dickel y Eckardt (2021). Las preguntas son respondidas en escala *Likert*, donde cada participante responde indicando su nivel de acuerdo con la afirmación y se obtuvo adecuada consistencia interna ($\alpha = 0,76$). Las preguntas son: “Tengo la intención de crear una empresa social en los próximos 5-10 años; es decir, una empresa que se centre en el impacto social más que en la generación de beneficios económicos”; y “Si tuviera que elegir entre crear una empresa social centrada principalmente en el impacto social o crear una empresa orientada al beneficio”.

La tercera sección, está compuesta por una escala de evaluación de competencias, proemprendimiento social de Capella-Peris et al. (2020), y una escala de entorno universitario, proemprendimiento utilizada en trabajos del área (Soria-Barreto et al., 2017). La escala

de competencias para el emprendimiento social tiene 30 indicadores en escala *Likert* de grado de acuerdo distribuidos en tres dimensiones asociadas a: Rasgos personales, rasgos sociales y rasgos de innovadores. La escala aborda diferentes funciones que van desde la resiliencia, liderazgo, conciencia social, habilidad para crear ideas, iniciativa, habilidad para identificar oportunidad, entre otros. La escala de entorno universitario tiene 11 indicadores que recogen la percepción del estudiantado con respecto a la promoción del emprendimiento y la educación en emprendimiento en su casa de estudios.

Se sometieron ambas escalas a un análisis factorial confirmatorio para evaluar su estructura y constructo. Tanto la escala de competencias para el emprendimiento social

($\chi^2 = 403.08$, $gl = 374$, $p\text{-valor} = 0.144$; $\chi^2/gl = 1.08$; $RMSEA = 0.035$ [0.029 - 0.041]; $CFI = 0.988$; $TLI = 0.986$); y la escala de entorno universitario para la educación en emprendimiento ($\chi^2 = 84.44$, $gl = 44$, $p\text{-valor} < 0.001$; $\chi^2/gl = 1.92$; $RMSEA = 0.050$ [0.033 - 0.066]; $CFI = 0.980$; $TLI = 0.975$), muestran indicadores adecuados, lo que permite asegurar que existe un constructo válido para la medición de acuerdo a los valores de referencia planteados por Hair et al. (2014). La consistencia interna de las dimensiones y escalas fue evaluada a través de los indicadores α de Cronbach y w de MacDonald. Los resultados obtenidos arrojaron valores superiores a 0.70, lo que indica niveles apropiados de consistencia interna (ver Tabla 2).

Tabla 2
Dimensiones del instrumento

Dimensión	Descripción	Nro. de ítems	α	w
Rasgos y competencias personales (RCP)	Incorpora variables como la confianza, la motivación orientada a objetivos, la capacidad para asumir riesgos, la capacidad para aprender y la creatividad.	9	0.90	0.86
Rasgos y competencias sociales (RCS)	Incorpora variables como la solidaridad, la conciencia social, la convivencia y respeto, la resiliencia, el compromiso y la responsabilidad.	11	0.91	0.87
Rasgos y competencias de innovación (RCI)	Incorpora variables como el liderazgo, la iniciativa, la capacidad de cambio, y la habilidad de identificar oportunidades e iniciativas.	10	0.90	0.73
Entorno universitario para la educación en emprendimiento (EUEE)	Incorpora variables asociadas a la educación y los planes de estudio, la infraestructura y promoción del emprendimiento en la universidad.	11	0.92	0.89

Fuente: Elaboración propia, 2024.

2.3. Procedimiento de recogida y análisis de datos

Se aplicaron encuestas autoadministradas a través de un sistema en línea. Como filtro para la selección de participantes, se incluyó al comienzo de la encuesta una pregunta asociada a su condición como estudiante regular de un programa de pregrado del área de Economía y Administración. El levantamiento de datos se realizó en noviembre de 2022, siendo la

participación de los estudiantes voluntaria, anónima y exenta de pagos por su contribución.

Posterior a la aplicación del instrumento, se realizó un proceso de depuración de las bases de datos para identificar datos faltantes y respuestas incompletas, fundamentado para garantizar la calidad de los datos levantados. Finalmente, se realizó el procesamiento estadístico a través del *software Rstudio*. Para probar las hipótesis se empleó el método de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM)

propuesto por Hair et al. (2014). A través del modelo PLS-SEM, se estima las relaciones de reactivos y constructos, considerando las puntuaciones de los constructos latentes de acuerdo con el modelo teórico propuesto en la Figura I. De esta manera, es posible analizar los coeficientes de ruta que miden la relación entre constructos, en términos de efectos directos e indirectos.

