

CUESTIONES PEDAGÓGICAS. REVISTA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Volume 34, Issue 2, December 2025, Pages 1-17

Received: 31.10.2025. Reviewed: 10.12.2025. Accepted: 14.12.2025. Edited: 19.12.2025

Training in social entrepreneurial skills in higher education: state of the art

Estefanía López-Requena¹

¹ Universitat de València, España

ABSTRACT

This study aims to analyze the state of the art in the teaching and promotion of social entrepreneurial competencies in higher education, providing a global perspective on their inclusion in the university environment and exploring future outlooks. The analysis included a bibliometric study and a detailed examination of the content of the selected articles. The research addressed various aspects, such as entrepreneurial intention, leadership, sustainability, best practices, and limitations related to gender perspectives. These approaches highlight the multidimensional nature of social entrepreneurial competencies, emphasizing their importance in training professionals capable of addressing social challenges and driving change. The findings underscore that integrating social entrepreneurship into university curricula is a crucial step toward building a more inclusive, equitable, and sustainable society. Additionally, key areas for strengthening these competencies were identified, demonstrating the need for a systematic approach to foster their development from an educational and social perspective. This analysis lays the groundwork for future research and practical proposals.

KEYWORDS

Social entrepreneurship, University, Skills, Review, Sustainability

To cite this article: López-Requena, E. (2025). Training in social entrepreneurial skills in higher education: state of the art. *Cuestiones Pedagógicas. Revista de Ciencias de la Educación*, 34(2), pp. 1-17

<https://www.doi.org/10.12795//CP.2025.i34.v2.03>

Corresponding author: Estefanía López Requena.  <https://orcid.org/0000-0003-3990-136X>  estefania.lopez@uv.es

CUESTIONES PEDAGÓGICAS. REVISTA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Volumen 34, Número 2, Diciembre 2025, Páginas 1-17

Recibido: 31.10.2025. Revisado: 04.12.2025. Aceptado: 10.12.2025. Editado: 19.12.2025

Formación en competencias emprendedoras sociales en educación superior: estado del arte

Estefanía López Requena¹

¹ Universitat de València, España

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el estado del arte en la enseñanza y promoción de competencias emprendedoras sociales en la educación superior, proporcionando una visión global sobre su inclusión en el entorno universitario y explorando perspectivas futuras. El análisis incluyó un estudio bibliométrico y un examen detallado del contenido de los artículos seleccionados. La investigación abarcó diversos aspectos como la intención emprendedora, el liderazgo, la sostenibilidad, las buenas prácticas y las limitaciones en torno a la perspectiva de género. Estos enfoques reflejan el carácter multidimensional de las competencias emprendedoras sociales, destacando su importancia en la formación de profesionales capaces de afrontar retos sociales y promover el cambio. Los resultados subrayan que la integración del emprendimiento social en los planes de estudio universitarios es un paso esencial hacia una sociedad más inclusiva, equitativa y sostenible. Asimismo, se identifican áreas clave para el fortalecimiento de estas competencias, evidenciando la necesidad de un enfoque sistemático que impulse su desarrollo desde una perspectiva educativa y social. Este análisis sienta las bases para futuras investigaciones y propuestas prácticas.

PALABRAS CLAVE

Palabra clave 1, Palabra clave 2, Palabra clave 3, Palabra clave 4, Palabra clave 5

Cómo citar este artículo: López Requena, E. (2025). Emprendimiento social, Universidad, Competencias, Revisión, Sostenibilidad. *Cuestiones Pedagógicas. Revista de Ciencias de la Educación*, 34(2), pp. 1-17

<https://www.doi.org/10.12795//CP.2025.i34.v2.03>

Autor de correspondencia: Estefanía López Requena.  <https://orcid.org/0000-0003-3990-136X>  estefania.lopez@uv.es

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la Economía Social ha adquirido una relevancia creciente en el panorama global, destacándose como un modelo alternativo que promueve el desarrollo sostenible, la inclusión social y la equidad (López, 2021) al priorizar objetivos colectivos y sostenibles sobre la maximización de ganancias individuales (CIRIEC, 2023). Según la ONU, organizaciones de la Economía Social como cooperativas y asociaciones promueven el acceso equitativo a recursos, fortalecen comunidades marginadas y fomentan prácticas responsables con el medio ambiente, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (UN DESA, 2021). Su relevancia en la agenda internacional ha crecido, destacando su potencial para reducir desigualdades y favorecer economías inclusivas y resilientes.

La interdisciplinariedad en la Economía Social se manifiesta a través de su capacidad para conectar áreas como la economía, la sociología, la educación y la gestión empresarial. El emprendimiento social, por ejemplo, combina principios económicos y empresariales con un enfoque sociológico hacia la inclusión y el desarrollo comunitario. Además, integra herramientas educativas para fomentar competencias emprendedoras y liderazgo, y adopta estrategias de gestión empresarial para asegurar la sostenibilidad de sus iniciativas. Según Haugh (2005), el emprendimiento social requiere abordar problemas sociales complejos que solo pueden ser comprendidos y resueltos mediante enfoques interdisciplinarios, permitiendo la colaboración entre sectores y disciplinas para maximizar su impacto positivo. Esto refuerza su papel como catalizador para el cambio social y económico sostenible.

