

La universidad como agente de innovación social

Neftalí Parga Montoya y Karina Montiel González

Fecha de recepción: 19 de julio de 2024.

Fecha de aceptación: 02 de septiembre de 2024.

Fecha de última actualización: 11 de noviembre de 2024.

Resumen

El papel de la formación universitaria para la mejora de las sociedades actuales y futuras se patenta en la motivación de los educandos para participar en la solución de los problemas que aquejan a su entorno inmediato. El emprendimiento social, la innovación social, así como la gesta de la conciencia social representan las herramientas necesarias para que los profesionales del futuro se conviertan en agentes de cambio. El presente artículo tiene como objetivo vislumbrar el vínculo entre la universidad y la innovación social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Los resultados mostraron ser significativos, lo que implica que las actividades, recursos y formación de los programas educativos tienen injerencia en la capacidad de las y los estudiantes para resolver problemas de la sociedad de forma creativa e innovadora.

Palabras clave: educación social, innovación social, emprendimiento social.

La visión del emprendimiento social surge de la necesidad de resolver las dinámicas sociales (Bazan *et al.*, 2020). En este enfoque, la universidad desempeña un papel fundamental en la formación de la conciencia social de las personas (García-González y Ramírez-Montoya, 2021). Este vuelco de la educación superior, con su responsabilidad de formar agentes de cambio, se debe principalmente a la legitimización del trabajo social que cada estudiante debe realizar como profesionista (Bazan *et al.*, 2020).

En esta tesitura, se considera necesario promover en la y el estudiante nuevas capacidades para la vida profesional con un enfoque social, dado su valor como profesionista del futuro (Parga Montoya *et al.*, 2024). Habilidades como ofrecer soluciones creativas a necesidades sociales, utilizar la tecnología disponible para resolver problemas de otros o, simplemente, incrementar la participación y cooperación en la comunidad son aspectos que se relacionan con la innovación social en el ámbito estudiantil, aludiendo a la conciencia de sí mismos y al deseo de brindar soluciones a los demás a través de su creatividad (Bulut *et al.*, 2013b).

En este tenor, la finalidad de este artículo es determinar el soporte que ofrece la formación universitaria a la

capacidad de innovación social de las y los estudiantes de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA); mismo que corresponde a una serie de publicaciones generadas a partir del proyecto de investigación: “Determinantes de la intención del emprendimiento social y la innovación social en las IES (Instituciones de Educación Superior)”, con el objetivo de explorar la intención del emprendimiento social en las universidades del estado de Aguascalientes y los elementos que permitirían que ésta se detonara; asimismo, medir la innovación social y los componentes que desarrollarían esta capacidad en las y los estudiantes.

La innovación social implica desarrollar ideas para resolver problemáticas que mejoren aspectos como la educación, el acceso a la cultura, el desarrollo social, la salud de las personas y el medio ambiente, entre otros, con el fin último de incrementar el bienestar de la sociedad (Bulut *et al.*, 2013a). Esta forma de innovación es complementaria a la innovación tecnológica, pues valora que la tecnología aporte un beneficio social y no sólo particular. Cuando se habla de innovación tecnológica, solamente se hace referencia al uso de tecnología novedosa para un propósito específico. Sin embargo, la diferencia con la innovación social radica en la capacidad de un individuo para innovar

y proponer nuevas ideas, siempre con el propósito de ayudar a los demás, ya sea mediante nuevos productos, servicios o modelos de negocio que simultáneamente cubran necesidades y mejoren la sociedad (Bayuo *et al.*, 2020).

La competitividad de cada innovación es evaluada por su efectividad de resolver problemas sociales (Adams *et al.*, 2023). El emprendimiento social es considerado como el modelo del emprendimiento que se guía a través de motivaciones, capacidades y valores, de la mejora del entorno social, legal, político y económico desde una visión filantrópica. Como ya se había mencionado, la universidad es necesaria para que permee el emprendimiento social en los nuevos profesionistas (Parga Montoya *et al.*, 2024). No obstante, para lograr el éxito en el emprendimiento social, es necesario coadyuvar mediante la formación de capacidades centradas en la creatividad con un sentido social, para que las y los estudiantes tengan un espectro de habilidades proactivas que sean creativas y positivas con el conocimiento adquirido (Cinar y Benneworth, 2021). En el ecosistema de la innovación, la formación es necesaria como acto transformador social. Para las universidades, la estrategia deberá ser integrarse al ecosistema de innovación social (Bulut *et al.*, 2013b).

