

64

Fecha de presentación: enero, 2022

Fecha de aceptación: marzo, 2022

Fecha de publicación: abril, 2022

INNOVACIÓN

EN LA COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA

INNOVATION IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP COMPETENCE IN STUDENTS AT A PRIVATE UNIVERSITY

María Jeanett Ramos Cavero¹

E-mail: mramosca77@ucvvirtual.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5713-223X>

¹Universidad Cesar Vallejo. Perú.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Ramos Cavero, M. J. (2022). Innovación en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de una universidad privadas. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 506-517.

RESUMEN

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

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

ABSTRACT

The objective of this study is to determine the influence of the “Innovasocial” Program on the competence of social entrepreneurship in business students of a private university, the method used is the hypothetical deductive, the type of work that was carried out is applied, since A program called “Innovasocial” was developed to improve the competence of social entrepreneurship. The design used was quasi-experimental, and the instrument used was “Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education” through a virtual questionnaire, and it has validity by experts and Cronbach’s Alpha reliability with a value of 0.820. This instrument was applied to a sample of 40 students, 20 from the control group and 20 from the experimental group. As main results, an increase of 30% in the high level of social entrepreneurship in students, 20% in personal characteristics, 35% in social characteristics and innovative characteristics was obtained, the students went from 50% in medium level to 90 % at high level. Regarding the influence of the “innovasocial” program on the social entrepreneurship competence, the Mann-Whitney U test shows that it influences the social entrepreneurship competence ($p < 0.05$), personal traits ($p < 0, 05$), in the social characteristics ($p < 0.05$) and in the innovative characteristics ($p < 0.05$). As a main conclusion, it was shown that the “Innovasocial” Program influences the social entrepreneurship competence with a level of significance of there was a p value of 0.019 ($p < 0.05$).

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

INTRODUCCIÓN

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

El emprendimiento social resulta innovador pese a que esta concepción tiene origen desde los años 80 por la red internacional Ashoka; y en España toma mayor impulso a inicios del 2010 en un ambiente revelador (Valenzuela-García et al., 2019). De allí que, la humanidad es más intransigente en la práctica empresarial, frente al macro y microentorno; con mayor compromiso en lo social y ambiental. La eficacia del emprendimiento social está determinada en gran medida por la necesidad de crear un sistema bien pensado de regulación gubernamental, medidas de apoyo y un propicio clima empresarial. Su principal objetivo es establecer condiciones para el desarrollo firme del emprendimiento social en el país, integrar los recursos existentes y construir estructuras organizativas especializadas orientadas al equilibrio de los intereses del Estado y del emprendimiento social. (Casimiro, et al., 2019).

Pedroza y Silva (2020), refieren que el acercamiento de las universidades a intermediarios externos, cooperan al desarrollo de la comunidad, declarando que el potencial de las universidades en América Latina es la investigación, innovación y el emprendimiento. Según la agenda de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) al 2020, se proyecta al 2030 colocar a las personas como el centro de atención, el enfoque en formas de apoyo a los emprendedores y la formación de competencias en sus centros formativos, por consiguiente, debe orientarse el rol que desempeñan las universidades en la formación de los nuevos profesionales en negocios haciendo énfasis en las competencias específicas o técnicas. La sociedad actual enfrenta desafíos y cambios, ante lo cual la Universidad, como generadora de conocimientos para resolver los problemas de la sociedad, debe participar de manera activa con propuestas que den respuesta a esa realidad, por ello la importancia en el desarrollo de competencias de emprendimiento empresarial hará que la nueva generación de profesionales

esté en las mejores condiciones para enfrentar estas situaciones y dar alternativas de solución a las problemáticas existentes. (Smitskikh, Titova y Shumik, 2020).

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

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

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

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

Este estudio desde la práctica demostró la mejora de la competencia de emprendimiento social en la formación de futuros profesionales en negocios, como respuesta a las nuevas necesidades de naturaleza social, económica

y ambiental en el campo de los negocios y para hacer frente a los nuevos retos en un entorno cambiante y crítico.