De hecho, algunos organismos internacionales han justificado la necesidad de impulsar el emprendimiento desde un enfoque social, muy alejado a la concepción tradicional mercantilista. Sin embargo, cuando se habla de los términos emprendimiento y emprendimiento social se observan multitud de elementos comunes: iniciativa, creatividad, innovación, proactividad, entre otras características (López-Requena & Palomares-Montero, 2019). Lo cierto es que el emprendimiento social se ha consolidado en las últimas décadas como un campo clave para la innovación y el cambio social. El fomento del emprendimiento desde su vertiente social es una cuestión que se ha de reflexionar y desde los gobiernos se plantean como una posible estrategia para su promoción la incorporación al ámbito educativo en todos sus niveles (CIRIEC, 2023).

En esta ocasión, la presente investigación va a focalizar su interés en el contexto de la educación superior, analizando de qué manera las universidades potencian o fomentan las competencias emprendedoras sociales entre su alumnado. En este contexto, la educación superior desempeña un papel crucial como agente transformador, al formar profesionales capaces de liderar iniciativas de impacto social.

La formación en competencias emprendedoras sociales emerge, por tanto, como una maniobra clave para capacitar a futuros líderes en la creación de soluciones innovadoras a problemas sociales y económicos.

La transformación de la educación superior está llevando a las universidades a redefinir sus roles tradicionales, enfocándose en formar profesionales con competencias que respondan a los desafíos sociales y económicos actuales. Estas instituciones han incorporado prácticas que integran la sostenibilidad y la responsabilidad social en sus currículos, permitiendo a los estudiantes participar en proyectos con impacto real (Etzkowitz & Zhou, 2017). Esta tendencia responde también a la creciente demanda en el mercado laboral de profesionales con competencias emprendedoras sociales, como liderazgo, creatividad y capacidad para diseñar soluciones a problemas complejos. Las organizaciones buscan cada vez más individuos capaces de liderar iniciativas que combinen impacto social y sostenibilidad económica (Bosma et al., 2020). En este sentido, los modelos educativos innovadores han cobrado relevancia, destacando metodologías como el aprendizaje experiencial, proyectos de servicio comunitario y laboratorios de innovación social. Estas herramientas no solo mejoran la formación práctica de los estudiantes, sino que también refuerzan su compromiso con el entorno y potencian su capacidad para generar cambios positivos (Kickul et al., 2012; Tracey & Phillips, 2007).

La intersección entre los principios del emprendimiento y la acción social ha dado lugar a una creciente demanda de integrar estas disciplinas en la formación universitaria. El marco teórico de este artículo explora la importancia de la educación en emprendimiento social y el desarrollo de competencias en la educación superior, destacando su impacto en la creación de un ecosistema educativo que favorezca la innovación social y el emprendimiento con fines de beneficio social. Además, se profundiza en la influencia de los factores individuales como la motivación y la autoeficacia, que juegan un papel central en la activación de iniciativas emprendedoras sociales. También se analizan las áreas de género y liderazgo dentro del emprendimiento social que, aunque son menos representadas en los estudios actuales, están mostrando una creciente relevancia. Finalmente, se aborda la sostenibilidad y la colaboración como pilares fundamentales para garantizar que los emprendimientos sociales sean no solo viables, sino sostenibles a largo plazo.

El presente estudio analiza el estado del arte sobre la formación en competencias emprendedoras sociales en el ámbito universitario, abordando los enfoques teóricos, metodologías pedagógicas y experiencias prácticas desarrolladas hasta la fecha. Asimismo, se exploran las tendencias emergentes y las lagunas existentes en la investigación, con el objetivo de identificar líneas futuras que contribuyan al fortalecimiento de esta área dentro del campo de la economía social. Dicha investigación aspira a proporcionar una visión integradora que inspire nuevas

iniciativas académicas y prácticas orientadas a potenciar la capacidad transformadora de la economía social a través de la educación.

En este sentido, la revisión sistemática se articula en torno a la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se está abordando la formación en competencias emprendedoras sociales en el ámbito universitario en la literatura científica reciente? El propósito de este estudio es sintetizar la evidencia disponible para ofrecer un panorama riguroso y actualizado que permita comprender los avances realizados, identificar vacíos de conocimiento y orientar futuras investigaciones y prácticas formativas en este campo.

La educación en emprendimiento social

El emprendimiento social se refiere a la identificación y explotación de oportunidades de negocio con el objetivo de generar un impacto social positivo. Esta área se distingue del emprendimiento tradicional por su enfoque en la creación de valor social más que en la maximización de ganancias financieras. En el ámbito educativo, el emprendimiento social implica formar a los estudiantes con las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para abordar los problemas sociales a través de iniciativas emprendedoras.

