

Conocimiento que tienen los estudiantes de Universidades Públicas con respecto a los estudiantes de las Universidades Privadas sobre el tema de emprendedurismo social.

Randall Zúñiga López
Aspirante al grado de Maestría

Universidad Latinoamericana de las Ciencias y la Tecnología
Curso de Investigación Empresarial Aplicada
San José, Costa Rica
Agosto 2013

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación muestra los resultados de un cuestionario aplicado a 30 estudiantes de universidades públicas, afiliadas a la Red de Universidades en favor del Emprendedurismo Social, así como otros 30 estudiantes de universidades privadas que no están afiliados a dicha red. Lo anterior, a fin de comparar el conocimiento que se tiene sobre Emprendedurismo Social y el compromiso de las Universidades afiliadas a la Red UNES. El enfoque del trabajo es cuantitativo dado un diseño no experimental descriptivo. Los resultados arrojados por parte del estudio demuestran un desconocimiento generalizado de los estudiantes (independientemente del centro de estudios) sobre el tema en investigación.

PALABRAS CLAVES:

Emprendedor social, Red de emprendedurismo, transparencia, transformación social, agente de cambio.

ABSTRACT:

The present investigation shows the results of a questionnaire administered to 30 students in public universities affiliated to the University Network for Social Entrepreneurship's and 30 other students of private universities that are not members of that network. This in order to compare the knowledge they have about Social Entrepreneurship and the commitment of the members of the universities throughout the network UNES. The quantitative approach of the work is a non-experimental descriptive design. The results obtained from the study show a general lack of knowledge of the students (regardless of the type of school) on the subject under investigation.

KEYWORDS:

Social Entrepreneur, Entrepreneurship network, transparency, social transformation, agent of change.

INTRODUCCIÓN

Las universidades como centros superiores de enseñanza, dentro de su función formadora, deben propiciar la construcción de una sociedad más justa, equitativa con fines humanistas. En este orden de ideas, no solo deben preocuparse en formar académicamente a las personas, sino también forjar seres humanos más integrales y que busquen el beneficio de la colectividad, específicamente los más marginados, excluidos y olvidados.

De tal forma, el abordaje del emprendedurismo social ha tomado una especial preponderancia, tanto a nivel curricular (contenido de clases), extensión (actividades de campo fuera de las aulas), así como de investigación (mediante el desarrollo de estudios sobre el tema).

Si bien es cierto, sería una falacia pensar que el tema del emprendedurismo social es algo que solo puede aprenderse en las aulas universitarias, lo cierto del caso es, que a las universidades les corresponde la obligación, como mínimo, de dar a conocer el tema entre sus estudiantes. Según Dees (2001) *“los emprendedores sociales tienen una misión social explícita en mente. Su principal objetivo es convertir al mundo en un lugar mejor”*

Una loable iniciativa en este sentido es la red latinoamericana de universidades, porque el emprendedurismo social es una red que busca la cooperación de las mismas en la región latinoamericana para el intercambio de conocimientos, investigaciones y buenas prácticas. La red incorpora a más de 80 universidades de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Estados Unidos. (Red UNES, 2013).

En nuestro país existen ocho universidades afiliadas a esta red, siendo estas: el Instituto Tecnológico de Costa Rica, la Universidad de Ciencias Empresariales, la Universidad de Costa Rica, la Universidad Estatal a Distancia, la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, la Universidad Nacional de Costa Rica, la Universidad para la Cooperación Internacional y por último, la Universidad para la Paz.

El presente trabajo de investigación pretende determinar a través de los mismos estudiantes pertenecientes a esta red y otros que no pertenecen a ella, sobre si conocen el tema del emprendedurismo social, su diferencia con respecto a temas como responsabilidad social empresarial y si piensan de algún modo ser parte de este movimiento o si tienen ideas al respecto que quisieran aprovechar y materializar, esto con el afán de desterrar erróneas concepciones sobre lo que se cree que es emprendedurismo social, pero que en realidad termina siendo una situación diferente.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

El emprendedurismo social, según Gregory Dees (2001), involucra cinco características como la capacidad de crear valor social, aprovechar las oportunidades que posibiliten la creación de valor, de igual modo, el compromiso o involucramiento con el mejoramiento continuo, la capacidad de adaptación y el aprendizaje. El cuarto elemento que refiere Dees es la sagacidad e inventiva humana para crear valor donde existen muy pocos recursos. Finalmente, el quinto aspecto discurre sobre la transparencia en la gestión mediante un sistema de rendición de cuentas.

