

Análisis del capital social y las actitudes emprendedoras desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas

Analysis of the social capital and entrepreneurial attitudes from the approach of university social responsibility in students of public and private institutions

Juan Carlos Varela Morales

Johana Cortés Hernández

Universidad de la Costa CUC, Colombia

Open Access

Editor

Luis Cabas

Corporación Universitaria Latinoamericana

Correspondencia

jcvarela@cuc.edu.co

Recibido: 29 de agosto de 2018

Aceptado: 24 de octubre de 2018

Publicado: 16 enero de 2019

Distribuido por:

Creative Commons CC-BY 4.0



© Copyright

2019 Enfoque Latinoamericano

Resumen

El emprendimiento en el contexto universitario tiene un alto impacto en la generación y fortalecimiento de Capital Social, sin embargo, no se han encontrado en la literatura estudios que relacionen estos elementos teóricos y que analicen de manera comparativa el comportamiento de las variables en universidades públicas y privadas en regiones emergentes como Colombia. El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre actitudes emprendedoras y su capacidad para generar capital social desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas en la ciudad de Barranquilla, Colombia.

Palabras clave: Capital Social, Actitud Emprendedora, Responsabilidad Social Universitaria

Abstract

El emprendimiento en el contexto universitario tiene un alto impacto en la generación y desarrollo de Capital Social, sin embargo, no se han encontrado en la literatura estudios que relacionan estos elementos teóricos y que analizan de manera comparativa el comportamiento de las variables en universidades públicas y privadas en regiones emergentes como Colombia. El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre las actividades emprendedoras y su capacidad para generar capital social desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas en la ciudad de Barranquilla, Colombia.

Keywords: Social Capital, Entrepreneurial Attitude, University Social Responsibility.

Como citar este artículo (IEEE): J Varela Morales., y J. Cortés Hernández. (2019). Análisis del capital social y las actitudes emprendedoras desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas. *Ingeniería, Desarrollo e Innovación*, 2(1).

Introducción

La intención emprendedora hace referencia a la capacidad y/o actitud frente a las oportunidades existentes para la creación de negocios con base en la variedad de percepciones individuales y es un tema que ha sido relacionado con la educación superior como fuente de ideas que pueden ponerse en marcha para la creación de iniciativas empresariales capaces de solucionar problemáticas y responder a las demandas de la sociedad.

Son diversos los autores que señalan que la actitud o intención emprendedora está muy relacionada con el concepto de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), dado el compromiso que tiene la universidad con la transformación social a través del conocimiento, específicamente de poner ese nuevo conocimiento al servicio de la sociedad a través de iniciativas empresariales. Este trabajo presenta el resultado del análisis de las actitudes emprendedoras y su capacidad para generar capital social desde el enfoque de la responsabilidad social universitaria en estudiantes de instituciones públicas y privadas, para lo cual se toman como sujetos de estudio, estudiantes de una universidad pública y una universidad privada en la ciudad de Barranquilla, Colombia. En este punto es importante señalar que son pocos los estudios que relacionen todos estos elementos teóricos en un contexto de economías en desarrollo como la colombiana, y que adicionalmente realicen análisis comparativos respecto a la naturaleza de las instituciones.

Marco Teórico

Responsabilidad Social Empresarial

Viene del latín “respondere”, que significa responder o ser digno de algo. Si se le aplica al ejercicio de las Organizaciones y Empresas, el profesor Manuel Carneiro la plantea como la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y morales, en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores y grupos de interés. No compete aquí el significado desde el punto de vista jurídico, por lo que se pasará por alto. Desde el punto de vista moral se entiende como la dignidad y condiciones que se posee para estar a la altura de las situaciones (Carneiro Caneda, 2004).

A diferencia de la filantropía, exclusivamente altruista y de la inversión social, cuyos aportes a la comunidad significa obtención de beneficios para la Empresa; la RSE supone que la Empresa en ejercicio de su función debe tomar conciencia de los efectos de sus actividades tanto sobre el entorno social como al interior de su propia organización, internalizando unas pautas de comportamiento que demuestran actitud positiva y proactiva, en la consideración de los valores e intereses sociales; así las cosas, obtiene beneficios para sus trabajadores, sus familias y la(s) comunidad (es) en la(s) que sirve, asimismo a todos sus grupos de interés, con la finalidad de aportar a la justicia social y por ende, beneficiar a la Empresa en el mediano y largo plazo.

ICONTEC, definió a través de la norma ISO 26000 los parámetros para acreditar la RSE, logrando un consenso en la siguiente definición: “Es un compromiso voluntario que las Organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se genera con las partes interesadas y que partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico (desarrollo sostenible)

Respecto de los beneficios esperados por la Empresa, mientras en la filantropía se remiten a la satisfacción personal del gerente, la inversión social mejora la imagen y la reputación de la Empresa, la RSE sumado a lo anterior, incrementa las utilidades y brinda oportunidades de empréstitos, inversión y apoyo financiero del Gobierno Nacional y de Entes Internacionales.

La responsabilidad social se ha articulado con el concepto de desarrollo sostenible desde a finales del siglo XX, a partir de las complejas problemáticas relacionadas con el crecimiento económico y la utilización de los recursos naturales a nivel mundial pero teniendo muy en cuenta aspectos medioambientales y sociales, de tal forma que en el largo plazo no se vea comprometida ni degradada la vida en el planeta ni la especie humana.

La responsabilidad social viene de tiempos inmemoriales cuando el propio estado salió a defender la supervivencia humana a partir de la vida en sociedad estableciéndose así los principios de la democracia moderna.

El origen de la RSE se remonta a los años 50 y 60 en Estados Unidos y se incorpora en Europa en los 90, cuando la Comisión Europea comenzó a relacionarse con este concepto para involucrar a los empresarios en una estrategia de empleo que permitiera mayor cohesión social. El proceso de tener en cuenta a los empresarios en las soluciones de tipo social estableció la reconciliación entre las organizaciones y comunidad; tal hecho propició la integración social, la solidaridad y el respeto al medio ambiente.