En los resultados se muestran las comunalidades y cargas factoriales de los reactivos sobre cada variable latente, indicadores sobre confiabilidad, validez discriminante y convergente. Se estimó el modelo teórico (ver Figura I) en término de coeficientes de trayectoria y se evaluó la capacidad predictiva del modelo a través de los indicadores R2 y GoF. Para analizar la robustez de los resultados, se utilizó la técnica de *bootstrapping* basado en 5.000 muestras *bootstrap* las que son obtenidas utilizando un 80% de los individuos en cada repetición. Esto se realiza con la finalidad de analizar si los resultados no se desvían al

considerar diferentes re-muestreos a través de simulaciones de Monte Carlo y, por tanto, analizar la consistencia de someter el modelo a diferentes muestras dentro del conjunto de datos estudiados.

3. Resultados y discusión

En esta sección se exponen los resultados descriptivos y del modelo PLS-SEM. En la Tabla 3, se muestran los estadísticos descriptivos y las correlaciones bivariadas de las dimensiones consideradas en este estudio. En cuanto a las dimensiones, se aprecian correlaciones positivas y significativas en todos los casos. En el caso de la intención de emprendimiento social, se relaciona de manera positiva y significativamente con las dimensiones de entorno universitario para la educación en emprendimiento y con todos los rasgos asociados a competencias personales, sociales y de innovación.

Tabla 3
Descriptivos y correlaciones bivariadas por dimensiones

Dimensión	M	DE	1	2	3	4
1. Intención por emprendimiento social (IES)	12.078	2.157				
2. Rasgos y competencias personales (RCP)	45.674	6.653	0.664***			
3. Rasgos y competencias sociales (RCS)	37.973	5.057	0.643***	0.692***		
4. Rasgos y competencias de innovación (RCI)	46.275	5.943	0.667***	0.732***	0.891***	
5. Entorno universitario para la educación en emprendimiento (EUEE)	37.933	5.135	0.617***	0.715***	0.909***	0.897***

Nota: n.s. indica $p > 0.100$, * indica $p < 0.100$, ** indica $p < 0.050$ y *** indica $p < 0.010$.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Los resultados de validez obtenidos para el modelo de ecuaciones estructurales muestran que existe un buen nivel de validez discriminante (CR superior a 0.70) y convergente (AVE aproximado o superior a 0.50), de acuerdo con los valores

de referencia propuestos por Hair et al. (2014). Por otra parte, los valores de cargas factoriales y comunalidades se encuentran en rangos apropiados sobre 0.70 y 0.40, respectivamente, de acuerdo con los valores de referencia propuestos por el autor antes

mencionado. Ello ratifica que las variables latentes son diferentes entre sí y están bien definidas, capturan una cantidad significativa de la varianza de los constructos y los *items* en las escalas explican una varianza adecuada de sus constructos subyacentes incorporados en el presente estudio.

En cuanto a los resultados del modelo PLS-SEM ajustado, se aprecia que tiene un ajuste apropiado superior a 0.50 (índice Goodness of Fit o GoF = 0.531), lo que implica que hay concordancia entre datos observados y los valores estimados por el modelo estructural propuesto. Por otra parte, el coeficiente de determinación y capacidad predictiva para rasgos personales (RCP) fue $R^2 = 0.484$; rasgos sociales (RCS) fue $R^2 = 0.536$; y, rasgos de innovación (RCI) fue $R^2 = 0.559$ e intención por emprendimiento social (IES) fue $R^2 = 0.523$. Los resultados muestran un ajuste apropiado de las variables latentes al modelo propuesto, sugiriendo que el modelo propuesto captura adecuadamente tanto el entorno como los rasgos asociados a competencias personales, sociales y de innovación.

En las Tablas 4 y 5, se muestran los resultados para las trayectorias del PLS-SEM calculados en términos del coeficiente de ruta original para la estimación y el obtenido para el proceso de re-muestreo (*bootstrapping*). Los resultados arrojados muestran la magnitud y significancia para las relaciones establecidas en el modelo teórico de la Figura 1.

Los coeficientes de trayectoria original revelan la estimación puntual considerando la muestra de estudio; mientras que los coeficientes del re-muestreo son una medida de robustez para los coeficientes de ruta estimados, siendo obtenidos a través de las 5.000 simulaciones de Monte Carlo estimadas a partir del 80% de la muestra obtenida de manera aleatoria. Para cada coeficiente de ruta se muestra la prueba *t* que evalúa la significancia estadística de relación estudiada, lo que permite inferir si existen relaciones estadísticamente significativas entre los constructos de medición que son analizados en este estudio empírico.