Otros autores hacen referencia a otros aspectos importantes como la innovación transformadora y la continuidad del proyecto en el tiempo. De tal forma, Bernardo Kliksberg hace su aporte al indicar que *“el emprendedor social tiene, lo que podríamos llamar una especificidad. Es diferente de la actividad empresarial, y también de la actividad pública. Hay en él un impulso voluntario, y un objetivo de servicio, al mismo tiempo que una innovación liberada de trabas burocráticas.”* Por su parte Marta Curto (2012) es más vehemente en su comentario en que *“la línea que separa a los emprendedores empresariales de los emprendedores sociales es el compromiso de los últimos de crear un impacto social.”*

Quizás esto último es la clave del emprendedurismo social y que lo diferencia del emprendedurismo comercial y es el hecho que las transformaciones surjan como una propuesta de valor para la colectividad, riñe directamente con las finalidades de lucro que solo intentan crear valor en función de un beneficio particular de enriquecimiento.

Al respecto, Ana Catalina Estrada (2011), promotora social de México manifiesta que *“todos somos sociales por naturaleza pero cuando hablamos de negocios, tendemos a pensar de forma tradicional, ponemos el dinero por encima del bien que podemos hacer a las personas. Desde luego también hay personas que desarrollan mucho más que otras el sentido y compromiso social, que se interesan más por el bien común y se preocupan y ocupan de hacer algo por servir a los demás, y que tienen por tanto más consciencia social.”*

Los negocios sociales a los que hace referencia la promotora mexicana, no tienen una visión capitalista pecuniaria en el cual, lo único que se busca es una rentabilidad y el lucro, sino más bien, una visión humana de hacer negocios en la cual puede haber una ganancia, pero que no es para generar rendimientos a los accionistas, en vez de dar sostenibilidad al proyecto.

De tal forma, la propuesta de emprendedurismo social, aparte del tema de no tener un asociado, una filosofía de lucro, debe tener una connotación de innovación que facilite la transformación, aprovechando las diferentes oportunidades que surgen y es en este punto, donde encuentra lugar la determinación de emprendimientos sociales en una institución, cuya existencia se debe en formar a los profesionales del futuro.

Otro aspecto que no mencionan los autores directamente, pero que sí se puede colegir directamente de sus comentarios, es el hecho que el emprendimiento debe ser

sostenible en el tiempo debido a que si se da una única vez, en realidad se podría estar hablando de otra acción como que tiende a confundirse como la responsabilidad social empresarial o bien, una donación, mismas que si bien comparten algunos principios no pueden conceptualizarse como emprendimientos sociales.

Al respecto, Álvaro Ramírez (2008) de la Fundación Schwab para emprendedores sociales, aclara de manera precisa la diferencia, aduciendo que no se puede tomar la práctica de responsabilidad social corporativa como un emprendimiento social, ya que *“una empresa que practica la responsabilidad social corporativa se preocupa por el impacto que su actividad tiene en la sociedad y actúa acorde a esa preocupación, pero su objetivo sigue siendo económico, no social. Tampoco debemos confundir el emprendimiento social con otros conceptos o actividades como organizaciones sociales, activismo social o la provisión de servicios sociales. El emprendimiento social tiene similitudes con estos conceptos u actividades, pero ninguno de ellos reúne los tres requisitos básicos de objetivo social, innovación transformadora y modelo de negocios sostenible.”*

Este modelo de negocios involucra un modelo ético que sea sostenible. Según Manuel Gross (2009) *“un modelo de negocio de una empresa es una representación simplificada de la lógica de negocio. Describe lo que un negocio ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos, y cómo se relaciona con ellos, y en fin como la empresa gana dinero.”*

Esto es importante, ya que anteriormente se delimitó que la sostenibilidad del emprendimiento no puede ser producto de una donación, sino que más bien, el hecho de que se busque una sostenibilidad en el tiempo involucra un modelo de negocio ético, que si bien es cierto, no busca el afán de lucrar, si debe tener en cuenta la sustentación del mismo.

Un ejemplo a nivel latinoamericano de emprendedurismo social es el proyecto “Un techo para mi país”, la cual es una organización nacida en Chile, lideradas por jóvenes que se ha propagado por 20 países de América Latina y parte del Caribe y busca superar la situación de pobreza que viven miles de personas en los asentamientos precarios, a través de la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios. (Techo.org 2013). Con más de 500.000 voluntarios y casi 100.000 viviendas construidas en 15 años, la iniciativa ha probado superar la prueba del tiempo y ha sido galardonada con múltiples premios a nivel mundial.

