ISBN: 978-628-96613-1-6. ISSN: 2414-6390. Digital Object Identifier: https://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2025.1.1.963

UNIVERSITY COMMITMENT AND SOCIAL RESPONSIBILITY WITH ENTREPRENEURS: A CASE STUDY IN THE PERUVIAN CONTEXT

Daniel Amadeo Robles-Fabián, Doctor[1], Susan Madeleine Silvera-Arcos, Doctor[2], Rosa Diana Pedroza-San Miguel, Doctora[3], Omar Cosme-Silva, Magister[4] and Román Junior Balvin-Azaña, Doctor[5]
[1,2,3,4,5]Universidad Privada del Norte, Perú, daniel.robles@upn.pe, susan.silvera@upn.edu.pe, rosa.pedroza@upn.edu.pe, omar.cosme@upn.edu.pe, roman.balvin@upn.pe

Abstract: ***The objective of this study was to analyze the influence of university commitment and social responsibility on entrepreneurs in the district of Puente Piedra, in the city of Lima. The hypothetical-deductive method was applied, using a quantitative approach, non-experimental design, explanatory scope, and cross-sectional cut. The sample consisted of 394 entrepreneurs selected through probabilistic sampling. The survey technique was employed, and three structured questionnaires based on dimensions and indicators were used as instruments, with all items measured on a Likert scale. Inferential results, obtained through non-parametric tests such as multivariable linear regression, showed that university commitment and social responsibility have a positive influence on entrepreneurs ($p < 0.05$; $t > 1.96$). In conclusion, universities possess the necessary capabilities to provide comprehensive support to entrepreneurs by strengthening the competencies of students, faculty, and administrative staff, thereby contributing to the economic and social development of their communities.***

Keywords: University commitment, university social responsibility, entrepreneurship.

COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA CON EMPRENDEDORES: UN ESTUDIO DE CASO EN EL CONTEXTO PERUANO

Daniel Amadeo Robles-Fabián, Doctor[1], Susan Madeleine Silvera-Arcos, Doctor[2], Rosa Diana Pedroza-San Miguel, Doctor[3], Omar Cosme-Silva, Magister[4] and Román Junior Balvin-Azaña, Doctor[5]
[1,2,3,4,5]Universidad Privada del Norte, Perú, daniel.robles@upn.pe, susan.silvera@upn.edu.pe, rosa.pedroza@upn.edu.pe, omar.cosme@upn.edu.pe, roman.balvin@upn.pe

Resumen: ***El objetivo de este estudio fue analizar la influencia del compromiso y la responsabilidad social universitaria en los emprendedores del distrito de Puente Piedra, en la ciudad de Lima. Para ello, se empleó el método hipotético-deductivo, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de alcance explicativo y corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 394 emprendedores seleccionados mediante muestreo probabilístico. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento, tres cuestionarios estructurados en dimensiones e indicadores, cuyos ítems fueron medidos en escala de Likert. Los resultados inferenciales, obtenidos mediante pruebas no paramétricas como la regresión lineal multivariable, evidenciaron que el compromiso y la responsabilidad social universitaria influyen de manera positiva en los emprendedores (p < 0,05; t > 1,96). En conclusión, las universidades cuentan con las capacidades necesarias para brindar un apoyo integral a los emprendedores, fortaleciendo las competencias de estudiantes, docentes y personal administrativo, y contribuyendo así al desarrollo económico y social de sus comunidades.***

Palabras clave: ***Compromiso universitario, responsabilidad social universitaria, emprendimiento.***

I. INTRODUCCIÓN

El rol de las universidades en general debe ser siempre parte de los problemas y su compromiso atender las necesidades de la sociedad, principalmente de los sectores vulnerables que permean la desigualdad, la discriminación y la exclusión, según la Agenda Regional de Desarrollo Sostenible e Inclusivo (ARDSI), [1], los más vulnerables son los niños, mayores de edad, mujeres, migrantes, pueblos indígenas, personas con discapacidad, por su condición de género y creencias, así como otros sectores. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) mediante la agenda 30 sobre el desarrollo sostenible [2], estableció 17 objetivos para un mundo mejor, pero como parte de los grupos de interés, las universidades abrasan muchos de estos compromisos, como el objetivo 4: educación de calidad y el objetivo 8: trabajo decente y crecimiento económico.