En la década de los 60 y 70, el ambiente político y social se convirtió en un importante mecanismo para las empresas americanas, dado que la sociedad fijaba su atención en cuestiones tales como la igualdad de oportunidades, el control de la comunicación, la conservación de la energía y los recursos naturales, la protección a los consumidores y a los trabajadores (Bateman & Snell, 2005). El debate público se dirigió a estos aspectos, estableciendo el modo como deberían responder las empresas ante estos retos; esta controversia se enfocó en el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

Actualmente, la Responsabilidad Social Empresarial actúa como un medio a través del cual se construyen relaciones de beneficio recíproco entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

Desde el cristianismo en la cultura occidental y durante más de 2000 años, se han predicado los valores éticos como por ejemplo la caridad, la cual es característica de la RSE y a través de la cual pueden desarrollarse valores como los derechos humanos consagrados hoy día en normas constitucionales.

La RSE extiende su alcance hasta la política social que fue promovida en el siglo XX tanto en el socialismo democrático como en el intervencionismo estatal de la economía Keynesiana (1930) y la Económica Social del Mercado (1945). Como causas de lo anterior se analizan la globalización y los modelos de apertura, a partir de sus beneficios que se ven reflejados en factores negativos para la sociedad como la brecha existente entre países ricos y pobres, las crisis financieras, mercados sin valores y sin ética, hasta el punto que el ser humano se encuentra en peligro debido a los cambios climáticos y las amenazas nucleares de ciertos países.

Es necesario romper la dicotomía Empresa – Estado y la dicotomía Empresa – Sociedad, “la sociedad somos todos”, pues todo ser humano, independientemente del sector en el que se ubique, tiene obligaciones sociales. En este orden de ideas, “debemos dejar de ser sociedades individualistas, es decir, dejar de pensar que el individuo lo que tiene, es porque lo merece” (Alvira, 2001).

Para comenzar a estudiar el tema de responsabilidad social empresarial, como tal, es importante ubicarse en la evolución histórica del concepto para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Se parte, entonces, de un análisis evolutivo, integrado en fases, a saber, como lo expone Correa (2007) lo siguiente:

1. Etapa: Ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse.
2. Etapa: Se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales.

3. Etapa: Se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.

4. Etapa: En la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

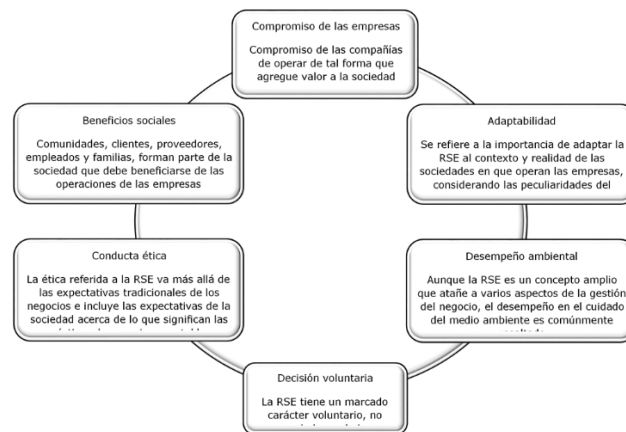
En este sentido, la empresa, el Gobierno y la sociedad se han ido interrelacionando, de tal forma que han ido cambiando sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los distintos participantes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales. Adicionalmente a las estructuras de las fases citadas anteriormente, se hace importante considerar la dinámica del cambio.

Para confirmarlo expresado anteriormente, el profesor Austin (Dinero, 2000) de Harvard Business School, afirma que:

“Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad”

Desde la perspectiva de (Coduras, 2015), se identifican las siguientes dimensiones de análisis de la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial: Ver figura 1.

Figura 1. Responsabilidad Social y Emprendimiento



Fuente: Adaptado de (Coduras, 2015)

Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad. A su vez (Abad Jiménez, 2005) argumenta que:

“La acción social de una empresa se suele articular en varios programas simultáneos y de distinto tipo, relacionados entre sí porque se desarrollan en su entorno. Se pueden clasificar teniendo en cuenta las distintas clases de recursos con los que cuenta la empresa. La empresa puede participar en proyectos sociales con sus productos y servicios, que son los activos más conocidos y valiosos para la sociedad. Las numerosas posibilidades que existen para cada empresa le pueden ayudar a conseguir resultados como nuevos productos o servicios, nuevos nichos de mercado, fidelización de clientes o motivación de la red de ventas”.

De acuerdo con (Abad Jiménez, 2005), “La empresa puede facilitar la participación de sus empleados en proyectos sociales teniendo en cuenta que le puede ayudar a conseguir resultados en el área de recursos humanos, como la motivación, la formación, el conocimiento del entorno o el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo”.

El interés y predisposición de los empleados a participar en proyectos sociales es superior al que supone la empresa; por otro lado, el capital humano y el conocimiento técnico de las personas que trabajan en las organizaciones pueden ser especialmente valiosos para cualquier proyecto social.

Responsabilidad Social Universitaria

Señala (Vallaey, 2006) que era obvio que las Universidades no podían quedarse alejadas de la reflexión sobre Responsabilidad Social, ya que ellas también son organizaciones responsables de formar a los futuros profesionales que harán parte del propio tejido empresarial, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos, y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común en nuestro mundo globalizado.

En esa misma línea autores como (Valle Chirinos Araque & Pérez Peralta, 2016) indican que la universidad desde su trayectoria histórica, y las nuevas realidades, adquiere un compromiso para aportar en la transformación social, apoyando al colectivo, de manera responsable, al suministrarle herramientas, e incentivos para la generación de nuevas formas que le representen realidades más favorables.

Por su parte (Martínez-Usarralde, Gil-Salom, & Macías-Mendoza, 2019) indican que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) constituye una línea de acción que actualmente requieren las universidades para generar iniciativas de comprensión y resolución de problemas a los desafíos globales de la sociedad.

(Uribe Macías, 2016) define la RSU, como política de gestión integral que surge a partir del reconocimiento de la existencia de diferentes stakeholders propios de las universidades (más allá de los tradicionales estudiantes, profesores y administrativos). Estos stakeholders deben participar en la gestión universitaria y con ellos se debe establecer un diálogo transparente que permita conocer sus intereses y expectativas. El autor define cuatro ejes de responsabilidad social Universitaria: 1) Participación social: participación de la universidad en la comunidad. 2) Formación profesional y ciudadana: es la gestión socialmente responsable de la formación académica en su temática, organización curricular y metodología. 3) Gestión social del

conocimiento: es la gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber y la investigación

4) Campus responsable: implica la gestión socialmente responsable de la organización y de sus procedimientos institucionales.

