

Emprendimiento Social: Facilitadores personales percibidos por estudiantes universitarios durante la pandemia en Argentina¹

Yamila Fernanda Silva Peralta², María Emilia Rompató³, Lucas Pujol-Cols⁴

Resumen

La mayoría de las investigaciones sobre la emergencia socio-sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 se han focalizado en sus efectos negativos. Este artículo tiene por objetivo explorar los factores personales que facilitan el emprendimiento social en este contexto en Argentina. A través de un enfoque de teoría fundada, este estudio analiza los discursos de una muestra de estudiantes avanzados de una universidad

pública argentina. Los hallazgos revelan que los estudiantes con ciertas características personales, como creencias más positivas acerca de la transformación social, una orientación prosocial y competencias emprendedoras, asumen un rol importante frente a la emergencia socio-sanitaria a través del emprendimiento social.

Palabras clave: emprendimiento social, universidad, pandemia, estudiantes

- 1 Artículo original derivado de "Estudiantes universitarios e Internacionalización de la Educación Superior: Análisis cualitativo de competencias emprendedoras transformacionales a través de incidentes críticos durante movilizaciones académicas internacionales". *Periodo de su realización:* 2020-2021. *Entidades financiadoras:* Univ. Nacional de Mar del Plata, CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina), Fondo Fiduciario-Pérez Guerrero de Naciones Unidas y CYTED (Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo).
- 2 Doctora en Psicología (Univ. Barcelona, España). Profesora Adjunta (Univ. Nacional de Mar del Plata, Argentina). Investigadora Adjunta (CONICET, Argentina). Correo: yamilasilvaperalta@gmail.com / ORCID: 0000-0003-1917-3406. *Lugar y fecha de la investigación:* Mar del Plata, Argentina (2020-2021). *Fuente de financiación:* Univ. Nacional de Mar del Plata, CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina), Fondo Fiduciario-Pérez Guerrero de Naciones Unidas y CYTED (Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo).
- 3 Doctoranda en Psicología (Univ. Nacional de Mar del Plata, Argentina). Correo: merompato@gmail.com / ORCID: 0000-0001-6089-2387
- 4 Doctor en Administración (UNICEN, Argentina). Investigador Asistente (CONICET, Argentina). Investigador Asociado (Universidad Católica del Maule, Chile). Jefe de Trabajos Prácticos (Univ. Nacional de Mar del Plata, Argentina). ORCID: 0000-0002-8754-3416

Autor para Correspondencia: lucaspujolcols@gmail.com

Recibido: 24/03/2022 Aceptado: 02/11/2022

*Los autores declaran que no tienen conflicto de interés

Social Entrepreneurship: Personal facilitators perceived by university students during the pandemic in Argentina

Abstract

Most research on the socio-sanitary crisis caused by the COVID-19 pandemic has focused on its negative effects. Thus, this article aims to explore the personal factors that facilitate social entrepreneurship in this context

in Argentina. By using a grounded theory approach, this study analyzes the discourses of a sample of advanced students from an Argentinian public university. The findings reveal that those students with certain personal characteristics, like positive beliefs regarding social transformation, a prosocial orientation and entrepreneurial competences, assume an important role in facing the socio-sanitary crisis through social entrepreneurship.

Keywords: social entrepreneurship, university, pandemic, students

Empreendedorismo Social: Facilitadores pessoais percebidos por estudantes universitários durante a pandemia na Argentina

Resumo

A maioria da investigação sobre a emergência social e sanitária causada pela pandemia da COVID-19 concentrou-se nos seus efeitos negativos. Este artigo visa explorar os fatores pessoais que facilitam o

empreendedorismo social neste contexto na Argentina. Utilizando uma abordagem teórica fundamentada, este estudo analisa os discursos de uma amostra de estudantes avançados de uma universidade pública na Argentina. Os resultados revelam que estudantes com determinadas características pessoais, tais como crenças socialmente transformadoras mais positivas, orientação pró-social e competências empresariais, assumem um papel ativo nos efeitos da emergência social sanitária através do empreendedorismo social.

Palavras-chave: empreendedorismo social, universidade, pandemia, estudantes.

Introducción

En diciembre de 2019, se identificó en Wuhan, República Popular China, una nueva cepa de coronavirus con suficiente potencial para desencadenar una emergencia socio-sanitaria a nivel mundial, denominada popularmente COVID-19 (2019-nCoV, según la Organización Mundial de la Salud, o SARS-CoV-2, según el Comité Internacional de Taxonomía de Virus) (Palacios Cruz, Santos, Velázquez Cervantes y León Juárez, 2020). Debido a su rápida velocidad de transmisión, el brote de COVID-19 no demoró en adquirir el *status* de pandemia, causando más de 22 millones de infectados y más de 700 mil muertes en poco más de un semestre, además de cambios profundos en las dinámicas económicas, políticas y sociales, alrededor del mundo (Sahagún-Navarro y Parra-Montoya, 2020). En efecto, en muchos países, la pandemia se tradujo rápidamente en una contracción abrupta del nivel de actividad económica, un quiebre masivo de empresas, una fuerte caída del empleo y un aumento sostenido de la pobreza (Martínez Hinojosa, Martillo Pazmiño y Delgado Solís, 2020). Más aún, la emergencia socio-sanitaria también contribuyó a profundizar las desigualdades sociales ya existentes y a deteriorar progresivamente la salud mental de los individuos (Huarcaya-Victoria, 2020; Ramírez-Ortiz, Castro-Quintero, Lerma-Córdoba, Yela-Ceballos y Escobar-Córdoba, 2020).

En Argentina, el 12 de marzo de 2020, se decretó la ampliación del estado de emergencia sanitaria y el inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio en todo el territorio nacional (ver Decreto de Necesidad y Urgencia N° 260/2020⁵). Si bien estas medidas fueron efectivas para contener la propagación del COVID-19, las mismas también tuvieron

un impacto profundo a nivel económico y social. En efecto, según datos del Banco Mundial, la economía argentina se contrajo un 9,9 % durante 2020⁶, principalmente como resultado de la importante caída del nivel de actividad en industrias como la producción y comercialización de productos considerados “no esenciales”, la gastronomía, el turismo, la construcción, las operaciones inmobiliarias y el transporte de media y larga distancia. Este contexto recesivo rápidamente llevó al cierre definitivo de más de 42.000 pequeñas y medianas empresas, lo que, a su vez, contribuyó a profundizar problemáticas pre-existentes del país, como la pobreza y el desempleo (ver Smink, 2020).

