

Análisis del interés por el emprendimiento social entre estudiantes universitarios

Un analysis of students' interest in social entrepreneurship

Cristina López-Cózar, Silverio Alarcón, Rebeca Corro
cristina.lopezcozar@upm.es, silverio.alarcon@upm.es, r.corro@alumnos.upm.es

Economía Agraria, Estadística y Gestión de
Empresas
ETSIAAB. Universidad Politécnica de Madrid
Madrid, España

Resumen- En este trabajo se presenta un diagnóstico sobre el interés que suscita el emprendimiento social entre los jóvenes universitarios. Para ello se muestran y se analizan los resultados obtenidos de una encuesta realizada a un total de trescientos ochenta estudiantes en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas. El objetivo de la misma ha sido identificar cuánto sabe y cuánto le interesa al alumnado esta forma de especial de emprendimiento, así como conocer sus preferencias laborales. Se ha podido constatar que, en general, no tienen una idea precisa de lo que significa emprendimiento social, si bien un porcentaje elevado de alumnos muestra predisposición a profundizar en el tema y a involucrarse activamente. Asimismo, se ha detectado que un porcentaje considerable de estudiantes están dispuestos a montar su propia empresa en el futuro. Aunando estos dos conceptos, consideramos de gran importancia facilitar a los alumnos conocimientos sobre emprendimiento social que les permita, por un lado, saciar el interés mostrado y por otro lado, contar con las herramientas necesarias para llevar a cabo un modelo de negocio basado no solo en la búsqueda de un beneficio económico, sino también en la creación de valor social.

Palabras clave: *emprendimiento, empresa social, espíritu emprendedor, diagnóstico.*

Abstract- The following paper set out the results obtained from the survey on social entrepreneurship made to a total of three hundred and eighty students in School of Agricultural, Food and Biosystems Engineering. The objective of the survey has been to measure the knowledge of university students on social entrepreneurship and locate possible applications of this knowledge in the workplace. It has been noted from the aforementioned survey that there is no clear idea of what social entrepreneurship means. In addition, a high percentage of student showed interest in increasing their knowledge on this subject. In the same survey, a large percentage of student willing to start their own businesses in the future has also been detected. Combining these two concepts, we consider it of great importance to provide students' knowledge about social entrepreneurship that will allow them, on the one hand, to satisfy the interest shown by this topic and, on the other hand, to have the necessary tools to carry out a business model based on the economic and social benefit.

Keywords: *entrepreneurship, social enterprise, entrepreneurial spirit, diagnosis.*

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, en diferentes organismos e instituciones públicas y privadas se utilizan de forma recurrente los términos “emprendimiento”, “emprendedor” y “emprender”. Nos encontramos en un momento especialmente crítico, pues cuando parece que se consolida la recuperación económica tras varios años de estancamiento, ya hay voces que auguran una nueva recesión. Así pues, hoy más que nunca, existe un amplio consenso al afirmar que es fundamental promover la actividad emprendedora entre el alumnado (Marina, 2010; Cárdenas y Montoro, 2017; Martínez-García et al. 2019).

Con el objetivo de conseguir un tejido productivo en el que las empresas sean capaces de asegurar su viabilidad económica y, al mismo tiempo, avanzar hacia una mayor integración social, un mayor respeto al medioambiente y un modelo de crecimiento más coherente y equilibrado, es preciso dar un paso más en la formación integral del alumnado. Por lo tanto, los docentes debemos asumir el compromiso de contribuir al desarrollo de competencias relacionadas, no solo con el espíritu emprendedor, sino también con un comportamiento ético y socialmente responsable. Todas aquellas propuestas que pretendan acercar a los estudiantes a modelos de negocio innovadores y, a la vez, con un fuerte impacto social, adquieren una especial relevancia en el momento actual. Sin embargo, antes de poner en marcha iniciativas en este sentido, nos parece interesante realizar un diagnóstico sobre el grado de conocimiento y el interés que suscita el emprendimiento social entre los jóvenes universitarios. Por ello, en este trabajo se presenta el estudio realizado para tratar de identificar cuánto saben los estudiantes a cerca de las empresas sociales, cuáles son sus principales intereses laborales y hasta qué punto estarían dispuestos a involucrarse en proyectos empresariales capaces de responder adecuadamente a los nuevos retos demandados hoy en día por la sociedad.