Según [3], la responsabilidad social (RS) se relaciona con una mejor predisposición y proactividad frente a los intereses de las diferentes personas o grupos con lo que una organización se vincula, mientras que la responsabilidad social universitaria (RSU), de acuerdo con [4] las universidades tienen la oportunidad y el deber de convertirse en aliadas del cambio, acompañando a las personas en sus sueños, formando ciudadanos comprometidos, investigando con sentido social y apoyando con cercanía a quienes se atreven a emprender para transformar su realidad y la de su comunidad. Mientras según [5] se refiere a la gestión ética y solidaria de las universidades, que incluye la calidad educativa, el compromiso con el entorno y la justicia social. Para [6], algunos países europeos que han desarrollado políticas y prácticas de RSU son España, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido.

De acuerdo con [7], la función de las universidades en los países latinoamericanos ha sido un foro de debates y discusiones sobre rol con la sociedad, pero según [8], en estos últimos años la masificación de la educación superior enfrenta la comercialización de la enseñanza y el proceso de internacionalización de la calidad, teniendo en cuenta las clasificaciones e indicadores de acreditación definidos en América del Norte y Europa, en diversos contextos sociales y económicos. Y también [8] señalan que mientras los cambios políticos, sociales, económicos y ambientales que se están produciendo en el siglo 21 desafían a las universidades a revisar los principales aspectos de su misión y visión y a adaptar las funciones de docencia, investigación, extensión y gestión universitaria a las necesidades de la universidad. Por otra parte, [9] señala que las universidades desempeñan un papel importante en la promoción de la responsabilidad social, ya que pueden dotar a los profesionales de las habilidades adecuadas y generar el conocimiento necesario para diagnosticar los impactos negativos, así como encontrar las soluciones innovadoras necesarias.

A partir de la ley universitaria peruana (Decreto ley 30220/2014), [10], menciona que las universidades en general pueden articularse en redes con muchas regiones con fines de buscar entre muchas acciones la responsabilidad social ya que dentro de sus fines está la formación humanística de sus integrantes con conciencia de la realidad multicultural. Pero para [11], las universidades públicas peruanas deben hacer sus mejores esfuerzos para cumplir con los estándares del enfoque de responsabilidad social de acuerdo con las exigencias de acreditación, señalando que es necesario la institucionalización de una política de responsabilidad social. Mientras [12], señalan que las universidades privadas incorporan la RSU en sus mallas curriculares para fomentar la

conciencia social en los estudiantes. Esto mejora su posicionamiento al integrar formación, investigación y gestión, fortaleciendo su identidad, comunicación e impacto en la comunidad y sectores vulnerables. Según [5], la universidad dentro de su rol ha tomado la decisión de que también es importante educar a los estudiantes que tengan una actitud moral y estén comprometidos con su entorno, por lo que han surgido políticas y planes de estudios que garantizan un enfoque integral en todos los procesos y actividades académicas. De esta manera, tanto estudiantes como maestros colaboran para aumentar la conciencia de los problemas de la sociedad o el medio ambiente, entre otros.

En ese propósito se busca medir la influencia que podría existir entre el compromiso y responsabilidad social que tienen los estudiantes universitarios con los emprendedores del distrito de Puente Piedra en la ciudad de Lima, Perú.

Sobre el compromiso universitario (CU); la teoría del Compromiso Organizacional de Meyer y Allen según [13] desarrollaron un modelo de compromiso organizacional compuesto por tres elementos: el compromiso afectivo, que es el deseo de continuar en la organización; el compromiso de continuidad, que se refiere a los costos percibidos de abandonar la organización; y el compromiso normativo, que implica un sentido de obligación percibido para quedarse. También suma la teoría del compromiso de [14] en relaciones interpersonales de Rusbult, conocida como el "modelo de inversión", sostiene que el compromiso en una relación depende de tres factores principales: la satisfacción, las inversiones realizadas y la calidad de las alternativas disponibles.

La Teoría del Compromiso Planificado de Ajzen, [15] postula que la intención de llevar a cabo una acción, como emprender, depende de tres factores principales: la actitud hacia la acción (creencias acerca de sus consecuencias), las normas subjetivas (percepción de la presión social para realizarla) y el control conductual percibido (percepción sobre la facilidad o dificultad de realizar la acción). Mientras que la Teoría de los Efectos, desarrollada por Saras Sarasvathy, [16] indica que los emprendedores exitosos frecuentemente emplean un proceso de toma de decisiones que se basa en los recursos a su disposición y en la capacidad de ajustar sus objetivos de manera flexible. Este método, conocido como "efectuación", se enfoca en lo que los emprendedores pueden controlar en lugar de intentar predecir el futuro.

