

**EMPRENDEDURISMO SOCIAL EN ULACIT  
SU PERCEPCIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTADO**

**HENRY MAURICIO CASTRO ELIZONDO <sup>1</sup>**

**Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología**

**San José, Costa Rica**

**Junio, 2013**

**RESUMEN**

El emprendedurismo social es una corriente que, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo gran importancia ante las consecuencias generadas por el modelo económico imperante a nivel mundial. En este, por optimizar la rentabilidad económica de los negocios, se sacrifica o desatiende el bienestar social, lo que se refleja en millones de personas sumidas en pobreza extrema y sin posibilidades reales de mejorar su condición de vida. Además, hay un impacto negativo a nivel ambiental por acciones de grandes compañías, cuyos objetivos son estrictamente económicos. Las universidades constituyen un agente de cambio para redirigir criterios y filosofías que busquen un equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental. Muestra de ello lo constituye la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social (UNES), la cual fue creada en

---

<sup>1</sup> Licenciado en Contaduría Pública y Derecho, optando por la Maestría en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas. Email: hcastroelizondo@hotmail.com

agosto de 2011 para favorecer la promoción, difusión y sensibilización acerca de dicha temática en la región. Desde la perspectiva expuesta, el presente artículo busca responder cuál es la percepción de los estudiantes de ULACIT sobre la ejecución del emprendedurismo social en esta institución. Por lo tanto, se determina cómo perciben aquellos la posición de la Universidad en este ámbito, así como su frecuencia y las acciones concretas llevadas a cabo en el año 2012. En conclusión, cuál es la imagen de la Universidad como ejecutante del emprendedurismo social.

La recopilación de datos se llevó a cabo mediante una encuesta a todos los estudiantes, por medio de Internet, sobre la cual se hizo un corte, por conveniencia, en las primeras 100 respuestas. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transaccional y un alcance descriptivo.

**Lista de palabras claves:** Emprendedurismo social, emprendedor, Universidad, responsabilidad social, proyección social.

## **ABSTRAC**

The social entrepreneurship is a current which in recent decades has acquired great importance to the consequences generated by the economic model the world in which to optimize the profitability of the business is sacrificed or neglected social welfare, which reflected in millions of people living in extreme poverty and no real chance to improve their living conditions, as well as negative impacts on the

environment that also cause purely economic objectives. Universities are a change agent to redirect criteria and philosophies that seek a balance between economic, social and environmental, sample of this is the Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social (UNES), which was created in August 2011 to facilitate the promotion, dissemination and awareness about this issue in the region. From the perspective exposed, the next article is about a study that seeks to answer the question of what is the perception of students if it runs ULACIT of social entrepreneurship, for which they will determine how they perceive the position of the University in this area, the frequency and the concrete actions carried out in 2012 and the image of the University as a performer of social entrepreneurship.

The data collection was carried out by applying a survey to all students via the Internet, performing a cut for convenience in the first 100 that were answered. The research has a quantitative approach with a non-experimental descriptive transactional scope.

**List keyword:** Entrepreneurship, social, enterprising, university, social responsibility, social projection.

## INTRODUCCIÓN

El emprendedurismo social es un movimiento que va tomando más auge a nivel mundial, como consecuencia de los modelos económicos imperantes desde hace muchas décadas, orientados desmedidamente hacia la libertad de mercado. Este movimiento no solo estudia esta problemática, sino también la incapacidad de la clase política para dirigir recursos que permitan atender las demandas de la sociedad civil. Situación debida, en mucho, al grado de corrupción en que se encuentran sumidos muchos países. Lo anterior ha provocado que muchas personas sientan la necesidad imperiosa de tomar acción para mitigar los efectos de ambas macrovariables sobre los sectores más abandonados, excluidos y sumidos en la pobreza, así como también la forma, en que en muchos casos, se atenta contra el ambiente en aras de la producción. Es así como ha surgido una nueva categoría de empresario, que es el empresario social, motivado para lograr soluciones a los problemas apuntados y capaz de organizar e influir sobre un grupo de actores para llevar a cabo emprendedurismo social.

Kliksberg (2011) menciona que no se trata de buscar culpables del alto nivel de contaminación, así como de los conocidos efectos del capitalismo salvaje, demonizando, por lo tanto, las actividades productivas; sino más bien, de buscar un complemento entre Estado, mercado y sociedad civil, a fin de generar alianzas estratégicas entre estos sectores para lograr soluciones creativas a toda esta problemática. De hecho, la situación planteada refleja datos alarmantes como lo son: más de 1000 millones de hambrientos en el planeta, de los cuales,

por esta causa, murieron en el 2008, cinco millones de niños; un déficit de agua potable que afecta a 900 millones de individuos y un faltante en instalaciones sanitarias para atender a 2600 millones de personas; elevadas tasas de mortalidad infantil y materna que provocaron en el 2010, la muerte de 8.1 millones de niños por causas evitables; déficits en educación, cuya incidencia es enorme en muchos problemas, ya que se ha demostrado que aquella constituye la vía para que las clases más pobres logren aprovechar oportunidades con las cuales puedan mejorar su situación económica y, consecuentemente, su calidad de vida.

Así las cosas, uno de los pilares más sólidos para que una sociedad pueda generar cambios de orden estructural en sus modelos económicos y sociales, lo constituye la educación. Ello, por cuanto, es en este proceso de formación cuando se logra calar profundamente sobre la necesidad de un giro en cierto orden de actividades para redirigir las acciones a fin de obtener diferentes resultados.

Por tal motivo, es de suma importancia valorar si las instituciones de educación superior costarricenses, específicamente las Universidades, están ejecutando acciones en esta dirección; por ello, el presente trabajo se centra en evaluar, específicamente, la percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, en adelante ULACIT, en cuanto a lo que realiza esta en el campo del emprendedurismo social.

Sobre este tema, Kliksberg (2011) menciona que en los últimos años se ha planteado con fuerza en muchas instituciones de educación superior, que su tarea no puede limitarse a impartir formación y desarrollar investigación; sino que se deben ejecutar acciones puntuales de extensión hacia la sociedad y que la formación de los futuros graduados debe hacerse desde una perspectiva de responsabilidad social, que privilegie su compromiso de servicio con el país y el mundo.

Cabe mencionar la existencia de la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social, la cual fue creada en agosto de 2011, para favorecer la promoción, difusión y sensibilización acerca de dicha temática en la región. Su misión es promover, afianzar y compartir la cultura emprendedora para contribuir a la construcción de sociedades más justas y equitativas. Está integrada, al día de hoy, por más de 50 universidades de 16 países con más de 600 universidades y sociedades civiles como aliados estratégicos. Lo anterior demuestra que, efectivamente, el papel que deben desempeñar las Universidades en este campo se está materializando (UNES 2013).