Si bien las consecuencias negativas de la pandemia del COVID-19 resultan innegables, es importante señalar que varias investigaciones recientes han reconocido que la emergencia socio-sanitaria también generó algunas oportunidades. Por ejemplo, a nivel político, la pandemia obligó a los gobiernos de muchos países a adoptar posiciones más conciliadoras que contemplen los intereses y necesidades de múltiples actores y sectores, a negociar sus estrategias con grupos de distintas fuerzas políticas y a proyectar una imagen de unión e integración frente a la adversidad (De Rosa, Lanzilotta, Perazzo y Vigorito, 2020). Incluso, impulsó a los actores económicos (sean individuos u organizaciones) a descubrir y desarrollar nuevas competencias de adaptación frente a la emergencia socio-sanitaria, como la resiliencia, la tolerancia a la frustración y la autoeficacia (Martínez Hinojosa *et al.*, 2020). Por otra parte, condujo a que se repensaran ciertos valores y prácticas, como el individualismo y el privilegio de los intereses individuales, que, durante décadas, habían gobernado el comportamiento de muchos actores económicos, y favoreció el surgimiento de actitudes más solidarias, empáticas y

5 Disponible online en <https://www.boletinoficial.gob.ar/suplementos/2020031201NS.pdf>

6 Ver nota en <https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>

responsables (Sahagún-Navarro y Parra-Montoya, 2020).

En el marco de los cambios y procesos descritos, muchos actores económicos empezaron a asumir un rol más activo frente a la emergencia socio-sanitaria, mediante la adopción de prácticas sustentables y socialmente responsables orientadas a preservar el medio ambiente y a lograr una transformación positiva en la sociedad (El Ebrashi, 2013). Así, el denominado *emprendimiento social* (en inglés, *social entrepreneurship*) adquirió una importancia fundamental en la batalla de los países frente a la pandemia, especialmente en aquellos en donde los esfuerzos del Estado suelen verse complementados con múltiples iniciativas sociales para dar respuesta a los diversos problemas que afectan a sus comunidades (Cohen, Kaspi Baruch y Katz, 2019). Desde el punto de vista conceptual, el emprendimiento social puede ser entendido, en sentido amplio, como un proceso innovador que tiene por propósito generar valor social mediante el uso creativo de los recursos disponibles (Austin, Stevenson y Wei Skillern, 2006).

Cabe señalar que las universidades, específicamente, no han permanecido inactivas frente a estos procesos de transformación social (Tojar Hurtado y Estrada Vidal, 2019). En efecto, muchas de ellas han procurado fomentar el espíritu del emprendimiento social en sus estudiantes y estimular su participación en iniciativas y programas orientados a aliviar diversos problemas que afectan a sus comunidades (Kawamorita, Salamzadeh, Demiryurek y Ghajarzadeh, 2020). Esta estrategia de formar profesionales altamente capacitados y con un fuerte compromiso social busca, por un lado, fomentar que los estudiantes desarrollen competencias centrales para la resolución de problemas, como la creatividad (Rosendahl Huber, Sloof y Van Praag, 2014). Al mismo tiempo, pretende lograr un involucramiento activo de

aquellos en la solución de diversos problemas sociales, económicos y/o medioambientales, con la finalidad de facilitar la transferencia de conocimiento a la sociedad y, así, contribuir al desarrollo de un modelo de crecimiento sustentable, equitativo y responsable (Priede Bergamini, López Cózar Navarro y Benito Hernandez, 2017).

Dado que, hasta el momento, la mayoría de las investigaciones se han concentrado en los efectos negativos de la pandemia (e.g., Huarcaya-Victoria, 2020; Johnson, Saletti-Cuesta y Tumas, 2020; Ramírez-Ortiz et al. 2020), este estudio propone adoptar una "perspectiva más optimista" y se focaliza en algunas de las oportunidades generadas por la emergencia socio-sanitaria. Más específicamente, tiene por propósito explorar los factores individuales que facilitan el surgimiento de acciones de emprendimiento social en estudiantes universitarios en el contexto de la emergencia socio-sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 en Argentina y sus posibles implicaciones para el desarrollo de la tercera misión universitaria. Para ello, adopta un enfoque de teoría fundada y analiza los relatos de una muestra de estudiantes avanzados de una universidad pública argentina.

Los hallazgos de esta investigación contribuyen a la literatura sobre emprendimiento social en un contexto de pandemia y, sobre todo, en un país latinoamericano, al describir los factores personales que facilitan su surgimiento. En efecto, son varias las investigaciones que señalan que es importante conocer en profundidad los factores que condicionan el comportamiento y el éxito del emprendimiento social, puesto que la mayoría de los estudios sobre esta temática suelen focalizarse únicamente en las experiencias de los emprendedores exitosos (Kachlami, 2014; Urbano, Toledano y Soriano, 2010; Urbano, Ferris, Peris Ortis y Aparicio, 2017; Muralidharan y Pathak, 2018). A su vez, esta investigación

aporta evidencia sobre algunas estrategias que se pueden emplear para estimular la relación universidad-sociedad (o tercera misión universitaria), poniendo de manifiesto la continua y necesaria interacción que debe existir entre ambos sectores y, particularmente, la importancia de la universidad como herramienta de transformación social. En este sentido, el presente estudio se encuentra en línea con aquellas investigaciones que señalan la importancia del emprendimiento social como motor de desarrollo de la misión universitaria (e.g. Rubens, Spigarelli, Cavicchi y Rinaldi, 2017; Sánchez-Barrioluengo y Benneworth, 2019).

Este trabajo se organiza en cinco secciones. En la primera, se desarrollan los conceptos y antecedentes centrales que guiaron la definición del problema de investigación, así como la interpretación de los hallazgos cualitativos. En la segunda, se desarrolla la metodología del estudio, describiendo los participantes, el enfoque, la estrategia de recolección de datos y las técnicas de análisis. En la tercera sección, se reportan los principales hallazgos de esta investigación. Finalmente, en la cuarta sección, se discuten los resultados en conexión con la teoría existente sobre el tema, se abordan las limitaciones y se proponen líneas futuras de investigación.

Emprendimiento social

Como afirman Mair y Martí (2006), el término *emprendimiento social* no ha sido utilizado de manera unívoca en la literatura. En algunos casos, ha sido empleado para referirse a un conjunto de iniciativas sin finalidad de lucro orientadas a identificar o idear alternativas para financiar proyectos de creación de valor social (Waghid y Oliver, 2017). En otras ocasiones, ha sido utilizado para reflejar un conjunto de prácticas socialmente responsables que son llevadas a cabo por organizaciones comerciales (Weerawardena y Mort, 2006). Finalmente, un tercer grupo de

investigaciones ha empleado este término para referirse a un conjunto de iniciativas y prácticas orientadas a aliviar ciertos problemas sociales e impulsar la transformación social (Austin *et al.*, 2006; Howorth, Smith y Parkinson, 2012).

Al respecto, Austin *et al.* (2006) afirman que los emprendimientos sociales tienen, al menos, tres características distintivas. En primer lugar, se encuentran guiados, en su esencia, por el deseo de crear *valor social* y contribuir a la *transformación positiva* de la realidad. En segundo lugar, tienen su origen en una *falla de mercado*, la cual permite que existan necesidades sociales desatendidas (o sub-atendidas) que originan la oportunidad de iniciar una acción emprendedora. En tercer lugar, son *innovadores y creativos*, dado que de ellos surgen nuevas formas de dar respuesta a los problemas sociales y contribuir a la transformación social. Con sustento en las características anteriores, Austin *et al.* (2006) definen el emprendimiento social como un proceso innovador que tiene por propósito generar valor social mediante el uso creativo de los recursos disponibles.