La creciente importancia de integrar el emprendimiento social en la educación superior se refleja en diversas iniciativas universitarias que buscan cultivar una cultura emprendedora entre los estudiantes, no solo en términos de crear empresas, sino también para enfrentarse a desafíos sociales mediante soluciones innovadoras. En este sentido, la educación en emprendimiento social tiene un doble propósito: empoderar a los estudiantes con las herramientas necesarias para identificar problemas sociales y desarrollar modelos de negocio que los resuelvan. Según Fayolle et al. (2006), la educación en emprendimiento social no solo debe centrarse en enseñar las competencias empresariales tradicionales, sino que debe incorporar valores relacionados con la responsabilidad social, la sostenibilidad y el impacto social.

El desarrollo de competencias es un elemento central en la formación de emprendedores/as sociales. Así pues, competencias como la creatividad, la innovación, la toma de decisiones estratégicas y la capacidad de trabajo en equipo son esenciales para abordar los retos que plantea el emprendimiento social. En este contexto, el aprendizaje basado en proyectos, la educación experiencial y la resolución de problemas reales se convierten en metodologías pedagógicas clave. Estas metodologías permiten que los estudiantes se enfrenten a situaciones prácticas que reflejan los desafíos del mundo real y les ofrecen la oportunidad de aplicar sus conocimientos de manera significativa. Por ejemplo, programas como los laboratorios de innovación social en universidades buscan fomentar una mentalidad

emprendedora en los estudiantes y promover la colaboración interdisciplinaria para el desarrollo de soluciones creativas.

Los factores individuales: motivación y autoeficacia

Uno de los elementos que mejor predice la intención emprendedora en los estudiantes es la motivación, tanto intrínseca como extrínseca. La motivación intrínseca está relacionada con el deseo interno de hacer algo significativo, mientras que la extrínseca se refiere a incentivos externos, como la posibilidad de obtener beneficios económicos o reconocimiento. En el contexto del emprendimiento social, la motivación suele estar estrechamente vinculada con el deseo de generar un impacto positivo en la sociedad. Según Schlaegel & Koenig (2014), la motivación es un impulsor esencial del comportamiento emprendedor, ya que permite que los individuos superen los obstáculos inherentes a los procesos emprendedores y persigan sus objetivos con perseverancia.

Por otro lado, la autoeficacia también juega un papel crucial en la activación de la intención emprendedora social. La teoría de la autoeficacia, propuesta por Bandura (1997), sugiere que las personas que creen en su capacidad para realizar tareas complejas y desafiantes son más propensas a iniciar y perseverar en proyectos emprendedores. En el contexto del emprendimiento social, la autoeficacia no solo implica creer en la capacidad de crear una empresa, sino también en la capacidad de generar un impacto social positivo. La autoeficacia en este tipo de emprendimiento está directamente relacionada con la habilidad para identificar problemas sociales y buscar soluciones creativas para abordarlos.

Estudios recientes en el ámbito de la educación superior sugieren que las intervenciones educativas que fortalecen la autoeficacia y la motivación son fundamentales para promover el emprendimiento social entre los estudiantes. Por ejemplo, se ha encontrado que la educación emprendedora basada en proyectos mejora significativamente la confianza en habilidades para resolver problemas y tomar decisiones en contextos sociales (Wardana et al., 2020; Handayati et al., 2020). Además, el uso de programas que integran un enfoque en creatividad y mentalidad emprendedora demuestra un impacto positivo en la autoeficacia, promoviendo la intención emprendedora entre los estudiantes (Neneh, 2020).

El género en el emprendimiento social

Aunque el enfoque en género dentro del emprendimiento social sigue siendo una categoría menos representada en la literatura, está ganando atención debido a la creciente comprensión de las barreras que enfrentan las mujeres para acceder a las oportunidades de emprendimiento y liderazgo social.

Según Eagly & Carli (2003), las mujeres a menudo enfrentan dificultades adicionales debido a estereotipos de género, expectativas sociales y la falta de redes de apoyo en comparación con los hombres. Esta brecha se amplifica en el emprendimiento social, donde las mujeres no solo deben abordar los desafíos relacionados con la gestión de negocios, sino también los obstáculos derivados de la gestión de iniciativas que buscan resolver problemas sociales.

Las investigaciones también indican que las mujeres pueden tener un enfoque distinto hacia el emprendimiento social. Las mujeres emprendedoras sociales tienden a estar más motivadas por el deseo de generar un cambio social que por obtener beneficios financieros, lo que las posiciona de manera diferente a sus homólogos masculinos (Aldrich & Cliff, 2003). Esto resalta la necesidad de crear programas educativos que apoyen específicamente a las mujeres en el desarrollo de sus competencias emprendedoras, teniendo en cuenta los desafíos de género que pueden enfrentar en el camino.