Dado lo anterior, se plantea el siguiente cuestionamiento:

¿Perciben los estudiantes de ULACIT que esta Universidad lleva a cabo emprendedurismo social?

Con el fin de lograr dar respuesta a esta pregunta, se ha planteado como objetivo general determinar la percepción que tienen los estudiantes de ULACIT en cuanto a si la Universidad lleva a cabo emprendedurismo social; así mismo, se plantean como objetivos específicos: determinar la percepción que tienen sus estudiantes sobre la posición de la Universidad respecto al emprendedurismo social; establecer la frecuencia y las acciones concretas de emprendedurismo social llevadas a cabo por la Universidad, en el año 2012 según la percepción del estudiantado; y, finalmente, evaluar la percepción que posee la población estudiantil, respecto a su Alma Mater, en relación con la imagen de ella como ejecutante de emprendedurismo social.

Para alcanzar los objetivos propuestos se lleva a cabo una investigación con enfoque cuantitativo, con carácter no experimental, mediante la aplicación de una encuesta a todos los estudiantes de ULACIT, sin ningún criterio específico de selección o discriminación, por lo que abarca estudiantes de cualquier carrera y de los diferentes grados académicos; asimismo, se realiza un corte, por conveniencia, en las primeras 100 que fueron contestadas. Por el enfoque y alcance descriptivo de la investigación, no se generan resultados que se puedan inferir a nivel del total de la población, pero sí se pretende conseguir un diagnóstico sobre el cuestionamiento planteado, que pueda servir, eventualmente, como herramienta para que las autoridades académicas de la Universidad revisen lo realizado y planifiquen lo que se puede llevar a cabo en el tema del emprendedurismo social para, si es del caso, hacer un replanteamiento de sus objetivos en este campo.

## ASPECTOS TEÓRICOS

Para lograr una mejor comprensión del artículo, es importante plantear algunas definiciones y conceptos teóricos que vengan a servir como marco teórico del tema. Por esto, es obligado iniciar por lo que se entiende hoy en día por emprendedurismo social. En primera instancia se define el emprendedurismo y, posteriormente, se le incorpora el componente social. Rusque (2004) menciona que “al emprendedurismo se le considera como preparadigmático por cuanto a pesar de tener larga data, los estudiosos del tema no tienen claridad aún sobre las principales categorías y conceptos que se deben manejar para que adquieran una validez común”(p.243). A lo anterior, se brinda algunas definiciones para un mejor acercamiento al concepto.

Una definición general que se puede tomar como referencia, es la que se generó sobre emprendedurismo en la Universidad de Miami en Ohio (2013) como “el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”.

A su vez, Comeche (2004) define el concepto de emprendedor de la siguiente forma: “El emprendedor es visto como aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad” (p. 1058).



Como se puede apreciar en las definiciones supracitadas. Se está en presencia de dos elementos: 1- el proceso (emprendedurismo) y 2-el ejecutivo (emprendedor). Sin embargo, para los efectos del tema, se debe agregar un tercer elemento, el social, lo que inevitablemente lleva a redefinir el concepto completo de emprendedurismo social.

En este sentido, se puede partir de la denominación que brindan Laville y Nyssens (2001) cuando señalan que emprendedurismo social es la nueva economía social o solidaria. Se puede afirmar que desde el siglo XIX, cuando se llevó a cabo la Revolución Industrial, ya se dieron algunas manifestaciones de emprendimiento social, como por ejemplo, las cooperativas de consumidores y usuarios así como las cooperativas obreras; sin embargo, en las últimas décadas es que se puede observar un movimiento mucho más organizado y dirigido hacia este objetivo.

Además, es de suma importancia que se identifique el componente social, constituido por el compromiso de generar un impacto en la sociedad, por parte del emprendedor. De hecho, ello constituye una relevante contribución a los grupos con los que se trabaja. Existen algunas divergencias en cuanto a si un emprendedor social puede buscar fines económicos y ser catalogado como tal; o si estrictamente sus objetivos deben ser sociales; sin embargo, esto no es tan relevante si se brinda, materialmente, una contribución al bienestar de la sociedad. Por consiguiente, es totalmente válido que se dé un equilibrio entre ambos enfoques y que una empresa que busca lucrar, también lleve a cabo emprendedurismo social.

Es así, como este enfoque socioeconómico contempla la responsabilidad social corporativa, la protección del ambiente y la cooperación para el desarrollo, por lo que se concilian los intereses meramente económicos con los fines sociales y humanísticos. En este sentido, De Pablo (2005), en el V Seminario sobre creación de empresas y entorno de la Universidad Autónoma de Madrid, brinda una definición precisa de emprendedurismo social:

El emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

El emprendedurismo social puede ser llevado a cabo de formas diferentes: por organizaciones no lucrativas como fundaciones o también por cooperativas sociales: ambos grupos reúnen una serie de características dentro de las que destacan su condición de empresas de interés general por su finalidad de servicio a la colectividad y la existencia de estructuras con múltiples participantes como lo son usuarios, voluntarios y trabajadores (Laville y Nyssens, 2001).

Para Osberg y Martín (citados por Kliksberg, (2011)), los emprendedores sociales presentan tres componentes:

- Identifican un equilibrio injusto que causa la exclusión, marginación, o sufrimiento de segmentos del género humano, que no tienen los medios o el peso político para alcanzar por si solos transformaciones en la situación.
- Identifican una oportunidad de cambiar ese status quo injusto, creando valor social, y traen para ello inspiración, creatividad, acción directa, coraje y fortaleza. Están desafiando el orden de las cosas existentes, estable pero injusto.
- Generan un nuevo equilibrio estable, que libera el potencial o alivia el sufrimiento del grupo relegado, asegurándole un mejor futuro y contribuyendo a la sociedad en general (p.50).

Según Curto (2012), se pueden identificar cuatro tipos de empresas sociales:

1. ONG tradicional: el objetivo social/medioambiental es el único o principal y tiene el estatus de organización sin ánimo de lucro.
2. Empresa social sin ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental es el único o principal; tiene estatus de organización sin ánimo de lucro y es innovadora en su(s) proyecto(s).
3. Empresa social híbrida: el objetivo social/medioambiental es el único u ocupa una posición muy importante y existe una estrategia de generación de

ingresos que está «integrada» o es «complementaria» a la misión de la organización.

4. Empresa social con ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental ocupa una posición importante pero no tiene por qué ser el único y existe una estrategia clara de generación de ingresos (p. 15).

Ahora bien, para que el emprendedurismo social pueda alcanzar sus objetivos es necesario, según Elkington y Hartigan (citados por Kliksberg, B (2011)):

- Primero. Crear legitimidad para sus ideas y enfoques.
- Segundo. Encontrar las vías para ganar acceso a líderes políticos empresariales, y del pensamiento que estén dispuestos a asociarse a enfoques innovativos, y después utilizar esas conexiones para ampliar la implementación de sus programas.
- Tercero. Trabajar en como atraer suficiente capital, para desarrollar, testar, refinar, aplicar y escalar sus iniciativas (p. 59).