Con respecto a los factores que propician o impulsan el emprendimiento social, Kliksberg (2014) identifica tres de ellos. En primer lugar, se encuentran los *valores éticos*, es decir, el conjunto de principios que guían el comportamiento y las decisiones del emprendedor. En general, los emprendedores sociales suelen ser personas altruistas, solidarias y empáticas, que promueven la sustentabilidad ecológica y la justicia social. En segundo lugar, se encuentran los *conocimientos*, que consisten en la capacidad del emprendedor social de identificar las necesidades de la sociedad que no están siendo debidamente atendidas por otros actores sociales (como el Estado o las organizaciones sin fines de lucro) y planificar los medios para iniciar la acción emprendedora. Finalmente, se encuentran las *comunidades relacionales*, que

consisten en una red de actores que permite, facilita o apoya la acción emprendedora.

Dentro de los factores que facilitan el emprendimiento social se encuentran las *competencias emprendedoras*, las cuales integran los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para planificar y poner en práctica un proyecto emprendedor (Hernández de Galindo, Romero Rodríguez y Ramírez Montoya, 2019). Al respecto, diversas investigaciones han identificado algunas competencias genéricas relacionadas con el emprendimiento, tales como el liderazgo, la creatividad, la innovación, la adaptabilidad, la resiliencia, las habilidades comunicacionales y el pensamiento crítico (Farhangmehr, Goncalves y Sarmiento, 2016; Hernández de Galindo *et al.*, 2019; Velasco Martínez, Estrada Vidal, Pabón Figueras y Tojar Hurtado, 2019). Asimismo, otras investigaciones han propuesto competencias más específicas de los emprendedores sociales (Auerswald, 2009), como la habilidad para compatibilizar la lógica del bienestar social con los intereses públicos y privados (Kirby, 2004), el marcado sentido de la ética (Drayton, 2002), la sensibilidad social (El Ebrashi, 2013) y el deseo de generar cambios significativos en la sociedad (Saxena, 2019).

Tercera misión universitaria y emprendimiento social

La literatura ha reconocido que las universidades desempeñan un rol importante en los procesos de transformación social y, por lo tanto, también en el desarrollo del emprendimiento social (Sánchez García, Ward, Hernández y Flórez, 2017). En efecto, además de formar profesionales altamente calificados y de producir conocimiento científico que contribuya a la evolución de las diversas disciplinas académicas, las universidades poseen una *tercera misión* orientada al desarrollo regional mediante acciones de vinculación con empresas, el Estado y la sociedad (Sánchez-Barrioluengo

y Benneworth, 2019). Cabe señalar que la definición de esta tercera misión continúa siendo un desafío en la actualidad, dado que se encuentra estrechamente vinculada a su aplicabilidad y ésta varía de acuerdo al entorno socio-cultural, económico, regional y empresarial en donde se emplace la institución de educación superior (Rojas, Canal Carrillo y Cordova Felix, 2018).

En términos generales, es posible encontrar dos grandes formas de aplicación: la desarrollada en los Estados Unidos y Europa, y la propia de América Latina. En cuanto a la primera, la tercera misión suele materializarse en la comercialización tecnológica de los resultados de las investigaciones universitarias; es decir, se basa principalmente en la transferencia de productos y servicios provenientes de acciones de I+D. Este formato puede o no generar ingresos adicionales y está pensado para colaborar socialmente mientras, al mismo tiempo, se mejora la imagen pública de la institución con respecto a su responsabilidad social. Por otra parte, en América Latina, la tercera misión universitaria se ha materializado por medio de un abordaje de las necesidades socio-comunitarias. Dichas actividades se han vehiculizado históricamente mediante acciones de *extensión*, que acompañan a las actividades de enseñanza (primera misión) y de investigación (segunda misión). Más allá del formato que adquiera la tercera misión, hay consenso sobre el hecho de que estas actividades van más allá de la transferencia de conocimiento, debiendo incluir necesariamente iniciativas de aprendizaje permanente y servicio público que excedan la dimensión económica y abarquen también causas ambientales y culturales.

Las actividades de emprendimiento social como parte del desarrollo de la tercera misión son fundamentales pues contribuyen a que las comunidades avancen con su agenda social y, al mismo tiempo, permiten a las universidades nutrirse de ellas en el desarrollo de sus

restantes misiones (Rubens *et al*, 2017). Por su parte, para El Ebrashi (2013), el foco de la tercera misión debe ser la creación de redes de contención comunitaria sobre las que después la universidad pueda colaborar en el armado de proyectos sociales. Finalmente, Waghid y Oliver (2017) afirman que los beneficios de las actividades de emprendimiento social en el marco de la tercera misión no se agotan en su desarrollo presente, sino que se vislumbran en las actividades sociales y económicas que pueden desarrollar los futuros graduados.

De acuerdo a Sánchez-Barrioluengo y Benneworth (2019), la tercera misión puede adquirir el formato de actividades blandas (del inglés, *soft activities*), como la consultoría, el entrenamiento industrial de estudiantes o el desarrollo de currículos que generen graduados altamente calificados. Entre las actividades duras (del inglés, *hard activities*), los autores plantean el desarrollo de patentes, licencias y *spin offs*. Para el caso de las universidades pequeñas a medianas, Rubens *et al.* (2017) proponen el desarrollo de proyectos de investigación centrados en las necesidades de la comunidad, programas de entrenamiento, centros para emprendimiento e incubadoras de negocios que no sólo adopten una perspectiva social, sino que impulsen el desarrollo de vínculos con emprendedores por fuera de la universidad que puedan requerir dichos servicios.

En este contexto, el *voluntariado* consiste en participar de actividades orientadas a aportar soluciones a problemáticas sociales (Guzmán, Carvajal, Villablanca y Espinoza, 2017). Esta participación no tiene retribución económica e implica un beneficio directo para terceros (Gaete Quezada, 2015). Por su parte, el *voluntariado universitario*, específicamente, consiste en actividades curriculares o extracurriculares, no remuneradas, que se encuentran orientadas a resolver ciertos problemas sociales (Hustinx, Vanhove, Declercq, Hermans y Lammertyn, 2005). Al

respecto, Silva Peralta (2013) afirma que existen, al menos, dos modalidades de voluntariado universitario. En primer lugar, se encuentran aquellas actividades que son realizadas por los estudiantes universitarios a través de su participación en, por ejemplo, organizaciones no gubernamentales. En segundo lugar, están aquellas actividades de voluntariado que se enmarcan dentro del ámbito de la universidad (por ejemplo, a través de grupos de extensión y/o investigación) y tienen por propósito promover un desarrollo profesional integral de los estudiantes. Cabe señalar que, cuando estas iniciativas se encuentran enmarcadas en el ámbito universitario, los estudiantes no sólo contribuyen a resolver algunas de las necesidades de la comunidad, sino que también adquieren una contextualización histórica, sociológica, cultural y política de dichas necesidades (Kendall, 1990).