Para [17], desde la perspectiva de las relaciones humanas y como seres con autonomía moral, debe haber un equilibrio justo entre lo que cada uno contribuye y recibe de la sociedad. Desde este punto de vista, se asume que todas las personas tienen la capacidad de hacer contribuciones importantes en sus interacciones sociales. El Aprendizaje-Servicio Universitario como promotor del compromiso social en el alumnado de ciencias de la actividad física y el deporte. Mientras que [18], el compromiso por principio se basa en proceso, construcción y participación, integrando al estudiante universitario como un participante activo. [19], afirma que esta participación exige más compromiso y revela un rol nuevo, distinto al habitual entre los estudiantes y sus maestros. Incorporar la RSU como un componente central en todos los programas académicos, de manera transversal y sin importar el campo de estudio, debe incluir reflexiones éticas sobre el compromiso del ser humano con su entorno natural y social, siempre respetando rigurosamente los derechos humanos.

Por lo tanto, de acuerdo con [20], la construcción de nuestra identidad humana depende del compromiso con los demás. En este sentido, la interacción social se sustenta en valores éticos y sociales, una comunicación clara, el reconocimiento mutuo y el respeto a la diversidad, por lo que para [21], señalan que, al formar a estudiantes universitarios en responsabilidad social, es esencial considerar la ética y los valores personales de cada individuo para que puedan asumir su propio compromiso con la sociedad.

En esencia, el compromiso social nace cuando los estudiantes reconocen que sus acciones pueden transformar realidades, guiados por valores, empatía y responsabilidad. Formarlos con conciencia ética es sembrar esperanza y construir una sociedad más justa desde las aulas.

Sobre la responsabilidad social universitaria (RSU); definiendo RS [22], define como una cultura ética personal o grupal hacia la sociedad. En otras palabras, es una obligación de responder ante la sociedad o las personas. mientras las normas Internacional Organization for Standardization [ISO] [23], señala que la RS es el respeto por la sociedad y su medio ambiente que debe tener las organizaciones, así como las empresas y las personas es tomado como un factor crítico de éxito, también cabe señalar que la RS no es caridad, sino un enfoque de gestión crucial para garantizar la sostenibilidad social y ambiental en nuestra forma de vida y consumo en un mundo donde se persigue la equidad y la dignidad para todos [19], por otra parte la Comisión Europea (CE) sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) señala que las compañías necesitan tener conocimiento de los efectos beneficiosos y perjudiciales que generan en la sociedad y la naturaleza. Mientras que para el centro mexicano para la filantropía (CEMEFI) [24], la RSE implica un compromiso íntegro de las empresas hacia el cumplimiento de sus objetivos, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales, mostrando respeto por las personas, la ética y el entorno, contribuyendo al bienestar general. Para [25], la RSU se define en la Ley Universitaria del Perú, como una gestión de los efectos que una universidad tiene en los ámbitos académicos, de investigación, extensión y participación social.

El propósito de la RSU para [26], es relacionarse directamente con su entorno social, mediante actividades con la comunidad, la universidad y sus miembros, como docentes, investigadores y estudiantes, promoviendo una interacción más fluida con la sociedad y corrobora en el contexto educativo, la RSU implica la administración de los efectos generados en los campos académicos, de investigación, extensión y colaboración con la sociedad. Por otra parte, [19] señala que la universidad en este tiempo asume una postura de mayor responsabilidad, transparencia y escrupulosidad en lo que hace, lo que planea y contribuye con la sociedad. A si mismo [27] señala que los compromisos de bienestar social de la universidad en relación

con su entorno más próximo le permiten contribuir en generar desarrollo sostenible con la sociedad en su conjunto.

Emprendimiento (EM)

En resumen, la responsabilidad social universitaria es un compromiso vivo y consciente con la sociedad, que impulsa a las universidades a actuar con ética, conectar con su entorno y generar un impacto positivo en la vida de las personas y comunidades.

La influyente teoría del emprendimiento de Joseph Schumpeter, según [28], desarrollada entre 1890 y 1940, destaca a los emprendedores como innovadores, vincula ciclos económicos, introduce la "destrucción creativa" y sostiene que las crisis son adaptaciones precursoras de la innovación antes de la prosperidad. Por lo tanto, el emprendimiento de acuerdo con [29], es comúnmente identificado como un factor fundamental para impulsar el crecimiento económico, las condiciones económicas de las áreas en las que se lleva a cabo también influyen en la actividad emprendedora. Y para [30], en un emprendedor las competencias esenciales son, liderazgo, responsabilidad, autonomía, autoconfianza, innovación, creatividad y toma de decisiones comúnmente en situaciones desafiantes, son compartidas con sus mentores, lo que los caracteriza también como emprendedores. Para [31], el progreso está vinculado con la calidad del producto, mientras que el crecimiento se refiere a la cantidad. El emprendedor juega un papel crucial en ambos aspectos, ya que es quien introduce la innovación en la producción, lo que impulsa el progreso. Por lo tanto, el emprendimiento es fundamental para el avance económico.

