

El otro y el yo. La intención del emprendimiento social desde el entorno universitario

*Nestali Parga Montoya
Karina Montiel González*

Resumen

El entorno universitario ha sido el escenario ideal para poner de manifiesto las necesidades de la sociedad en el entramado social. En el presente se hace una discusión sobre el reconocimiento de las universidades como la entidad de generación de conocimiento y pensamiento crítico para atender las exigencias sociales, económicas, políticas y ambientales. Se toma el entorno universitario como principal factor para determinar la intención del emprendimiento social de las y los estudiantes universitarios en el estado de Aguascalientes. Se consideró una muestra aleatoria de 382 alumnas y alumnos de universidades públicas y privadas. Se levantó información relacionada al entorno universitario y las intenciones de emprender socialmente. Se aplicó un análisis de regresión lineal para lograr el objetivo de la investigación.

Se obtuvieron resultados positivos y significativos con los cuales se hicieron la discusión y las implicaciones del estudio.

Introducción

La universidad es un referente moral y ético para las sociedades, ya que, cuando se piensa en la entidad con mayor influencia de reflexión social, se considera a las universidades como instrumentos fundamentales para la generación del pensamiento crítico del mundo (Cortina, 2012). Las universidades remiten al individuo, a través del conocimiento y la habilidad racional, la visión planetaria de los intereses universales (Andrade, 2023). Los marcos curriculares que son desarrollados en las universidades deben tener como base la transformación del aprendizaje hacia fines de la propia ciudadanía, esto, con el objetivo tácito de volverse una educación transformadora.

El papel de la universidad es primordial para dar reconocimiento y validez a los problemas sociales, de esta misma forma, es esencial para tener conciencia de las desigualdades y necesidades de la reparación social, legal, económica y ambiental que se presentan en cualquier contexto social. El cambio social surge desde la formación de agentes que sean activos conscientes de su rol en la sociedad (Ponce *et al.*, 2020). Las prácticas pedagógicas que se realizan en las instituciones de educación superior deben ser diligentes con la reproducción de la visión del emprendimiento social, para servir de plano de entrenamiento de la dirección profesional con un sentido social (Parga Montoya *et al.*, 2024).

Las universidades son entidades pertinentes para trabajar de forma activa en la promoción del emprendedor social por poner al alcance las bases del pensamiento lógico que lleva al pensamiento moral (Grimalt-Álvaro y Couso, 2022). El pensamiento comunitario reconoce la necesidad de sujetarnos en el otro para que las sociedades se formen y evolucionen en tanto a las necesidades grupales, con esto, para definir una identidad moral que sea reflejado en las actividades propias de una sociedad, en este caso, en las actividades de emprendimiento o creación de empresas. El desarrollo ético y moral para los nuevos emprendedores, comienza desde la formación académica, educacional, aquella que busca la prospección colectiva (Hardy y Carlo, 2005).

Sabiendo que el emprendimiento es un proceso complejo que requiere de capacidades implícitas y explícitas para asumir riesgos, ser innovador y estar dispuesto a enfrentar escenarios de inversión (Krueger *et al.*, 2000). La intención de emprender es repensar que el individuo que se asume con esas capacidades está dispuesto a hacer ese esfuerzo para llevar la potencia de emprender al acto de hacerlo, en estos términos, es necesario analizar la motivación, las capacidades, la conducta previa que llevaría a alguien a realizar un emprendimiento (Bergner *et al.*, 2022). Ese estado mental de la intención del emprendimiento es fundamental para comprender que el individuo llevará a cabo un emprendimiento, principalmente, qué condiciones generarían que esa intención emprendedora se lleve a cabo.