El voluntariado universitario constituye, en definitiva, una herramienta transformadora fundamental de las universidades, pues les permite cumplir su misión de formar profesionales con un alto grado de compromiso social. En efecto, numerosas investigaciones han demostrado que el voluntariado universitario permite el desarrollo de diversas competencias, muchas de las cuales se encuentran relacionadas con el emprendimiento social, como la eficacia personal, el trabajo en equipo, el liderazgo, la reflexividad, la reciprocidad, el pensamiento crítico, el altruismo, la solidaridad y la comunicación efectiva (Einfeld y Collins, 2008; Nazarova, 2007; Soler, 2007). Las acciones de voluntariado universitario suelen enriquecer y fortalecer los procesos de emprendimiento social, logrando que las iniciativas sociales trasciendan el contexto universitario y generen un impacto de largo plazo en la comunidad, volviéndola más sustentable, justa y equitativa (Gaete Quezada, 2015). Por ejemplo, Einfeld y Collins (2008) reportan que estas iniciativas favorecen que los estudiantes se vuelvan más sensibles ante las injusticias y problemas

sociales. De modo similar, Aydlett, Randolph y Wells (2010) identifican que la exposición de los voluntarios a realidades sociales diferentes de las suyas les permite desarrollar una actitud más empática y tolerante hacia otras culturas y realidades.

Materiales y métodos

Diseño y enfoque

Este estudio forma parte de un proyecto más amplio que indaga el emprendimiento social universitario en Argentina, el cual fue aprobado en sus aspectos éticos y metodológicos por un Comité de la Universidad Nacional de Mar del Plata (Código 15/H275). Específicamente, la investigación reportada en este artículo tiene por propósito explorar los factores individuales que facilitan el surgimiento de acciones de emprendimiento social en estudiantes universitarios avanzados en el contexto de emergencia socio-sanitaria por COVID-19. Para ello, adopta una metodología cualitativa con un enfoque de teoría fundada (Glaser y Strauss, 2009) y propone el desarrollo de una teoría sustantiva de alcance medio (Rubens *et al*, 2017). Cabe señalar que el enfoque de teoría fundada resulta adecuado cuando se desea explicar un fenómeno poco explorado en función de las interpretaciones y significados de los participantes (Rivero, Dabos, Marino y Rodríguez, 2017). A su vez, el alcance medio permite visualizar las implicaciones individuales que puede tener el emprendimiento social para la tercera misión universitaria (Rubens *et al*, 2017).

Participantes y contexto

Se recurrió a una muestra cualitativa de estudiantes avanzados de una universidad pública argentina. Los participantes fueron contactados en el marco de un seminario de práctica profesional, el cual constituye uno

de los requisitos finales para la obtención del título de Licenciado en Psicología. Cabe señalar que, en las universidades públicas argentinas, este programa de estudios implica una duración mínima de cinco años de cursada, la acreditación de 50 horas de prácticas profesionales supervisadas en cada uno de los ámbitos de trabajo psicológico, 200 horas de residencia, 60 horas de prácticas electivas preparatorias para las prácticas profesionales y 100 horas de formación en investigación.

De los 176 estudiantes contactados inicialmente, 136 accedieron a participar de la investigación, lo que resultó en una tasa del 77,27 %. La muestra se compuso por 28 estudiantes identificados con el género masculino y 108 estudiantes identificadas con el género femenino. La edad osciló entre 22 y 67 años, con un promedio de 27,90 y una desviación estándar de 7,48. Con respecto a la situación ocupacional de los participantes, el 34,56 % se encontraba empleado en relación de dependencia al momento de la recolección de los datos. De este porcentaje, el 57,45 % desempeñaba una actividad considerada "esencial" en el marco de la emergencia socio-sanitaria. Asimismo, cabe señalar que, de los participantes que declararon estar desempleados, el 31,46 % reportó que perdió su trabajo como consecuencia de la pandemia.

En cumplimiento con los principios de la Declaración Internacional de Helsinki de 1964 y de la Declaración de Singapur de 2010, se solicitó a todos los participantes que brinden expresamente su consentimiento de modo previo a participar del estudio, mediante la aceptación de un formulario digital de consentimiento informado. Éste último detalló los objetivos de la investigación, los datos de contacto de los investigadores principales, y los beneficios y riesgos de participar del estudio. Además, indicó explícitamente que cualquier información que permita identificar a los participantes sería mantenida bajo reserva.

Estrategia e instrumento

Se realizaron 136 entrevistas estructuradas en función de un guión compuesto por dos secciones. La primera incluyó preguntas de naturaleza sociodemográfica (e.g., edad, género, situación ocupacional) y la segunda un conjunto de preguntas abiertas que respondieron específicamente a los objetivos del estudio. Cabe señalar que estas últimas fueron lo suficientemente amplias como para facilitar la emergencia espontánea de categorías analíticas.

Debido a que, al momento de la recolección de los datos, Argentina se encontraba bajo los efectos del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio en respuesta a la emergencia socio-sanitaria (ver Decreto de Necesidad y Urgencia del Poder Ejecutivo de la Nación Argentina N°297/20 y posteriores), las entrevistas se realizaron virtualmente a través de un formulario digital confeccionado en *Google Forms*. Esta metodología de recolección en línea ha sido empleada en diversos estudios y se considera adecuada cuando existen restricciones para identificar y/o contactar a la población del estudio (ver el concepto de *población oculta* en Baltary y Brunet, 2012). Cabe señalar que los investigadores principales se comunicaron con los participantes por correo electrónico en caso de requerir alguna aclaración o información adicional.

Análisis

Se realizó un análisis del contenido del discurso de los participantes aplicando una perspectiva interpretativista y una lógica inductiva (Gioia, Corley y Hamilton, 2013). En este sentido, cada entrevista fue analizada individualmente, lo que permitió la identificación de un conjunto de códigos iniciales. Éstos consistieron en etiquetas o frases cortas que reflejaban las percepciones y significados de los propios actores sobre el fenómeno (Rivero *et al.*, 2017). Luego,

se utilizó la comparación constante con la finalidad de identificar ciertas regularidades y diferencias entre las entrevistas realizadas, lo que permitió la agrupación de los códigos iniciales en unidades conceptuales más abstractas, llamadas temas de segundo orden (Clark, Gioia, Ketchen y Thomas, 2010). Finalmente, se examinaron las vinculaciones existentes entre los temas de segundo orden, lo que facilitó su agrupación en dimensiones de mayor abstracción teórica (es decir, en más estrecha vinculación con la literatura existente) denominadas dimensiones agregadas (Corbin y Strauss, 2008). Para el reporte de los hallazgos, se utilizó el procedimiento adoptado por Rivero *et al.* (2017) dado que proporciona una manera rigurosa, clara y estructurada de presentar los resultados cualitativos.