Dees, Emerson y Economy, (citados por Kliksberg, B (2011)) en este mismo sentido, mencionan:

- Adoptar como misión crear y sostener valor social.
- Reconocer y perseguir perseverantemente nuevas oportunidades para servir esa misión.

- Comprometerse a un proceso de continua innovación, adaptación, y aprendizaje.
- Actuar sin sentirse limitados por los recursos con que actualmente cuentan.
- Exhibir un fuerte sentido de rendición de cuentas a aquellos a quienes sirven, y por los resultados que producen (p.58).

Como lo mencionan los últimos autores citados, es fundamental para cualquier organización, sea esta del tipo que sea, tener definida su misión; pero más allá de esto, el punto de partida debe ser aún más amplio desde la visión, ya que de esta se puede extraer, no solo, cuál es su filosofía para su desempeño e incluso su postura ante los grandes retos a los que se enfrenta la humanidad hoy en día; sino que además se va a constituir en el punto de referencia sobre el que se llevarán a cabo todas las operaciones. Una definición de visión así como sus características se señalan a continuación:

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

Una buena visión de empresa, debe partir de los siguientes cuestionamientos: ¿cuál es la imagen futura que queremos proyectar de nuestra empresa?, ¿cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?, ¿hacia

dónde nos dirigimos?, ¿hacia dónde queremos llegar? Además debe tener las siguientes características:

- Debe ser positiva, atractiva, alentadora e inspiradora, debe promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- Debe estar alineada y ser coherente con los valores, principios y la cultura de la empresa.
- Debe ser clara y comprensible para todos, debe ser entendible y fácil de seguir.
- No debe ser fácil de alcanzar, pero tampoco imposible.
- Debe ser retadora.
- Debe ser ambiciosa, pero factible.
- Debe ser realista, debe ser una aspiración posible, teniendo en cuenta el entorno, los recursos de la empresa y sus reales posibilidades. (Crece Negocios, 2011).

En lo que respecta a la misión de la organización, Lamb, Hair y McDaniel (2013) mencionan lo siguiente:

La declaración de la misión se basa en un análisis detallado de los beneficios buscados por los clientes actuales y potenciales, así como las condiciones existentes y anticipadas del entorno. La declaración de la misión de una empresa contiene los límites para todos los objetivos, decisiones y estrategias subsecuentes (p.37).

Por otra parte Gitman y McDaniel (2009) establecen:

La misión es un documento formal que describe la razón de ser de una empresa. En todas las compañías los planes y las metas, tanto del nivel táctico como del operativo, deben respaldar claramente el enunciado de la misión de esa compañía (p.229).

Para Schmidheiny (citado por Kliksberg, B (2011)) un emprendedor social modelo reúne lo siguiente: “Visión y misión clara, trabajador duro, especial habilidad para administrar eficientemente el capital, los recursos, y la tecnología disponible. Es capaz de persuadir a otros, de adoptar su visión, o trabajar por las mismas metas” (p.65).

## **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Para alcanzar los objetivos propuestos, se llevará a cabo la presente investigación con un enfoque cuantitativo. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que una investigación con enfoque cuantitativo parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. Posteriormente a las preguntas, se establecen hipótesis y determinadas variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas y

se establece una serie de conclusiones respecto de la (s) hipótesis. En el caso de esta investigación, no se establece una hipótesis sino que se plantea un problema de investigación.

En cuanto al alcance, se tiene que es descriptiva, ya que concuerda con la opinión de Hernández et al., (2010), quienes señalan lo siguiente:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas (p.80).

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, transversal. En este sentido, es consecuente con lo que señalan los autores citados cuando se refieren a tales trabajos como aquellos que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos; se recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único; de ahí el término transversal.

Para la aplicación de la encuesta no se definió una muestra, sino que se utilizó la plataforma tecnológica de la Universidad para enviarla masivamente a todos los estudiantes con status de activo (todas las carreras y todos los grados



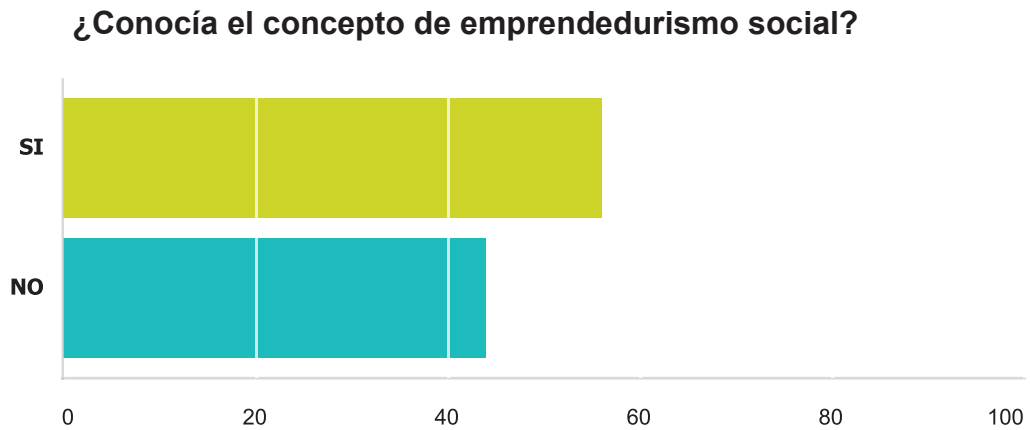
académicos); estos la contestaron por medio de la herramienta surveymonkey.com. El procedimiento descrito se considera probabilístico, por cuanto se aplicó al total de la población, sin embargo se realizó un corte, por conveniencia, una vez recibidas las primeras 100 respuestas, que constituyen la base para el análisis de los resultados, por lo que éstos no se pueden inferir a toda la población, pero se considera que constituyen una base razonable para las conclusiones obtenidas.