En estos términos, el emprendimiento que es enfático con la responsabilidad social, el cual es un acto de conciencia moral sobre las posibilidades de generar un cambio bajo las condiciones actuales, es necesario que sea definido por las influencias de la entidad formativa que, en este caso, es la universidad (Ozaralli y Rivenburgh, 2016). Las y los estudiantes universitarios deben ser vistos por las propias universidades como reformadores cargados de una motivación prosocial con un deseo predominante de ayudar a otros e involucrarse en posibilidad de resolver las atenciones sociales (Tiwari *et al.*, 2020). El presente capítulo propone un análisis estadístico que permita evaluar la influencia del soporte del entorno universitario para la generación de la intención del emprendimiento social en las y los estudiantes de las universidades del estado de Aguascalientes.

Se presenta a continuación la revisión teórica consistente con las necesidades del objeto de estudio. Posteriormente, se explica la metodología utilizada para lograr el objetivo propuesto. Los resultados y la discusión de los mismos se exponen en la siguiente sección. Por último, la conclusión del estudio con las implicaciones de los autores.

Revisión de la literatura

El fomento al emprendimiento social debe ser promovido por un cambio integral que sea generado desde el entramado social, económico, cultural e institucional, para que de esta forma surjan las estructuras sociales necesarias que den cause a las condiciones de un liderazgo que daría solución a los problemas

específicos de las urgencias sociales. Aunque, el fomento puede brotar de diferentes maneras, a través de la propia autoconciencia de los agentes de cambio, la formación colectiva de la exigencia social o de las condiciones del entorno. En este estudio se considera que el soporte universitario para fomentar la intención emprendedora es necesario para construir un ecosistema positivo para el ámbito social como prioridad. Por esta razón, se toma como base teórica la educación social, la cual está establecida por la UNESCO (2015) como una de las prioridades de la Agenda 2030, para que desde el acto educativo sea un factor de transformación social.

Por ende, la educación social es necesaria para *humanizar* la educación e interpretar su función como derecho humano y bien público (UNESCO, 2015). La educación es la manera de incluir de manera participativa la concepción del individuo en la sociedad, en el que se comprende el sentido de los bienes compartidos, el propio fin de la educación, que es la formación profesional, tiene que estar definida propiamente por esta misma concepción del individuo con el otro (Murga-Menoyo y Novo, 2017). Las exigencias actuales de la sociedad ponen de manifiesto la necesidad de tener presente en la formación educativa este sentido humanista, social y, desde hace rato ya, el ambiental. Esta aseveración trae consigo lo menesteroso de la socialización del proceso educativo, pues, el elemento básico de la educación es educar para crear conciencia social por medio de un aprendizaje colectivo y no individualista (Rodrigo y Aguirre-Martín, 2020).

Los cambios precisos en la educación se dirigen hacia la pluralización de los educandos, tomando como partida las herramientas intelectuales que den fluidez a las necesidades del entorno, partiendo de la consciencia de sí mismo, del entorno (o el otro) y la realidad que se presenta en esta realidad dialéctica del desarrollo del yo en el otro (Sánchez, 2020). Esto refiere que, necesariamente, el acto educativo es de carácter social y el ser humano, en su consciencia de su existencia y con el mundo, transforma a través del *actus*, adhesiones que derivan del cuestionamiento orgánico de la razón por su configuración de lenguaje, cultura, bagaje histórico o existencial (Freire, 1994). Siendo de esta manera, la orientación de la educación es reflexiva por naturaleza y no por añadidura (Freire, 2006), lo cual, obliga a aquellos involucrados a construir el proceso educativo como un *actus socialis*, del que se desprende el reconocimiento manifiesto de visibilizar las necesidades sociales y la búsqueda de la resolución de las problemáticas imperantes.

Habiendo desarrollado lo anterior, el componente educacional es preponderante para articular los círculos sociales apelando al quehacer social (Aza-mar-Alonso, 1970). La misión de las universidades son conducir la conciencia y llevar al individuo a la reparación social para de esta forma redimir activamente la promoción del emprendimiento social. Esto implica que se ofrezcan habilidades y conocimientos con enfoque social y responsabilidad colectiva (Zaremohzzabieh *et al.*, 2019). El bienintencionado currículo universitario debe fomentar desde tres pilares las actitudes hacia el emprendimiento social, establecer la norma esperada socialmente para condicionar una preferencia hacia el emprendimiento social y proveer a las y los estudiantes de una autopercepción positiva del emprendimiento social (Bazan *et al.*, 2020b).