De acuerdo con [32], los programas de emprendimiento facilitan la identificación de buenas prácticas, desafíos y áreas de oportunidad para mejorar la implementación de estas iniciativas emprendedoras. Mientras que [33] afirma, el emprendimiento social se presenta desde una perspectiva alternativa que está profundamente vinculada con la “animación sociocultural”, considerándola como una experiencia socioeducativa capaz de generar transformación. Pero en los últimos años, la educación ha apoyado el emprendimiento al enfocarse en la perspectiva de negocios, especialmente en el ámbito digital. Internet ha creado un sector empresarial que hace 30 años parecía impensable. Además, [34] señalan, las crisis sociales y económicas, junto con la disminución del apoyo estatal para el mantenimiento de los salarios, han impulsado el emprendimiento como una opción clave para el crecimiento socioeconómico.

Por lo tanto, para el desarrollo de la siguiente investigación se planteó como propósito probar la influencia del compromiso y la responsabilidad social universitaria en los emprendedores del distrito de Puente de Piedra en Lima, Perú.

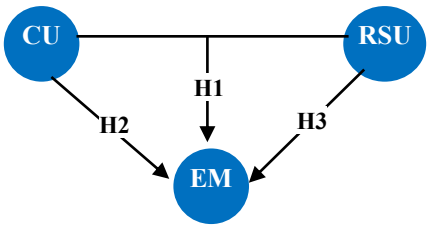

Figura 1
Modelo de investigación

Considerando la literatura presentada anteriormente, es posible postular las siguientes hipótesis alternas de investigación:

H1: El compromiso y la responsabilidad social universitaria tienen influencia en los emprendedores.

H2: El compromiso universitario tiene influencia en los emprendedores.

H3: La responsabilidad social universitaria tiene influencia en los emprendedores.

II. METODOLOGÍA

El enfoque de investigación es cuantitativo que implica un método científico organizado para recolectar datos de una población específica, utilizando mediciones numéricas. Para [35] y [36], estos datos se organizan y analizan a través de herramientas estadísticas descriptivas e inferenciales. Su objetivo principal es validar o refutar una hipótesis establecida durante la investigación. Para [37], el diseño es no experimental ya que la intención es no manipular los datos de la investigación, el alcance de la investigación es de nivel explicativo buscando buscan identificar las razones detrás de eventos, sucesos y fenómenos tanto físicos como sociales. Según [38], estos estudios son más detallados y organizados en comparación con otros niveles de investigación. la relación causal de las variables independientes con la variable dependiente, y aplicado la influencia del compromiso y la RSU con los emprendedores.

La población según [39], está formada por el conjunto de emprendedores del distrito de Puente Piedra en la ciudad de Lima aproximadamente de 1000 y 1350 pobladores tanto formales como informales identificados, de los cuales se consideré un muestreo probabilístico finito aleatorio simple que termino una muestra de 384 emprendedores. Según [40], la técnica para la recogida de datos fue la encuesta y como instrumento tres cuestionarios estructurados [13], a partir de la variable independiente compromiso universitario, con sus dimensiones: afectivo, de continuidad y normativo, para [40], la variable independiente RSU; con sus dimensiones: formación académica, ética y sostenibilidad, gestión social y gestión cognitiva, asimismo la variable dependiente emprendimiento según [41], con sus dimensiones: rentabilidad y sostenibilidad.

Emprender es soñar con un futuro distinto y atreverse a crearlo. En contextos difíciles, los emprendedores se convierten en agentes de cambio, guiados por la pasión, la creatividad y el deseo profundo de mejorar sus vidas y su comunidad.

Tabla 1
Instrumento de la variable Compromiso universitario

ítems
Dimensión 1: Efectivo
1. Participan los estudiantes universitarios en eventos o actividades en apoyo a los emprendedores de la comunidad.

2. Los estudiantes universitarios participan en proyectos o iniciativas de emprendimiento para la comunidad.
3. La universidad ofrece apoyo o voluntariado para ayudar a emprendedores locales.
4. Los estudiantes universitarios comparten conocimientos académicos asesorando proyectos a los emprendedores de la comunidad.