2. CONTEXTO

Pese a que son muchas las aproximaciones realizadas al concepto de empresa social, no existe todavía una definición

Octubre 9-11, 2019, Madrid, ESPAÑA

V Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC 2019)

oficial comúnmente aceptada. No obstante, la Comisión Europea, a partir de las recomendaciones de la Red Europea de Investigación EMES, propone un modelo basado en tres dimensiones: económica y empresarial, social y de gobierno corporativo (COM, 2011). Así, se puede considerar que las empresas sociales son aquellas que actúan en el mercado, ofreciendo bienes y servicios de manera empresarial, pero que se caracterizan por tres elementos fundamentales: en primer lugar, su principal objetivo es de carácter social, y para alcanzarlo, realizan su actividad de manera socialmente innovadora; segundo, sus beneficios se reinvierten principalmente en la realización de dicho objetivo social; y, finalmente, tienen un modo de organización y un régimen de propiedad también condicionados por dicha misión social, basados en principios tales como la democracia, la responsabilidad, la participación y la justicia social (Defourny y Nyssens, 2012).

Un emprendedor social, por tanto, es aquel que desarrolla un proyecto empresarial para responder, de manera innovadora y creativa, a problemas sociales y medioambientales, tales como atención a la salud, acceso a la vivienda, integración profesional y social de personas en riesgo de exclusión, etc. No se trata de beneficencia o caridad, sino que consiste en la creación de un modelo de negocio basado en la voluntad de ayudar a los demás y de llevar a cabo un cambio en la sociedad. Consiste en emprender una actividad empresarial motivada no por el ánimo de lucro, sino con la intención de resolver necesidades sociales no atendidas y aportar respuestas a los problemas de ciertos colectivos, especialmente vulnerables y desfavorecidos. En consecuencia, se puede decir que el objeto prioritario que persiguen es el servicio a la comunidad, la búsqueda de un cambio social positivo, y en última instancia, la creación de valor para la sociedad en su conjunto.

Ante esta nueva realidad, en la comunidad académica empieza a generalizarse la idea de que es interesante que el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios se desarrolle dentro del ámbito de la empresa social (Priede et al., 2017; Hernández et al., 2018; Sánchez Espada et al., 2018).

3. DESCRIPCIÓN

Se pretende medir el conocimiento que tiene el alumnado sobre el emprendimiento social y su interés por participar en este tipo especial de emprendimiento, así como conocer sus preferencias laborales en el futuro. La población objeto de estudio de la que se ha extraído la muestra es el número de estudiantes matriculados en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas (ETSAAB), que en el curso 2018-2019 asciende a 2.245. Considerando un error máximo del 2% y nivel de confianza del 95% se estimó un tamaño muestral de 380 para asegurar la representatividad de las proporciones de interés.

A. La encuesta

La técnica empleada para la recopilación de información ha sido la encuesta personal. Se realizó en las clases, pasando por las aulas de diferentes titulaciones, tanto de grado como de master, durante los meses de abril y mayo de 2019.

En primer lugar, se incluyeron unas preguntas con variables sociodemográficas para conocer el perfil de los encuestados; a continuación, se planteaban una serie de cuestiones con el objeto de conocer sus preferencias laborales en cuanto a los

aspectos que consideran más relevantes a la hora de elegir un trabajo y el tipo de organización en la que les gustaría trabajar, tanto en un futuro próximo, como a más largo plazo (10 años). Por último, se preguntó acerca de emprendimiento social. En la tabla 1 se muestra un resumen de las preguntas que recogía el cuestionario.