Teniendo esto como principios, el contexto universitario es el ecosistema ideal para comenzar con escenarios creativos para desarrollar nuevas ideas de emprendimiento que resuelvan problemáticas sociales, relaciones públicas que ayudarían a materializar las ideas de negocio, proveer de experiencias, recursos, asesorías y mentorías pertinentes para concebir el emprendimiento social; de manera general, ser precursores de la elección de carrera para las y los estudiantes en el emprendimiento social (Bazan *et al.*, 2020a). De esta forma, la narrativa de la intención del emprendimiento es poner énfasis en aquellas acciones que llevarían a los individuos, que ahora se forman, hacia las condiciones ideales que necesitarían para emprender socialmente (Hockerts, 2017).

Diferentes autores han señalado que la universidad tiene un papel relevante a las aspiraciones de los futuros profesionistas (Akhter *et al.*, 2020; Hassan, 2020). La intención del emprendimiento social en la vida universitaria cambia la percepción de ayudar a otros, participar en voluntariados o generar empatía para con los demás (Ip *et al.*, 2021). Por esta razón, consideramos importante para este capítulo evaluar la influencia positiva y significativa del entorno universitario sobre la intención del emprendimiento social:

- *Ho: No existe influencia del entorno universitario sobre la intención del emprendimiento social.*
- *Ha: Existe influencia del entorno universitario sobre la intención del emprendimiento social.*

Metodología

Se considero un análisis de regresión lineal múltiple para evaluar los efectos del soporte universitario en la intención del emprendimiento social. La población analizada fueron los estudiantes de universidades públicas y privadas en el estado de Aguascalientes. Se levantó una muestra aleatoria de estudiantes de universidad con materias relacionadas a negocios, la cual fue de 382 alumnas y alumnos. El periodo de recolección fue de enero a abril de 2023. El instrumento con el que se levantó información se compone de tres bloques para analizar las variables del presente capítulo: 1) Perfil demográfico del estudiante; 2) intención del emprendimiento social; y 3) soporte universitario para el emprendimiento social. El perfil que pudimos identificar fue que la edad promedio de las y los estudiantes fue de 22 años cumplidos; se obtuvo una muestra de 192 hombres y 190 mujeres; 261 fueron de universidades públicas y 121 de universidades privadas; 11 manifestaron tener un origen étnico y 10 tienen alguna discapacidad. Sobre la educación de padres y madres de los estudiantes, se tuvo que el nivel de Educación Media Superior predomina tanto en padres y madres.

Para los dos constructos utilizados se consideró el trabajo de Bazan *et al.* (2020b) de intención del emprendimiento social y el soporte universitario para el emprendimiento social. Los cuales fueron adaptados para su aplicación de acuerdo con los estudiantes universitarios del estado de Aguascalientes en una escala de cinco puntos Likert desde Muy en desacuerdo = 1 hasta Muy de acuerdo = 5. La escala de la intención del emprendimiento social se compone de tres indicadores que evalúan: 1) la expectativa en el futuro de estar involucrado en un negocio social; 2) su meta profesional es convertirse en un emprendedor social; y 3) Considerar seriamente comenzar un emprendimiento social. Se construyó un indicador único para realizar el análisis estadístico de la regresión línea de la variable de la intención del emprendimiento social tomando el promedio de los tres indicadores, esto, de acuerdo con lo versado por Hair *et al.* (2010) en el tratamiento de datos para análisis multivariantes.

Por otro lado, la escala del entorno y soporte universitario se compone de nueve indicadores que evalúan el ecosistema de las y los alumnos sobre su enseñanza y cultura del emprendimiento social, también en una escala de cinco puntos Likert: 1) el entorno universitario provee una atmósfera creativa para desarrollar ideas para una empresa social; 2) la universidad crea conciencia para considerar que el emprendimiento social puede ser una carrera profesional;

Tabla 1. Características de la muestra.