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

El ES a su vez comprende la voluntad de aumentar el capital social, extender negocios novel con mayor innovación, y resulta prometedor para el bien común de la población (Capella-Peris et al., 2020), por otro lado (Cantillo et al., 2021) considera que en los últimos años se consideran nuevos objetivos para el desarrollo sostenible de las organizaciones que impacten directamente en la comunidad y que debe incluirse desde la formación en futuros empresarios, a través, de iniciativas emprendedoras promovidas en sus actividades académicas, elaboración de proyectos basados en la investigación y análisis de la realidad actual.

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

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

Para Monzon y Torres-Ortega (2021) estos rasgos conocidos como los cinco grandes se visualizan en la

personalidad, entre ellos destacan la responsabilidad, ser extrovertido, amable, mayor apertura y la estabilidad en sus emociones como parte de las características de los emprendedores. Por otro lado, Bosma et al. (2021) coincide en que la mayoría comparte habilidades de autopercepción de sus capacidades, tendencia al riesgo y proactividad; de este modo, se puede resaltar la importancia de las actitudes para la creación de una organización.

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

Capella-Peris et al., (2020), se refiere al emprendedor como aquel que puede ofrecer ayuda, trabajo cooperativo, lograr conciencia social, comprometido, coherente y orientado en atender temas públicos, es así, como demuestra su principal interés en los factores sociales.

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

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

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

se empleó diversos métodos para mejorar esta competencia, para este programa se han considerado las siguientes dimensiones:

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

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

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

Pfeilstetter y Gómez (2020) define a las empresas sociales como organizaciones híbridas, y éstas depende del enfoque y resolución de problemas a las necesidades de las comunidades, estas empresas sociales siguen objetivos sociales a través del mercado, aunque, el concepto no es nuevo en los últimos años está en un potencial crecimiento debido a los diversos problemas sociales que enfrentan los estados.

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

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

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

Otra dimensión abordado en el programa es el desarrollo e implementación del método design thinking conocido como el pensamiento de diseño, concepto general que está orientado a la lógica y práctica con el empleo de herramientas que permiten definir, empatizar y crear ideas disruptivas e innovadoras (Cankurtaran y Beverland, 2020), siguiendo por un proceso de prototipado y evaluación de nuevas iniciativas empresariales.

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

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

Otra de las teorías relacionada con el emprendimiento social es la de la identidad social de Tajfel y Turner (1979)

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

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio se basa en paradigma postpositivista. En cuanto al enfoque desarrollado es el cuantitativo, se empleó el método hipotético deductivo, además es de tipo aplicada, el diseño que se empleó es el cuasiexperimental, se realizó el estudio en estudiantes de pregrado de ciclos iniciales, ambos grupos cursan la misma materia en diferentes secciones y se identificaron una similitud en las características de los sujetos.

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

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

finalizó con la dimensión de características innovadoras donde se aplicó el método design thinking, economía circular, tecnología e inteligencia artificial y el canvas social.

Con el desarrollo de este programa se comprobó la influencia de forma significativa en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de ciclo inicial de negocios. Al finalizar el programa se aplicó al grupo de control pos-test, paralelo al grupo experimental.

La unidad de estudio estuvo conformada 280 estudiantes de una carrera profesional de una localidad y todos pertenecientes a la facultad de negocios. Para la muestra se seleccionó a estudiantes específicamente de una carrera profesional y de primeros ciclos, considerada una muestra intencional conformada por 40 estudiantes, divididos en dos grupos, el primero denominado grupo control conformado por 20 estudiantes y el segundo grupo denominado experimental conformado también por 20 estudiantes; ambos grupos pertenecen a los ciclos iniciales de una carrera profesional de la Facultad de Negocios.

Se utilizó como técnica para el recojo de datos la encuesta. Se aplicó un cuestionario virtual; el instrumento empleado es de (Capella-Peris et al., 2020) comprendido por un cuestionario validado por expertos, denominado como: “Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education”, las dimensiones analizadas fueron los rasgos personales, características sociales y características innovadoras, este cuestionario es del año 2020 y está comprendida por 30 preguntas, la validez se realizó a través de una prueba piloto con una muestra de $n=497$ y la confiabilidad con el Alfa de Cronbach con un valor de 0.820. La escala empleada es la de Likert.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

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

Tabla 1. Pre-test y pos-test del emprendimiento social en los estudiantes de negocios de acuerdo al grupo control y al experimental.