Dimensión 2: De continuidad

5. Consideras importante mantener una relación continua entre la universidad y los emprendedores de tu comunidad.
6. Percibes que los estudiantes universitarios muestran compromiso continuo al apoyar a los emprendedores de tu comunidad.
7. Consideras que es beneficioso para tu desarrollo como emprendedor el compromiso que tiene la universidad con tu comunidad.
8. Cres que la universidad seguirá participando activamente con los emprendedores de tu comunidad en el futuro.

Dimensión 3: Normativo

9.. Crees que es un deber de la universidad apoyar a los emprendedores de tu comunidad.
10. Los acuerdos y/o convenios con la universidad y los emprendedores son formales según ley.
11. Crees que se debe promover nuevos proyectos de emprendimiento entre la universidad y la comunidad.
12. Es sostenible en el tiempo los acuerdos y convenios entre la universidad y los emprendedores de la comunidad.

Tabla 2
Instrumento de la variable responsabilidad social universitaria

Ítems
Dimensión 1: Formación Académica
13.- Crees que la formación ciudadana impartida por la universidad podría contribuir a mejorar la cohesión social y el desarrollo sostenible en la comunidad.
14.- Impacta la participación ciudadana en la toma de decisiones locales, promovida por la universidad.
15.- Consideras que la formación universitaria actual promueve adecuadamente la conciencia sobre el impacto social y ambiental de las profesiones.
16- Consideras que los programas de la universidad han enfatizado suficientemente la ética y la responsabilidad social como componentes esenciales en el desarrollo de habilidades profesionales.
Dimensión 2: Ético y Sostenible
17.- Hay compromiso de la universidad en la formación de profesionales socialmente responsables y éticos.
18.- Podría la universidad ampliar su impacto en la comunidad a través de programas de RSU para abordar desafíos sociales emergentes o persistentes.
19.- Podría la universidad ampliar su impacto en la comunidad a través de programas de RSU para abordar desafíos sociales emergentes o persistentes.
Dimensión 3: Gestión Social
20.- Se percibe la contribución de la universidad en la promoción de la equidad y la inclusión social en la comunidad.
21.- Percibe los beneficios que la universidad ha aportado a la comunidad local a través de sus programas de extensión universitaria.
22.- ¿Existe efectividad de la universidad para abordar desafíos sociales complejos mediante su involucramiento en proyectos o programas de proyección social?
Dimensión 4: Gestión Cognitiva
23.- Crees que la investigación universitaria, contribuye en la solución de problemas sociales en tu comunidad o entorno cercano.
24.- Las investigaciones realizadas en una universidad abordan adecuadamente las necesidades y desafíos locales/nacionales.
25.- Podría la investigación universitaria fomentar la innovación social y el desarrollo sostenible en la comunidad.

Para la validez de los instrumentos se llevó a cabo el juicio de 3 expertos, con la aprobación de ellos. Mientras para la fiabilidad de los instrumentos se realizó una prueba piloto con 30 encuestados cuyos resultados se procesaron en el SPSS V29 aplicando el coeficiente Alfa de Cronbach, Prueba de mitades y Modelo paralelo estricto como muestra la tabla 4, afirmando que hay correlación muy buena entre los ítems propuestos para realizar la encuesta con la muestra de la investigación.

Tabla 4
Fiabilidad de los instrumentos

Variables	Cronbach	Dos mitades	Paralelo
CU	0,837	0,826	0,848
RSU	0,911	0,927	0,917
EM	0,858	0,831	0,968

Tabla 3
Instrumento de la variable emprendimiento

Ítems
Dimensión 1: Rentabilidad
26.- Logras alcanzar o superar tus objetivos de ingresos mensuales.
27.- Puedes reinvertir una parte significativa de tus ganancias en tu negocio.
28.- Los beneficios económicos de tu empresa te permiten realizar nuevas inversiones o expandir el negocio.
29.- Consideras que tu empresa es competitiva en el mercado en términos de rentabilidad.
30.- Logras mantener una estabilidad financiera que permite cubrir todos los costos operativos.
Dimensión 2: Sostenibilidad
31.- Utilizas materiales sostenibles o reciclados en tus productos o servicios.
32.- Te esfuerzas por reducir el consumo de energía y recursos en tu empresa.
33.- Promueves la responsabilidad social y ambiental entre tus empleados.
34.- Colaboras con otras empresas o iniciativas que comparten tus valores de sostenibilidad.
35.- Inviertes en tecnologías o procesos que minimicen el impacto ambiental de tu empresa.
36.- Te esfuerzas por educar a tus clientes sobre la importancia de la sostenibilidad y el impacto ambiental.