El liderazgo en el emprendimiento social

El liderazgo es otro factor clave en el emprendimiento social, aunque su representación es menor en comparación con otras áreas. Un líder emprendedor social no solo necesita tener habilidades empresariales, sino también una visión clara del cambio social que desea generar. Según Northouse (2018), el liderazgo efectivo se basa en la capacidad de inspirar y motivar a los demás para lograr objetivos comunes. En el contexto del emprendimiento social, esto implica la habilidad de influir positivamente en los colaboradores, socios y otras partes interesadas, con el objetivo de implementar soluciones innovadoras para problemas sociales.

El liderazgo en el emprendimiento social también está relacionado con la ética y la responsabilidad social. Los líderes en este campo no solo deben ser capaces de tomar decisiones estratégicas, sino también actuar con integridad, sabiendo que las decisiones que tomen afectarán tanto a las personas como al entorno social en general. Este tipo de liderazgo exige una fuerte inteligencia emocional y la capacidad de gestionar los conflictos y desafíos que surgen en el camino.

Sostenibilidad y colaboración en el emprendimiento social

Finalmente, la sostenibilidad y la colaboración son fundamentales para asegurar el impacto duradero del emprendimiento social. La sostenibilidad no solo implica la viabilidad económica de los proyectos, sino también su capacidad para generar un impacto social perdurable. Según Griebeler et al. (2022), las instituciones de educación superior tienen un papel crucial en la integración de la sostenibilidad en la enseñanza del emprendimiento social, proporcionando un marco para el aprendizaje y la

innovación responsables, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La sostenibilidad social exige que los modelos de negocio se alineen con principios de justicia social y respeto a los derechos humanos.

Por otro lado, la colaboración es un elemento clave para el éxito de las iniciativas de emprendimiento social, ya que los emprendedores rara vez operan de forma aislada. El trabajo en redes y la cooperación con organizaciones, gobiernos y comunidades es esencial para obtener los recursos y el apoyo necesarios. Iqbal et al. (2020) enfatizan la importancia de la colaboración interdisciplinaria y entre sectores para el fortalecimiento del emprendimiento social, resaltando cómo estas interacciones pueden potenciar los esfuerzos hacia un cambio social significativo.

METODOLOGÍA

La presente investigación se sitúa desde un enfoque exploratorio-descriptivo, dado que pretender aunar esfuerzos en la descripción del posible tratamiento ofrecido desde las Universidades a la formación y/o promoción del emprendimiento social.

Toda revisión sistemática de la literatura requiere un método o protocolo claro. En primer lugar, es fundamental delimitar el objeto de investigación. A continuación, se define la estrategia de búsqueda y se procede a localizar, de manera sistemática, toda la información disponible en la o las bases de datos seleccionadas. Este proceso incluye la delimitación de criterios de búsqueda para acotar la selección de información y la evaluación de la calidad de los trabajos identificados (Mateus et al., 2014).

En esta ocasión se ha escogido llevar a cabo dicha revisión en SCOPUS. Esta base de datos permite hacer una búsqueda a partir de diferentes criterios que pueden ayudar a concretar en mayor medida la unidad de análisis. Por ello, se han tenido en cuenta los siguientes criterios de inclusión: i) artículos científicos redactados entre el 2020-2024, ii) que el contexto de estudio estuviera ligado a la educación superior, iii) que las investigaciones muestren descripciones sobre evaluaciones y/o experiencias formativas en emprendimiento, iv) que los artículos estén publicados en acceso abierto para poder ser revisados, v) que la lengua de escritura sea inglés o español y vi) que se incluyera la palabra clave emprendimiento social y/o educación superior en los artículos. De acuerdo con estos aspectos, se definieron como criterios de exclusión todos aquellos artículos que no cumplieran con las seis premisas anteriormente mencionadas.

Seguidamente, se determinó una búsqueda básica sobre el campo “Tema” lo cual permitió realizar búsquedas de los registros sobre el título, resumen y palabras clave del artículo en cuestión. Así como, se delimitaron los descriptores de búsqueda: “emprendimiento social”, “universidad”, “educación superior”, y sus homónimos en inglés “social entrepreneurship”, “university” y “higher education”. Posteriormente, se establecieron los siguientes protocolos de búsqueda: (emprend* social universi*)