En términos de efectos directos (ver Tabla 4), se analizan los coeficientes de trayectoria para las diferentes relaciones. Los resultados muestran que existe una relación directa positiva y significativa entre el entorno para la educación en emprendimiento y las intenciones por emprendimiento social de los estudiantes ($\beta=0.695$, $t=24.821$, $p<.001$). Por otra parte, el entorno para el emprendimiento afecta positiva y significativamente a los rasgos y competencias sociales ($\beta=0.747$, $t=33.955$, $p<0.001$), personales ($\beta=0.732$, $t=31.826$, $p<0.001$) y de innovación ($\beta=0.357$, $t=9.154$, $p<0.001$). Se puede evidenciar que el efecto menor se da específicamente con aquellas competencias relacionadas con la innovación.

Tabla 4
Coefficientes de trayectoria directos *bootstrapping*

Relaciones	Coefficiente original	Coefficiente <i>bootstrapping</i>	Error Estándar <i>bootstrapping</i>	t	Sig.
H1: EUEE à IES	0.696	0.695	0.028	24.821	***
H2: EUEE à RCP	0.732	0.732	0.023	31.826	***
H3: EUEE à RCS	0.748	0.747	0.022	33.955	***
H4: EUEE à RCI	0.358	0.357	0.039	9.154	***
H5: RCP à IES	0.149	0.150	0.064	2.344	***
H6: RCS à IES	0.238	0.239	0.065	3.677	***
H7: RCI à IES	0.042	0.042	0.069	0.609	n.s.

Nota: n.s. indica $p > 0.100$, * indica $p < 0.100$, ** indica $p < 0.050$ y *** indica $p < 0.010$.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Consiguientemente, los efectos directos de los rasgos de personalidad sobre la intención emprendedora social muestran que existen efectos positivos y significativos de las competencias sociales ($\beta=0.239$, $t=3.677$, $p<0.001$) y personales ($\beta=0.150$, $t=2.344$, $p<0.001$). Para este trabajo, no se evidencian resultados significativos de las competencias de innovación sobre la intención de emprendimiento social ($\beta=0.042$, $t=.609$, $p>0.100$).

En términos de efectos indirectos totales y desagregados (ver Tabla 5), es posible analizar el efecto de mediación de los rasgos de personalidad en la relación entre el entorno para

educación en emprendimiento y la intención por emprendimiento social. Los resultados muestran que a nivel global el entorno universitario produce un efecto positivo sobre las intenciones por emprendimiento social en los estudiantes, mediado por los rasgos y competencias personales, sociales y de innovación ($\beta=0.310$, $t=9.154$, $p<0.001$). Por otra parte, existe una relación positiva y significativa entre el entorno universitario para la educación en emprendimiento y la intención por emprendimiento social mediado por los rasgos y competencias personales ($\beta=0.104$, $t=2.311$, $p<0.001$).

Tabla 5
Coefficientes de trayectoria indirectos bootstrapping

Relaciones	Coefficiente original	Coefficiente bootstrapping	Error Estándar bootstrapping	t	Sig.
H8: EUEE à RCP à IES	0.104	0.104	0.045	2.311	***
H9: EUEE à RCS à IES	0.174	0.175	0.049	3.571	***
H10: EUEE à RCI à IES	0.031	0.031	0.052	0.596	n.s.

Nota: n.s. indica $p > 0.100$, * indica $p < 0.100$, ** indica $p < 0.050$ y *** indica $p < 0.010$.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Asimismo, es posible notar que existe una relación positiva y significativa entre el entorno universitario para la educación en emprendimiento sobre la intención por emprendimiento social, mediado por los rasgos y competencias sociales ($\beta=0.175$, $t=3.571$, $p<0.001$), siendo esta mayor a los rasgos personales. Finalmente, para el caso de los rasgos y competencias de innovación no se logra observar efectos significativos ($\beta=0.031$, $t=.596$, $p>0.100$), por lo que no existe un efecto de mediación entre estos rasgos entre el entorno universitario para la educación en emprendimiento y la intención de emprendimiento social.