Realizada la encuesta se procesó los datos con la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov identificado como datos no paramétricos y afirmando aplicar la prueba de regresión lineal múltiple para probar las hipótesis de investigación propuestas.

El procedimiento para recoger datos fue mediante encuestas, se diseñaron cuestionarios con ítems específicos agrupados en indicadores que reflejan cada dimensión de las variables. Primero, se desarrollan los ítems para medir aspectos clave de cada variable. Luego, de la fiabilidad de los instrumentos se administran las encuestas a una muestra representativa y se recopilan las respuestas para el análisis. de datos cuantitativa, se realizó utilizando el software SPSS V29. Primero, se

llevaron a cabo análisis descriptivos para obtener perfiles sociodemográficos y distribuciones de frecuencias, categorizando las percepciones de los encuestados en alta, media y baja respecto a las dimensiones y variables estudiadas. Posteriormente, se aplicaron métodos de estadística inferencial, comenzando con la prueba de normalidad para verificar la distribución de los datos. Finalmente, se emplearon pruebas no paramétricas de Rho Spearman y de regresión lineal múltiple para examinar relaciones y efectos entre variables, proporcionando una comprensión detallada de los patrones en los datos recopilados.

Realizada la encuesta se procesó los datos con la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov identificado como datos no paramétricos y afirmando aplicar la prueba de regresión lineal múltiple para probar las hipótesis de investigación propuestas.

El procedimiento para recoger datos fue mediante encuestas, se diseñaron cuestionarios con ítems específicos agrupados en indicadores que reflejan cada dimensión de las variables. Primero, se desarrollan los ítems para medir aspectos clave de cada variable. Luego, de la fiabilidad de los instrumentos se administran las encuestas a una muestra representativa y se recopilan las respuestas para el análisis. de datos cuantitativa, se realizó utilizando el software SPSS V29. Primero, se llevaron a cabo análisis descriptivos para obtener perfiles sociodemográficos y distribuciones de frecuencias, categorizando las percepciones de los encuestados en alta, media y baja respecto a las dimensiones y variables estudiadas. Posteriormente, se aplicaron métodos de estadística inferencial, comenzando con la prueba de normalidad para verificar la distribución de los datos. Finalmente, se emplearon pruebas no paramétricas de Rho Spearman y de regresión lineal múltiple para examinar relaciones y efectos entre variables, proporcionando una comprensión detallada de los patrones en los datos recopilados.

III. RESULTADOS

A partir de los resultados descriptivos se percibió que el 57,6% de los emprendedores encuestados son varones y el 42,4% mujeres, y clasificando por mayoría en rango de edad el 33,3% fueron de 31 a 45 años seguido por 28,7% de 18 a 30 años, el 20.8% de 46 a 60 años y 17.19% mayores de 60 años. También según el grado de instrucción la mayoría relativa del 34.6% tuvo nivel segundario completa, seguido por el 29.2% con educación técnica, 20.1% educación universitaria y 16.2% con nivel primaria. También se ha podido informar que solo el 65.4% de los emprendedores trabajan informal y el 34.6% están formalizados empresarialmente.

El nivel de percepción que se tuvo de los encuestados sobre el compromiso universitario (CU), la responsabilidad social universitaria (RSU) y el emprendimiento (EM) con sus dimensiones.

De la tabla 5 se puede comprender según la distribución de frecuencias que los encuestados tienen una percepción de nivel medio 75.8% sobre el CU en general, mientras que en su dimensión efectivo es de nivel bajo con 64.1% debido a la falta de reconocimiento de un trabajo efectivo de los estudiantes universitarios con los emprendedores, Pero en la percepción que tuvieron sobre la continuidad y lo normativo es de nivel medio y alto en su mayoría.

Tabla 5
Según la distribución de frecuencias del Compromiso universitario (CU).

Variable, dimensión	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
CU	Alta	93	24,2
	Media	291	75,8
	Baja	0	0
Efectivo	Alta	0	0
	Media	138	35,9
	Baja	246	64,1
De continuidad	Alta	60	15,6
	Media	300	78,1
	Baja	24	6,3
Normativo	Alta	115	29,9
	Media	261	68,0
	Baja	8	2,1

De la tabla 6 se puede apreciar la percepción que tuvieron encuestados sobre la RSU a nivel de distribución de frecuencias fue de nivel medio 58.1% y nivel bajo un 24.5%, esto quiere decir que aún falta ahondar en RSU, mientras en sus dimensiones Formación académica, Ético y sostenible y Gestión cognitiva hay un nivel de respuesta media y baja en su mayoría, solo la Gestión social tiene media alta en su mayoría a las preguntas de la encuesta.