Los procesos de emprendimiento y su relación con el Capital Social

(Putnam et al., 1994) define el Capital Social como el conjunto aspectos de la organización social entre las que se encuentra la confianza social, las normas y redes sociales, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al proporcionar la capacidad de actuar colectivamente, en tanto se facilitan la cooperación y la reciprocidad generalizadas en busca de beneficios comunes, con lo cual se crea un entorno social que propicia el desarrollo de la democracia y el comportamiento cívico. El capital social posibilita la realización de actividades a partir de las relaciones establecidas entre las personas, comunidades o instituciones (Hurtado et al., 2013).

El Capital Social se puede entender como aquel que existe en las relaciones entre personas y la institucionalidad de una sociedad que permite lograr objetivos colectivos. Este concepto tiene como bases teóricas (1) la definición clásica de (Coleman, 1988), que se refiere al capital social como los recursos colectivos que le permiten a las sociedades lograr objetivos pro-sociales, capital cuyos fondos residen en las relaciones sociales y (2) el trabajo empírico de (Putnam et al., 1994), cuyo análisis causal apoya la tesis de que una sociedad fuerte y cohesionada (reflejada en la participación en organizaciones voluntarias) predice el crecimiento económico, y la efectividad institucional.

El trabajo de (Rusínque, Cortés-Peña, & Monsalvo, 2018) hace un acercamiento al tema e indica que capital social tiene sus raíces a principios del Siglo XX con Lida Hanifan (1916), cuando plantea la importancia de las relaciones entre las personas para alcanzar objetivos comunes, los cuales están basados en la buena voluntad el compañerismo, la empatía y las relaciones sociales, todos ellos posibilitan la acción colectiva. De igual forma indica que este presupuesto brinda fundamento a posteriores búsquedas en la construcción

del concepto, transitando por diferentes perspectivas teóricas y epistemológicas, que van desde el individualismo metodológico, con autores como Bourdieu (1986) para quien el capital social es un agregado de recursos asociado a una red de relaciones que posibilita la producción de beneficios y recursos que son apropiados de manera individual, seguido por (Coleman & Coleman, 1994) que considera el capital social como un recurso productivo de la estructura social, el cual posibilita el logro de metas comunes.

El trabajo de (Rusique et al., 2018) analiza aporte de Putnam (1993) e indica que este plantea una concepción más social, visto como un bien público, basado en la confianza, el compromiso cívico, la cooperación, la reciprocidad, los valores y las actitudes políticas, la prosperidad económica y el bienestar social. Putnam define el capital social como “aspectos de la organización social tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada”. Estos elementos se suman a las dimensiones de cooperación y reciprocidad generalizada propiciando beneficios colectivos para asegurar bienes económicos y funcionamiento de la democracia, constituyéndose en un atributo de las comunidades y no solo un recurso de carácter individual identificador por los autores en (Forni, Siles, & Barreiro, 2004).

En este sentido de (Rusique et al., 2018) señalan que el capital social se constituye en un bien público e inmaterial fundamentado en las relaciones sociales y basado en valores tales como la solidaridad, comportamientos prosociales y cívicos que reflejan la cohesión social y eficacia colectiva. Al respecto (Hurtado et al., 2013) hacen referencia a las “características de los grupos sociales, como el grado de confianza interpersonal, normas de reciprocidad y la asociatividad -la membresía a organizaciones voluntarias- que facilitan la acción colectiva”.

Los autores indican en concordancia con lo planteado previamente por Díaz-Albertini (2001), el capital social promueve la acción colectiva, así como el autocontrol y la responsabilidad social, en cuanto se constituye en una fuente de acercamiento entre los seres humanos a partir de aspectos tales como la confianza, la reciprocidad y el respeto a las reglas, que resultan fundamentales para el desarrollo en cuanto satisface las necesidades individuales y también colectivas, proveyendo “a las organizaciones de las relaciones, redes y

contactos que faciliten la consecución de objetivos comunes” (Rusique et al., 2018), construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad, que contribuyen a la cohesión, el desarrollo y el bienestar de la sociedad, además que favorecen la capacidad de sus miembros para actuar y satisfacer sus necesidades coordinadamente en busca del beneficio mutuo (Alberdi & Pérez, 2006).

La importancia de las Actitudes y la Intención Emprendedora

Desde la perspectiva del papel que cumplen las actitudes y los procesos de intención emprendedora, se han identificado diferentes aportes de autores tales como (Dimitratos, Voudouris, Plakoyiannaki, & Nakos, 2012) quienes argumentan que la actitud emprendedora se relaciona estrechamente con la orientación estratégica al cliente y las tendencias del mercado. Por su parte, autores tales como (Iskandarini, 2014; Koe, Sa’ari, Majid, & Ismail, 2012) se enfocan en el análisis de la intención emprendedora a partir de sus determinantes relacionados con las características del perfil emprendedor y las relaciones con el entorno a nivel del apoyo social, el compromiso ciudadano y el desarrollo de las competencias empresariales.

Dentro del estudio de la intención de emprender, en la actualidad se destacan modelos basados en la Teoría de la Acción Planificada (TAP), la cual se constituye como una revisión de la Teoría de la Acción Razonada e incluye un nuevo condicionante en la intención, en el cual se refleja la percepción del individuo sobre su capacidad de producir un resultado (Ajzen, 1991). En la literatura es posible identificar estudios sobre intención emprendedora en el contexto educativo, principalmente en el nivel de educación universitaria. El trabajo de (Da Fonseca, 2015) hace una revisión de los principales estudios recientes sobre intención emprendedora, señalando la importancia de la intención emprendedora en el contexto universitario, destacando la teoría de la acción planificada, la cual se constituye como un marco robusto de investigación en varios países, por otro lado, se verifica que la actitud y la autoeficacia emprendedora están relacionadas directamente con la intención emprendedora y son comparables en distintos contextos culturales.