En el estudio de Belcher *et al.* (2022), se evaluó el impacto de los proyectos universitarios de innovación social, obteniendo resultados importantes sobre la participación de las universidades en la generación de soluciones para las problemáticas sociales. El estudio concluyó con la sugerencia de priorizar los elementos transdisciplinarios, considerando que es menester revisar los alcances sociales, psicológicos y económicos de cada proyecto para promover iniciativas de carácter social. Además, se subrayó que debe predominar el principio de *honestidad* sobre los resultados de cada proyecto. Howald *et al.* (2016) encontraron que de 1,005 casos de proyectos de innovación social estudiados en todo el mundo, sólo el 15 % contaba con la participación de universidades, lo cual revela una baja colaboración de las universidades como agentes de soporte en el ecosistema de innovación social.

Para probar la relación entre el soporte que da la universidad con la capacidad de innovación de las y los estudiantes, se sugirió una metodología tipo cuantitativa, de corte transversal, no experimental y de alcance correlacional para medir la correlación entre el entorno universitario y la innovación social. De igual forma, se consideró como población a los alumnos de la UAA que han cursado en su matrícula materias relacionadas con negocios, debido a que en estas carreras se desarrollan las habilidades y conocimiento sobre emprendimiento. La muestra del

proyecto fue de 134 estudiantes y se eligieron por conveniencia en las carreras de Logística Empresarial, Comercio Electrónico, Mercadotecnia y Contador Público. Se levantó la información en diciembre de 2022 a través de un cuestionario en plataforma digital.

El instrumento utilizado en el proyecto para medir las variables del estudio comprendió los datos personales y las preguntas relacionadas con el entorno universitario que promueve el emprendimiento social (ESS–nueve indicadores), así como las de la valoración de la innovación social en estudiantes universitarios (SI–nueve indicadores), además de las no consideradas para este artículo, las cuales se asocian hacia el fomento de la obligación moral y la empatía hacia otros. Las preguntas de las dos variables consideradas en este artículo fueron extraídas de Bazan *et al.* (2020), se tradujeron y adaptaron con una escala Likert de cinco puntos.

Resultados

En la estadística descriptiva de la Tabla 1 se muestran los valores promedio y la desviación estándar de las respuestas obtenidas. De los indicadores que se refieren a la medición de la innovación social, el indicador con la media más alta fue la inclinación de las y los estudiantes en usar nuevas tecnologías para resolver problemas y buscar soluciones a necesidades sociales (media = 3.66). El indicador de la innovación social con mayor variabilidad fue el que midió la creencia de las y los estudiantes sobre la insuficiencia de las innovaciones tecnológicas para mejorar el desarrollo social, humano y organizacional (desviación estándar = 1.250). En el caso del soporte universitario para el emprendimiento social, el indicador con la media más alta fue el papel de la enseñanza en la creación de conciencia para crear emprendimientos sociales (media = 3.46). El indicador del soporte universitario con mayor variabilidad fue el de la organización de talleres y conferencias relacionadas con el emprendimiento social (desviación estándar = 1.225).

«La innovación social se asume como la capacidad de un individuo para innovar y proponer nuevas ideas, siempre con el fin de ayudar a los demás, ya sea mediante nuevos productos, servicios o modelos de negocio que simultáneamente cubran necesidades y mejoren la sociedad»

Tabla 1. Estadísticas descriptivas: valores promedio y desviación estándar de las respuestas obtenidas