Los beneficios de los emprendimientos sociales son muchos. Para Ramírez (2008) se pueden delimitar en cuatro grandes áreas. *“Primero, enfrentando necesidades sociales insatisfechas; por ejemplo, brindándole oportunidades de empleo y desarrollo a grupos marginados que no han recibido respuestas del mercado ni del Estado. Segundo, mejorando la calidad de los servicios sociales; por ejemplo, mediante la introducción de nuevas formas de solucionar viejos problemas. Tercero, fomentando prácticas éticas en los mercados; por ejemplo, promoviendo el comercio justo. Cuarto, atrayendo a nuevos empresarios que quieran hacer una diferencia en la sociedad.”*

La costarricense Astrid Fischel Volio, en su ponencia durante el Congreso Internacional de Emprendedurismo Social, realizado en Costa Rica entre el 6 y 7 de junio de 2013, se refiere a este tema en el sentido que *“se apoya en la innovación y la*

competitividad, instrumentos favorecedores de proyectos y empresas generadoras de empleo y de oportunidades de ingreso sostenible. Por ello, se parte de una perspectiva integral, en la cual es determinante la inversión paralela en tres áreas estratégicas: capital social, que implica el desarrollo de capacidades con el propósito fundamental de propiciar el paso de receptores pasivos a protagonistas activos de su propio desarrollo; obras de infraestructura social, que aseguren el acceso a servicios básicos y generación de ingresos, lo cual conlleva calificación para el trabajo y proyectos productivos sostenibles.”

Con esta pluralidad de conceptos es difícil encontrar una respuesta única, ya que mucho va a variar, dependiendo de la motivación del emprendimiento. Para el caso concreto en una organización de enseñanza superior, el emprendimiento se puede señalar que se trata de una propuesta generadora de valor social, mediante el uso de soluciones innovadoras a problemas de la colectividad, dado que para realizar esta finalidad, se pueden utilizar herramientas empresariales para propiciar una transformación social.

METODOLOGÍA

Como parte de la metodología del presente trabajo se tiene que el alcance del mismo es descriptivo, ya que los datos son recolectados y analizados, según los resultados obtenidos debido a que el enfoque de la investigación es de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, ya que no se manipulan deliberadamente las variables obtenidas, todo esto bajo un procedimiento de muestra no probabilística, según la mejor conveniencia del autor, lo cual no refleja necesariamente el criterio de todas las personas de la población meta.

De tal forma, se utilizó una muestra de 60 estudiantes universitarios, tanto de universidades públicas como privadas que estén terminando la carrera o que estén muy avanzados en la misma. Para ello, se utilizó un instrumento de recolección de información de diez preguntas, estructurado en cuatro apartados, como información del participante y su universidad, conocimiento del concepto de emprendedurismo social y acciones realizadas o por realizar en este tema a futuro.

Una vez obtenidas las respuestas se realizó el respectivo tabulado de datos para sostener los resultados de la investigación, así como poder inferir las conclusiones y sugerir las más apropiadas recomendaciones.

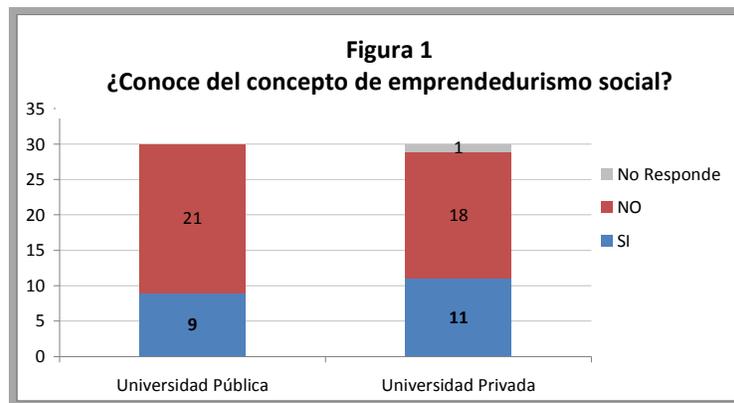
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) Composición de la muestra.

Como preámbulo para mostrar los resultados obtenidos, es importante destacar que de los 60 estudiantes consultados, 28 son de sexo masculino (47%), 23 de sexo femenino (38%), dado que nueve personas no contestaron la pregunta (15%). Las universidades consultadas fueron tanto públicas (Universidad de Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia y el Instituto Tecnológico de Cartago) como privadas (ULICORI, Universidad del Valle así como la Universidad de las Ciencias y las Artes) pertenecientes a diversas carreras como Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Industrial, Contabilidad, Psicología, Derecho, Administración de Empresas, Criminología y Desarrollo Social. Del total de estudiantes, 15 estaban cursando una Maestría Profesional y los restantes 45, terminando la Licenciatura.

b) Conocimiento del Emprendedurismo Social.