La investigación se centró en analizar el efecto de la educación en emprendimiento sobre la intención por emprendimiento social, enfocándose en cómo esta relación es mediada por las competencias de los estudiantes en los

ámbitos personales, sociales y de innovación. Los resultados proporcionan evidencia empírica sobre la existencia de efectos positivos tanto del entorno universitario como de los rasgos y competencias sobre las intenciones de emprendimiento social. Por tanto, los hallazgos permiten comprender la importancia del entorno universitario proemprendimiento como un factor clave para fomentar la intención de emprendimiento social en los estudiantes.

En línea con las hipótesis planteadas, H1 mostró que existe un efecto positivo entre entorno universitario, proemprendimiento y el emprendimiento social. Esta situación había sido estudiada y respaldada también por autores como Trivedi (2016); y, Bazan et al. (2020), quienes revelan la importancia del entorno y la formación para el emprendimiento social en las universidades. De acuerdo

con los autores, este resultado explica que el entorno universitario podría impactar positivamente los niveles de motivación y a su vez ser un promotor de habilidades en los estudiantes que aumenten sus expectativas y competencias para emprender socialmente. Ello implica desde el punto de vista práctico que las universidades deberían considerar la promoción de estas competencias en los estudiantes, si están interesadas en desarrollar programas de emprendimiento social dentro de sus programas de formación.

Los resultados de este trabajo muestran que el entorno universitario para la educación en emprendimiento tiene efectos positivos sobre las competencias personales (H2), sociales (H3) y de innovación (H4). Esta situación es sumamente relevante, toda vez que, autores como Roslan et al. (2022); y Coelho y Marín-González (2022), han mostrado que las habilidades enseñadas en las universidades pueden utilizarse en resolver problemas sociales.

Desde el punto de vista práctico, este resultado enfatiza, por ejemplo, que las universidades podrían desarrollar estas iniciativas a través de estrategias de colaboración entre instituciones de educación superior y la comunidad, la implementación de programas de innovación social, entre otros. Así, los resultados empíricos de este trabajo ayudan a profundizar en la relevancia que tiene el entorno de emprendimiento de los centros educativos sobre el desarrollo de competencias que son importantes para el emprendimiento social.

Es posible notar también que, existen diferencias significativas de las competencias personales sobre la intención por emprendimiento social (H5). Este resultado es concordante con García-González y Ramírez-Montoya (2021); y, Younis et al. (2021), quienes mostraron que, rasgos personales como la positividad, empatía y autoeficacia impactan positivamente las intenciones por emprendimiento social de los individuos. Implicaría que, por ejemplo, las universidades podrían profundizar en promover estos rasgos de personalidad de forma transversal en los

programas de formación, si estas se interesan en promocionar el emprendimiento social en su estudio.

Para las competencias sociales sobre el emprendimiento social (H6), se ha encontrado un efecto positivo y significativo, coincidiendo con Tiwari, Bhat y Tikoria (2022), quienes muestran que, es relevante incorporar en las políticas y universidades ejes de formación sobre competencias sociales y motivaciones prosociales, dada su relevancia al explicar las intenciones por emprendimiento social de los individuos. Al igual que el caso anterior, se muestra que estas competencias afectan directamente la intención por emprendimiento social y, por tanto, las universidades que se encuentran interesadas en promover este tipo de emprendimiento deberían considerar el desarrollo de estas competencias de forma transversal en la formación de sus estudiantes.

En el caso de las competencias de innovación sobre el emprendimiento social (H7), no se encontraron efectos significativos. Esto puede deberse a que los tópicos principalmente trabajados en las actividades de innovación refieren a emprendimientos tradicionales y no sociales, tal como explican Ashour (2016); y, Hockerts (2017). Este resultado es similar también al presentado por trabajos como Cruz-Sandoval et al. (2022), que muestran que, las competencias por innovación evidencian un menor desarrollo en el estudiantado. Ello implicaría, la necesidad de profundizar en el efecto que puede tener esta competencia sobre el desarrollo de intención por emprendimiento social y su relación con los contenidos de estas actividades en las universidades.

Finalmente, se probó que el entorno universitario para la educación en emprendimiento influye en las intenciones por emprendimiento social, mediado por las competencias de los estudiantes. No obstante, solo se prueba este efecto para la mediación de competencias personales (H8) y sociales (H9), no así para los rasgos de innovación (H10). Esta situación es similar a la antes planteada considerando que el foco principal de los programas en emprendimiento a nivel nacional

se centra en la innovación tradicional, no así en otros ejes como los referidos a innovación social, solución de problemas sociales o con foco directo en la comunidad y otro tipo de emprendimiento no tradicional.