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

Se observa en la tabla 1 que, de acuerdo con el grupo control, en el pre-test el 85,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de emprendimiento social, seguido por el 15,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 65,0% tuvo nivel alto y el 35,0% tuvo nivel medio. Por otro lado, sobre el grupo experimental, se aprecia que en el pre-test el 65,0% de

los estudiantes tuvo nivel alto de emprendimiento social; seguido por el 35,0% que tuvo nivel medio; en cambio en el pos-test, aumentó a 95,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de emprendimiento social; seguido por únicamente el 5,0% que tuvo nivel medio.

Tabla 2. Pre-test y pos-test sobre las características personales en los estudiantes de acuerdo al grupo control y al experimental.

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

De acuerdo con la tabla 2, con relación al grupo control, en el pre-test, el 85,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características personales para el emprendimiento social, seguido por el 15,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 60,0% tuvo nivel alto y el 40,0% tuvo nivel medio. De otro lado se aprecia que, sobre el grupo experimental, en el pre-test el 70,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características personales para el emprendimiento social; seguido por el 30,0% que tuvo nivel medio. Pero en el pos-test, se elevó a 90,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características personales, mientras que el 10,0% tuvo nivel medio.

Tabla 3. Pre-test y pos-test sobre las características sociales en los estudiantes de acuerdo al grupo control y al experimental.

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

Tal como se evidencia en la tabla 3, con respecto al grupo control, en el pre-test, el 75,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características sociales para el emprendimiento social, seguido por el 25,0% que tuvo nivel medio; mientras que en el pos-test el 70,0% tuvo nivel alto y el 30,0% tuvo nivel medio. Por su parte, sobre el grupo experimental, en el pre-test el 60,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características sociales para el emprendimiento social; seguido por el 40,0% que tuvo nivel medio; en cambio en el pos-test, se aumentó a 95,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características sociales, mientras que solamente el 5,0% tuvo nivel medio.

Tabla 4. Pre-test y pos-test sobre las características innovadoras en los estudiantes de negocios de acuerdo con el grupo control y al experimental.

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

Se aprecia en la tabla 4, en lo concerniente al grupo control, en el pre-test, el 65,0% de los estudiantes tuvo nivel alto de características innovadoras para el emprendimiento social, seguido por el 35,0% que tuvo nivel medio; asimismo en el pos-test el 60,0% tuvo nivel alto y el 40,0% tuvo nivel medio. Por otro lado, en cuanto al grupo experimental, en el pre-test el 50,0% de los estudiantes tuvo nivel medio de características innovadoras para el emprendimiento social; seguido por el 45,0% que tuvo nivel alto; por el contrario, en el pos-test, se elevó a 90,0% los estudiantes que tuvieron nivel alto de características innovadoras; seguido por el restante 10,0% que tuvo nivel medio.

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

Tabla 5. Prueba de Shapiro-Wilk sobre la variable Emprendimiento social y sus dimensiones.

Variable y dimensiones	Grupos	Fases	W	gl	Valor p
Variable: Emprendimiento social	Grupo Control	Pre-test	0,433	20	0,000
		Pos-test	0,608	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,608	20	0,000
		Pos-test	0,236	20	0,000
Dimensión 1: Características personales	Grupo Control	Pre-test	0,433	20	0,000
		Pos-test	0,626	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,580	20	0,000
		Pos-test	0,351	20	0,000
Dimensión 2: Características sociales	Grupo Control	Pre-test	0,544	20	0,000
		Pos-test	0,580	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,626	20	0,000
		Pos-test	0,236	20	0,000
Dimensión 3: Características innovadoras	Grupo Control	Pre-test	0,608	20	0,000
		Pos-test	0,626	20	0,000
	Grupo Experimental	Pre-test	0,744	20	0,000
		Pos-test	0,351	20	0,000

De acuerdo con la tabla 5 se aprecia que en todas las variables y dimensiones evaluadas poseen valores p inferiores al nivel de significancia de 0,05. Por lo cual se tomó la decisión de rechazar la hipótesis nula; y por tanto se permite indicar que no existe distribución normal en la variable Emprendimiento social o la dimensión analizada.