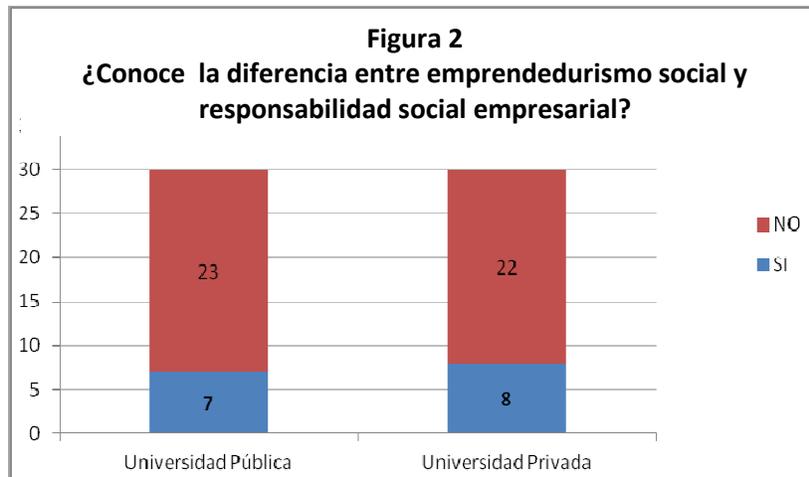
Se evalúa en este apartado, el conocimiento que tiene el estudiante sobre el tema de Emprendedurismo Social y de otro tema afín como la Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

El anterior gráfico permite mostrar que independientemente del tipo de universidad que se trate sea pública o privada, prácticamente dos de cada tres estudiantes no conocen el concepto de emprendedurismo social, esto a pesar de que las tres universidades públicas pertenecen a la red UNES (Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social), lo cual deja en evidencia un problema de comunicación.

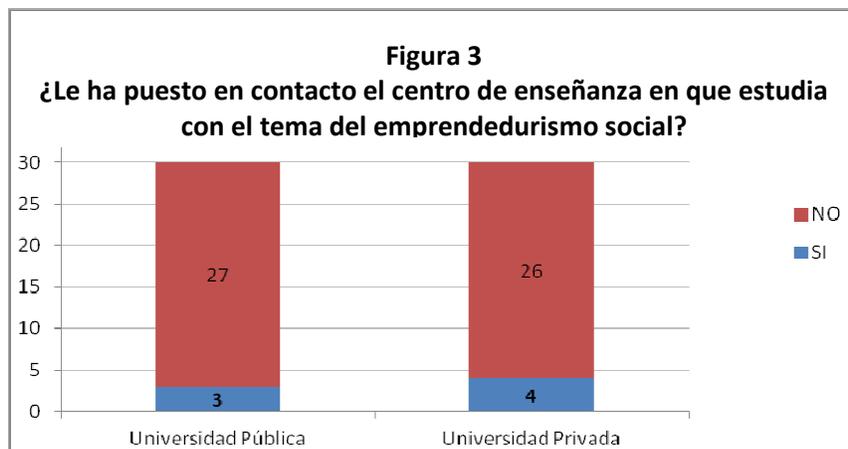
Por su parte con la figura 2 se intenta conocer si los estudiantes conocen la diferencia entre emprendedurismo social y el concepto de responsabilidad social empresarial, dado que se pudo determinar que tres de cada cuatro estudiantes no conocen la diferencia entre ambos.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

c) Las universidades y su compromiso con el emprendedurismo social.

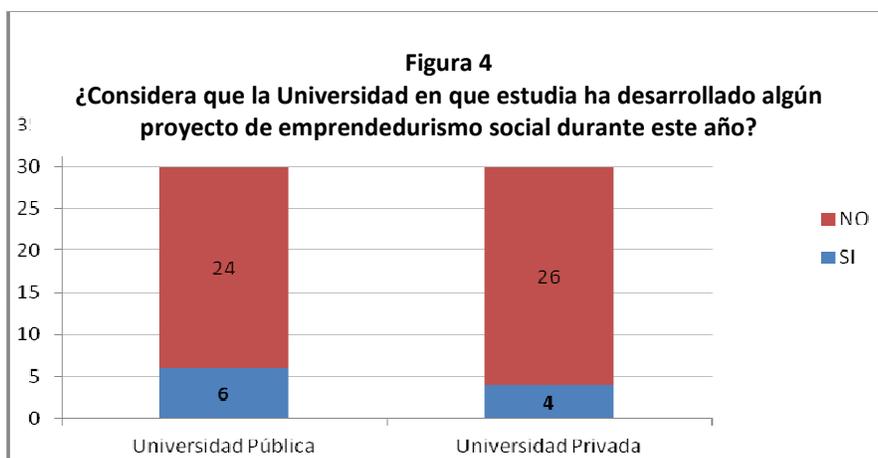
Se determina en este apartado, el compromiso que tienen las universidades con el tema del emprendedurismo social, con el que se intenta determinar si el tema forma parte de la currícula o actividades educativas. La figura 3 busca conocer si el centro de enseñanza superior, en el cual al estudiante se le ha puesto en contacto con el tema de emprendedurismo social, sea desde un punto de vista curricular, extracurricular o por medio de investigaciones; ante lo cual se tiene un contundente resultado: nueve de cada diez estudiantes respondieron negativamente.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