Tabla 1. Encuesta

Variable	Pregunta	Respuesta
Titulación	Estás cursando estudios de master o de grado	Master Grado
Sexo	Sexo	Hombre Mujer
Calificaciones	Nota media	Aprobado (5-6) Notable (7-8) Sobresaliente (9-10)
Entorno laboral	Qué aspectos consideras más importantes y menos importantes del entorno laboral	Ajuste a la formación recibida. Seguridad, estabilidad. Comportamiento responsable de la empresa. Remuneración económica. Libertad y flexibilidad en el trabajo. Opciones de promoción. Oportunidad de viajar. Conciliación laboral. Buen clima laboral.
Trabajo a corto plazo	Dónde te gustaría y dónde no te gustaría trabajar a corto plazo	Pyme. Gran empresa. Cuenta propia. Sector público. ONG, fundación o similar.
Trabajo a largo plazo	Dónde te gustaría y dónde no te gustaría trabajar dentro de 10 años	Pyme. Gran empresa. Cuenta propia. Sector público. ONG, fundación o similar.
Emprendimiento social (ES)	Has oído hablar del ES	Sí No
Canal	A partir de qué canal has conocido el término de ES	Internet. Televisión. Por otra persona. Conozco un caso real. En la universidad. En el instituto.
Interés conocimiento	Estarías interesado en profundizar en el tema de ES	Sí, en la propia universidad. Sí, pero por mi cuenta. No.
Interés participación	Estarías interesado en participar activamente en proyectos de ES	Sí, participaría como voluntario. Sí, siempre que sea remunerado. Sí, si obtengo experiencia relacionada con mi campo de conocimiento. No.

Fuente: elaboración propia

B. La muestra

En la encuesta participaron un total de 382 estudiantes, de los cuales, el 46% son hombres y el 54% de mujeres. La edad de los encuestados está comprendida entre dieciocho y cuarenta años, si bien, las edades de mayor frecuencia son las pertenecientes al intervalo de dieciocho a veintiséis. Asimismo, un 87% de los participantes son estudiantes de grado y solo un 13% son de máster. Referente a las calificaciones, un 50% de los alumnos tiene una calificación media de aprobado (5-6), un 48% de notable (7-8) y un 2% de sobresaliente.

4. RESULTADOS

En referencia a los intereses laborales de los estudiantes, los resultados de la encuesta muestran que entre los aspectos más valorados destacan las oportunidades de progresar, el buen ambiente de trabajo y la remuneración económica. Por otro lado, las oportunidades de viajar, el ajuste a la formación recibida y la conciliación laboral aparecen como las cuestiones menos importantes en el ámbito laboral (tabla 2).

Tabla 2. Aspectos más valorados del entorno laboral (%)

Opciones de promoción	20,38
Buen clima laboral	18,35
Remuneración económica	17,97
Seguridad, estabilidad	14,56
Comportamiento responsable de la empresa	9,75
Libertad, organización flexible del trabajo	8,86
Conciliación laboral	6,08
Ajuste a la formación recibida	2,66
Oportunidad de viajar	1,39

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta

En referencia a dónde les gustaría trabajar, a corto plazo, un 74% seleccionaron entre sus preferencias trabajar en algún tipo de empresa privada (grande o pyme), mientras que tan solo el 3% se plantea montar su propia empresa (gráfico 1). Sin embargo, estos datos cambian en el caso de largo plazo; en este supuesto, la mayoría de estudiantes, un 36%, seleccionaron como preferencia montar su propia empresa, siendo esta la opción que mayor incremento tuvo. Por su parte, la reducción más relevante ha sido la opción de trabajar en una pyme, que pasa de un 42% a un 7%, por lo que se puede asumir un trasvase de voto de trabajo en pyme a corto plazo a la opción de montar una empresa en la categoría de largo plazo (gráfico 2).