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

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

Tabla 6. Pruebaa U de Mann-Whitney sobre la hipótesis general

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

En la tabla 6 se aprecia que, en relación con el pre-test, hubo un valor p de 0,149 ($p > 0,05$) y un Z calculado de -1,442 (Z calculado $> -1,96$). Por lo cual, no existen diferencias significativas entre el grupo control y el grupo experimental acerca de la competencia de emprendimiento social. Por otro lado, en lo concerniente al pos-test, hubo un valor p de 0,019 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,342 (Z calculado $< -1,96$). De manera que existen diferencias significativas entre los grupos control y experimental acerca de la competencia de emprendimiento social. En vista de estos resultados, resulta adecuado rechazar la hipótesis nula y, por tanto, el Programa "Innovasocial" influye en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima 2021.

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

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

desarrollo de nuevas empresas, más creativas, productivas e innovadoras.

En cuanto a la primera hipótesis, se observa diferencias significativas entre los grupos control y experimental obteniendo un nivel alto hasta llegar al 90,0% en características personales en la competencia de emprendimiento social. Los resultados demuestran la influencia del Programa "Innovasocial" en los rasgos personales de los estudiantes de Negocios, afirmación que difiere con el estudio de (Olaz y Ortiz, 2017), que sostiene que un 43% de encuestados considera que un factor limitante para el desarrollo de esta competencia es el aspecto psicológico como la sobrecarga de emociones, autoexigencia, exceso de responsabilidad entre otros. Sin embargo, (Sainz-Barajas et al., 2020); en sus resultados coinciden con el presente estudio donde la mayor calificación la obtuvo los rasgos personales del emprendedor social con un valor de (4.41) destacando las actitudes y valores como la responsabilidad, respeto, compromiso, capacidad de aprender, la tolerancia; similar a los resultados de (Velasco et al., 2019) que destaca una considerable representatividad en los valores y cualidades; además del pensamiento crítico y el compromiso con el entorno.

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

En la segunda hipótesis, se identificó que el Programa "Innovasocial" influye en las características sociales en los estudiantes con un valor p de 0,040 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,054 (Z calculado $< -1,96$). Estos resultados coinciden con lo declarado por Cárdenas et al., (2020), que el emprendedor social busca beneficiar a la comunidad y toma decisiones en conjunto distinguiéndolos esta característica como personas con mayor acercamiento a la sociedad logrando una mayor participación de los actores involucrados. Así también, coincide con lo sostenido por Cantillo et al., (2021) quien realiza que

propiciar iniciativas sociales en la instituciones educativas ayuda a mejorar la calidad de vida, desarrollo personal, dando valor a la sociedad y el bienestar colectivo logrando un desarrollo en un campo amplio del entorno social.

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

Igualmente, Monzón y Torres-Ortega (2021) en sus resultados encaja con los resultados de las características sociales determinando que la conciencia social es uno de los atributos que impulsa la creación de emprendimientos con un valor de 6,22 odds ratio y Prob=0,86 (86%). De igual forma (Blaga, 2021) en sus resultados muestra una relación significativa entre los motivantes internos en los emprendedores sociales con un valor ($\beta = 0,177$, $p = 0,040$) que se desprenden en el valor por ser justos socialmente, compasivos, sentido de pertenencia hacia la comunidad, reputación y su propio prestigio que lo impulsa a crear emprendimientos con valor social. A pesar del estudio de (Vera et al., 2016) que indica que solo el 6.96% (32) de los emprendimientos encuestados emplean modelos asociativos es decir creas su propia red asociativa de su entorno.

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

De otra manera, los resultados de (Cárdenas et al., 2020), demostraron que sólo el 15,43% de encuestados tuvieron predisposición de compartir méritos, respetar las ideas de los demás y valor compartido humano orientado y generosidad, a diferencia de como el programa "innovasocial" contribuyó significativamente a mejorar las características sociales como lo precisó (C.; Capella-Peris

et al., 2020) al definir a éstas características como aquellas que fomenta el trabajo cooperativo, la conciencia social, el compromiso demostrando un mayor interés por el factor social.