Resultados

Facilitadores personales

A continuación, se examinan los factores o características personales de los individuos que parecen facilitar su involucramiento en acciones de emprendimiento social (ver Tabla 1). En primer lugar, aquellos participantes con una mayor orientación hacia el emprendimiento social (es decir, aquellos que declararon estar interesados en participar de estas iniciativas) se caracterizaron por tener la creencia de que la transformación es posible, sea a nivel individual (“las personas pueden cambiar”), social (“las comunidades pueden cambiar”), sistémico (“los sistemas pueden cambiar”) o estatal (“los Estados pueden cambiar”).

En segundo lugar, los participantes con una mayor orientación hacia el emprendimiento social demostraron poseer una fuerte orientación prosocial, la cual consiste en un acto voluntario de intentar ayudar al otro (Mesurado *et al.*, 2019). En este sentido, los participantes con estas características hicieron alusión

a su interés en colaborar con el bienestar de terceros, sea brindando una parte de su tiempo profesional (por ejemplo, realizando sesiones de terapia gratuitas) o personal (por ejemplo, recolectando alimentos para familias en situación de vulnerabilidad social).

En tercer lugar, los resultados de esta investigación revelaron que las competencias emprendedoras de los estudiantes también condicionan el grado en que son capaces de poner en práctica una iniciativa de emprendimiento social. Dentro de estas competencias se encontraron la adaptabilidad (capacidad de ajustar el propio comportamiento para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, propias o del entorno inmediato), la auto-regulación emocional (mostrar templanza, calma, tranquilidad y tolerancia frente a situaciones estresantes, frustrantes, inciertas y/o adversas, controlando las propias emociones y evitando reacciones negativas), la empatía (capacidad de comprender a cada persona en su singularidad, y de reconocer y aceptar las diferencias), la comunicación (ser asertivo en la comunicación, escuchar activamente, expresar conceptos e ideas en forma efectiva, comunicar con concisión y claridad), la responsabilidad (ser comprometido con la formación

universitaria, estar involucrado y tener una disposición favorable para el desarrollo de las tareas, actividades o consignas), la auto-organización (tener autonomía en el desarrollo de las tareas, ser auto-disciplinado en la gestión de los tiempos, recursos y cargas de trabajo, orientarse al balance saludable entre la vida, el trabajo y el estudio) y la apertura al aprendizaje (orientarse al auto-desarrollo y la auto-actualización, buscar información pertinente para resolver las situaciones que se presentan, compartir el aprendizaje adquirido y tener apertura mental para integrar nuevos aprendizajes).

El último factor que se identificó consiste en el acceso del individuo a ciertos recursos que parecen impulsar (y, en caso de ausencia, limitar) el surgimiento de acciones de emprendimiento social, como la disponibilidad de información acerca de iniciativas ya existentes, el tiempo disponible y el acceso a redes consolidadas de acción emprendedora. Esta última consiste en un espacio orientado hacia el desarrollo de iniciativas con orientación social que le permite al sujeto formarse y desarrollarse en el campo del emprendimiento social (por ejemplo, una organización sin fines de lucro o un proyecto de extensión universitaria).

Tabla 1. Facilitadores personales del emprendimiento social.

1. Creencias sobre el cambio	
1.1. <i>Las personas son capaces de cambiar</i>	“La situación de COVID-19 abrió la posibilidad de fomentar el cuidado personal y de los otros como familiares y amigos [...] aprendimos a valorar los pequeños detalles como el acompañamiento del otro, el abrazo, las charlas con amigos y familiares [...] y a valorar la importancia de la higiene y el cuidado del otro”.
1.2. <i>Las comunidades son capaces de cambiar</i>	“Esta situación de emergencia socio-sanitaria abre la posibilidad hacia una transformación positiva en la sociedad argentina, ya que nos hace estar más unidos que antes [...] va a fortalecer virtudes como la fé, la solidaridad, la amabilidad, la inclusión, la compasión, el amor por el prójimo y el altruismo”.

1.3. <i>Los sistemas son capaces de cambiar</i>	“Considero que en áreas específicas como el trabajo y la educación se están descubriendo nuevos modos de llevar a cabo los objetivos [...] Son todos modos de adaptarnos a una situación extraordinaria, pero que podrían dejar ciertos aprendizajes y herramientas para continuar aplicando”.
1.4. <i>Los Estados son capaces de cambiar</i>	“Desde el Estado Nacional [...] hay una puesta en óptica de continuar y enriquecer las políticas sociales, que implica soberanía nacional, invertir en ciencia y tecnología, y en salud”.
2. Orientación prosocial	
2.1. <i>Ayudar al otro desde lo profesional</i>	“La tarea que podríamos realizar es la de brindar programas de acompañamiento y atención [...] tanto a nivel emocional como psíquico. Toda esta situación ha [...] generado sentimientos de soledad, ansiedad, estrés y en algunos casos también ha derivado en violencia. Estaría bueno poder acercarse a esas personas, quizás establecer líneas abiertas de comunicación [...] para que estos puedan comunicarse en caso de que lo necesiten”.
2.2. <i>Ayudar al otro desde lo personal</i>	“Por mi parte, en el edificio que estoy, pusimos carteles en los ascensores para que cualquier persona que sea grupo de riesgo principalmente pueda pedirnos ayuda para realizar las compras y no tenga que salir. También se podría formar parte de alguna organización que vaya a comedores barriales, que ofrezca ayuda”.
3. Competencias emprendedoras	
3.1. <i>Adaptabilidad</i>	“Todo esto debido a que pasamos todo el día adentro y debemos realizar parte de la rutina desde casa, es por ello que considero que la flexibilidad es fundamental porque tenemos que poder adaptarnos a la situación que estamos atravesando”.
3.2. <i>Auto-regulación emocional</i>	«Frustración es un sentimiento cotidiano y normal cuando las cosas no salen como esperamos o queremos que salgan. El problema está cuando nuestras reacciones a esto que nos frustra nos generan excesivo malestar y nos aleja de conseguir aquello que queremos. Poder tener las competencias para poder combatir ese sentimiento, ser tolerante, aceptar lo que se nos pone enfrente y resolverlo”.
3.3. <i>Empatía</i>	“Tenemos que poder comprender al otro, que no todos estamos en las mismas condiciones económicas, sociales e individuales para hacer frente a las exigencias académicas. Entender que el otro puede estar viviendo la misma situación que yo, pero de diferente manera”.
3.4. <i>Comunicación</i>	“Competencias comunicativas: entendidas como las capacidades de establecer intercambios fluidos, asertivos y que posibiliten la empatía y la receptividad con los docentes, compañeros o autoridades para plantear inquietudes o problemáticas, fortalecer redes en el desarrollo de las actividades académicas, y optimizar el proceso de aprendizaje”.
3.5. <i>Responsabilidad</i>	“La capacidad de poder cumplir con los diferentes compromisos que tenemos”.
3.6. <i>Auto-organización</i>	“Poder mantener un equilibrio entre tiempo de ocio y tiempo de estudio, ya que de esta forma no se confunden las actividades (cuestión a la que en pandemia y encerrados en un mismo ambiente podría pasar)”.