Para efectos de la recolección de datos se empleó como instrumento el cuestionario, que constituye la forma de recolección de datos más utilizada. Se autoadministró, pues se proporcionó directamente a los participantes, quienes fueron los que respondieron. Además, es de suma importancia que el instrumento que se va aplicar, en este caso, cuente con dos atributos fundamentales como lo son: confiabilidad y validez. Para Hernández et al., (2010), la confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes, mientras que la validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

## **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Una vez aplicada la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

FIGURA 1

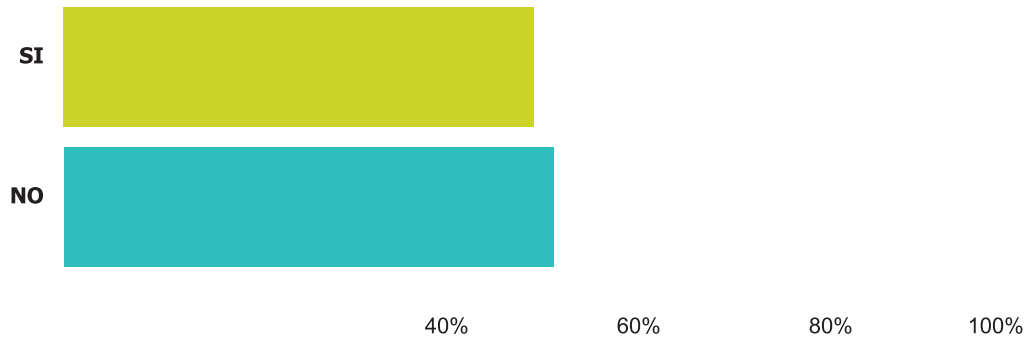


Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.

Como primer punto se les consultó a los estudiantes si conocían el concepto de emprendedurismo social (cabe señalar que el concepto se expuso en el encabezado de la encuesta); ante la interrogante, el 56% contestó afirmativamente contra el 44% que lo hizo de forma negativa. Se considera que, sobre todo por lo nuevo del concepto y de su aplicación, existe un buen grado de conocimiento sobre él; sin embargo, quienes contestaron negativamente constituyen un porcentaje importante, por lo que se debería tomar alguna acción informativa, sobre todo pensando en la integración en proyectos tanto a nivel individual como universitarios.

FIGURA 2

**¿En su inducción a la Universidad, le expusieron la visión y misión de ULACIT?**



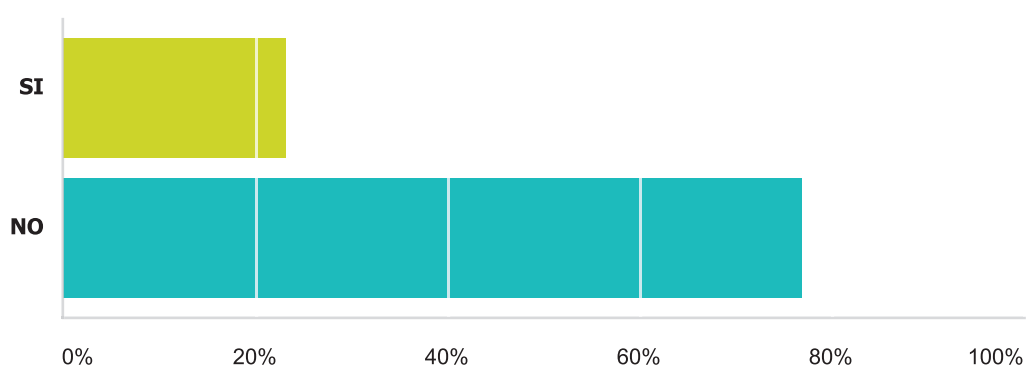
**Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.**

Al analizar el resultado sobre esta pregunta, llama la atención que la respuesta haya arrojado resultados porcentuales tan similares, pues se trata de una misma población estudiantil que debe escoger entre dos alternativas excluyentes. Es así como el 51% de los estudiantes respondieron que en su inducción a la Universidad no les expusieron la visión y la misión de ULACIT, mientras que el 49% contesta afirmativamente. El anterior resultado plantea la necesidad de profundizar un poco más en las causas de por qué se encuentra tan equiparada la respuesta, lo cual puede ser consecuencia de falta de atención por parte de los encargados de realizarla o por los mismos estudiantes que no pusieron la debida atención al recibirla. El aspecto de mayor relevancia es el hecho de que el 51% de los estudiantes manifiesten que no les expusieron la visión y la Misión de la Universidad. Esto denota un vacío desde el punto de vista estratégico y, con mucha más razón, tratándose de una Universidad. Esta situación debe ser abordada por las autoridades académicas para que los nuevos universitarios, al inicio de su vida académica, tengan una inducción clara, en que se les faciliten y expliquen definiciones claras sobre aspectos importantes de la vida universitaria,

de manera que puedan ser partícipes de los enunciados claves de su quehacer en la institución.

**FIGURA 3**

**¿Recuerda si el concepto de emprendedurismo social, o alguno similar, se encuentra contenido en la visión o misión de ULACIT?**



**Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.**

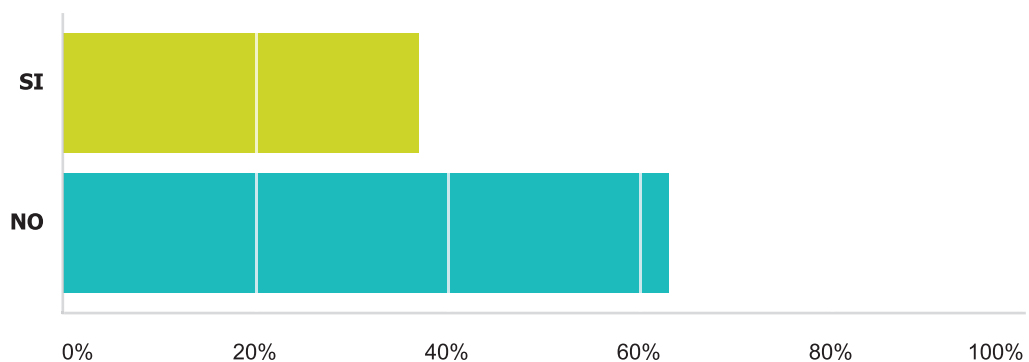
Por tratarse de un concepto que no deja de ser ambiguo y algo amplio, lo que provoca que incluso se confunda con el concepto de responsabilidad social, los estudiantes que contestaron afirmativamente conocer el concepto de emprendedurismo por medio de la Visión y la Misión de ULACIT fueron muy pocos: solo el 23 %.

Se deduce que ello se debe a que únicamente en la Visión se menciona en forma general, cuando se habla de “la formación de líderes con consciencia global

y orientados hacia el servicio de sus organizaciones, pueblos y el mundo”. Por lo tanto, falta concretar más el concepto, si es que se quiere desarrollar un objetivo en este sentido así como crear una imagen afín a la temática que sea no solo percibida por los estudiantes, sino por la sociedad en general; por lo tanto, se considera normal que la mayoría haya contestado negativamente. Es conveniente revisar estas definiciones y, de ser necesario, realizar los cambios para que la acepción de emprendedurismo social sea captada claramente.