	Indicador	Media	Desviación estándar
si1	Me gustaría mejorar la calidad de vida de mi comunidad desarrollando nuevos productos y servicios de carácter social	3.64	1.225
si2	Busco soluciones para crear cambios políticos y sociales en la sociedad	3.31	1.204
si3	Quiero desarrollar nuevas técnicas de entrenamiento para incrementar la capacidad de innovación en mi comunidad	3.42	1.203
si4	Usaría nuevas tecnologías para resolver problemas y buscar soluciones a necesidades sociales	3.66	1.214
si5	Busco maneras de incrementar la participación social y la cooperación en la sociedad	3.29	1.164
si6	Genero ideas novedosas que darán valor social y harán más efectiva a la sociedad	3.23	1.171
si7	Creo que las innovaciones tecnológicas actuales son insuficientes para mejorar el desarrollo social, humano y organizacional	3.34	1.250
si8	Busco oportunidades que cambiarán las normas y reglas sociales	3.31	1.166
si9	Me gustaría ser de ayuda para la comunidad y ser retribuido económicamente por ello	3.60	1.240
ESS1	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona una atmósfera creativa para desarrollar ideas para un emprendimiento social	3.43	1.190
ESS2	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad crea conciencia para la creación de una empresa social como posible elección de carrera	3.46	1.209
ESS3	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona la oportunidad de establecer contactos a los alumnos que realizan emprendimiento social	3.45	1.169
ESS4	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos el conocimiento requerido para iniciar una empresa de carácter social	3.43	1.179
ESS5	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad ofrece experiencias relacionadas con empresas de carácter social	3.40	1.172
ESS6	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza talleres y conferencias sobre emprendimiento social	3.31	1.225
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	1.206
ESS8	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad organiza servicios de asesoría para alumnos que realizan un emprendimiento social	3.25	1.218
ESS9	La enseñanza del emprendimiento en tu universidad proporciona a los alumnos ideas para iniciar una empresa social	3.26	1.213

Fuente: elaboración propia.

Los datos obtenidos del análisis de correlación que comprueba la asociación entre el entorno universitario y la innovación social se muestran en la Gráfica 1. Primero, se presenta la intensidad de la relación a través de la colorimetría del gráfico, en el cual se observa que la organización de servicios de asesoría por parte de la universidad para alumnos con intenciones de emprender socialmente tiene fuerte relación con varios aspectos de la innovación social: 1) la correlación más alta resultó ser aquella que

evalúa el uso de nuevas tecnologías para resolver problemas sociales (correlación más cercana a uno, con un .584, significativa al 1 %); 2) el indicador que mide si al o la estudiante le gustaría ayudar a la comunidad y recibir una retribución por ello fue el aspecto con menor asociación con el fomento del emprendimiento social a través de los servicios de asesoría (correlación de .395, significativa al 1 %). Otro indicador relevante por su intensa correlación fue aquél que midió si la enseñanza del emprendimiento

en la universidad proporciona ideas para iniciar empresas sociales, siendo el aspecto con mayor correlación el de incrementar la participación y la cooperación en la sociedad (con un valor de .606; significativa al 1 %); de la misma manera, la retribución económica no es lo más importante para las y los alumnos, ya que su correlación fue menor al resto de las relaciones (correlación de .388).

También se puede observar que el uso de la tecnología con el fin de atender las necesidades sociales por parte de las y los estudiantes ha tenido influencia predominante por el entorno universitario, comenzando con la importancia que tiene la universidad para crear una atmósfera creativa de nuevas ideas enfocadas al emprendimiento social (correlación de .599, significativa al 1 %). La creación de conciencia también fue un elemento fundamental para generar ese sentido de innovación social (correlación de .536, significativa al 1 %). De igual forma, la experiencia social en el entorno universitario es necesaria para generar nuevas ideas y resolver problemas sociales a través del conocimiento que provee (correlación de

.513, significativa al 1 %), así como con organizar talleres o conferencias con temáticas del emprendimiento social (correlación de .562, significativa al 1 %), vinculadas al emprendimiento social (correlación de .562, significativa al 1 %), y en cuanto a establecer contactos relevantes en el emprendimiento social (correlación de .528, significativa al 1 %).

En síntesis, el estudio realizado con el análisis de correlaciones entre el soporte universitario y la innovación social mostró una estrecha relación que ayudaría a incrementar la factibilidad de proyectos de negocio de carácter social por parte de las y los estudiantes. Del mismo modo, se comprueba que la universidad, en su misión social, está obligada a extender su facultad en los programas educativos asociados a negocios a no sólo promover una perspectiva en innovación tecnoeconómica, sino que, para servir de entidad transformadora, debe considerar en los perfiles de egreso los conocimientos, habilidades, valores y actitudes que acompañan el cumplimiento con la innovación social.