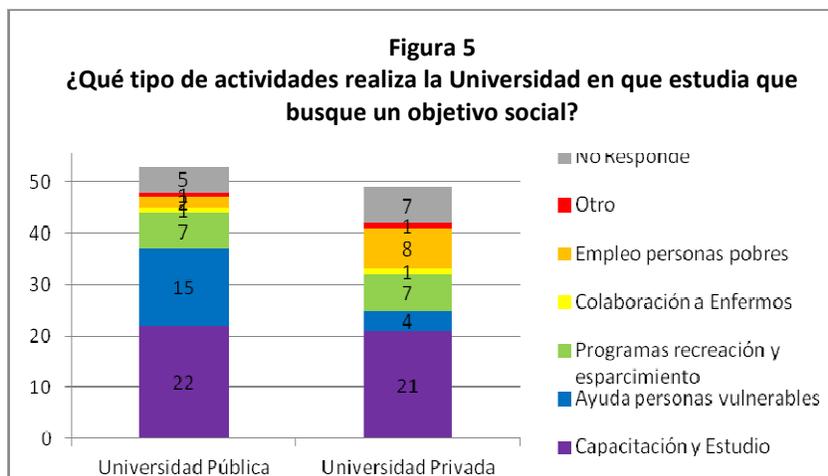
Ante la pregunta si considera que la Universidad en que estudia ha desarrollado algún proyecto de emprendedurismo social durante este año, se obtuvieron resultados que

llaman a la consideración, ya que prácticamente ocho de cada diez estudiantes contestaron negativamente.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

No obstante, cuando se realiza la pregunta sobre qué tipo de actividades realiza la universidad en la que estudia, que busque un objetivo social (figura 5), se obtienen resultados donde la capacitación y ayuda a personas en condición de vulnerabilidad son principalmente las actividades que mayormente se realizan.

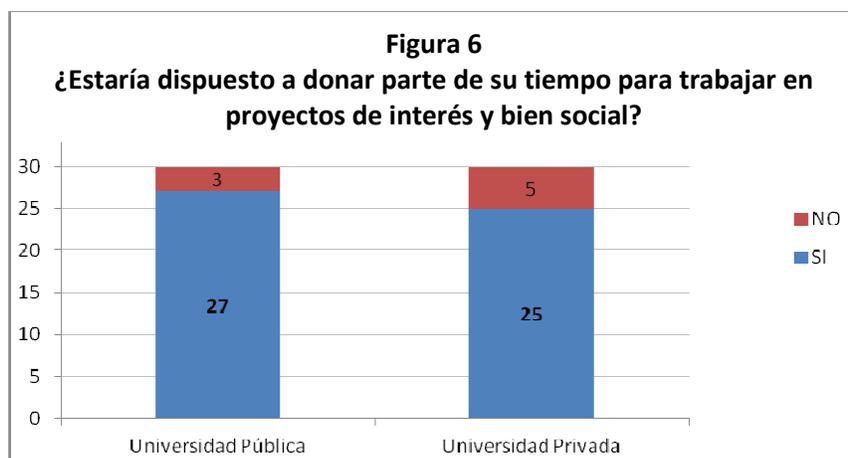


Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

d) Disposición para realizar emprendimientos sociales.

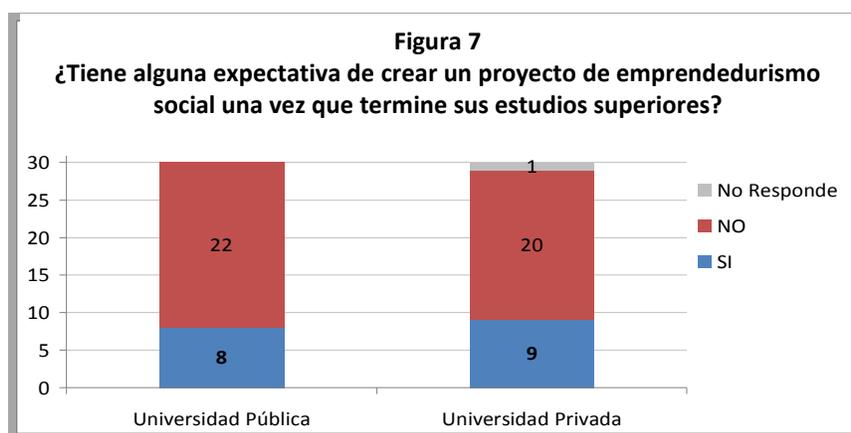
Se busca en este apartado, conocer la propensión de las personas para participar en proyectos de emprendedurismo social y qué tipo de actividades se tiene planeado realizar una vez que finalicen el estudio. La figura 6 establece que de las 60 personas que respondieron el cuestionario, ocho de cada diez están dispuestas a donar parte de su tiempo

para labores de emprendedurismo social, lo cual significa una cantidad importante de capital humano deseoso de colaborar con el tema.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