Emprendimiento, Capital Social y Responsabilidad Social Universitaria frente a los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ONU, 2015)

En la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, que se llevó a cabo en septiembre de 2015, los Estados Miembros de la ONU aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye un conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático. La figura 2 resume los objetivos de desarrollo sostenible.

Figura 2. Objetivos del Desarrollo Sostenible



Fuente: Tomado de CEPAL

Los ODS, también conocidos como Objetivos Mundiales, se basan en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho objetivos contra la pobreza que el mundo se comprometió a alcanzar en 2015. Los ODM, adoptados en 2000, apuntan a una serie de áreas, articulados con la reducción de la pobreza, el hambre, las enfermedades, la desigualdad de género y el acceso al agua y saneamiento. Se han hecho enormes progresos en los ODM, lo que muestra el valor de una agenda unificadora apoyada por metas y objetivos. A pesar de este éxito, la indignidad de la pobreza no se ha terminado para todos.

Las nuevos Objetivos Mundiales y la agenda para el desarrollo sostenible van mucho más allá de los ODM, abordando las causas fundamentales de la pobreza y la necesidad universal de desarrollo que funcione para todas las personas.

La Asamblea General de la ONU adoptó hoy la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia. Los Estados miembros de la Naciones Unidas aprobaron una resolución en la que reconocen que el mayor desafío del mundo actual es la erradicación de la pobreza y afirman que sin lograrla no puede haber desarrollo sostenible.

La Agenda plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental. La nueva estrategia regirá los programas de desarrollo mundiales durante los próximos 15 años. Al adoptarla, los Estados se comprometieron a movilizar los medios necesarios para su implementación mediante alianzas centradas especialmente en las necesidades de los más pobres y vulnerables.

Los 17 Objetivos de la Agenda se elaboraron en más de dos años de consultas públicas, interacción con la sociedad civil y negociaciones entre los países. La Agenda implica un compromiso común y universal, no obstante, puesto que cada país enfrenta retos específicos en su búsqueda del desarrollo sostenible, los Estados tienen soberanía plena sobre su riqueza, recursos y actividad económica, y cada uno fijará sus propias metas nacionales, apegándose a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), dispone el texto aprobado por la Asamblea General.

Además de poner fin a la pobreza en el mundo, los ODS incluyen, entre otros puntos, erradicar el hambre y lograr la seguridad alimentaria; garantizar una vida sana y una educación de calidad; lograr la igualdad de género; asegurar el acceso al agua y la energía; promover el crecimiento económico sostenido; adoptar medidas urgentes contra el cambio climático; promover la paz y facilitar el acceso a la justicia. A continuación, se ha incorporado la descripción oficial que ha sido citada “textualmente” para cada uno de los ODS a partir de los planteamientos formalmente expuestos por la ONU .

- Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

- Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
- Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
- Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
- Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
- Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
- Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países
- Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
- Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
- Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

- Objetivo 15: Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica
- Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
- Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Es innegable la relación entre la educación y cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible (de la Rosa Ruíz, Armentia, & de la Calle Maldonado, 2019; Shimlina & Suvorova, 2018; Sureda-Negre, Catalán-Fernández, Álvarez-Garcí, & Comas-Forgasa, 2013; Vargas, 2016; Vila-Merino, Caride Gómez, Estrada, & Rosa, 2018). La educación en general y en especial, la educación superior tiene la función de transmitir y desarrollar conocimientos, competencias, valores y actitudes que empoderen y motiven a los estudiantes a contribuir activamente con el desarrollo sostenible.

Colombia expresó los ODM mediante el CONPES SOCIAL 91, traducido a metas nacionales el 14 de marzo de 2005, bajo el título “Metas y estrategias de Colombia para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio - 2015”. Los buenos resultados en materia económica se han dado al mismo tiempo que los buenos resultados en la estrategia social del gobierno actual colombiano, sustentadas en las 7 herramientas de la reactivación social:

- Revolución educativa.
- Protección y seguridad social.
- Impulso a la economía solidaria.
- Manejo social del campo y de los servicios públicos.

- País de propietarios.
- Calidad de vida urbana.

El CONPES busca que a través del cumplimiento de las metas nacionales, el país definitivamente se encamine hacia el desarrollo. La obtención de la meta nacional se enfoca al logro de un desarrollo social acelerado, nacionalmente equilibrado, incluyente y generador de paz e internacionalmente competitivo.

El estudio de la traducción de los objetivos del milenio a las metas nacionales, evidencia que el CONPES asocia la gestión y prestación de los servicios públicos fundamentalmente al cumplimiento de las metas nacionales relacionadas con los objetivos 7 y 8 y más específicamente al tema del agua potable y el saneamiento.

En cuanto al direccionamiento estratégico del presente estudio, está inspirado en el enfoque integral de la Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con las demandas de los objetivos del milenio y referenciados a través del GRI (Global Reporting Initiative) órgano único internacional avalado a nivel mundial, que pauta y encauza los reportes y balances de las actuaciones desarrolladas por el sector empresarial, basadas en los tres ámbitos de acción para el Desarrollo sostenible: Económico, Social y Ambiental y tendrá aplicación con sentido de transversalidad.

La fundamentación de la filosofía empresarial basada en la Responsabilidad Social Corporativa es una exigencia del nuevo milenio (UNESCO 2000), la construcción de un modelo de desarrollo empresarial con miras a una mayor equidad, competitividad y sostenibilidad, lo que implica compromisos con el cambio hacia la garantía de rentabilidad financiera, la equidad social y la sostenibilidad ambiental.

De acuerdo (Saavedra Garcia, 2011), los factores críticos de éxito son los que permiten la implementación exitosa de una cadena de valor que a su vez depende de otros factores, puntualmente los que se enuncian a continuación:

- Aprovechamiento de la importancia de la colaboración.
- Comprensión de las necesidades de consumo del cliente buscando mostrar nuevas opciones.
- La identificación de "puntos claves" para centrarse en los cambios que tendrán el mayor impacto.
- Garantizar la oferta / demanda saludable con el fin de alcanzar economías de escala.
- El compromiso con la iniciativa.