Edad	Promedio	22 años
Sexo	Hombre	192
	Mujer	190
Tipo de universidad	Pública	261
	Privada	121
Tienes algún origen étnico	Sí	11
	No	371
Padece discapacidad	Sí	10
	No	372
Educación del padre	Sin escolaridad	33
	Primaria	89
	Secundaria	81
	Media superior	141
	Licenciatura	34
	Posgrado	4
Educación de la madre	Sin escolaridad	38
	Primaria	104
	Secundaria	75
	Media superior	138
	Licenciatura	26
	Posgrado	1

Nota: Elaboración propia.

3) el entorno universitario provee las oportunidades de crear *networking* para los estudiantes en el tema de emprendimiento social; 4) el entorno universitario provee a los estudiantes el conocimiento necesario para crear una empresa social; 5) el entorno universitario ofrece experiencias relacionadas con empresas sociales; 6) la universidad realiza eventos y conferencias sobre el emprendimiento social; 7) la universidad provee de recursos para ayudar a los alumnos para iniciar una empresa social; 8) la universidad considera la asesoría para realizar emprendimientos sociales; y 9) el entorno universitario proporciona ideas para iniciar una nueva empresa social.

Resultados

Los resultados descriptivos se presentan en la Tabla 2, junto con el factor de inflación de varianza que se requiere validar para evitar problemas de multicolinealidad de variables para los análisis de regresión lineal (Hair *et al.*, 2010). De igual forma, se pudo observar que la opinión de las y los estudiantes universitarios sobre si sus universidades proporcionaban un entorno adecuado para la creación de emprendimientos sociales fueron estimados en tres puntos Likert y con una desviación cercana a un punto Likert. El indicador con el valor más alto en la escala fue en la que las y los estudiantes consideraban que sus universidades si creaban una conciencia para el emprendimiento social (3.46 ± 1.21), mientras que, el indicador con el menor valor promedio fue sobre los recursos suministrados por las universidades para el emprendimiento social (3.19 ± 1.21). Estos resultados descriptivos nos permiten observar que las universidades no están tan comprometidas con el emprendimiento social. En cambio, el indicador construido de la intención del emprendimiento social se obtuvo un promedio de 3.44 y una desviación estándar de 1.11, de igual forma, se puede constatar que tampoco es un aspecto que se tenga tan presente en las y los estudiantes universitarios.

Tabla 2. Descriptivos.

Variables de estudio	Media	D.E.	VIF
ESS1. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona una atmósfera creativa para desarrollar ideas para un emprendimiento social.	3.43	1.19	3.34
ESS2. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad crea conciencia para la creación de una empresa social como posible elección de carrera.	3.46	1.21	6.07
ESS3. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona la oportunidad de establecer contactos a los alumnos que realizan emprendimiento social.	3.45	1.17	5.45
ESS4. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos el conocimiento requerido para iniciar una empresa de carácter social.	3.43	1.18	6.55

ESS5. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad ofrece experiencias relacionadas con empresas de carácter social.	3.40	1.17	6.39
ESS6. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza talleres y conferencias sobre emprendimiento social.	3.31	1.23	3.93
ESS7. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad cuenta con varios recursos para ayudar a los alumnos a iniciar una empresa de carácter social.	3.19	1.21	5.20
ESS8. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza servicios de asesoría para alumnos que realizan un emprendimiento social.	3.25	1.21	7.46
ESS9. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos ideas para iniciar una empresa social.	3.26	1.21	5.69
Intención del emprendimiento social.	3.44	1.11	- -
Observaciones = 382; El VIF es calculado con relación a la variable dependiente (Intención del emprendimiento social); VIF Aceptable < 10			

Nota: Elaboración propia.