No obstante, esta disposición de colaborar requiere de un impulso extra por parte de alguna organización para forjar emprendedores o del gobierno ya que a pesar que existe una buena cuota de voluntarios, la figura 7 muestra que siete de cada diez estudiantes no tiene de momento algún proyecto para después que terminan los estudios.

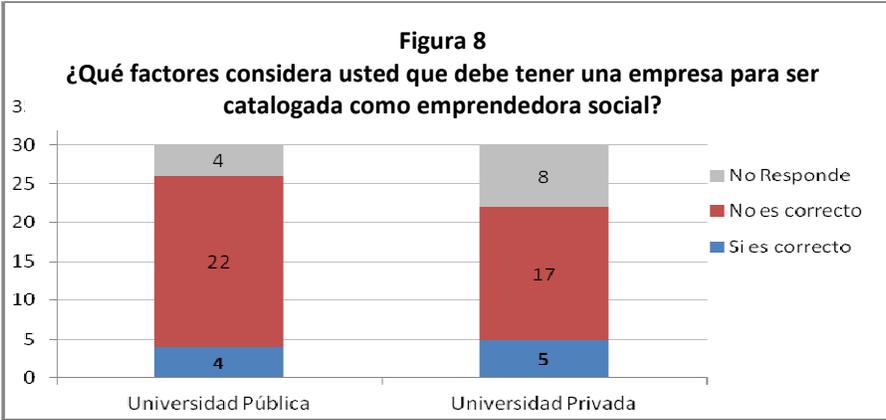


Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

e) Actividades de emprendedurismo social.

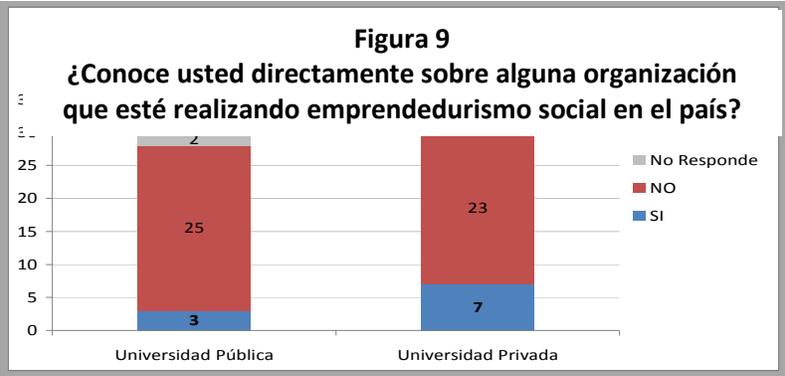
La última parte del trabajo de investigación se centra en determinar las actividades realizadas en razón de una generación de valor a favor del emprendedurismo social, de tal forma, se hicieron algunas preguntas para determinar esto, así como detectar aquellos temas que afectan la generación de valor a través del emprendedurismo social.

La figura 8 busca servir de refuerzo a la figura 1, en el sentido de determinar el conocimiento del concepto de emprendedurismo social, para ello se realizó una pregunta abierta acerca de los factores que consideran debe tener una empresa para ser catalogada como emprendedora social, dado que solo el 15% en promedio pudo citar elementos que se consideran propios del emprendimiento social, mientras que en la figura 1, se obtuvo el doble de esa cifra, lo que llama la atención por la brecha que si en realidad se tenía conocimiento real del concepto de emprendedurismo social.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

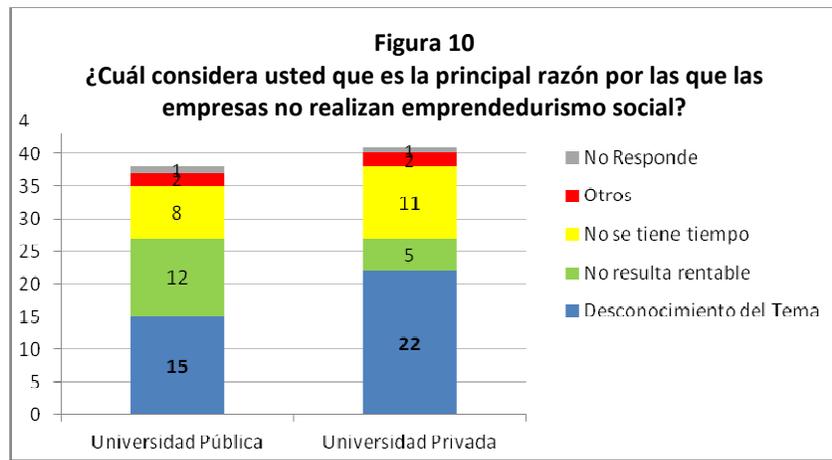
Por su parte, la figura 9 intenta conocer si los estudiantes de universidades conocen empresas que estén desarrollando proyectos de emprendedurismo social a lo que en promedio ocho de cada diez personas indicó no conocer una empresa o institución dedicadas directamente al tema.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