Los asuntos globales como el cambio climático, la escasez de agua o la gestión de residuos son altamente complejos, por lo que es imposible para una empresa, o incluso una sola industria a lograr avances sustanciales por su cuenta. Las soluciones efectivas implican la colaboración entre las empresas, las organizaciones no gubernamentales, la política con todos los responsables políticos y otras partes interesadas. Al mismo tiempo, trabajando con diferentes interesados, que cuentan con una serie de motivaciones, culturas organizacionales y diferencias motivacionales, pueden ser un reto. Es por eso que es esencial para mantener la comunicación abierta orientada hacia el trabajo y un entendimiento común. Esto incluye:

- Poseer la misma visión y el entendimiento de la sostenibilidad.
- Confiar en los demás en cuanto al alineamiento de objetivos y opiniones.
- Compromiso con los planteamientos a largo plazo y su responsable cumplimiento.
- Compartir el conocimiento y la información requerida con las garantías adecuadas de competencia, según sea necesario.
- Proporcionar recursos suficientes, junto con los contactos necesarios para la continua comunicación.

Entender de forma proactiva las necesidades de los consumidores permite presentar nuevas opciones y comprender los cambios en el comportamiento del consumidor para proporcionar a las empresas una

información valiosa a medida que se desarrollan nuevas propuestas sostenibles. Esto implica la comprensión de los factores clave detrás de necesidades de la sociedad con el fin de desarrollar soluciones atractivas. Muchas organizaciones pueden estar especialmente interesadas en “verde” o soluciones ambientalmente sostenibles.

En muchos casos, la creación de una cadena de valor más sostenible requiere el desarrollo o la incorporación de nuevas tecnologías, el aumento de los costos de investigación y desarrollo, o la creación de campañas de marketing o programas de formación. Por lo tanto es imperativo que las empresas aseguran que hay suficiente demanda para un producto o servicio propuesto, por lo que no incurre en una pérdida financiera (Contreras, 2018).

Cuando se habla de responsabilidad social, todos los mercados abren sus canales de investigación para estudiar su campo de acción y así mismo dejar una huella de carácter benéfico para la sociedad, un ejemplo puede darse en el sector del transporte, dada la magnitud de los cambios requeridos, la urgente necesidad de reducir el consumo de combustible, la contaminación de carbono y la complejidad de la industria de la carga, todas las partes tienen que trabajar juntos para aumentar la eficiencia y compartir información sobre los avances de sostenibilidad. De acuerdo con Chain (2012), en el Fondo de Defensa Ambiental:

“Creemos que estos éxitos pueden ser compartidos por todos los cargadores y alentar a las empresas a adoptar las prácticas analizadas. También queremos escuchar de los cargadores sobre los desafíos que enfrentan en la implementación de soluciones orientadas al enfoque que permita medir el costo y las reducciones de carbono.”

En los países latinoamericanos puede identificarse un mayor desarrollo en términos de RSE comparado con el resto del mundo. Es por esto, que los gobiernos así como diversas organizaciones civiles y en especial algunas compañías privadas, han unido esfuerzos enfocados a alcanzar acuerdos que adopten voluntariamente normativas de RSE, especialmente en temas medioambientales y de apoyo a las

comunidades. Cabe resaltar la importancia de la implementación de los TLC internacionales, quienes comienzan a exigir el cumplimiento de normativas de responsabilidad social a las empresas, en congruencia con políticas establecidas por otros organismos internacionales del trabajo y derechos humanos.

En este orden de ideas, tal como lo enuncia (Coduras, 2015; Woodside, Bernal, & Coduras, 2016):

“La toma de conciencia de la RSE, parte del reconocimiento de que una empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, se espera que influya positivamente en éste. En ocasiones se ha dicho que la empresa debe ser un ente de naturaleza social, con una misión de servicios a la comunidad y con un compromiso de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo, sin embargo, el desarrollo económico del siglo XX no ponía el acento en estos temas, siendo más propios del siglo XXI, en que se está trabajando mucho más para la creación de una conciencia colectiva empresarial acerca de los mismos. Por consiguiente, se espera que la empresa actual se ocupe, no sólo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital y contribuyen al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo, de equilibrar su división entre el tiempo de dedicación y la realización personal de los trabajadores, de respetar el medioambiente, de aportar tangibles e intangibles a colectivos desfavorecidos y a través de muchas otras acciones.”

En síntesis, se hace esencial referirse al dedicado trabajo conjunto de las empresas en el desarrollo del tema de la RSE, sobretodo con enfoques de inversiones en la comunidad y ayuda social, siendo Colombia uno de los países trabajando en esto, liderado por Brasil y México. En la actualidad se plantea la necesidad de realizar cambios dentro de las empresas, con el firme objetivo de visualizar el “Voluntariado Corporativo” como una estrategia de RSE por ser incorporada en el diario desarrollo de las compañías, sin embargo existen muchos casos en los cuales esto no se desarrolla debido a la falta de una “clase empresarial” que se preocupe por el

bien del país. Por lo anterior se plantea la propuesta de construir un cambio en el norte de las empresas, en donde se busque no solo beneficios económicos, sino también la satisfacción de los grupos de interés de la misma.

Conclusiones

El desarrollo de la presente investigación genera una serie de reflexiones y aprendizajes disciplinarios en el marco de la Administración e interdisciplinarios a nivel de su integración con otros saberes, especialmente en su interacción conceptual con la Psicología y la Educación, dada la naturaleza del problema objeto de estudio orientado a ampliar el nivel de conocimiento sobre las similitudes, diferencias y relaciones entre el capital social y las actitudes emprendedoras en estudiantes desde el marco de la responsabilidad social universitaria a nivel público y privado.

En primera instancia, a partir de los resultados derivados del análisis del capital social y sus dimensiones de confianza, reciprocidad, cooperación y responsabilidad social, permiten establecer que los estudiantes presentan un nivel de capital social medio, cercano al (68%) a nivel general. En la dimensión de la confianza se resalta el apoyo que reportan los estudiantes con sus núcleos familiares y sociales cercanos, a nivel de la reciprocidad se enriquece el desarrollo de las actividades sociales de forma recíproca con los principales actores de la comunidad y a nivel de la responsabilidad social se identifica especialmente que los estudiantes presentan un alto sentido de compromiso y participación social influenciado por el contexto de la responsabilidad social universitaria a nivel pública y privada. Aunque existen diferencias leves con mayores tendencias en los estudiantes de la Universidad de la Costa, cabe anotar que no fueron estadísticamente significativas.