Este trabajo de investigación amplía la comprensión del campo al confirmar las conclusiones de Trivedi (2016); y, Bazan et al. (2020), pero también sugieren áreas donde se necesitan más estudios, como la integración de competencias de innovación en currículos de emprendimiento social.

Conclusiones

Existen dos conclusiones principales para este trabajo de investigación. Primero, el entorno para la educación en emprendimiento en los centros educativos favorece significativamente la intención por emprendimiento social en el estudiantado. Segundo, los rasgos de personalidad asociados a los ámbitos personal y social, favorecen significativamente la intención por emprendimiento social en los estudiantes y median de forma positiva y significativa la relación entre entorno para la educación en emprendimiento e intención por emprendimiento social. Esto no sucede para los rasgos y competencias asociados a la innovación. Esta investigación contribuye de manera relevante al campo de la educación en emprendimiento, y es útil para la creación de planes formativos que promuevan iniciativas orientadas a resolver problemas sociales.

En términos de implicancias, los resultados empíricos de este estudio muestran que las universidades a través del entorno universitario proemprendimiento pueden impactar en la formación de emprendedores sociales. Ello implica que las universidades consideren la existencia de programas de emprendimiento social, que incorporen temáticas y ejes transversales para promover la resolución de problemáticas sociales a través del emprendimiento. Así, desde el punto de vista práctico, este artículo contribuye presentando evidencia útil para

el diseño de programas dado que muestra un diagnóstico de las competencias y rasgos de personalidad y su relación con las intenciones por emprendimiento social.

Sumado a lo anterior, los resultados muestran que el foco del diseño de programas no debe ser únicamente el desarrollo de habilidades técnicas en emprendimiento. Este trabajo muestra que el entorno educativo favorable al emprendimiento es crucial para fomentar la intención de emprendimiento social, especialmente cuando se desarrollan competencias personales y sociales. Es por ello que, se considera importante que se incorpore en los planes formativos el desarrollo de las competencias, teniendo presente la interacción con el entorno, las comunidades y la industria. De esta forma, este artículo contribuye a la comprensión de la importancia que puede tener que los programas consideren un foco en la solución de problemas sociales, lo que podría promover la generación de programas enfocados en la realidad social y del territorio.

Estudios futuros podrían analizar con mayor profundidad los mecanismos subyacentes a través de los cuales el entorno universitario impacta en las intenciones por emprendimiento universitario mediado por los rasgos y competencias personales, sociales y de innovación. Por ejemplo, sería importante estudiar sobre los enfoques pedagógicos y modalidades de enseñanza y su efectividad en la formación sobre estas competencias. Por último, dado que los rasgos de innovación no tienen significancia estadística en el grupo estudiado, futuros trabajos deberían explorar cómo la innovación tradicional, empresarial y social puede mediar en la relación que existe con el entorno para el emprendimiento y las intenciones por emprendimiento social de los estudiantes.

Referencias bibliográficas

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*,

Licencia de Creative Commons

Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

- 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ashour, S. (2016). Social and business entrepreneurship as career options for university students in the United Arab Emirates: The drive-preparedness gap. *Cogent Education*, 3(1), 1234425. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2016.1234425>
- Barberá-Tomás, D., Castelló, I., De Bakker, F. G. A., y Zietsma, C. (2019). Energizing through visuals: How social entrepreneurs use emotion-symbolic work for social change. *Academy of Management Journal*, 62(6), 1789-1817. <https://doi.org/10.5465/amj.2017.1488>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., y Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 4. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Bel, P., Lejarriaga, G., y Martín, S. (2023). Nuevas fórmulas para promover el emprendimiento social universitario: Una aproximación a la Startups de estudiantes. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 144, e88654. <https://doi.org/10.5209/reve.88654>
- Bodolica, V., Spraggon, M., y Badi, H. (2021). Extracurricular activities and social entrepreneurial leadership of graduating youth in universities from the Middle East. *The International Journal of Management Education*, 19(2), 100489. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100489>
- Calanchez, Á., Ríos, M. A., Zevallos, R. L., y Silva, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(1), 275-287. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37691>
- Cantillo, N. C., Pedraza, C. J., y Suarez, H. (2021). Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad social de la Guajira en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 216-229. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35308>
- Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M., y 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>
- Chafloque-Céspedes, R., Alvarez-Risco, A., Robayo-Acuña, P.-V., Gamarra-Chavez, C.-A., Martínez-Toro, G.-M., y Vicente-Ramos, W. (2021). Effect of sociodemographic factors in entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention in university students of Latin American business schools. In P. Jones, N. Apostolopoulos y A. Kakouris (Eds.), *Universities and Entrepreneurship: Meeting the Educational and Social Challenges* (Contemporary Issues in Entrepreneurship Research, Vol. 11; pp. 151-165). Emerald Publishing Limited.
- Coelho, H., y Marín-González, F. (2022). Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de Paraguaná-Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(3), 413-429. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38484>
- Cruz-Sandoval, M., Vázquez-Parra, J. C., y Alonso-Galicia, P. E. (2022). Student perception of competencies and skills