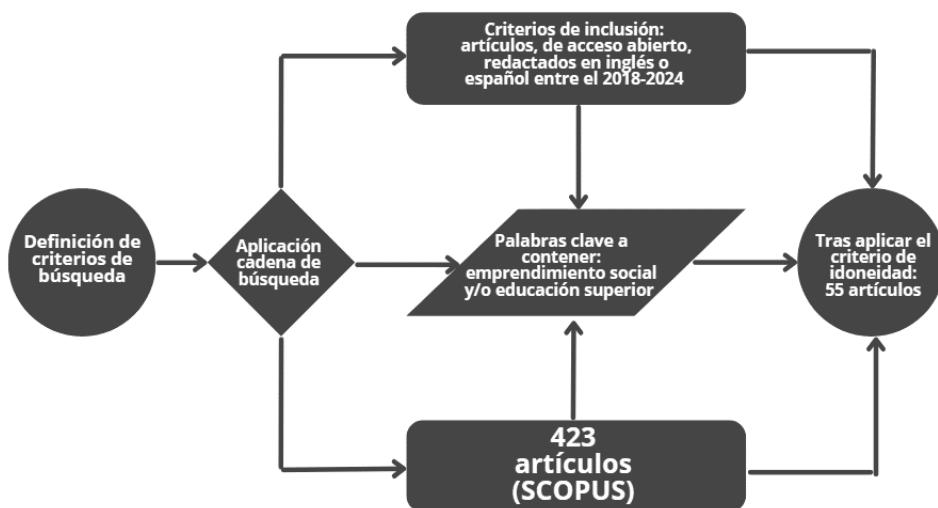
OR (emprend* social educa* superio*) OR ("social entrepreneur*" universit*) OR ("social entrepreneur*" high* educ*).

Por último, se diseñó un formulario de extracción como herramienta para evaluar la idoneidad de los artículos en función del objeto de estudio. Este formulario se estructuró en tres secciones: i) datos básicos de identificación, incluyendo autores/as, revista, año de publicación y contexto geográfico; ii) indicadores temáticos, como las áreas de conocimiento y el tipo de investigación y/o experiencia; y iii) detalles específicos sobre la investigación y/o experiencia, como el número de participantes, el método empleado, el tipo de emprendimiento, los principales resultados y la base de datos de origen. La búsqueda se inició en noviembre del 2024 y el análisis finalizó en diciembre del mismo año.

RESULTADOS

En la figura 1 se muestra la definición del protocolo de búsqueda tenido en cuenta en la revisión sistemática, así como los principales resultados tras la aplicación de los criterios de inclusión y exclusión.

Figura 1.
Criterios de búsqueda y resultados principales



Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, se realizó una búsqueda de artículos científicos publicados en las bases de datos SCOPUS, extrayendo un total de 423 resultados. Seguidamente se realizó un análisis cualitativo a partir de la lectura de los títulos y palabras clave de los 423 artículos para aplicar el criterio de idoneidad. Para el desarrollo de este análisis

cuantitativo se leyeron los resúmenes de aquellos textos que no indicaba información suficiente para discernir su tipología en su título.

Para abordar la comprensión de las diferentes temáticas en torno a la publicación sobre el objeto de estudio, se delimitaron un total de siete dimensiones más recurrentes: 1) Educación en emprendimiento social y desarrollo de competencias, 2) Factores individuales en el emprendimiento social, 3) Colaboración y sostenibilidad en el emprendimiento social, 4) Relación entre emprendimiento social y liderazgo, 5) Impacto de la educación superior en el emprendimiento social, 6) Investigaciones bibliométricas y revisión del estado del arte y 7) Perspectiva de género en el emprendimiento social. Finalmente, se seleccionaron 55 artículos que se acotan al ámbito de estudio, es decir, un 13% de la búsqueda total inicial y se distribuyeron en base a las dimensiones previamente mencionadas (ver tabla 1).

Estos artículos se sitúan, mayoritariamente (más del 85%), en experiencias dentro del ámbito de las Ciencias Sociales.

Respecto a la primera dimensión “Educación en emprendimiento social y desarrollo de competencias (40%)”, cabe destacar que es la más representada entre la muestra recogida, lo que resalta la creciente importancia de la educación en emprendimiento social en la formación universitaria. Los artículos en esta categoría abordan enfoques pedagógicos innovadores, el desarrollo de competencias clave y la integración de prácticas sostenibles dentro de los programas educativos. La alta representación de esta área subraya el énfasis de la academia en formar estudiantes con capacidades para resolver problemas sociales a través del emprendimiento.

Tabla 1.

Indicadores por dimensiones según su área de estudio

INDICADORES	N.º	%
1. Educación en emprendimiento social y desarrollo de competencias	22	40%
2. Factores individuales en el emprendimiento social	9	16%
3. Colaboración y sostenibilidad en el emprendimiento social	8	15%
4. Relación entre emprendimiento social y liderazgo	5	9%
5. Impacto de la educación superior en el emprendimiento social	5	9%
6. Investigaciones bibliométricas y revisión del estado del arte	3	5%
7. Perspectiva de género en el emprendimiento social	3	5%

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la segunda dimensión “Factores individuales en el emprendimiento social (16%)”, disponiendo de una representación significativa, este grupo de artículos se centra en los factores psicológicos, personales y motivacionales que influyen en la intención emprendedora social del alumnado. Se discuten características como la autoeficacia, los rasgos de personalidad, la motivación y la percepción de apoyo, todos ellos cruciales para el desarrollo de iniciativas sociales. Además de las competencias técnicas y de gestión, los factores internos juegan un papel central en el impulso del emprendimiento social.