FIGURA 4

**¿Recuerda alguna (s) actividad (es) llevada (s) a cabo sobre emprendedurismo social por ULACIT en el año 2012?**



---

**Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.**

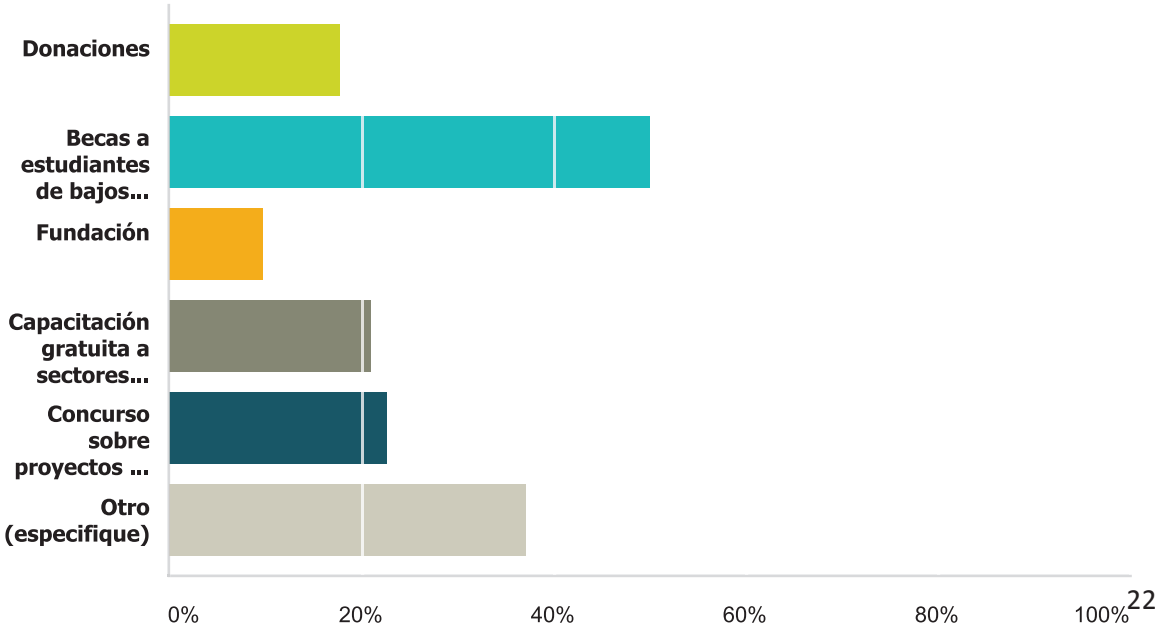
Con esta pregunta se obtiene una respuesta congruente con el resultado de las tres anteriores. En la primera, la mayoría manifiesta que sí conoce el concepto de emprendedurismo social; en la segunda, señala que no se le expuso en la

visión y misión de la Universidad; y en la tercera, indica que el concepto de emprendedurismo social no se encuentra contenido en ellas. Por lo tanto, es lógico que el 63% de encuestados manifiestan no recordar ninguna actividad sobre emprendedurismo social llevada a cabo por ULACIT en el año 2012, aunque el 37% manifiesta sí recordar alguna de ellas. Situación esta, favorable a la Institución, pues señala que algo se trabaja sobre la idea.

El porcentaje que contestó negativamente puede reflejar algunas situaciones en las que sería importante profundizar; ejemplo, la posibilidad de que efectivamente no se hayan realizado actividades de esta índole y que quienes contestaron afirmativamente estén confundiendo actividades de otras áreas con este tema; también, que sí se hayan promovido eventos alusivos, pero que no se haya efectuado la divulgación adecuada.

FIGURA 5

**¿Qué tipo (s) de actividad (es) sobre emprendedurismo social llevó a cabo ULACIT en el año 2012?**



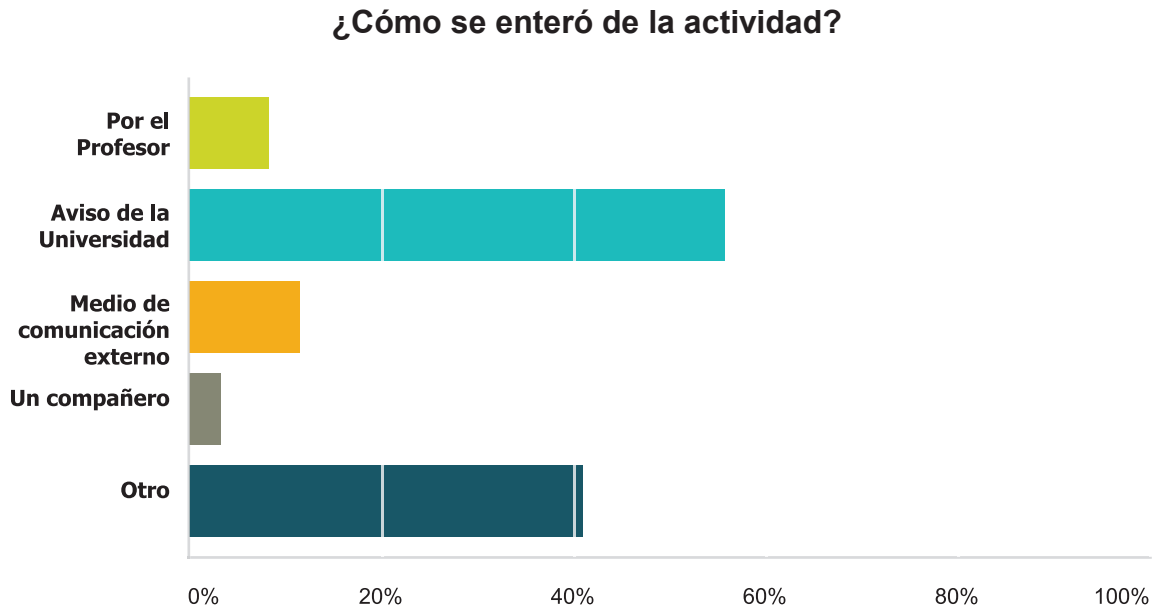
**Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.**

Sobre las actividades de emprendedurismo social llevadas a cabo por la ULACIT en el año 2012, la mitad manifiesta que la institución lo hace mediante becas a estudiantes de bajos recursos, mientras que un 37% se refiere a otras actividades, dentro de las que mencionan: un techo para mi país, Teletón, feria de mini empresas, aprendizaje de servicio, promoción y educación en conciencia ambiental, TCU, prácticas profesionales, investigaciones y empléate como guía.

Otros dos porcentajes rescatables los constituyen el 22,6% que destaca un concurso sobre proyectos de emprendedurismo ejecutados por los estudiantes, y el 21 % con la capacitación gratuita a sectores marginados.

Es importante indicar que para esta respuesta se dio la posibilidad de selección múltiple por lo que las alternativas no son excluyentes; consecuentemente, la sumatoria de los porcentajes supera el 100%.

FIGURA 6



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.