El estudio en la tercera hipótesis muestra como las características innovadoras se incrementaron de 50% en un nivel regular a 90% en un nivel alto luego del programa aplicado. En lo que respecta a la tercera y última hipótesis, se observa un valor p de 0,031 ($p < 0,05$) y un Z calculado de -2,163 (Z calculado $< - 1,96$), entonces, afirmando que el Programa "Innovasocial" influye en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios. Este resultado coincide con Jiménez et al (2019), que reafirma que las competencias cognitivas se relacionan con el emprendimiento innovador (Pearson=0,545). Desde otra perspectiva, (Cantillo et al., 2021; Sainz et al., 2020) afirma que de acuerdo a la percepción del docente (80%) considera que pueda desarrollarse la competencia de emprendimiento social y que además se puede orientar a la innovación (67.2%) desde cualquier asignatura del currículo y las autoridades deben promover espacios para desarrollar mayor innovación, debido a que esta competencia favorece en campo laboral de los estudiantes (84%), además de fomentar el desarrollo de estrategias innovadoras en el aula (Vera-Sagredo et al., 2019).

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

Por otro lado, resultado similar es el mencionado por (Gómez, 2021) donde un 82% de estudiantes indicaron que están de acuerdo como la formación profesional ha contribuido a identificar oportunidades de emprendimiento social y 74% afirmaron que la universidad ha logrado inspirar y motivado a iniciar un emprendimiento social, sin embargo el 54% considera que la universidad no tiene los recursos necesarios para desarrollar innovación en los proyectos y el 48% indicaron que la universidad no genera incentivos para la formación de emprendedores, de aquí la reflexión de la necesidad que las organizaciones

universitarias generen mayor soporte en partidas presupuestarias y en la creación de espacios académicos que promuevan estos programas de innovación social.

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

En Perú los emprendedores sociales innovadores, tienen un alto rasgo de apertura y conciencia social, sin embargo, en cuanto al retorno financiero no puede ser asociado de forma significativa a ningún rasgo de la personalidad en este tipo de emprendedores.

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

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

involucrados en el desarrollo de esta competencia y éstos deben ser parte de los grupos de interés de su contexto.

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

CONCLUSIONES

En este estudio se consideró como objetivo general determinar la influencia del programa "Innovasocial" en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. De acuerdo, a los resultados conseguidos en la contratación de hipótesis en base a la prueba U de Mann-Whitney cuyo valor $p < 0,019$, rechazó la hipótesis nula y se concluyó que el programa "Innovasocial" influyó en la competencia de emprendimiento social en los estudiantes de negocios.

En relación con el primer objetivo específico que enuncia determinar la influencia del Programa "Innovasocial" en los rasgos personales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Según los resultados de la contratación de hipótesis en base a la prueba U de Mann-Whitney cuyo valor fue de $p < 0,031$, se halló que existen diferencias significativas por lo que se concluyó que el Programa "Innovasocial" influyó en los rasgos personales en los estudiantes de Negocios.

Respecto al segundo específico que buscó determinar la influencia del Programa "Innovasocial" en las características sociales en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Se ratificó con la contratación de hipótesis según la prueba de la prueba U de Mann-Whitney con un valor de $p < 0,040$, menor al nivel de significancia de 0.05; concluyendo que el programa "Innovasocial" influyó en las características sociales en

los estudiantes de Negocios de una universidad privada, Lima.