La tercera dimensión alude a la “Colaboración y sostenibilidad en el emprendimiento social (15%)”, es decir, un número considerable de artículos exploran la colaboración entre universidades, empresas y comunidades para fomentar el emprendimiento social. Además, se enfoca en la sostenibilidad de los proyectos emprendidos y la importancia de trabajar en red para alcanzar un impacto social duradero. Este hallazgo pone en evidencia la creciente conexión entre la educación universitaria, las prácticas de emprendimiento y los objetivos de desarrollo sostenible, así como otras competencias esenciales para el perfil profesional del siglo XXI.

La cuarta dimensión contempla la “Relación entre emprendimiento social y liderazgo (9%)”, aunque los artículos se presentan de manera moderada en este caso, destacando aquellos que reflexionan sobre la influencia de los líderes emprendedores sociales en el cambio social. La representación de esta dimensión refleja que el liderazgo es fundamental para fomentar y guiar las iniciativas sociales, pero sigue siendo un aspecto menos enfatizado en comparación con otros temas más directamente relacionados con las competencias y los factores individuales.

La quinta dimensión aborda el “Impacto de la educación superior en el emprendimiento social (9%)”, ocupando un lugar destacado en la distribución de artículos, aunque ligeramente por debajo de la educación en emprendimiento social. Las investigaciones de esta categoría exploran cómo la formación académica influye en la intención emprendedora social de los estudiantes, así como el papel de las universidades en la creación de un ecosistema favorable para el emprendimiento. Esto destaca el papel crucial de la educación superior como motor de cambio social.

La sexta dimensión responde a “Investigaciones bibliométricas y revisión del estado del arte (5%)”, aunque representa una proporción menor, los artículos de revisión y análisis bibliométricos son esenciales para comprender el estado actual de la investigación en emprendimiento social. Estas investigaciones proporcionan una visión global de las tendencias, los avances y los vacíos de conocimiento en la disciplina. La presencia de estos estudios sugiere que el campo sigue madurando y que los investigadores están preocupados por consolidar y sistematizar el conocimiento generado.

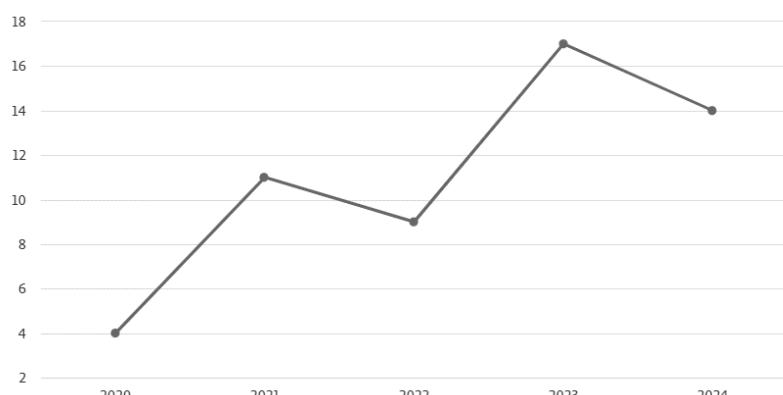
La séptima dimensión aborda la “Perspectiva de género en el emprendimiento social (5%)”, aunque en menor proporción, esta temática se muestra como relevante

dentro de la educación en emprendimiento social. Los artículos en esta categoría destacan las barreras que enfrentan las mujeres para acceder a la educación emprendedora y cómo las diferencias de género impactan en las intenciones y en las oportunidades para emprender en el ámbito social.

Una vez analizadas las temáticas principales en base a las dimensiones definidas, también resultan de interés otros datos extraídos de esta revisión sistemática. Por ejemplo, la producción científica en relación a la selección de criterios de búsqueda establecidos para esta investigación. Sorprende que pese a haber definido como criterio temporal 2028-2024 no se contempla hasta el año 2020 las primeras publicaciones que son idóneas en base al objeto de investigación definido. En este sentido, también es necesario destacar que, por la restricción de solo contemplar artículos científicos en abierto puede ser que esta muestra se haya visto reducida.

Figura 2.

Evolución de la producción científica en base a los criterios de búsqueda definidos en Scopus



Fuente: elaboración propia.