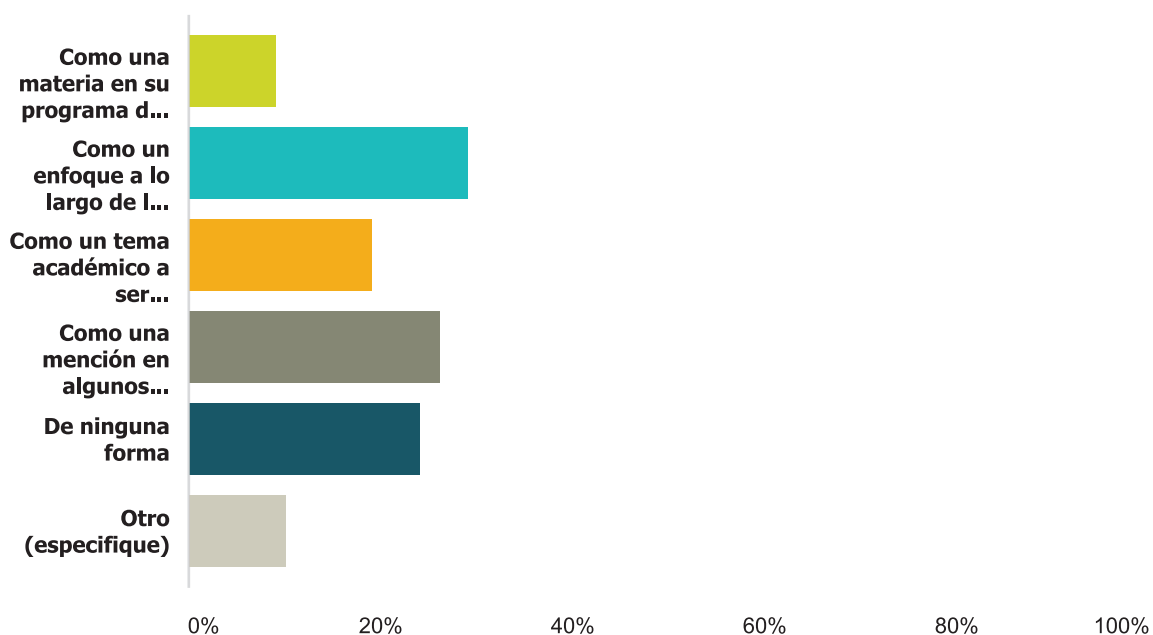
Al consultar a los encuestados por qué medio se enteraron de la actividad, el 55,7 % contestó que mediante un aviso de la Universidad, mientras que otro porcentaje rescatable (40%) señala otro medio, aparte de las otras formas indicadas en el gráfico con porcentajes poco significativos.

Es importante considerar que para esta respuesta se dio la posibilidad de selección múltiple por lo que las alternativas no son excluyentes; consecuentemente, la sumatoria de los porcentajes supera el 100%.



FIGURA 7

**En ULACIT el emprendedurismo social se encuentra concretamente:**



**Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.**

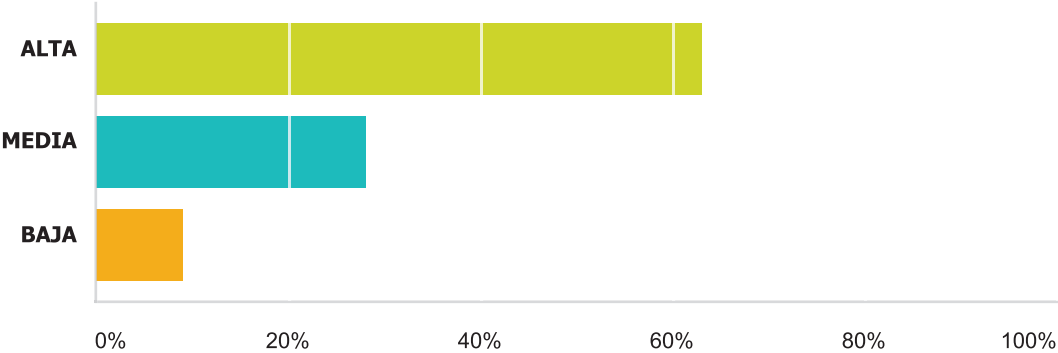
Al consultarse cómo se encuentra concretamente el emprendedurismo social en ULACIT, se generan múltiples respuestas, de las cuales se rescatan las tres mayoritarias: 29% responde que como un enfoque a lo largo de la carrera; 26% manifiesta que como una mención por parte del profesor en algunos cursos y 24% indica que de ninguna forma.

En este caso, se evidencia en el gráfico la dispersión en cuanto a la forma concreta en la que ULACIT aplica el emprendedurismo social desde el punto de vista académico. Esta situación sería importante analizarla con mayor nivel de detalle, ya que los resultados son muy diversos para tratarse de un mismo centro de estudios. Es importante considerar que para esta respuesta se dio la

posibilidad de selección múltiple por lo que las alternativas no son excluyentes; consecuentemente la sumatoria de los porcentajes supera el 100%.

FIGURA 8

**¿Qué grado de importancia le atribuye al emprendedurismo social dentro de la marginación y exclusión económica de miles de millones de personas a nivel mundial, así como en el tema ambiental?**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.

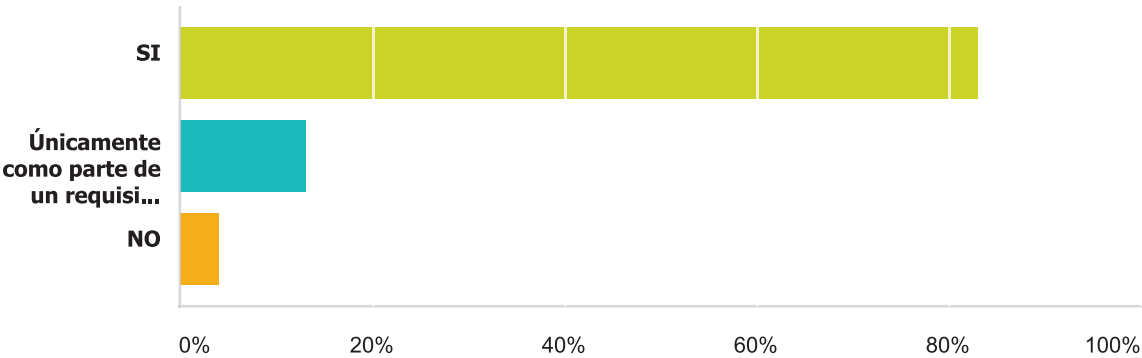
Obsérvese que la mayoría de quienes respondieron, le atribuyen una importancia alta al emprendedurismo (63%), el 28 % le señala una importancia media y solo el 9% una baja importancia. Lo relevante de este resultado es que existe una alta predisposición positiva que podría ser explotada para el desarrollo de proyectos en esta vía. Ello, si se logra desarrollar un programa integral que sea implementado tanto en los programas de estudio así como con la ejecución de proyectos más concretos por parte de la Universidad. Esta población podría perfectamente

generar un efecto multiplicador que consiga una gran cobertura en temas de inclusión de sectores marginados y de conservación del ambiente, siempre y cuando se plantee la ejecución de emprendedurismo social como un objetivo concreto por parte de la Universidad.