Y, por último, en base al tercer objetivo específico que fijó determinar la influencia del Programa “Innovasocial” en las características innovadoras en los estudiantes de negocios de una universidad privada, Lima. Se evidenció en el contraste de hipótesis con la prueba U de Mann-Whitney, indicó un valor p 0,031 de ($p > 0,05$) concluyó que el programa “Innovasocial” influyó en las características innovadoras en los estudiantes de Negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atxabal, A. (2020). Las medidas fiscales para favorecer el emprendimiento por las cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 133(133), 1–16. <https://doi.org/10.5209/reve.67335>
- Blaça, S. I. (2021). An Empirical Model of Motivation for Social Entrepreneurship. *Scientific Annals of Economics and Business*, 68(1), 75–96. <https://doi.org/10.47743/saeb-2021-0001>
- Brieger, S. A., Bãro, A., Criaco, G., y Terjesen, S. A. (2020). Entrepreneurs' age, institutions, and social value creation goals: A multi-country study. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00317-z>
- Cankurtaran, P., y Beverland, M. B. (2020). Using design thinking to respond to crises: B2B lessons from the 2020 COVID-19 pandemic. *Industrial Marketing Management*, 88(May), 255–260. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.030>
- Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., y Martí-Puig, M.; Ruíz-Bernardo, P. (2020). Development and Validation of a Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(1), 23–39. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1545686>
- Cárdenas, N., Ortega, L., Díaz, I., y Sanchez, D. (2020). Enfoque para el auto sostenimiento del Emprendimiento social en dignatarios de las juntas de acciones comunales (JAC), comuna 3 del municipio de Maicao. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(4), 222–234. <https://doaj.org/article/f46edb541ac64804b8a97e0f3bbf3a1e>
- Casimiro, W., Casimiro, C. y Casimiro, J. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Universidad Y Sociedad*, 11(5), 61-69. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1343>
- Chen-Quesada, E., Cerdas-Montano, V., y Rosabal-Vitoria, S. (2020). Modelos de gestión pedagógica: Factores de participación, cambio e innovación en centros educativos costarricenses. *Revista Electrónica Educare*, 24(2), 1–29. <https://doi.org/10.15359/ree.24-2.16>
- Dávila, M., Zlobina, A., y Serrano, A. (2021). Social entrepreneurship in young people: Analysis of their relationship with other forms of social participation. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 138(138), 1–14. <https://doi.org/10.5209/REVE.75562>
- Davis, P. E., Bendickson, J. S., Muldoon, J., y McDowell, W. C. (2021). Agency theory utility and social entrepreneurship: issues of identity and role conflict. *Review of Managerial Science*, 15(8), 2299–2318. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00423-y>
- García-González, A., Ramírez-Montoya, M. S., De León, G., y Aragón, S. (2020). El emprendimiento social como una competencia transversal: construcción y validación de un instrumento de valoración en el contexto universitario. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 136(136), e71862. <https://doi.org/10.5209/reve.71862>
- García, R., Thoene, U., Figueroa, A., y Murillo, E. (2020). Social entrepreneurship in the pacific alliance. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 133(133), 1–12. <https://doi.org/10.5209/REVE.67341>
- Iancu, A. ., Popescu, L. ., y Popescu, V. (2021). Factors influencing social entrepreneurship intentions in Romania. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 34(1), 1190–1201. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1820358>
- Igual, J. F. J., Martí, E. M., y Ribera, E. M. (2020). Role of the social economy and the university in order to a venture based on technological knowledge and values. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, 98, 31–57. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.98.15905>
- Kozubíková, L., Dvorský, J., Cepel, M., y Balcerzak, A. P. (2017). Important characteristics of an entrepreneur in relation to risk taking: Czech Republic case study. *Journal of International Studies*, 10(3), 220–233. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-3/16>
- Lechner, C., y Pervaiz, A. (2020). From invention to industry from a social movement perspective: the emergence of the 3D printing industry. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00124-6>

- Marulanda, J., Correa, G., y Mejia, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*, 66, 153–168.
- Méndez-Picazo, M. ., Galindo-Martín, M. ., y Castaño-Martínez, M. (2020). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- Monzón, J., y Torres-Ortega, J. (2021). Emprendimiento social en la formación profesional: el caso del País Vasco. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137(137), e73862. <https://doi.org/10.5209/reve.73862>
- Nsereko, I., Balunywa, W., Munene, J., Orobia, L., y Muhammed, N. (2018). Personal initiative: Its power in social entrepreneurial venture creation. *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1443686>
- Pedroza-Zapata, A. ., y Silva-Flores, M. (2020). College ecosystems of science, technology, innovation and entrepreneurship. *Magis*, 12(25), 93–110. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m12-25.euct>
- Smitskikh, K., Titova, N., y Shumik, E. (2020). The model of social entrepreneurship dynamic development in circular economy. *Universidad Y Sociedad*, 12(5), 248-253. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1705>