En el caso de la determinación de la influencia del soporte universitario para incrementar la intención del emprendimiento social (ver Tabla 3). El primer modelo presentado fue significativo y positivo ($r^2=.49$; $F=39.894^{***}$), es decir, se muestra que las variables consideradas para medir el soporte universitario fueron significativas al evaluar los efectos de cada indicador sobre la intención del emprendimiento social. El papel de la universidad en proporcionar una atmósfera creativa para desarrollar ideas para un emprendimiento social fue significativo y positivo en un 5 % ($B=.163^{**}$; $E.E.=.082$), también, se consideró que las universidades ofrecían ideas para iniciar nuevos emprendimientos sociales en un 10 % ($B=.135^{*}$; $E.E.=.081$). De igual forma, se probó que cuando las universidades ofrecieron experiencias con empresas de carácter social se tenía una mayor probabilidad de tener una mayor intención emprendedora en un 5 % ($B=.196^{**}$; $E.E.=.082$), asimismo, los servicios de asesoría para crear emprendimientos sociales fueron significativos y positivos al 1 % ($B=.267^{***}$; $E.E.=.092$). Por lo que, hay aspectos importantes que deben ser considerados para incentivar la intención emprendedora desde un carácter social. Sin embargo, en otros hallazgos, se presentó en los resultados la influencia negativa y significativa de las universidades cuando organizaban talleres/conferencias o

disponían de recursos con fines para el emprendimiento social, los resultados de $B = -.117^*$, E.E. = .066 y $B = -.191^{**}$, E.E. = .078, respectivamente, muestran que hay actividades que no es que estén incentivando la intención emprendedora, sino, al contrario, desincentivando a las y los alumnos de desarrollar proyectos de carácter social.

En el modelo B, se consideraron las variables de control: tipo de universidad, sexo, educación del padre y de la madre. Al haber realizado el análisis de regresión lineal con las variables de control, el modelo B fue significativo ($r^2 = .51$; $F = 29.403^{***}$). De manera particular, las variables de si la universidad proporcionaba una atmósfera creativa para desarrollar ideas, si proveía los contactos necesarios, las experiencias, los recursos, la asesoría y todo lo necesario para realizar un emprendimiento social fueron significativas como en el modelo A. Por tanto, se puede constatar que las variables del entorno universitario tienen la misma influencia, a pesar de introducir nuevas variables al modelo. En el caso de los efectos de las variables de control, el tipo de universidad influyó de manera significativa y positiva ($B = .284^{***}$, E.E. = .096); el sexo fue significativo y positivo ($B = .156^{***}$, E.E. = .083); el nivel educativo del padre y negativo ($B = -.053^{***}$, E.E. = .031); y, por último, el nivel educativo de la madre no fue significativo.

Tabla 3. Análisis de Regresión Lineal (Intención del emprendimiento social).

	A	B
Constante	1.050 (.163)	.545 (.236)
<i>Variables de Control</i>		
Tipo de Universidad		.284*** (.096)
Sexo		.156* (.083)
Nivel educativo del padre		-.053* (.031)
Nivel educativo de la madre		.025 (.031)

Variables		
ESS1. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona una atmósfera creativa para desarrollar ideas para un emprendimiento social.	.163** (.063)	.151** (.062)
ESS2. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad crea conciencia para la creación de una empresa social como posible elección de carrera.	.066 (.083)	.092 (.083)
ESS3. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona la oportunidad de establecer contactos a los alumnos que realizan emprendimiento social.	.133 (.082)	.155* (.081)
ESS4. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos el conocimiento requerido para iniciar una empresa de carácter social.	.046 (.089)	.005 (.089)
ESS5. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad ofrece experiencias relacionadas con empresas de carácter social.	.196** (.088)	.166* (.088)
ESS6. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza talleres y conferencias sobre emprendimiento social.	-.117* (.066)	-.103 (.066)
ESS7. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad cuenta con varios recursos para ayudar a los alumnos a iniciar una empresa de carácter social.	-.191** (.078)	-.157** (.077)
ESS8. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza servicios de asesoría para alumnos que realizan un emprendimiento social.	.267*** (.092)	.257*** (.091)
ESS9. La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos ideas para iniciar una empresa social.	.135* (.081)	.133* (.080)
R ²	.49	.51
R ² -Ajustada	.48	.49
F	39.894***	29.403***
Observaciones: 382 Variable dependiente: Intención del emprendimiento social. Los coeficientes y errores estándar son reportados entre paréntesis. *p<.1; **p<.05; ***p<.01;		

Nota: Elaboración propia.