Finalmente, se les pregunta a los estudiantes que indiquen las motivaciones por las cuales el tema del emprendedurismo social no es practicado por parte de las empresas, dado que en mayor medida nueve de cada diez personas obtiene como respuesta el

desconocimiento del tema y la poca rentabilidad que tiene el mismo como factores de importancia.



Fuente: Sondeo aplicado a estudiantes universitarios.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación permitió conocer, en términos generales, que existe un gran desconocimiento por parte de los estudiantes universitarios, independientemente se trate de universidades públicas o privadas. Quizás lo que más llama la atención es que se tomaron como referencia a tres que forman parte de la Red Latinoamericana de Universidades para el Emprendedurismo Social (Red UNES), como la Universidad de Costa Rica, la Universidad Estatal a Distancia y el Instituto Tecnológico de Cartago y a pesar de ello, los resultados son muy similares a universidades como la ULICORI, Universidad del Valle, así como la Universidad de las Ciencias y las Artes, las cuales no forman parte de la Red UNES. Esto resulta revelador, por cuanto los resultados fueron muy similares entre ambos grupos universitarios, lo cual permite inferir que el tema no se está tomando con la seriedad del caso en las universidades públicas.

Otro aspecto importante a ser rescatado es el hecho que la mayoría de estudiantes no ha recibido por parte del centro de estudios superior información sobre emprendedurismo social, dado que en términos generales, el 90% afirma que la universidad no le ha puesto en contacto con el tema, sea a nivel curricular o extra clase, lo cual pone en entredicho el compromiso de las universidades afiliadas a la Red UNES para motivar el tema del emprendedurismo social. Incluso los mismos estudiantes son críticos de que las universidades tampoco han hecho lo propio para generar emprendimientos sociales a lo interno de cada centro de enseñanza, porque asocian más actividades de capacitación como parte del componente de emprendedurismo social, cuando no necesariamente es así.

Dentro de los principales hallazgos del estudio realizado es, que a pesar que los estudios en que prácticamente el 33% de los estudiantes consultados dijo conocer el concepto de emprendedurismo social, solamente el 15% del total de personas consultadas pudo indicar en la pregunta número ocho --cuya función es de comprobación-- elementos propios de emprendedurismo social, lo cual permite darse una idea de que en realidad esa cifra del 15% y no la del 33% es la que se acerca más a la realidad.

Otro de los hallazgos principales dentro del trabajo de investigación está en el hecho que existe una gran disponibilidad por parte de los estudiantes para donar parte de su tiempo para obras relacionadas con el emprendedurismo social, porque prácticamente el 85% de las personas consultadas dijo estar dispuesto a colaborar con el tema, no obstante, a pesar de esta buena intención, el 70% adujo no tener dentro de sus planes realizar en solitario algún proyecto de emprendedurismo social. Esto significa que existe un buen caudal de personas dispuestas a colaborar, pero que si no se canalizan adecuadamente sus energías y motivaciones, muy pronto se puede desperdiciar ya que no se le da seguimiento al mismo.

RECOMENDACIONES

La primera recomendación que se debe hacer es, que por lo menos las universidades afiliadas a la Red UNES difundan entre los estudiantes el concepto y los beneficios que conlleva el emprendedurismo social como parte de la currícula académica de los cursos que imparten. Los cursos de Humanidades podrían ser un escenario ideal. No basta con hacer un congreso en el país para que los estudiantes tomen conciencia del tema, se debe ser más agresivo.

La segunda recomendación va dirigida a las mismas universidades, pero también busca alcanzar a las instituciones no gubernamentales y dependencias públicas orientadas hacia los jóvenes para tomar en consideración que existe un capital humano subyacente muy considerable (85% de las personas consultadas), lo cual comprende un variopinto de carreras y afinidades deseosos de colaborar con el país y ser agentes de cambio,

Asimismo, debido al desconocimiento generalizado en temas como Responsabilidad Social Empresarial y Emprendedurismo Social, se deben buscar los mecanismos para que las universidades públicas y privadas incluyan estos temas dentro de sus programas educativos, a fin de que los estudiantes puedan tener mejor información para ejercer su vocación de voluntariado para con el país que ocupa de ideas frescas e innovadoras para este tema.