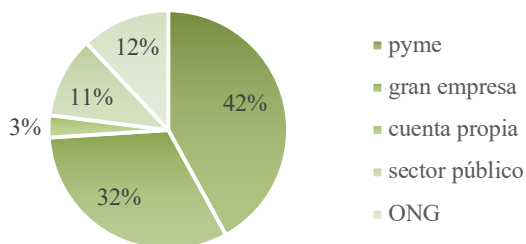


Gráfico 1. Preferencias de trabajo a corto plazo

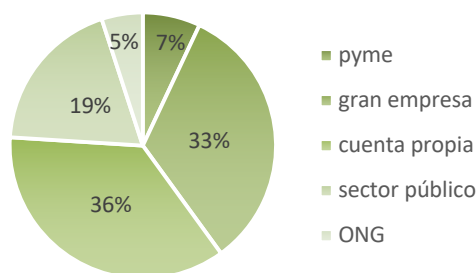


Gráfico 2. Preferencias de trabajo a largo plazo

En esta parte de la encuesta se preguntó a los estudiantes acerca de emprendimiento social. Del total de la muestra, un 45% dijo haber escuchado anteriormente el término de emprendimiento social. Posteriormente, se dio a los alumnos cuatro definiciones diferentes de emprendimiento social, dos de ellas correctas y otras dos erróneas; si bien la respuesta más seleccionada por los estudiantes se corresponde con una de las definiciones correctas de emprendimiento social, la segunda opción más seleccionada era incorrecta. Los resultados de las opciones seleccionadas fueron muy similares tanto para las personas que habían oído hablar de emprendimiento social como para las que no.

Adicionalmente, en otra pregunta se instó a los estudiantes a escribir el nombre de alguna empresa social que conocieran. Se trata de un dato significativo ya que de los 170 alumnos que dijeron haber escuchado con anterioridad el término de emprendimiento social, solo 30 dieron el nombre de alguna empresa social. Además, muchas de estas respuestas se correspondían, en realidad, con una ONG y no con empresas sociales. De estos datos se puede extraer la conclusión de que no existe un conocimiento profundo de empresa social, ya que incluso aquellos alumnos que afirmaron haber escuchado el término, tuvieron problemas para definirla y más aún para dar el nombre de alguna.

Por su parte, los principales canales a partir de los cuales los estudiantes habían oído hablar del emprendimiento social fueron, principalmente, internet, la televisión y a partir de otra persona, ocupando el cuarto lugar charlas o clases en la universidad. Muy pocos estudiantes (6%) afirmaron conocer un caso real de una empresa social.

Después de medir el conocimiento del alumnado sobre emprendimiento y empresa social, se les preguntó si estarían interesados en aprender más sobre este tema y si participarían en proyectos de emprendimiento social. En la primera pregunta (gráfico 3) se ha recogido una gran aceptación por parte de los estudiantes a aumentar sus conocimientos de emprendimiento social. Un 68% de los encuestados dijo que sería interesante que la propia universidad se encargara de dar a conocer más el tema de emprendimiento social, un 16,3% dijo que le gustaría seguir aprendiendo más de este tema, pero por su cuenta y un 15,7% dijo no estar interesado en aumentar sus conocimientos al respecto.

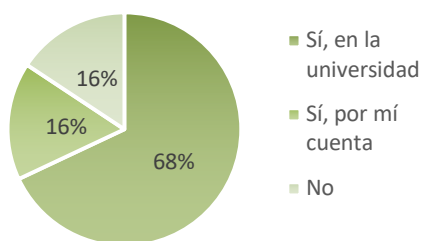


Gráfico 3. Interés por profundizar en el tema de emprendimiento social

En referencia a la segunda pregunta (gráfico 4), se obtuvo que un 27% de los alumnos participarían en proyectos de emprendimiento social siempre y cuando se remunerase su participación en el mismo, un 47% participaría como voluntario si obtuviera algún tipo de experiencia relacionada con su ámbito de trabajo, un 14% participaría como voluntario (sin obtener ni remuneración ni experiencia laboral en su campo) y, finalmente, el 13% de estudiantes dijo que no está interesado en participar en proyectos de este tipo.

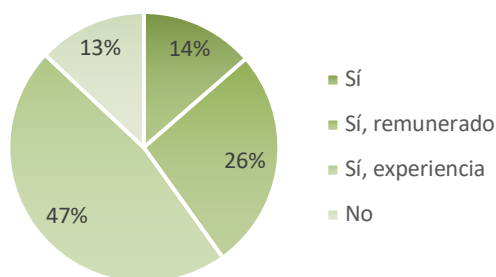


Gráfico 4. Interés en participar en proyectos de emprendimiento social

A partir de esta última variable se han estimado diversos modelos logit para intentar explicar la propensión de los alumnos a involucrarse en iniciativas de emprendimiento social. La tabla 3 recoge los resultados para la variable dependiente “interés en participar como voluntario en emprendimiento social”, que incluye las categorías “Participaría como voluntario siempre y cuando obtenga experiencia laboral relacionada con mi campo de trabajo” y “Participaría como voluntario”. Otros resultados obtenidos cuando se incluye además la categoría “Estaría interesado siempre y cuando se remunerase mi participación en el proyecto” no difieren sustancialmente de los aquí presentados.