En segunda instancia frente al análisis de los resultados derivados de las actitudes emprendedoras correspondientes a sus dimensiones, se identificó la siguiente jerarquía de fortalecimiento de la intención emprendedora: 1) control interno percibido, 2) motivación al logro, 3) autoestima y 4) asunción del riesgo.

El nivel promedio general de la Escala de Actitudes Emprendedoras fue (X: 4,69) que corresponde a un alcance porcentual medio-alto cercano al 78%. En relación con las actitudes emprendedoras la comparación entre los dos contextos de responsabilidad social universitaria, presentaron leves diferencias en su mayoría con valores superiores en la Universidad de la Costa, sin embargo, estas diferencias no fueron estadísticamente significativas.

El nivel de análisis correlacional establecido entre el Capital Social y las Actitudes Emprendedoras ($r: .284$; $p < .000$) presentó una tendencia generalizada de relaciones directamente proporcionales y estadísticamente significativas en todos los casos. Lo cual indica que existe una relación positiva entre la generación del Capital Social y las Actitudes Emprendedoras a nivel general, al interior y entre sus dimensiones de estudio. En este sentido cabe resaltar que en la medida en que se fortalezcan los procesos de responsabilidad social universitaria orientados al compromiso con el desarrollo de programas de emprendimiento, estos procesos generarán un impacto significativo en los niveles de capital social y espíritu emprendedor de los estudiantes, para responder a los retos contemporáneos del desarrollo sostenible de sus comunidades.

Referencias bibliográficas

1. Contreras, “Gestión de la motivación en escenarios organizacionales” Investigación e Innovación en Ingenierías, vol. 6, n°. 1, pp. 84 - 92., 2018. DOI: <https://doi.org/10.17081/invinno.6.1.2777>
2. Abad Jiménez, F. (2005). ¿Políticas públicas sobre acción social empresarial? CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (53), 19–28. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405303.pdf>
3. Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Pensamiento & Gestión, (32), 1–26.

4. Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: The moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101–117. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9531-7>
5. Ajide, F. M., Ajisafe, R. A., & Olofin, O. P. (2019). Capital controls, entrepreneurship and economic growth in selected developing countries. *Asian Economic and Financial Review*, 9(2), 191–212. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2019.92.191.212>
6. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
7. Alberdi, J., & Pérez, K. (2006). *Capital Social. Diccionario de acción humanitaria y cooperación al desarrollo*. Barcelona: Universidad del País Vasco.
8. Al-jubari, I. (2018). Entrepreneurial intention among university students in Sudan extending the theory of planned behavior.
9. Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el gem: Logros y retos. *Academia*, 16760(46), 16–37.
10. Alvarez, C., Martins, I., & Lopez, T. (2016). *Espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del proyecto GUESSS Colombia 2016*. Universidad EAFIT.
11. Andriyansah, & Zahra, F. (2017). Student awareness towards social entrepreneurship: A qualitative study. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 8(6), 457–464. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85021884857&partnerID=40&md5=f6861bf8ba3344bdb2aa7c645a67cf03>
12. Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2007). Entrepreneurship and Economic Growth. In *Entrepreneurship and Economic Growth*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001>
13. Baron, R. A. (2017). Tools entrepreneurs need for converting dreams to reality-and achieving success. In *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (pp. 119–138). <https://doi.org/10.1002/9781118970812>

14. Belitski, M., & Heron, K. (2017). Expanding entrepreneurship education ecosystems. *Journal of Management Development*, 36(2), 163–177. <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0121>
15. Bjørnskov, C., & Foss, N. J. (2016). Institutions, entrepreneurship, and economic growth: What do we know and what do we still need to know? *Academy of Management Perspectives*, 30(3), 292–315. <https://doi.org/10.5465/amp.2015.0135>
16. Branchet, B., & Křížková, A. (2015). Gender and entrepreneurial intentions in a transition economy context: Case of the Czech Republic. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(3), 260–281. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.069696>
17. Cajigas, M., Haro, M. del C., & Ramirez, E. (2017). EL ESTADO COLOMBIANO Y EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: ÉXITO O FRACASO DE SU PROGRAMA CLAVE. *Criterio Libre*, 15(26), 105–130.
18. Cardozo, A., Amarís, M., & Blanco, A. (2015). Modelo analítico de las relaciones funcionales entre el capital social, la salud mental y las cogniciones postraumáticas en víctimas del desplazamiento forzado asociado al conflicto armado. Universidad del Norte.
19. Carneiro Caneda, M. (2004). La responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos. Esic Editorial.
20. Chiraz, F., & Nouri, C. (2016). Social capital, entrepreneurship and economic growth: The case of developed and developing countries . *Proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference - Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth*, IBIMA 2016, 2395–2406. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84984636574&partnerID=40&md5=ebb1003568158ac86c4896b7f595c75e>
21. Coduras, A. (2015). Responsabilidad Social y Emprendimiento en España. Madrid.

22. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95--S120.
23. Coleman, J. S., & Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
24. Cong, C., Dempsey, M., & Xie, H. M. (2017). Political skill, entrepreneurial orientation and organizational justice: A study of entrepreneurial enterprise in China. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1), 20–34. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2015-0103>
25. Da Fonseca, M. (2015). *Estudio De La Intención Emprendedora En Portugal Desde La Perspectiva De Los Valores Y Del Género (UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA)*. Retrieved from http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Psicologia-Bmdfonseca/DA_FONSECA_OLIVEIRA_Belkis_Maria_Tesis.pdf
26. de la Rosa Ruíz, D., Armentia, P. G., & de la Calle Maldonado, C. (2019). Education for sustainable development: The role of the university in the 2030 agenda transformation and design of new learning environments . *Prisma Social*, (25), 179–202. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85068077026&partnerID=40&md5=6460d0c41ac4743501625878efed7d1a>
27. Dimitratos, P., Voudouris, I., Plakoyiannaki, E., & Nakos, G. (2012). International entrepreneurial culture—Toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship. *International Business Review*, 21(4), 708–721.
28. Duran, S., Fuenmayor, A., Sergio, C., & Hern, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo Gerencial*, 8(2).
29. Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200–215.