BIBLIOGRAFÍA

Curto, M. (2012). Los Emprendedores Sociales: Innovación al Servicio del Cambio Social

Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001a): Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs, John Willey & Sons, INC, New York.

Estrada, Ana Catalina (2012). Ser Emprendedor Social, una oportunidad de ser grande. Recuperado el 11/08/2013 desde http://ols.uas.mx/fen/gestione/Desp_Arts.asp?titulo=525

Fischel, Astrid (2013). ¿Cómo educar en Emprendedurismo Social y Ética? Recuperado el 11/08/2013 desde <http://www.redunes.org/?p=2102>

Gross, Manel (2009). Que es un modelo de negocios. Recuperado el 11/08/2013 desde <http://manuelgross.bligoo.com/que-es-un-modelo-de-negocio-la-fuente-de-tu-competitividad>

Kliksberg, Cómo enfrentar la pobreza y la desigualdad. Recuperado el 13/05/2013 desde www.pagina12.com.ar/diario/especiales/18-178116-2011-10-02.html

Ramirez, Alejandro (2008). ¿Qué es el emprendimiento social? Recuperado el 11/08/2013 desde <http://www.slideshare.net/linajimenez30/emprendedurismo-social>

Red UNES.org (2013). Sobre la red. Recuperado el 11/08/2013 desde <http://www.redunes.org/>

Techo.Org (2013) Un techo para mi país. Recuperado el 11/08/2013 desde <http://www.techo.org/techo/que-es-techo/>

Yunus, Muhamad. (2006) El banquero de los pobres: los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo, Ed. Paidós, Barcelona.

ANEXO

CUESTIONARIO SOBRE EMPRENDEDURISMO SOCIAL

San José, 2013

Mi nombre es Randall Zúñiga López, estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con Énfasis en la Gerencia de Calidad de ULACIT y como parte del curso Investigación Empresarial Aplicada se les solicita muy respetuosamente la colaboración para llenar el siguiente cuestionario que tiene como objetivo: Establecer el conocimiento que tienen los estudiantes de universidades públicas con respecto al estudiante de universidades privadas sobre el tema de emprendedurismo social.

Asimismo, me comprometo a proteger el derecho de privacidad de la información brindada y no se revelará de ninguna forma información específica de ningún participante. Cualquier consulta adicional la pueden hacer por medio del correo electrónico: randalzuniga@yahoo.com

Emprendedurismo social se puede definir como una propuesta generadora de valor social, mediante el uso de soluciones innovadoras a problemas de la colectividad capaces de transformar la sociedad, misma que debe tener un modelo de negocio que sea sostenible en el tiempo, pero sin fines de lucro.

Sexo: M__ F__ Edad_____

Universidad_____

Carrera_____

1 ¿Conocía usted del concepto emprendedurismo social?

Sí__ No__

2 ¿Conoce la diferencia entre emprendedurismo social y responsabilidad social empresarial?

Sí__ No__

3 ¿El centro de enseñanza en el cual estudia le ha puesto en contacto con el tema de emprendedurismo social sea desde un punto de vista curricular, extracurricular o por medio de investigaciones?

Sí__ No__

4 ¿Considera usted que la universidad en la cual estudia ha desarrollado algún proyecto de emprendedurismo social durante este año? Si la respuesta es positiva favor explicar de qué se trata.

Sí__ No__

5 ¿Qué tipo de actividades realiza la universidad en la que usted estudia que busque un objetivo social?

- Colaboración con programas de capacitación y estudio
 - Ayuda a personas en condición de vulnerabilidad
 - Programas de recreación y esparcimiento en zonas marginales
 - Colaboración con personas enfermas o en estado terminal
 - Empleo de personas con bajos recursos y conocimiento
 - Otro
-
-
-

6 ¿Estaría dispuesto donar parte de su tiempo para trabajar en proyectos de interés y bien social?

Sí___ No___

7. ¿Tiene alguna expectativa de crear un proyecto de emprendedurismo social una vez que termine sus estudios superiores? En caso de ser afirmativa su respuesta, favor indicar de qué tipo.

Sí__ No___

8. ¿Cuál considera usted que es la principal razón por las que las empresas no realizan emprendedurismo social?

- Desconocimiento sobre el tema
- No resulta rentable
- No se tiene tiempo para ello
- Otros

9. ¿Qué factores considera usted que debe tener una empresa para ser catalogada como emprendedora

social? _____

10. ¿Conoce usted directamente sobre alguna organización que esté realizando emprendedurismo social en el país? En caso de ser afirmativa su respuesta, favor indicar de qué tipo.

Sí__ No__