Los diferentes grupos de variables explicativas se han incluido de forma alternativa. Así el Modelo 0 considera

únicamente variables sociodemográficas como sexo, grado/máster y calificaciones de los estudiantes. En esta última, dado que los alumnos de sobresaliente son muy pocos, se ha construido la variable Notable+ que comprende Notable y Sobresaliente. Estas tres variables se han mantenido en el resto de estimaciones. El Modelo 1 incorpora las preferencias de trabajo a corto plazo y el Modelo 2 las de largo plazo. El Modelo 3 añade como regresores los aspectos más valorados en el ámbito laboral y el Modelo 4 los menos valorados. Como medida de bondad de estos ajustes se ha usado el estadístico $R^2_{Nagelkerke}$ (Nagelkerke, 1991), que es una generalización del coeficiente de determinación a modelos lineales generalizados (Faraway, 2016).

Empezando por estos coeficientes R^2 , la variabilidad explicada es muy baja en los tres primeros modelos, y algo mayor en los otros dos. Por tanto, el interés en participar como voluntario en emprendimiento social presenta una heterogeneidad elevada que no es capturada de forma mayoritaria por las variables de la encuesta. Esto abre la puerta a futuras investigaciones en las que se planteen otras cuestiones que puedan predecir mejor la propensión al emprendimiento social.

De la comparación de modelos se desprende que el grado de explicación de las variables sociodemográficas (Modelo 0) es bajo y que las variables de valoración de aspectos en el ámbito laboral (Modelos 3 y 4) explican más que las de preferencias de trabajo a corto y largo plazo (Modelos 1 y 2).

Las variables que han arrojado resultados significativos para varios modelos han sido las de sexo masculino, máster y calificaciones de notable y sobresaliente. Las dos primeras presentan signo negativo y la última, positivo. Se puede extraer como conclusión una menor disposición por parte de los hombres y estudiantes de máster a participar en proyectos de emprendimiento social como voluntarios, al tiempo que se percibe una mayor propensión por parte de estudiantes con calificaciones más elevadas (notable y sobresaliente).

En cuanto a las expectativas de trabajo, los Modelos 1 y 2 no consiguen incrementar considerablemente la bondad del ajuste en relación con el Modelo 0, pero se observa que las preferencias de trabajo a corto plazo explican algo más que las correspondientes a largo plazo, e incluso se observa valores significativos para la variable de trabajar a corto plazo como voluntario en una ONG o similar.

En los Modelos 3 y 4 no se muestran todas las variables explicativas usadas, solo las individualmente significativas, una en el Modelo 3. Aquellos que valoraron como más importante la remuneración económica y la oportunidad de promocionar tendrían una menor disposición a formar parte de proyectos de este tipo.

Tabla 3. Modelos logit para la variable interés en participar en proyectos de emprendimiento social como voluntario

	Modelo 0	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Término independiente	0.49 *** (-0.18)	0.34 (0.22)	0.79 * (0.47)	1.52 (1.14)	-17.42 (1912.19)
SexoMasculino	-0.74 *** (0.21)	-0.72 *** (0.22)	-0.77 *** (0.22)	-0.75 *** (0.24)	-0.80 *** (0.25)
Master	-0.79 ** (0.33)	-0.81 ** (0.34)	-0.79 ** (0.33)	-0.85 ** (0.40)	-0.78 ** (0.39)
Notable+	0.38 * (0.22)	0.37 * (0.22)	0.37 (0.22)	0.54 ** (0.25)	0.44 * (0.26)
Trabajar_cortob		Grandes empresas 0.13 (0.25)			
Trabajar_cortoc		Empresa propia -0.1 (0.67)			
Trabajar_cortod		Sector público 0.36 (0.36)			
Trabajar_cortoe		ONG, fundación 0.81 ** (0.37)			
Trabajar_largob			Grandes empresas -0.4 (0.47)		
Trabajar_largoc			Empresa propia -0.1 (0.47)		
Trabajar_largod			Sector público -0.5 (0.5)		
Trabajar_largoe			ONG, fundación -0.2 (0.66)		
Remuneración económica y oportunidad de progresar				-2.6 ** (1.2)	
...					
$R^2_{Nagelkerke}$	0.06	0.08	0.07	0.25	0.26