Tabla 6
Según la distribución de frecuencias de la RSU

Variable, dimensión	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
RSU	Alta	67	17.4
	Media	223	58,1
	Baja	94	24.5
Formación académica	Alta	67	17.4
	Media	237	61.7
	Baja	80	20.8
Ético y sostenible	Alta	42	10.9
	Media	256	66,7
	Baja	86	22,4
Gestión social	Alta	98	25.5
	Media	207	53,9
	Baja	79	20,6
Gestión cognitiva	Alta	75	19,5
	Media	231	60,2
	Baja	78	20,3

Según la tabla 7, la percepción que se tuvieron los encuestados sobre el EM fue de nivel medio 52.3% seguido de alto con 33.3% en su mayoría, da entender que tienen alcances sobre el rol del emprendedor, en el caso de las dimensiones del EM como rentabilidad y sostenibilidad, su percepción también fue de nivel medio y alto en su mayoría.

Tabla 7
Según la distribución de frecuencias de emprendimiento (EM)

Variable, dimensión	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
EM	Alta	128	33,3
	Media	201	52,3
	Baja	55	14,3
Rentabilidad	Alta	143	37,2

	Media	187	48,7
	Baja	54	14,1
Sostenibilidad	Alta	66	17,2
	Media	263	68,5
	Baja	55	14,3

Mientras que los resultados inferenciales se pudo evaluar la normalidad:
De los datos obtenidos con la prueba de Kolmogórov-Smirnov en la tabla 8 donde el p_valor <0,01 entonces los datos fueron no normales y las pruebas inferenciales a aplicar fue no paramétrica, aplicando en primera instancia la prueba de Rho Spearman para ver si hay relación entre las variables independientes con la variable dependiente, por lo que fue así, se procedió a aplicar regresión lineal múltiple para ver la influencia y demostrar las hipótesis de investigación.

Tabla 8
Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

Variables	Estadístico	gl	Sig.
CU	,472	384	,000
RSU	,299	384	,000
EM	,279	384	,000

Regla para la prueba de hipótesis propuesta en esta investigación:
Prueba de valor >= 0,05 se acepta la hipótesis nula, pero si la Prueba de valor < 0,05 se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

Al aplicar Rho Spearman, se puede apreciar en la tabla 9, que existe correlación entre la Compromiso universitario y el emprendimiento con p_valor<0,01 con grado de relación positiva media de 0,533 y mientras que la RSU tiene relación con el emprendimiento con p_valor<0,01 y con grado de relación positiva alta de 0,725. Esto implica implicó aplicar la regresión lineal múltiple para probar las hipótesis.

Tabla 9
Correlación entre variables

Variable	Correlación	CU	RSU	EM
CU.	r.	1,000	,464**	,533**
	Sig. (b)	.	,000	,000
RSU	r	,464**	1,000	,725**
	Sig. (b)	,000	.	,000
EM	r	,725**	,533**	1,000
	Sig. (b)	,000	,000	.
	N	384	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel (0,01).
(b) bilateral

Pruebas de hipótesis
H1: El CU y la RSU influye en los EM
H2: El CU influye en los EM.
H3: La RSU influye en EM.

Los resultados de la tabla 10, los coeficientes de correlación R de 0,758; 0,732 y 0,516 afirmando una relación mayor a media de las variables independientes (predictoras) y la variable dependiente. Mientras el coeficiente determinante R2 ajustado de 57,3%; 53,5% y 26,4% explica el comportamiento de influencia de las variables independientes en la variable dependiente.

Tabla 10
Resumen del modelo de regresión lineal múltiple

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado
H1	,758[a]	,575	,573
H2	,732[b]	,536	,535
H3	,516[c]	,266	,264

a. Predictores: (Constante), Compromiso universitario, RSU
b. Predictores: (Constante), Compromiso universitario
c. Predictores: (Constante), RSU

Mientras que en la tabla 11, el nivel de significancia menor a 0,05 señaló que las variables independientes CU y RSU tiene por lo menos influencia sobre la variable dependiente EM.