En este tenor, teniendo como base las hipótesis propuestas, los resultados mostraron que existen efectos del soporte del entorno universitario para fomentar el emprendimiento social en ambos modelos. En primera instancia,

los resultados del Modelo A mostraron la relevancia que han tenido algunos aspectos del entorno universitario que tienen influencia en la intención del emprendimiento social de las y los alumnos universitarios. Principalmente, la posibilidad de proporcionar ideas creativas para el emprendimiento social, ya que, a través de su labor como entidad formadora, el cauce de su proceso de enseñanza es resolver las problemáticas que demanda la sociedad de una manera creativa e innovadora (García-González y Ramírez-Montoya, 2021). Las experiencias, las asesorías y la enseñanza, en general, que ofrece la universidad también son relevantes para fomentar el emprendimiento social, los resultados mostraron que la sensibilidad de las habilidades prácticas y experienciales generan el involucramiento con la labor social desde la praxis (Cortina, 2009).

Un hallazgo relevante fueron los efectos negativos de los talleres y los recursos suministrados por la propia universidad para incentivar el emprendimiento social, haciendo un análisis crítico, es factible que las actividades de vinculación como los talleres y las conferencias que se llevan a cabo en las universidades no tienen una orientación meramente social, sino, más bien convencional sobre el emprendimiento y la creación de empresas, donde impera el superávit financiero sobre el impacto social de las ideas del emprendimiento. Por lo que, el incentivo de las y los alumnos se ve mermado por el emprendimiento económico y no social. Este esquema imposibilita poco a poco que la profesión de los educandos tenga una finalidad social, la cual es necesaria para que los nuevos profesionistas se vinculen con las necesidades sociales, a los intereses colectivos que tienen mayor relevancia para un mayor grupo de personas y no solamente para aquellos que realizan el emprendimiento.

En el caso del modelo B, las pruebas mostraron que no hay diferencias entre ambos modelos en el soporte universitario para la intención del emprendimiento social. Para las variables de control, los resultados del Modelo B mostraron un hallazgo importante sobre el nivel de formación del padre para influir de manera negativa en el desarrollo del emprendimiento social, por lo que es una línea de investigación que debe analizarse con mayor profundidad en estudios posteriores. También, es relevante que las universidades privadas predominaran como programas universitarios que influyen en mayor medida en la intención emprendedora. Las mujeres, de igual forma, son el sexo que tiene mayor influencia en la intención emprendedora de carácter social, lo que permite interpretar que probablemente exista una situación de género que tendría que ser analizado en estudios posteriores.

Conclusión

En los resultados se pudo constatar que se logró el objetivo del estudio, se determinó que existe influencia del entorno universitario sobre la intención del emprendimiento social. Esto permite hacer varias implicaciones sobre el entorno universitario, dejando claro que el contexto universitario es el ecosistema ideal para dar el cimiento del emprendimiento social, porque materializa los conocimientos y el desarrollo de las habilidades para un cambio social. En las demandas actuales, la educación requiere de una sensibilización que ha sido dejada a un lado por fines políticos, económicos o individuales. Se solicita que, de una manera contestataria e imperante, aquellos que están formando los nuevos profesionistas del futuro sean conscientes de su rol como piedras angulares de la formación humanista, social y ambiental.

Es evidente que una educación opuesta a esa esencia ética, moral y social es, como se ha mencionado anteriormente sobre la concepción del término, una contradicción ontológica, epistemológica, política e ideológica. Afirmación por la cual es menester dirigirse a los formadores enfáticamente para concebir dentro de sus dinámicas pedagógicas el acto educativo como el acto dialógico de transformación consciente en la concepción del yo y la alteridad. La alteridad como la construcción del otro para la empresa del futuro.