- for social entrepreneurship in complex environments: An approach with Mexican university students. *Social Sciences*, 11(7), 314. <https://doi.org/10.3390/socsci11070314>
- De Sousa-Filho, J. M., y Almeida, F. (2023). Factors affecting social entrepreneurial intentions in a Portuguese higher education institution. *International Journal of Innovation Science*, 16(2), 265-285. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2022-0120>
- Dickel, P., y Eckardt, G. (2021). Who wants to be a social entrepreneur? The role of gender and sustainability orientation. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 196-218. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1704489>
- García-González, A., y Ramírez-Montoya, M. S. (2021). Social entrepreneurship education: Changemaker training at the university. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1236-1251. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0009>
- García-González, A., y Ramírez-Montoya, M. S. (2023). Social entrepreneurship competency in higher education: An analysis using mixed methods. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(1), 91-109. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1823872>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., y Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hossain, M. U., Arefin, M. S., y Yukongdi, V. (2021). Personality traits, social self-efficacy, social support, and social entrepreneurial intention: The moderating role of gender. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 119-139. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1936614>
- Karatas-Ozkan, M., Ibrahim, S., Ozbilgin, M., Fayolle, A., Manville, G., Nicolopoulou, K., Tatli, A., y Tunalioglu, M. (2023). Challenging the assumptions of social entrepreneurship education and repositioning it for the future: Wonders of cultural, social, symbolic and economic capitals. *Social Enterprise Journal*, 19(2), 98-122. <https://doi.org/10.1108/SEJ-02-2022-0018>
- Krueger, N. F., y Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- Mair, J., y Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Mir, S., y Alarifi, G. (2021). Social entrepreneurship education: A conceptual framework and review. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100533. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100533>
- Naveed, M., Zia, M. Q., Younis, S., y Shah, Z. A. (2021). Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: Role of social entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 39-50. <https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2020-0118>
- Rakicevic, Z., Njegic, K., Cogoljevic, M.,

- y Rakicevic, J. (2023). Mediated effect of entrepreneurial education on students' intention to engage in social entrepreneurial projects. *Sustainability*, 15(5), 4606. <https://doi.org/10.3390/su15054606>
- Rambe, P., y Ndofirepi, T. M. (2021). Explaining Social Entrepreneurial Intentions among College Students in Zimbabwe. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(2), 175-196. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1683878>
- Roslan, M. H. H., Hamid, S., Ijab, M. T., Yusop, F. D., y Norman, A. A. (2022). Social entrepreneurship in higher education: Challenges and opportunities. *Asia Pacific Journal of Education*, 42(3), 588-604. <https://doi.org/10.1080/02188791.2020.1859354>
- Sáenz, N., y López, A. L. (2015). Las competencias de emprendimiento social, COEMS: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 119, 159-182. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2015.n119.49066
- Santos, S. C., Nikou, S., Brännback, M., y Liguori, E. W. (2021). Are social and traditional entrepreneurial intentions really that different? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(7), 1891-1911. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2021-0072>
- Smith, I. H., y Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390-407. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0016>
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P., y Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior Exposure and Educational Environment towards Entrepreneurial Intention. *Journal of technology management & innovation*, 12(2), 45-58. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000200006>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., y Tikoria, J. (2022). Mediating Role of Prosocial Motivation in Predicting Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(1), 118-141. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1755993>
- Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811. <https://doi.org/10.1108/JSB-ED-10-2015-0149>
- Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., y Yuzhen, D. (2021). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*, 21(1), e2124. <https://doi.org/10.1002/pa.2124>
- Zhang, Y., Trusty, J., Goroshnikova, T., Kelly, L., Kwong, K. K., McGuire, S. J. J., Perusquia, J., Prabhu, V. P., Shen, M., y Tang, R. (2021). Millennial social entrepreneurial intent and social entrepreneurial self-efficacy: A comparative entrepreneurship study. *Social Enterprise Journal*, 17(1), 20-43. <https://doi.org/10.1108/SEJ-07-2020-0054>