30. Edoho, F. M. (2015). Entrepreneurship and socioeconomic development: Catalyzing African transformation in the 21st century. *African Journal of Economic and Management Studies*, 6(2), 127–147. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2013-0030>
31. Forni, P., Siles, M., & Barreiro, L. (2004). ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Michigan: Julian Samora Research Institute.
32. Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120–125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
33. García González, A., García-González, M. D., & Agudelo-Giraldo, M. A. (2019). Formando ingenieros emprendedores. *Revista Educación En Ingeniería*, 14(27), 72–82.
34. Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54–67. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
35. Global Entrepreneurship Research Association. (2018). Global Entrepreneurship Monitor. Retrieved from <https://www.gemconsortium.org/>
36. Guarnizo Vargas, C. M., Velásquez Moreno, J. R., Jiménez Guzmán, C. P., & Álzate Gómez, B. H. (2019). Educación para el emprendimiento: análisis y aportes a la política pública de educación en Colombia desde la sistematización de experiencias en instituciones de educación básica y media. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 225.
37. Hapsari, N. R., & Soeditaningrum, N. (2018). Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review. *E3S Web of Conferences*, 73. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187311018>
38. Hipsher, S. A. (2016). International HR management in emerging markets: Evidence from Thailand. In *International Human Resource Management: Trends, Practices and Future Directions* (pp. 133–

- 158). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85029098240&partnerID=40&md5=3627d3578f6875f25cfdab5805bc90f3>
39. Hurley, C. O. (2018). MSME competitiveness in small island economies: a comparative systematic review of the literature from the past 24 years. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(9–10), 1027–1068. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1515822>
40. Hurtado, D., Garcia, D., & Copete, A. (2013). Las vicisitudes del capital social de Colombia. In Fundación Antonio Restrepo Barco, Bogotá.
41. Intrama, V., Sookbanjung, S., Santawee, K., & Teerasawad, P. (2017). Path of creativity in entrepreneur: Basic concept of creative economy development. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, Vol. 498, pp. 263–272. https://doi.org/10.1007/978-3-319-42070-7_25
42. Iskandarini. (2014). The Impact of Entrepreneurial Barrier toward Entrepreneurial Intention for Decreasing Unemployment through Community Empowerment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Icics 2013), 166–174. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.425>
43. Johansen, V., & Clausen, T. H. (2011). Promoting the entrepreneurs of tomorrow: Entrepreneurship education and start-up intentions among schoolchildren. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(2), 208–219. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040761>
44. Kasemsap, K. (2017). The role of social entrepreneurship in the global business environments. In *Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (Vol. 3–4, pp. 1268–1292). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1923-2.ch055>
45. Koe, W.-L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197–208.
46. Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28–40.

47. Limón, M. L. S., Tovar, Y. S., López, V. G., & Torres, Y. M. de O. R. (2019). Emprendimiento en la Educación Media Superior: Estudio Comparativo entre Baja California y Tamaulipas. Edição/Edition, 122.
48. Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
49. Liñán, F., Nabi, G., & Kueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study . *Revista de Economia Mundial*, (33), 73–103. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84878077431&partnerID=40&md5=f7d5eca8885643ec327cea64193b4fbf>
50. Lucas, D. S., Fuller, C. S., Piano, E. E., & Coyne, C. J. (2018). Visions of entrepreneurship policy. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 7(4), 336–356. <https://doi.org/10.1108/JEPP-D-18-00034>
51. Mamun, A. A., Fong, S. P., & Nawi, N. B. C. (2017). Entrepreneurship education and students' career choice. *Advanced Science Letters*, 23(4), 2954–2957. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.7617>
52. Martinez-Usarralde, M.-J., Gil-Salom, D., & Macias-Mendoza, D. (2019). Revisión sistemática de Responsabilidad Social Universitaria y Aprendizaje Servicio. Análisis para su institucionalización. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 24(80), 149–172.
53. Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-confidence and fear of failure among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia . *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 31(3), 471–485. <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2018-0018>

54. Mauerhofer, V. (2013). Social capital, social capacity and social carrying capacity: Perspectives for the social basics within environmental sustainability. *Futures*, 53, 63–73. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2013.08.006>
55. Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A., & Lemes Hernández, A. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 0(2), 63–80. Retrieved from <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1758/1893>
56. MEN. (2017). Resumen de indicadores de Educación Superior. Retrieved from https://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212350.html?_noredirect=1
57. Molina, V., & Maya, J. (2017). How should an entrepreneurship ecosystem be? Entrepreneurship ecosystems as an artifact of design. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 2017-Septe, 734–741. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85054080134&partnerID=40&md5=283126c68509bcce4ce4e55278da9456>
58. Monavvarifard, F., Baradaran, M., & Khosravipour, B. (2019). Increasing the sustainability level in agriculture and Natural Resources Universities of Iran through students' engagement in the value Co-creation process. *Journal of Cleaner Production*, 234, 353–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.175>
59. Moreno-Gomez, J., Hugueth-ALba, A., Peña-Segura, K., & Mejia-Neira, A. (2017). EMPRENDIMIENTO en la Universidad de la Costa. Resultados proyecto GUESSS 2016. Educosta.
60. Morton, C. S., Huang-Saad, A., & Libarkin, J. (2016). Entrepreneurship education for women in engineering: A systematic review of entrepreneurship assessment literature with a focus on gender. 2016-June. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84983361973&partnerID=40&md5=809d0cbf05ddae6738bad2e08fcc0b2c>