3.7. <i>Apertura al aprendizaje</i>	“Habilidades para aplicar lo aprendido, para seguir aprendiendo, para poder mantener el foco atencional”.
4. Acceso a recursos	
4.1. <i>Información</i>	“Falta de información. No me he enterado de la existencia de ningún tipo de voluntariado relacionado con la pandemia”.
4.2. <i>Tiempo</i>	“En mi caso es por falta de tiempo. Trabajar me lleva a salir de mi casa a las ocho de la mañana y regresar a las seis de la tarde y a partir de allí es realizar otro tipo de actividades que requieren tiempo, dedicación y responsabilidad, por lo cual es muy poco el tiempo libre. Para ser voluntario debería disponer de más tiempo para hacer un trabajo con compromiso y dedicación”.
4.3. <i>Redes de apoyo</i>	«La única oportunidad que se me presentó fue la red de ayuda que estaba armando la universidad a la cual me anoté para diversas tareas, pero nunca fui convocado”.

Fuente: Elaboración propia.

Acciones de emprendimiento social

Como se vio hasta el momento, los individuos con ciertas características personales parecen ser más proclives a visualizar la emergencia socio-sanitaria como una oportunidad de iniciar la transformación social y comprometerse con iniciativas de emprendimiento social. Así, este último apartado examina las acciones de emprendimiento social que surgieron de forma inductiva de los datos cualitativos recolectados (ver Tabla 2). En primer lugar, algunos participantes declararon donar recursos a ciertas iniciativas con orientación social, se trate de dinero o de productos (por ejemplo, alimentos). En segundo lugar, otros señalaron que suelen participar personalmente de estas iniciativas con orientación social, brindando

su tiempo personal o profesional. Finalmente, otro grupo de participantes demostró poseer un fuerte involucramiento afectivo con la iniciativa de la que participan, ya sea porque la problemática que aborda la misma los vincula personalmente o porque los moviliza emocionalmente. Se observó, a su vez, que estas tres dimensiones parecen reflejar distintos grados de involucramiento afectivo del emprendedor social (donde la donación exclusiva de recursos implica el nivel más bajo). Asimismo, es importante destacar que las mismas no resultan mutuamente excluyentes, ya que es posible que algunos individuos participen simultáneamente de las tres combinaciones de acciones de emprendimiento social.

Tabla 2. Acciones de emprendimiento social.

1. Donación de recursos	
1.1. <i>Dinero</i>	«Realizó aportes económicos a instituciones públicas que lo demandan, pero no he participado de forma activa en algún voluntariado».
1.2. <i>Productos</i>	«No participé en ningún voluntariado específico, pero sí desde mi lugar y mi posibilidad cuando veo que están juntando alimentos, ropa, abrigo, o juntando dinero para algún comedor o alguna organización participé. A su vez, mi vieja trabaja en un colegio rural entonces juntamos ropa de abrigo, juegos, frazadas, zapatillas, para que le lleve a las familias».
2. Donación de tiempo	
2.1. <i>Profesional</i>	«Formó parte de un grupo de extensión de la facultad [...] que trabaja con familias que estén atravesando el momento de embarazo, parto, postparto y primera infancia. En estos momentos de pandemia seguimos adelante para acompañarlos desde casa. Hay guardias telefónicas y subimos spots informativos, videos con actividades, etcétera».
2.2. <i>Personal</i>	«Actualmente colaboro con una organización sumándome a distintas iniciativas orientadas a los sectores más vulnerables [...] El objetivo es acercar [...] recursos básicos, ya que se trata en su mayoría de familias que por su situación de precarización laboral o trabajo informal se encuentran sin un ingreso [...] Las tareas específicas son preparación de viandas, recolección de alimentos y abrigos».
3. Involucramiento afectivo	
3.1. <i>La problemática que aborda la iniciativa lo/a vincula directamente</i>	“Hoy mis tareas son esencialmente comunitarias, en conjunto con mujeres que sufren violencia [...] disminuir el impacto negativo de la crisis en las mujeres de los barrios populares y construir feminismo popular”.
3.2. <i>La problemática que aborda la iniciativa no lo/a vincula, pero sí lo/a moviliza emocionalmente</i>	Mi motivación es ayudar a las personas [...] tanto en contención y escucha, como brindarles alimentos y ayuda con lo escolar. Queremos [...] más que nada brindarles amor y atención que es un recurso del cual muchos carecen [...] Queremos brindar la mayor cantidad de herramientas y recursos para que desarrollen su potencial, sus capacidades, para que tengan más oportunidades en esta sociedad que muchas veces los margina y no les da esperanzas”.

Fuente: Elaboración propia.

Discusión

La emergencia socio-sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 ciertamente ha tenido un impacto negativo en la mayoría de los países alrededor del mundo. Pero, al mismo tiempo, ha generado algunas transformaciones positivas en las comunidades, incluyendo el

desarrollo de actitudes más solidarias y de competencias de adaptación (De Rosa *et al.*, 2020; Sahagún-Navarro y Parra-Montoya, 2020). Hasta el momento, la mayoría de las investigaciones revisadas se han concentrado en los efectos negativos de la pandemia (e.g., Huarcaya-Victoria, 2020; Johnson *et al.*, 2020; Ramírez-Ortiz *et al.* 2020), por lo que este estudio adoptó una “perspectiva positiva” y

se propuso explorar los factores individuales que facilitan el surgimiento de acciones de emprendimiento social en el contexto de la emergencia socio-sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 en una muestra de estudiantes avanzados de una universidad pública argentina.

Los resultados de este trabajo ilustraron que, si bien la pandemia parece haber creado, profundizado o visibilizado ciertos problemas sociales, los cambios actitudinales y conductuales producidos a nivel social condujeron a que muchos actores comenzarán a asumir un rol más activo frente a la emergencia socio-sanitaria mediante la adopción de prácticas sustentables y socialmente responsables orientadas a lograr una transformación positiva en la sociedad (De Rosa *et al.*, 2020; Urbano *et al.*, 2017). Este hallazgo resulta consistente con aquellas investigaciones que señalan que las crisis pueden, a menudo, impulsar el desarrollo de iniciativas de emprendimiento social (e.g., Kachlami, 2014; Muñoz y Kibler, 2016; Urbano *et al.*, 2010; Urbano *et al.*, 2017).

Asimismo, este estudio reveló que los individuos con ciertas características personales parecen ser más proclives a visualizar la emergencia socio-sanitaria como una oportunidad de iniciar la transformación social y comprometerse con distintas iniciativas de emprendimiento social. Así, los resultados mostraron que estos individuos suelen poseer ciertas competencias emprendedoras como la adaptabilidad, la auto-regulación emocional, la empatía, las habilidades comunicacionales asertivas, la responsabilidad, la auto-organización y la apertura al aprendizaje. Si bien la importancia de las competencias emprendedoras en el surgimiento de acciones de emprendimiento social ya ha sido descrita en trabajos previos (e.g., Hernández de Galindo *et al.*, 2019; Velasco Martínez *et al.*, 2019), este estudio mostró que estos emprendedores sociales también suelen desarrollar creencias

más positivas frente a la transformación social y una fuerte orientación prosocial.