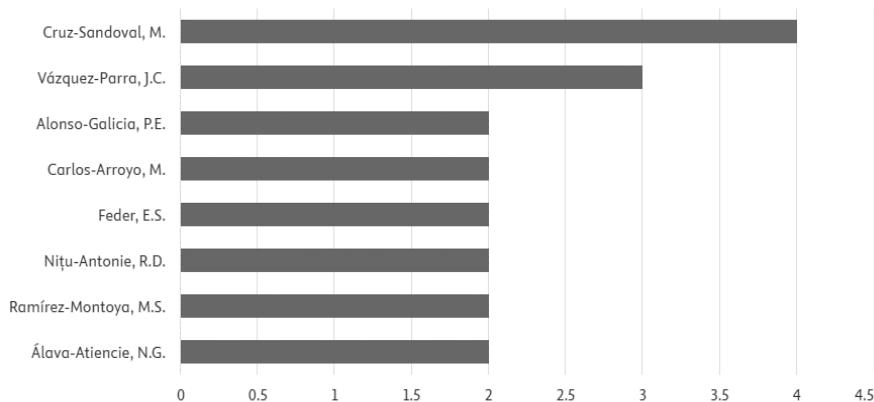
En cualquier caso, tal y como se observa en la figura 2, el crecimiento en dicha producción es exponencial, siendo los datos de 2023 los más prometedores y multiplicando por cuatro los datos recogidos inicialmente. Este aspecto denota un interés cada vez mayor por valorar, reflexionar y difundir experiencias u otras investigaciones afines a la promoción del emprendimiento social entre las universidades españolas.

También es conveniente reflexionar sobre los autores que más investigan sobre esta temática objeto de estudio, siendo Marco Cruz-Sandoval, José Carlos Vázquez-Parra, Patricia Esther Alonso-Galicia del Tecnológico de Monterrey (Méjico) quienes recogen mayor índice de publicación. Sin embargo, si atendemos a la figura 3, se observa que es España quien representa mejores datos de publicación sobre el área de interés, dado que la publicación está más repartida entre entidades como la Universidad de Cuenca (3 publicaciones), la Universitat de València (2 publicaciones),

la Universidad del País Vasco (2 publicaciones) y la Universidad de Huelva (2 publicaciones), por ejemplo.

Figura 3.

Autores que más publicaciones albergan sobre emprendimiento social y su fomento en la educación superior

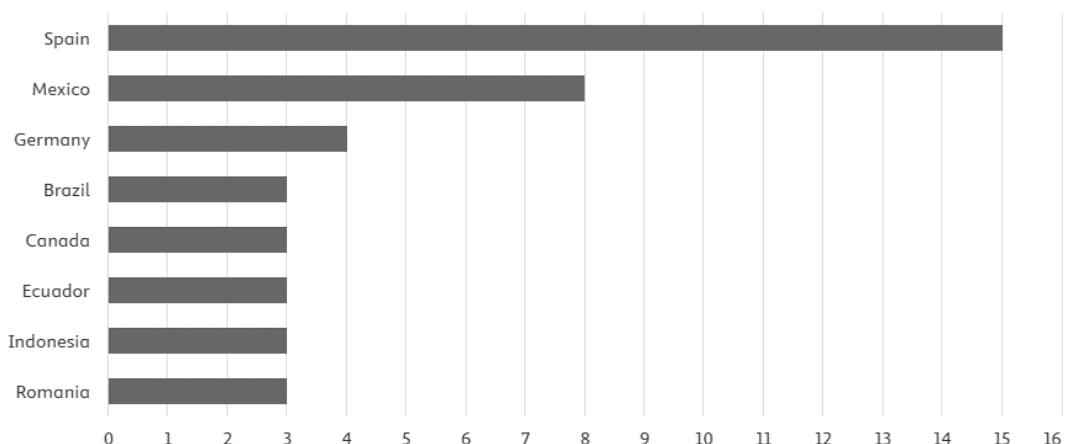


Fuente: elaboración propia.

Así pues, los resultados recogidos muestran que la educación en emprendimiento social y el desarrollo de competencias es el área predominante, destacando la importancia creciente de integrar el emprendimiento social en los programas educativos universitarios. Además, los factores individuales, como la motivación y la autoeficacia, juegan un papel crucial en el impulso de las iniciativas sociales. A pesar de ser una categoría menos representada, las áreas de género y liderazgo reflejan áreas de interés en expansión.

Figura 4.

Países donde más se publica en relación al emprendimiento social y su fomento en la educación superior



Fuente: elaboración propia.

Lo cierto es que la educación superior continúa evolucionando para apoyar el emprendimiento social en relación a la sostenibilidad y la colaboración se consolidan como pilares clave en el enfoque hacia un impacto social positivo y duradero. Pese a haber autores más interesados en esta línea de investigación se observa que principalmente en España y México radica la mayoría de producción científica en relación al objeto de estudio, cuestión que denota la especialización del área temática (ver figura 4).

CONCLUSIONES

La revisión sistemática de la literatura sobre emprendimiento social en la educación superior en los últimos años revela una tendencia creciente hacia la publicación de experiencias en este campo, aunque el volumen sigue siendo limitado en relación con la expansión del tema. Aunque el interés ha aumentado, aún persiste la necesidad de un marco teórico más robusto que respalde el uso de metodologías específicas en el aula y su relación con conceptos como la responsabilidad social universitaria y la integración curricular. Según varios estudios, el marco teórico en emprendimiento social sigue siendo incipiente, y se requiere más investigación que provea bases sólidas para justificar la inclusión de metodologías específicas como el aprendizaje experiencial o los proyectos de servicio comunitario (Santos, 2021; Zahra et al., 2009). Las futuras investigaciones deben abordar estas lagunas teóricas para fortalecer el argumento de la implementación de estas prácticas en las universidades.