FIGURA 9

¿Estaría dispuesto a ejecutar emprendedurismo social?

¿Estaría dispuesto a ejecutar emprendedurismo social?



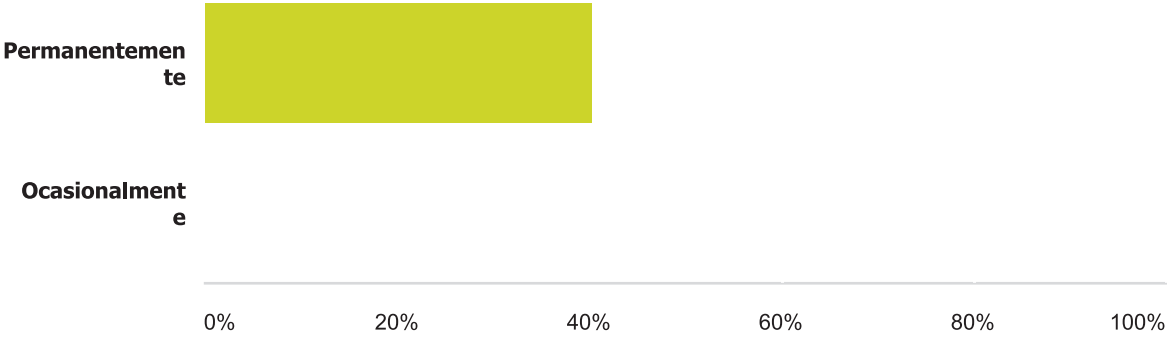
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.

Consistente con la respuesta a la pregunta anterior, el 83% de los estudiantes afirman estar dispuestos a ejecutar emprendedurismo social, a lo que se suma un 13% que lo harían como parte de un requisito académico. Este resultado reitera el potencial existente para la ejecución de proyectos de este tipo; es decir, existe un porcentaje significativo de estudiantes con un grado de conciencia social y ambiental que pareciera no ser aprovechado. Recuérdese que el concepto de emprendedor social abarca precisamente el componente de que sea cada persona, la que desarrolle bajo su iniciativa el proyecto; de ahí el término

emprendedor; sin embargo, podría darse apoyo y orientación con el fin de facilitar esta actividad.

FIGURA 10

**¿En caso de ser afirmativa su respuesta, con qué frecuencia lo llevaría a cabo?**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de ULACIT, 2013.

Entre quienes contestaron estar dispuestos a ejecutar emprendedurismo social, el 59,8 % manifestó que lo haría ocasionalmente, lo que denota que existe confusión con respecto al concepto como tal, ya que una de las condiciones para esta actividad, es que este sea llevada a cabo en forma sostenida. Es decir, no esporádicamente. De ahí, que exista la posibilidad de que estos estudiantes ni siquiera sean potencialmente emprendedores sociales; por lo tanto, lo conveniente sería desarrollar otros estudios al respecto. Por otra parte, el 40,2% contestó que estaría dispuesto a llevar a cabo el emprendedurismo social en forma permanente, porcentaje muy significativo que sería óptimo aprovechar para el desarrollo de proyectos.

## **CONCLUSIONES**

Una vez analizada la aplicación de la encuesta sobre la ejecución del emprendedurismo social en la Universidad privada ULACIT, se concluye lo siguiente:

**1.- Percepción que tienen los estudiantes de ULACIT en cuanto a la posición de la Universidad respecto al emprendedurismo social.** Según se deriva de las respuestas emitidas, los estudiantes perciben que ULACIT no tiene una posición definida y concreta hacia el desarrollo de emprendimientos sociales. Ello no significa la ausencia de actividades sostenidas en esta área; pero por las inconsistencias que presentan las respuestas de los estudiantes, se denota que existen fallas. Estas se inician desde la ambigua exposición de la temática en la Visión y la Misión de la Universidad, pues en sus enunciados no se encuentra concretamente incluido este concepto. Además existen marcadas diferencias en cuanto a cómo la Universidad ejecuta emprendedurismo social, según los estudiantes. Esta situación es producto de no contar con la incorporación del tema en los programas de estudio, por una parte; y por otra, está la falta de promoción y divulgación de resultados sobre actividades específicas sobre esta corriente social.

**2.- Frecuencia y acciones concretas de emprendedurismo social llevadas a cabo por la Universidad Privada ULACIT, en el año 2012 según la percepción**

**de los estudiantes.** La mayoría de los estudiantes manifiestan no recordar ninguna actividad concreta sobre emprendedurismo social ejecutada por ULACIT en el año 2012, lo que respalda la conclusión de que es ambigua la posición de la Universidad en esta área, razón por la que los estudiantes no conciben con precisión el alcance del concepto. Lo anterior puede provocar que no identifiquen cuáles actividades son propias de este movimiento y cuáles no, ya que parte de la población manifestó sí recordar actividades, pero enumeran varias que en sentido estricto, podrían no ser catalogadas como emprendedurismo social. Nuevamente se evidencia que no se están divulgando adecuadamente, no solo, las actividades sino tampoco los resultados asociados a la puesta en práctica del emprendedurismo social.

**3.- Percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Privada ULACIT con respecto a esta en relación con su imagen como ejecutante de emprendedurismo social.** Definitivamente, la percepción de los estudiantes en cuanto a ULACIT como ejecutante de emprendedurismo social es baja. Existe desconocimiento del concepto, confusiones en cuanto a su alcance y falta de información concreta sobre actividades y eventos en este sentido. Además, pareciera no ser un objetivo concreto de la Universidad el proyectarse con esta filosofía hacia la sociedad, pues no se enuncia así en su Visión y Misión; además la falta de uniformidad en relación con la forma en que se integra este tema desde un punto de vista meramente académico, es incongruente, según lo que se recoge de las respuestas de la encuesta, hasta el punto de que un porcentaje

significativo de estudiantes encuestados afirman categóricamente que el emprendedurismo social no se encuentra bajo ninguna forma en ULACIT.

## **RECOMENDACIONES**

**1.- Percepción que tienen los estudiantes de ULACIT en cuanto a la posición de la Universidad respecto al emprendedurismo social.** Se considera de suma importancia, producto de la realidad social y ambiental que se vive hoy en día a nivel mundial, que ULACIT debe replantear concretamente su posición ante el emprendedurismo social con mucha mayor claridad y consistencia, iniciando con la incorporación de este tema en la Visión y Misión de la institución. El emprendedurismo social, además de ser una necesidad, hoy en día, para buscar cerrar las brechas que impiden a miles de millones de personas tener oportunidades para mejorar su calidad de vida, constituye un valor agregado para la universidad ante la sociedad, ya que denota un compromiso y un involucramiento directo en la búsqueda de soluciones a la problemática expuesta.