Fuente: Elaboración propia. Nivel de significatividad: *** <1%, ** <5%, * <10%. Desviaciones típicas entre paréntesis.

5. CONCLUSIONES

La diferencia de una empresa social con una empresa convencional es el beneficio social que genera en la comunidad. Se trata, por tanto, de un modelo de negocio con un impacto altamente positivo, ya sea en términos sociales o medioambientales.

En los datos recogidos por la encuesta se ha detectado un número elevado de alumnos que pretenden montar una empresa propia a largo plazo. Incluir una formación en emprendimiento social permitiría a estos emprendedores potenciales decidir entre un modelo de negocio convencional o uno en el que exista un beneficio social que aporte mejoras a la población.

Actualmente, tal y como se ha podido constatar, existe un desconocimiento bastante grande acerca del emprendimiento social. Sería, por tanto, de gran utilidad fomentar el

conocimiento de este tipo de empresas para potenciar su creación, sobre todo después de constatar que existe un claro interés por parte del alumnado en aumentar sus conocimientos sobre este tema. Sin embargo, se trata de una cuestión compleja, pues no resulta sencillo introducir esta temática en las clases de las propias universidades, especialmente cuando estas universidades deben priorizar el perfil técnico del estudiante.

Por ello, se plantearon varias alternativas para estudiar cuál podría ser la forma más apropiada de hacer llegar este tema al mayor número de estudiantes. Finalmente se ha considerado que la mejor opción para dar a conocer el tema de emprendimiento social es a partir de la creación de contenido audiovisual que pueda subirse plataformas de gran difusión como *YouTube*.

Así pues, en esta segunda parte del proyecto se está trabajando en la creación de un video sobre emprendimiento

social que pueda ser accesible para cualquier persona interesada en esta forma de emprendimiento.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se ha desarrollado en el marco del Proyecto de Innovación Educativa Retos para fomentar el emprendimiento responsable (IE1819.2004) de la Universidad Politécnica de Madrid.

REFERENCIAS

Cárdenas, A. R. y Montoro, E. (2017). Evaluación de un proyecto de educación emprendedora en la ESO. La visión del alumnado. *Revista de Investigación Educativa*, 35(2), 563-581.

Comisión Europea (2011). *Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales*. COM (2011), Bruselas. [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0682_/com_com\(2011\)0682_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0682_/com_com(2011)0682_es.pdf).

Defourny, J. y Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34.

Faraway, J. J. (2016). *Extending the linear model with R: generalized linear, mixed effects and nonparametric regression models*. 2ª ed. Chapman and Hall/CRC. New York.

Hernández, I., Pérez, C. y Rúa, S. (2018). Intereses y perspectivas formativas en economía social y solidaria de los estudiantes universitarios. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 94, 91-121.

Marina, J. A. (2010). La competencia de emprender. *Revista de Educación*, 351, 49-71.

Martínez-García, I., Padilla-Carmona, M.T. y Suárez-Ortega (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 129-146.

Nagelkerke, N. J. (1991). A note on a general definition of the coefficient of determination. *Biometrika*, 78(3), 691-692.

Priede, T., López-Cózar, C., y Benito, S. (2017). *Desarrollo competencial del alumno: el espíritu emprendedor y la responsabilidad social*. En In-Red 2017. III Congreso Nacional de innovación educativa y de docencia en red. (pp. 918-928). Editorial Universitat Politècnica de València.

Sánchez Espada, J., Marín López, S., Bel Durán, P. y Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38.