En cuanto a las limitaciones del estudio, es importante señalar que las restricciones en la revisión sistemática de la literatura han dificultado la realización de un análisis descriptivo más detallado de los artículos disponibles, lo que ha limitado la posibilidad de acceder a una mayor variedad de estudios abiertos para su consulta. Sin embargo, este enfoque ha permitido establecer un marco contextualizado sobre el entorno que promueve y difunde el emprendimiento social en la educación superior. A pesar de ello, algunos estudios y experiencias que podrían ser relevantes para el objeto de investigación han quedado fuera del análisis debido a limitaciones de tiempo y recursos, lo que impide llevar a cabo una investigación más amplia. En este sentido, los resultados obtenidos sugieren futuras líneas de investigación prometedoras, como la exploración más profunda de la integración de la perspectiva de género y el fortalecimiento del liderazgo en el emprendimiento social.

La integración del emprendimiento social en la educación superior es un paso crucial para el desarrollo de una sociedad más inclusiva, equitativa y sostenible. Las universidades tienen la capacidad de formar a futuros líderes comprometidos con el cambio social positivo a través de la innovación emprendedora. Factores individuales como la motivación y la autoeficacia son determinantes esenciales para impulsar estas iniciativas, mientras que la inclusión de la perspectiva de género y el fortalecimiento

del liderazgo en emprendimiento social emergen como áreas clave que requieren atención. Finalmente, la sostenibilidad y la colaboración se consolidan como pilares fundamentales para asegurar que el impacto social de los proyectos emprendedores perdure en el tiempo.

FINANCIACIÓN

Esta investigación no ha recibido financiación externa.

DETALLES DE LOS AUTORES

¹ Estefanía López Requena; Universitat de València, España.

Departamento de Didáctica y Organización Escolar -  <https://orcid.org/0000-0003-3990-136X>  estefania.lopez@uv.es

REFERENCIAS

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-somers, A., & Vismara, S. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021: The Role of Entrepreneurship in Post-Pandemic Economies*. GEM.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The leadership styles of women and men. *Journal of Social Issues*, 59(4), 781-797. <https://doi.org/10.1046/j.0022-4537.2003.00084.x>
- Etkowitz, H., & Zhou, C. (2017). *The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- CIRIEC (2023). *La formación universitaria en Economía Social en España, Informe 2023*, CIRIEC-España, Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, Valencia, 135. [Informe_CIRIEC_Formacion_universitaria_ES.pdf](#)
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Griebeler, J., Brandli, L., Salvia, A., Leal Filho, W., & Reginatto, G. (2022). Sustainable development goals: A framework for deploying indicators for higher education institutions. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(4), 887–914.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.1108/17508610580000703>
- Iqbal, Q., Ahmad, N. H., Nasim, A., & Khan, S. A. R. (2020). A moderated-mediation analysis of psychological empowerment: Sustainable leadership and sustainable performance. *Journal of Cleaner Production*, 262, 121–429.
- Kickul, J., Griffiths, M., y Gundry, L. K. (2012). Innovating for social impact: Is bricolage the catalyst for change? *Social Business*, 2(1), 53-67.
- López, E. (2021). *El papel de la universidad pública en la formación socialmente responsable. Análisis de la enseñanza de competencias emprendedoras sociales en la Universidad de Valencia*. [Tesis doctoral], Universitat de València, 356.
- López-Requena, E. & Palomares-Montero, D. (2019). Construyendo el discurso del emprendimiento social: estudio Delphi para su caracterización. *En Pedagogía y*

- cambios culturales en el siglo XXI, repensando la educación*, Ediciones Octaedro, Barcelona, 200.
- Mateus, J., Barragán, N., Carvajal, A. & Romero, R. (2014). Análisis bibliométrico de la psicoterapia sistémica de pareja para la depresión. *Revista Vanguardia Psicológica*, 4(2), 122-129.
- Neneh, B. N. (2020). *Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: The role of creativity*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and practice* (8th ed.). Sage publications.
- Santos, F. M. (2021). Social Entrepreneurship: An Overview and Theoretical Approach. *Journal of Business Research*, 142, 132-141.
- Tracey, P., & Phillips, N. (2007). The distinctive challenge of educating social entrepreneurs: A postscript and rejoinder to the special issue on social entrepreneurship. *Academy of Management Learning & Education*, 6(2), 264-271.
- UN DESA. *The Sustainable Development Goals Report 2021*. Nueva York, EE. UU.: Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (UN DESA). 2021, disponible en <https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/>
- Wardana, L. Bagus S., Agus W., Angga M., Nyuherno A., Gleydis H., & Arip R. (2020). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The role of entrepreneurial mindset and creativity. *Frontiers in Psychology*, 6 (9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Zahra, S. A., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2009). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(1), 83-94.