Además, es importante que ULACIT proyecte, tanto a la comunidad estudiantil como a la sociedad en general, el hecho de ser la única Universidad privada de Costa Rica afiliada a la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social (UNES), a la cual se encuentran afiliadas más de 50 universidades de 16 países, ya que le puede dar más respaldo a sus objetivos en este sentido y mayor posicionamiento. También se puede aprovechar la

experiencia obtenida por los miembros de UNES en la implementación de programas y actividades, tanto a nivel curricular en los programas de estudio, así como en la ejecución de proyectos concretos e investigaciones, con el fin de fortalecer la implementación local a corto, mediano y largo plazo.

**2.- Frecuencia y acciones concretas de emprendedurismo social llevadas a cabo por la Universidad Privada ULACIT, en el año 2012 según la percepción de los estudiantes.** Al aplicarse correctamente el concepto de emprendedurismo social, se podría decir que el tema de la percepción sobre la frecuencia de las acciones concretas va a mejorar, por cuanto estas deberán llevarse a cabo en forma permanente y sostenida. Sin embargo, el tema en el que es necesario tomar acciones es el concerniente al informativo y promocional en ambos extremos; es decir, desarrollar un adecuado sistema de información, tanto a nivel interno como externo, dentro del campus universitario, que permita conocer lo que se lleva a cabo en esta área y, a su vez, los resultados obtenidos, situación que puede generar un posicionamiento positivo para ULACIT.

**3.- Percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Privada ULACIT con respecto a su imagen como ejecutante de emprendedurismo social.** La mejoría de la percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Privada ULACIT con respecto a su imagen como ejecutante de emprendedurismo social, va directamente relacionada con la ejecución de las recomendaciones expuestas en los dos primeros puntos. Ello, por cuanto al definirse una posición concreta en esta área por parte de la Universidad, esto implicaría la incorporación de la



población estudiantil en el desarrollo de actividades y proyectos sobre los cuales haya la debida información, antes, durante y al final de ellos; ello generaría una percepción positiva y clara sobre el tema, diferente a la que se tiene en la actualidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Comeche, J. Martínez (2004). *Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo*. España. Universidad de Valencia.

Curto, M. (2012). *Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social*. Cátedra “la Caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo. Universidad de Navarra, España.

De Pablo López, I. (2005). “*El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social*”. V Seminario sobre creación de empresas y entorno. Universidad Autónoma de Madrid.

Gitman, L. y McDaniel, C. (2009). *El futuro de los negocios*. México: Cengage Learning Editores.

Henández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Kliksberg, B. (2011). *Emprendedores sociales: los que hacen la diferencia*. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial.

Lamb, C., Hair, J., MacDaniel, C. (2013). *Marketing*. México: Cengage Learning Editores.

Laville y Nyssens, (2001): “*¿Hacia la empresa social?*”, en Laville, J. L., Nyssens, M. y Sajardo, A.(eds.) *Economía social y servicios sociales*, Ed. CIRIEC-España, Valencia, pp. 273-283.

Rusque, A. (2004). Reflexiones en torno a un programa emprendedor para las universidades latinoamericanas. *Revista Anales de la Universidad Metropolitana* Volumen 4 (N° 1), pág. 243.

### **Citas de internet**

Crece Negocios, (2011). *La visión de una empresa*. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>

Miami University Ohio (2013). *¿Qué es el emprendimiento social?* Recuperado de <http://vimeo.com/16631680>

Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo (UNES), 2013. Recuperado de <http://www.redunes.org/>

## ANEXO

# EMPRENDEDURISMO SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD PRIVADA ULACIT

Estimado (a) estudiante:

Mi nombre es Henry Castro Elizondo, estudiante de ULACIT quien les solicita la colaboración para llenar la siguiente encuesta que tiene como objetivo: Determinar si el emprendedurismo social es llevado a cabo por la Universidad Privada ULACIT, con respecto a su Visión y Misión organizacional, sus políticas de proyección social, tipos de proyectos llevados a cabo, cantidad de actividades ejecutas, su publicidad y promoción entre los estudiantes y la motivación y disposición de los estudiantes para participar en ello.

Como marco de referencia De Pablo (2005) en el V Seminario sobre creación de empresas y entorno de la Universidad Autónoma de Madrid, define emprendedurismo social como sigue:

El emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

El investigador de este trabajo se compromete a proteger el derecho de privacidad de su información y no revelará de ninguna forma información específica de ningún participante. Cualquier consulta adicional la pueden hacer por medio del correo electrónico: hcastroelizondo@hotmail.com

**\***

**1. ¿Conocía el concepto de emprendedurismo social?**

- SI
- NO

**\***

**2. ¿En su inducción a la Universidad, le expusieron la Visión y Misión de ULACIT?**

- SI
- NO

**3. ¿En caso de que conozca la Visión y la Misión de ULACIT o como mínimo una de ellas; ¿recuerda si el concepto de emprendedurismo social, o alguno similar, se encuentra contenido en la Visión y/o Misión de ULACIT?**

- SI
- NO

**\***

**4. ¿Recuerda alguna (s) actividad (es), llevada (s) a cabo sobre emprendedurismo social por ULACIT en el año 2012?**

- SI
- NO

**5. ¿Qué tipo (s) de actividad (es)? (puede marcar más de una)**

- Donaciones
- Becas a estudiantes de bajos recursos
- Fundación
- Capacitación gratuita a sectores marginados
- Concurso sobre proyectos en esta área entre los estudiantes
- Otro (especifique)

**6. ¿Cómo se enteró de la actividad?**

- Por el Profesor
- Aviso de la Universidad
- Medio de comunicación externo
- Un compañero
- Otro

**\***

**7. En ULACIT el emprendedurismo social se encuentra concretamente:**

- Como una materia en su programa de estudio
- Como un enfoque a lo largo de la carrera
- Como un tema académico a ser desarrollado por el estudiante en algún curso específico
- Como una mención en algunos cursos por parte del Profesor
- De ninguna forma
- Otro (especifique)

**\***

**8. ¿Qué grado de importancia le atribuye al emprendedurismo social dentro de la marginación y exclusión económica de miles de millones de personas a nivel mundial, así como en el tema ambiental?**

- ALTA
- MEDIA
- BAJA

**\***

**9. ¿Estaría dispuesto a ejecutar emprendedurismo social?**

- SI
- Únicamente como parte de un requisito académico
- NO

**10. ¿En caso de ser afirmativa su respuesta, con qué frecuencia lo llevaría a cabo?**

- Permanentemente
- Ocasionalmente

Sig.

Desarrollado por [SurveyMonkey](#)  
[¡Cree su propia encuesta gratuita en línea ahora!](#)