Los resultados de este estudio también mostraron que el acceso del individuo a ciertos recursos, como información acerca de iniciativas ya existentes y/o redes de apoyo para la acción emprendedora, parecen impulsar (o, en caso de ausencia, limitar) el surgimiento de acciones de emprendimiento social. Esto pone de manifiesto la importancia de la tercera misión de la universidad a través del sostenimiento de espacios integrales (académicos, de investigación y de extensión) y generativos de iniciativas con orientación social que promuevan la formación y el desarrollo de los estudiantes en el campo del emprendimiento social (ver Priede Bergamini *et al.*, 2017). Entonces, es clave que la universidad estimule la reflexión crítica sobre el contexto y la autoevaluación de las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) del estudiante para emprender.

Las reflexiones efectuadas en este artículo invitan también a los estudiantes a que se proyecten en escenarios laborales diversos (no sólo en relación de dependencia, sino también como trabajadores independientes o como gestores de proyectos) y puedan identificar el impacto social de sus acciones. Se cree que las universidades deben asumir un rol activo en estos procesos por medio de la generación de ofertas curriculares y extra-curriculares que contemplen acciones de emprendimiento social a través de, por ejemplo, programas de voluntariado universitario, prácticas de aprendizaje-servicio y prácticas socio-comunitarias en territorio (ver Kawamorita *et al.*, 2020). Todas ellas son herramientas transformadoras de las universidades que contribuyen a desarrollar profesionales con un alto grado de compromiso social (ver consideraciones en Priede Bergamini *et al.*, 2017).

Si bien el presente estudio realiza contribuciones importantes a la literatura sobre emprendimiento social y, al mismo tiempo, permite reflexionar sobre las oportunidades generadas por la pandemia del COVID-19, es también importante señalar sus limitaciones. En primer lugar, esta investigación utilizó exclusivamente un enfoque cualitativo, por lo que se considera necesario triangular los análisis aquí desarrollados con datos cuantitativos que permitan examinar la posible presencia de diferencias en, por ejemplo, las competencias emprendedoras según las variables socio-demográficas de los estudiantes, como su edad, género, situación familiar, situación laboral, entre otras. Contemplar diferencias por tipo de carrera universitaria también podría ser relevante, siendo que hay carreras con más horas de práctica que promueven más intensamente el desarrollo de las competencias emprendedoras aquí analizadas. Incluso, futuras investigaciones podrían emplear la técnica clásica de incidentes críticos, la cual consiste en proponer situaciones concretas de dificultad e indagar las competencias que se desempeñan en cada situación (ver Flanagan, 1954).

En segundo lugar, esta investigación involucró una muestra de estudiantes de una sola universidad argentina, la cual, a su vez, es de naturaleza pública. Es importante señalar que las universidades públicas en Argentina suelen tener un rol muy activo en los procesos de transformación social de sus comunidades, por lo que es posible que sus estudiantes sean más proclives que otros grupos de estudiantes a desarrollar o participar en iniciativas de emprendimiento social (Herrera Acosta, Vázquez Torres y Lagarda Leyva, 2018). Futuras investigaciones que involucren estudiantes de otras carreras, universidades y/o ciudades serían relevantes para validar los hallazgos reportados en este estudio.

Por último, en virtud de que el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio impedía el contacto social entre personas, las entrevistas debieron efectuarse a través de canales digitales. Si bien esta metodología ha sido empleada en otras investigaciones similares, es posible que el intercambio entre el entrevistador y el entrevistado haya sido menos fluido que el esperado en una entrevista presencial (Evans y Mathur, 2018). Futuras investigaciones podrían recolectar datos cualitativos a través de entrevistas en profundidad o considerar el análisis de datos naturales, lo que permitiría, por ejemplo, realizar un análisis más exhaustivo del discurso de los participantes.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue explorar los factores individuales que facilitan el emprendimiento social en el contexto socio-sanitario causado por la pandemia por COVID-19 en Argentina a través de un enfoque de teoría fundada. El modelo integrador que se delineó en esta investigación sostiene que las acciones orientadas al emprendimiento social están influenciadas por la existencia de determinados facilitadores individuales. En efecto, se observó que los participantes con una mayor orientación hacia el emprendimiento social (es decir, aquellos que declararon explícitamente estar interesados en participar de estas iniciativas) se caracterizaron por tener creencias más positivas frente a la transformación social, una fuerte orientación prosocial y mayores competencias emprendedoras sociales. Dentro de estas competencias se encuentran la adaptabilidad, la auto-regulación emocional, la empatía, las habilidades comunicacionales asertivas, la responsabilidad, la auto-organización y la apertura al aprendizaje.

Referencias

- Auerswald, P. (2009). Creating Social Value. *Stanford Social Innovation Review*, 7(2), 51-55.
- Austin, J., Stevenson, H. y Wei Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Avolio, B. J. (2004). *Manual for the multifactor leadership questionnaire* (MLQ – Form 5X). Redwood City, CA: Mindgarden.
- Aydlett, L., Randolph, M. y Wells, G. (2010). Project Panama: An international service project. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 22(2), 152-158.
- Baltar, F. y Brunet, I. (2012). Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook. *Internet Research*, 22(1), 57-74.
- Clark, S. M., Gioia, D. A., Ketchen, D. J. y Thomas, J. B. (2010). Transitional identity as a facilitator of organizational identity change during a merger. *Administrative Science Quarterly*, 55(3), 397-438.
- Cohen, H., Kaspi Baruch, O. y Katz, H. (2019). The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 211-231. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541010>
- Corbin, J. y Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage.
- De Rosa, M., Lanzilotta, B., Perazzo, I. y Vigorito, A. (2020). Las políticas económicas y sociales frente a la expansión de la pandemia de COVID-19: Aportes para el debate [en línea]. http://fcea.edu.uy/images/dto_economia/Blog/Aportes_y_an%C3%A1lisis_en_tiempos_de_coronavirus._1.pdf
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120-132. <https://doi.org/10.2307/41166136>
- Einfeld, A. y Collins, D. (2008). The relationships between service-learning, social justice, multicultural competence, and civic engagement. *Journal of College Student Development*, 49(2), 95-109.
- El Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2011-0013>
- Evans, J. R. y Mathur, A. (2018). The value of online surveys: a look back and a look ahead. *Internet Research*, 28(4), 854-887. <https://doi.org/10.1108/intr-03-2018-0089>
- Farhangmehr, M., Goncalves, P. y Sarmiento, M. (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students. The role of entrepreneurship education. *Education + Training*, 58(7/8), 861-881. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0019>
- Flanagan, J. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327-358.
- Gaete Quezada, R. (2015). El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje

- de servicio y emprendimiento social. Un estudio de caso. *Última Década*, 43(4), 235-260. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362015000200009>
- Gioia, D. A., Corley, K. G. by Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.
- Glaser, B. G. by Strauss, A. L. (2009). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Guzmán, C. A. A., Carvajal, S. A., Villablanca, E. C. y Espinoza, M. C. C. (2017). Voluntariado juvenil: Factores de permanencia en experiencias de intervención en infancia. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 33(82), 214-238.
- Hernández de Galindo, M. D. J., Romero Rodríguez, L. M. y Ramírez Montoya, M. S. (2019). Entrepreneurship competencias in energy sustainability MOOCs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(4), 598-616. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2019-0034>
- Herrera Acosta, J., Vásquez Torres, M. y Lagarda Leyva, E. (2018). Un análisis comparativo al compromiso ético universitario, entre una institución de educación superior pública y privada de México. *Revista Akadèmeia*, 17(2), 105-131.
- Howorth, C., Smith, S. M. by Parkinson, C. (2012). Social learning and social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning and Education*, 11(3), 371-389. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0022>
- Huarcaya-Victoria, J. (2020). Consideraciones sobre la salud mental en la pandemia de COVID-19. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2), 327-334.
- Hustinx, L., Vanhove, T., Declercq, A., Hermans K. y Lammertyn, F. (2005). Bifurcated commitment, priorities, and social contagion: The dynamics and correlates of volunteering within a university student population. *British Journal of Sociology of Education*, 26, 523-538. <https://doi.org/10.1080/01425690500200111>
- Johnson, M. C., Saletti-Cuesta, L. y Tumas, N. (2020). Emociones, preocupaciones y reflexiones frente a la pandemia del COVID-19 en Argentina. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25(1), 2447-2456. <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10472020>
- Kachlami, H. M. (2014). The likely determinants of social entrepreneurship and policy implications. En Lundström, A., Zhou, C., von Friedrichs, Y. y Sundin, E. (Eds.) *Social Entrepreneurship. Leveraging economic, political and cultural dimensions* (pp. 293-307). Switzerland: Springer.
- Kawamorita, H., Salamzadeh, A., Demiryurek, K., & Ghajarzadeh, M. (2020). Entrepreneurial universities in times of crisis: Case of COVID-19 pandemic. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 8(1), 77-88.
- Kendall, J. C. (1990). Combining service and learning: An introduction. En Kendall, J. C. (Ed.), *Combining service and learning: A resource book for community and public service* (pp. 1-36). Raleigh, NC: National Society for Internships and Experiential Education.

- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education + Training*, 46(8/9), 510-519. <https://doi.org/10.1108/00400910410569632>
- Mair, J. y Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Muñoz, P. y Kibler, E. (2016). Institutional complexity and social entrepreneurship: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1314-1318. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.098>
- Muralidharan, E. y Pathak, S. (2018). Sustainability, transformational leadership, and social entrepreneurship. *Sustainability*, 10(2), 567-589. <https://doi.org/10.3390/su10020567>
- Nazarova, M. (2007). *Service learning and career development: A case study in library and information science* (Tesis Doctoral). University of Illinois, United States.
- Palacios Cruz, M., Santos, E., Velázquez Cervantes, M. y León Juárez, M. (2020). COVID-19, una emergencia de salud pública mundial. *Revista Clínica Española*. Advance online publication.
- Priede Bergamini, T., López Cózar Navarro, C. y Benito Hernández, S. (Julio, 2017). Desarrollo competencial del alumno: el espíritu emprendedor y la responsabilidad social. Presentado en el *III Congreso Nacional de innovación educativa y de docencia en red*, Universitat Politècnica de València.
- Ramírez-Ortiz, J., Castro-Quintero, D., Lerma-Córdoba, C., Yela-Ceballos, F. y Escobar-Córdoba, F. (2020). Consecuencias de la pandemia COVID19 en la salud mental asociadas al aislamiento social. *Scielo pre-prints*. Advance online publication.
- Rivero, A. G., Dabos, G. E., Marino, J. y Rodríguez, M. C. (2017). Impacto de la educación formal de postgrado en Management: análisis de las transiciones de carrera de los graduados de un Master of Business Administration. *Innovar*, 27(63), 107-124.
- Rodríguez, M. C., Dabos, G. E. y Rivero, A. G. (2018). Implementación de políticas de conciliación trabajo-vida en pequeñas y medianas empresas: un estudio de casos múltiples en la industria del software. *Estudios Gerenciales*, 34(147), 172-189.
- Rojas, M. D., Canal, A. I., & Córdova, J. (2018, octubre). La Tercera Misión de la Universidad: Evolución y diversas actividades. Paper presentado en el *XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*, México.
- Rosendahl Huber, L., Sloof, R. y Van Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a randomized field experiment. *European Economic Review*, 72(8), 76-97. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2044735>
- Rubens, A., Spigarelli, F., Cavicchi, A. y Rinaldi, C. (2017). Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(3), 354-372. <https://doi.org/10.1108/JEC-01-2017-0006>
- Sahagún-Navarro, M. y Parra-Montoya, Y. M. (2020). Compromiso social y convivencia ciudadana en tiempos de pandemia por COVID-19. *Búsqueda*, 7(24), e488-e488.

- Sánchez-Barrioluengo, M. y Benneworth, P. (2019). Is the entrepreneurial university also regionally engaged? Analysing the influence of university's structural configuration on third mission performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 206-218. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.017>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B. y Flórez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Saxena, G. (2019). Multidimensional competency construct for social entrepreneurs: A logistic regression approach. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(3), 684-688. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.12.013>
- Silva Peralta, Y. F., Carena Colón, M. Y. y Canuto Juárez, M. (2013). Niveles de engagement y burnout en voluntarios universitarios: Un estudio exploratorio y descriptivo. *Boletín de Psicología*, 2(108), 37-57.
- Smink, V. (2020). Coronavirus en Argentina: los efectos que está teniendo la cuarentena más larga del mundo sobre los argentinos [en línea]. Disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53857858>
- Soler, P. (2007). *Factores psicosociales explicativos del voluntariado universitario* (Tesis Doctoral), Facultad de Económicas, Universidad de Alicante, España.
- Tojar Hurtado, J. C. y Estrada Vidal, L. I. (2019). Assessing and developing social entrepreneurship competencies in university subjects. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 6(1), 91-99. <https://doi.org/10.18844/prosoc.v6i1.4159>
- Urbano, D., Ferri, E., Peris Ortiz, M. y Aparicio, S. (2017). Social entrepreneurship and institutional factors: A literature review. En Peris Ortiz, M., Teulon, F. y Bonet-Fernandez, D. (Eds.), *Social Entrepreneurship in Non-Profit and Profit Sectors* (pp. 9-29). Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Urbano, D., Toledano, N. y Soriano, D. R. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 54-69. <https://doi.org/10.1080/19420670903442061>
- Velasco Martínez, L. C., Estrada Vidal, L. I., Pabón Figueras, M. y Tojar Hurtado, J. C. (2019). Evaluar y promover las competencias para el emprendimiento social en las asignaturas universitarias. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 2(131), 199-223. <https://doi.org/10.5209/REVE.63561>
- Waghid, Z., y Oliver, H. (2017). Cultivating social entrepreneurial capacities in students through film: Implications for social entrepreneurship education. *Educational Research for Social Change*, 6(2), 76-100. <http://dx.doi.org/10.17159/2221-4070/2017/v6i2a6>
- Weerawardena, J. y Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001>