Gráfica 1. Correlaciones del entorno universitario y la innovación social

	si1	si2	si3	si4	si5	si6	si7	si8	si9
ESS1	0.531	0.495	0.545	0.599	0.505	0.463	0.448	0.512	0.451
ESS2	0.494	0.553	0.554	0.536	0.528	0.501	0.393	0.522	0.445
ESS3	0.476	0.502	0.520	0.528	0.511	0.522	0.431	0.457	0.448
ESS4	0.442	0.451	0.472	0.513	0.471	0.488	0.384	0.466	0.382
ESS5	0.487	0.501	0.533	0.562	0.523	0.481	0.393	0.516	0.338
ESS6	0.508	0.517	0.544	0.562	0.535	0.494	0.422	0.503	0.410
ESS7	0.465	0.517	0.506	0.476	0.544	0.471	0.314	0.469	0.337
ESS8	0.567	0.580	0.559	0.584	0.582	0.529	0.419	0.552	0.395
ESS9	0.542	0.561	0.568	0.566	0.606	0.523	0.446	0.531	0.388

■ Correlación menos intensa.

■ Correlación más intensa.

La muestra considerada para el análisis fue de 135 alumnos.

La significancia de las correlaciones fueron $p < .01$.

Fuente: elaboración propia.

«La universidad, en su misión social, precisa extender su visión hacia una perspectiva de innovación social en los programas educativos asociados a negocios, más allá de sólo promover la innovación tecnoeconómica. Para servir de entidad transformadora, debe considerar en los perfiles de egreso conocimientos, habilidades, valores y actitudes que contribuyan a ello»

La identidad actual de la academia de las carreras relacionadas a negocios es enteramente comercial, lo que limita la misión de la institución en su papel de trascender con su misión social. La función necesaria de la universidad, entonces, será la de promover nuevas acciones de formación integral con el objetivo de desarrollar proyectos de carácter social transdisciplinarios que sirvan como instrumentos de incentivo inicial en el camino profesional de las y los estudiantes orientados hacia la resolución de su comunidad. También, es necesario que los programas de estudio consideren en la formación docente la modificación de diseños curriculares, metodologías de enseñanza, recursos didácticos y TIC aplicadas en la educación con una perspectiva en el emprendimiento social. La limitación de la muestra es un aspecto necesario a considerar para estudios posteriores, con el fin de incluir más licenciaturas y, sobre todo, considerar la Licenciatura en Administración de Empresas, siendo la carrera inicial en el fomento del emprendimiento.

Fuentes de consulta

- Adams, R., Grichnik, D., Pundziene, A. & Volkman, C. (2023). Artificiality and sustainability in entrepreneurship. En *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0_9.
- Aramburuzabala, P. (2013). Aprendizaje-servicio: una herramienta para educar desde y para la justicia social. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 2(2), 5-11.
- Bayuo, B. B., Chaminade, C. & Göransson, B. (2020). Unpacking the role of universities in the emergence, development and impact of social innovations – A systematic review of the literature. *Technological Forecasting and Social Change*, 155(octubre 2019), 120030. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120030>.
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J. & Belal, N. (2020). 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>.
- Belcher, B. M., Claus, R., Davel, R. & Jones, S. M. (2022). Evaluating and improving the contributions of university research to social innovation. *Social Enterprise Journal*, 18(1), 51-120. <https://doi.org/10.1108/SEJ-10-2020-0099>.
- Bulut, C., Eren, H. & Halac, D. S. (2013a). Social innovation and psychometric analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.235>.
- Bulut, C., Eren, H. & Halac, D. S. (2013b). Which one triggers the other? Technological or social innovation. *Creativity Research Journal*, 25(4), 436-445. <https://doi.org/10.1080/10400419.2013.843358>.
- Cinar, R. & Benneworth, P. (2021). Why do universities have little systemic impact with social innovation? An institutional logics perspective. *Growth and Change*, 52(2), 751-769. <https://doi.org/10.1111/grow.12367>.
- García-González, A. & 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>.
- Howald, J., Kaletka, C., Schroder, A., Rehfeld, D. & Terstriep, J. (2016). *Social innovation: Driving force of social change*, 612870, 32. <https://www.si-drive.eu/?p=2283.%0Ahttps://www.si-drive.eu/?p=2283.%0Athis>.
- Parga Montoya, N., Montiel González, K. & Romo Bacco, C. E. (2024). La universidad y su papel en el emprendimiento social. *Docere*, 29, 26-31. <https://doi.org/10.33064/2023docere295076>.