61. Niño-Benavides, T. D. P., & Cortés, M. I. C. (2018). Strategic communication and corporate social responsibility scenarios and potentialities in the creation of social capital: A review of literature . *Prisma Social*, (22), 128–158. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85054977237&partnerID=40&md5=b8cb6a62e42ccdef1d994274d7132b4b>
62. Núñez Ladevéze, L., & Núñez Canal, M. (2018). Papel del profesor motivado en la educación emprendedora en España. *Revista Empresa y Humanismo*, XXI(1), 7–40. <https://doi.org/10.15581/015.XXI.1.7-40>
63. Orrego, C. I. (2008). LA DIMENSIÓN HUMANA DEL EMPRENDIMIENTO. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225–235.
64. Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51).
65. Piotr, D., & Rekowski, M. (2008). The relationship between entrepreneurship and economic growth: A review of recent research achievements. In *Entrepreneurship and Business: A Regional Perspective* (pp. 113–136). https://doi.org/10.1007/978-3-540-70902-2_7
66. Pšeničny, V., Jakopin, E., Vukčević, Z., & Ćorić, G. (2014). Dynamic entrepreneurship - Generator of sustainable economic growth and competitiveness . *Management (Croatia)*, 19(1), 61–92. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84904043020&partnerID=40&md5=784ee52b9d86484173809f13d865557a>
67. Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press.
68. Reis, D. A., De Moura, F. R., & De Aragão Gomes, I. M. (2018). Attitudes, abilities and aspirations in the worldwide entrepreneurship ecosystem. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 2018-Septe*, 975–983. Retrieved from

<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0->

[85055427503&partnerID=40&md5=a1ecd6b0edf0b708254a40b444476dc9](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85055427503&partnerID=40&md5=a1ecd6b0edf0b708254a40b444476dc9)

69. Rico, Y., & Santamar, M. (2018). Análisis comparativo de los procesos existentes en el campo del emprendimiento en la educación media en Colombia y Ecuador. *Voces y Silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 8(2), 53–68.
70. Roslan, M. H. H., Hamid, S., Ijab, M. T., Norman, A. A., Yusop, F. D., & Ghani, N. A. (2018). Social entrepreneurship in higher education: A systematic literature review. *Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018 - Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional Expansion to Global Growth*, 3648–3664. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85063040215&partnerID=40&md5=323d367ec753310f40e0e7f3d83e929e>
71. Rusinque, A. A. C., Cortés-Peña, O. F., & Monsalvo, M. C. (2018). Relaciones funcionales entre salud mental y capital social en víctimas del conflicto armado y personas en situación de pobreza. *Interdisciplinaria. Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 34(2).
72. Saavedra Garcia, M. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39–54.
73. Sánchez, J. C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario (Determinant Variables of the Entrepreneurial Intention in the University Context). *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1).
74. Sardana, D. (2015). What Facilitates Cultural Entrepreneurship? - A Study of Indian Cultural Entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*. <https://doi.org/10.1002/jocb.131>
75. Secretaria de Gobierno del Distrito de Barranquilla Plan de recuperación del espacio Público. 2012 a 2.015.

76. Shimlina, I. V., & Suvorova, L. B. (2018). The concept of sustainable development as adopted by environmental and geographical school education: Russia and Kazakhstan . *Espacios*, 39(17). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85053266511&partnerID=40&md5=dc941458e92c6cfc4a6c65c660a3ba91>
77. Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493.
78. Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
79. Støren, L. A. (2014). Entrepreneurship in higher education: Impacts on graduates' entrepreneurial intentions, activity and learning outcome. *Education and Training*, 56, 795–813. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2014-0070>
80. Sureda-Negre, J., Catalán-Fernández, A., Álvarez-García, O., & Comas-Forgas, R. (2013). The concept of “sustainable development” in the curriculum regulation of Secondary Education in Spain . *Estudios Pedagogicos*, 39(1), 253–267. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052013000100015>
81. Tarapuez, E., Guzman Díaz, B. E., & Hernández, R. P. (2018). Intención emprendedora y aspectos sociodemográficos en Colombia. *Espacios*, 39(28), 18. Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a18v39n28/18392819.html>
82. Torres, P., Florez, J., Morgan, J., Rodriguez, G., Melamed, E., Espinosa, V., & Niño, J. R. (2017). Estudio de influencia de la cultura en el emprendimiento: caso de la comunidad árabe de Barranquilla, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 38(41).
83. Uribe Macias, M. E. (2016). Responsabilidad social en la Universidad del Tolima: una mirada desde la comunidad vecina. *Cuadernos de Administración*, 31(54), 89–98.

84. Valencia Marulanda, F. Á. (2015). Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES del Valle de Aburrá Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES del Valle d. Universidad NAcional de Colombia.
85. Vallaeys, F. (2006). Breve marco teórico de responsabilidad social universitaria. In Vallaeys y Carrizo, Responsabilidad Social Universitaria. Retrieved from http://www.cca.org.mx/apoyos/formacion_c/02_profesores/info_esp/01_Responsabilidad_Social/marco_teorico_rsu_vallaeys.pdf
86. Valle Chirinos Araque, Y., & Pérez Peralta, C. M. (2016). La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. *Revista Ean*, (81), 91–110.
87. Vargas, B. A. (2016). The relationship between architecture and Education for Sustainable Development (ESD). Space as a reactive factor within the pedagogical model . *Bordon*, 68(1), 145–163. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2016.68109>
88. Vila-Merino, E. S., Caride Gómez, J. A., Estrada, B., & Rosa, M. (2018). Educación, sostenibilidad y ética: Desafíos ante los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).
89. Villar, E., & Albertin, P. (2010). “It is who knows you”. The positions of university students regarding intentional investment in social capital. *Studies in Higher Education*, 35(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/03075070902957080>
90. Wang, H., & Huang, Q. (2011). A conceptual model of entrepreneurial intentions of IT professionals: From an organizational embeddedness perspective. *International Conference on Management and Service Science, MASS 2011*. <https://doi.org/10.1109/ICMSS.2011.5997935>
91. Woodside, A. G., Bernal, P. M., & Coduras, A. (2016). The general theory of culture, entrepreneurship, innovation, and quality-of-life: Comparing nurturing versus thwarting enterprise

- start-ups in BRIC, Denmark, Germany, and the United States. *Industrial Marketing Management*, 53, 136–159. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.003>
92. Xiang, H., & Lei, J. (2013). Student entrepreneurial intentions in Chinese universities based on the ISO model. *Qinghua Daxue Xuebao/Journal of Tsinghua University*, 53(1), 122-128+138. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84875597708&partnerID=40&md5=85a786f0cb783d05bbe2146d0ae24d1c>
93. Xu, X., Ni, H., & Ye, Y. (2016). Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school students: an empirical study. *Asia Pacific Education Review*, 17(4), 625–635. <https://doi.org/10.1007/s12564-016-9439-4>
94. Yu, T.-L., & Wang, J.-H. (2019). Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(1), 107–118. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2018.0032>