Referencias

- Akhter, A., Hossain, M. U., y Al Asheq, A. (2020). Influential factors of social entrepreneurial intention in Bangladesh. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 645-651. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.645>
- Andrade, J. A. (2023). Educar en la era planetaria, retos y desafíos de la educación. *Entretextos*, 17(32), 221-233.
- Azamar-Alonso, A. (1970). El modelo educativo en México: una revisión de su alcance y una perspectiva para el futuro. *Rastros Rostros*, 17(31). <https://doi.org/10.16925/ra.v17i31.1094>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., y Belal, N. (2020a). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on

- the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., y Belal, N. (2020b). Effect of the university on the social entrepreneurial intention of students. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 3-24. <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-2019-0026>
- Bergner, S., Palmer, C., Devaney, M., y Kruse, P. (2022). A framework for antecedents of social entrepreneurial intention: Empirical evidence and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.988851>
- Cortina, A. (2009). *Ética para las profesiones del siglo XXI*. Universidad Iberoamericana León.
- Cortina, A. (2012). *Neuroética y neuropolítica: sugerencias para la educación moral*. Editorial Tecnos.
- Freire, P. (1994). *La naturaleza política de la educación*. Planeta-Agostini.
- Freire, P. (2006). *Pedagogía de la indignación*. Ediciones Morata.
- García-González, A., y Ramírez-Montoya, M. S. (2021). Social entrepreneurship education: changemaker training at the university. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1236-1251. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0009>
- Grimalt-Álvaro, C., y Couso, D. (2022). What do we know about students' positioning in STEM? A systematic literature review. *Revista de Investigación Educativa*, 40(2), 531-547. <https://doi.org/10.6018/rie.467901>
- Hair, J. F. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., y Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hardy, S., y Carlo, G. (2005). *Identity as a source of Moral motivation*.
- Hassan, H. M. K. (2020). Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: the influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education. *On the Horizon*, 28(3), 133-151. <https://doi.org/10.1108/OTH-04-2020-0012>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(1), 105-130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Ip, C. Y., Liang, C., Lai, H. J., y Chang, Y. J. (2021). Determinants of social entrepreneurial intention: An alternative model based on social cognitive ca-

- reer theory. *Nonprofit Management and Leadership*, 31(4), 737-760. <https://doi.org/10.1002/nml.21453>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Murga-Menoyo, M. Á., y Novo, M. (2017). Sustainability, glocal development and planetary citizenship. References for a pedagogy towards sustainable development. *Teoría de la Educación*, 29(1), 55-78. <https://doi.org/10.14201/teoredu20172915578>
- Ozaralli, N., y Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Parga Montoya, N., Montiel González, K., y Romo Bacco, C. E. (2024). La Universidad y su papel en el emprendimiento social. *Docere*, 29, 26-31. <https://doi.org/10.33064/2023docere295076>
- Ponce, D. V., Albarracín, L. O. y Viteri, X. D. (2020). Modelo de formación de competencias en ética y responsabilidad social para el profesional postmoderno. *Conrado*, 16(75), 61-68. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400061&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Rodorigo, M., y Aguirre-Martín, T. (2020). La educación social en los centros educativos institucionalizados posmodernos. *Contextos Educativos. Revista de Educación*, 25(25), 183-200. <https://doi.org/10.18172/con.3646>
- Sánchez Gómez, J. A. (2020). Nociones de rostro y responsabilidad en Emmanuel Levinas: un punto de partida para la comprensión del surgimiento de la ética de la alteridad. *Kénosis*, 7(12), 22-49. <https://doi.org/10.47286/23461209.289>
- Tiwari, P., Bhat, A. K., y Tikoria, J. (2020). Mediating Role of Prosocial Motivation in Predicting Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(1), 118-141. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1755993>
- UNESCO. (2015). *Educación para la ciudadanía mundial: temas y objetivos de aprendizaje*. www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysncsa-sp
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. B. A. y Meng, L. K. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96(June 2018), 264-276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>