Tabla 11
Análisis de varianzas (ANOVA[a]) para las hipótesis

	Model	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	Sig.
H1	Regresión	97,208	2	48,604	,000[b]
	Residuo	71,915	381	,189	
	Total	169,122	383		
H2	Regresión	90,709	1	90,709	,000[c]
	Residuo	78,414	382	,205	
	Total	169,122	383		
H3	Regresión	45,008	1	45,008	,000[d]
	Residuo	124,115	382	,325	
	Total	169,122	383		

a. Variable dependiente: EM
b. Predictores: (Constante), CU y RSU
c. Predictor: (Constante), CU
d. Predictor: (Constante), RSU

A partir de la tabla 12, evaluando la t-student, cumple el criterio que para las variables predictoras es mayor que 1,96 (95% de confianza) y el p-valor < 0,05 afirmándose la H1, H2 y H3:
El CU y la RSU influye en los EM.
La CU influye en los Em
La RSU influye en los EM

Además, el modelo arroja para la constante un p-valor > 0,05. Por lo tanto, la constante asumirá el valor de cero (0), mientras que para las betas el p-valor < 0,05 entonces tienen valor significativo; Beta 1 de 0,344 y Beta 2 de 0,648 para la H1, mientras Beta 0 de 0,389 y Beta 1 de 0,799 para la H2, Beta 0 de 0,733 y Beta 1 de 0,755 para la H3. Formándose:
El modelo de ecuación para regresión lineal múltiple:
EM = 0,344*CU + 0,648*RSU
El modelo de ecuación para regresión lineal simple:
EM = 0,389 + 0,799*CU
EM = 0,733 + 0,755*RSU

Tabla 12
Coeficientes[a] de regresión lineal múltiple para las hipótesis

		B	t-student	Sig.
H1	(Constante)	,169	1,422	,156
	CU	,344	5,868	,000
	RSU	,648	16,630	,000
H2	(Constante)	,389	2,570	,011

	CU.	,799	11,770	,000
H3	(Constante)	,733	10,033	,000
	RSU	,755	21,021	,000

Por lo tanto, se afirmó que educación financiera es un factor determinante de responsabilidad social universitaria en los emprendedores textiles del emporio de Gamarra, Lima, Perú.

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La discusión a partir de los hallazgos encontrados para responder al objetivo de probar la influencia del CU y la RSU sobre el EM con un p_valor<0,05 (margen de error límite), un coeficiente de correlación de 0,758 de nivel medio alta en la regresión lineal múltiple con un t-student >1,96 (nivel de confianza al 95%) y afirmando un R2 ajustado de 57,3% de influencia de las variables independientes sobre la variable dependiente. Por lo tanto, se pueda apreciar la necesidad de impulsar mayor compromiso y trabajo de responsabilidad social universitaria para promover mayor influencia en el emprendimiento. Comparando con el estudio de [12], quienes señalan que la universidad debe identificarse con aspectos sociales de su entorno, atendiendo a sus necesidades a través de la formación, investigación, buena comunicación y promoviendo el emprendimiento, mientras que [19] señalan que la universidad debe ser una institución de alto nivel de compromiso y responsabilidad social. Corroborando con [29], quienes señalan que el emprendimiento suele ser considerado un elemento clave para fomentar el crecimiento económico, aunque las condiciones económicas y sociales de las regiones donde se realiza también afectan la actividad emprendedora.

El estudio resalta la influencia del CU y RSU en el EM, sugiere que las universidades deben fortalecer programas que promuevan la formación, investigación y vinculación con el entorno social. Además. Sin embargo, la focalización en un contexto específico y el diseño transversal limitan la generalización y el análisis temporal. Además, aunque el modelo explica un 57,3 % de la variabilidad, otros factores como políticas gubernamentales o financiamiento también pueden influir en el emprendimiento.

Mediante los resultados alcanzados nos ayuda a responder al objetivo de probar la influencia existente del CU con el EM con un p-valor < 0,05 y un estadístico t-student >1,96. También se demostró un nivel de correlación positiva media moderada de 0,516 en la regresión lineal rechazándose la hipótesis nula y aprobándose la hipótesis alterna, así mismo el R2 ajustado prueba la existencia del 26,4% de variabilidad e influencia del CU sobre el EM de los emprendedores del distrito de Puente Piedra y se compara con [17], señalan que actuar con responsabilidad desde el compromiso universitario implica ejercer autonomía, tomar decisiones y asumir un papel activo en las iniciativas que llevamos a cabo para promover cambios positivos en la sociedad. Así mismo [20], afirma la importancia de construir nuestra identidad humana a través del compromiso con los demás. Así, las bases de la interacción social se fundamentan en principios éticos y sociales, una comunicación efectiva, el reconocimiento mutuo y el aprecio por la diversidad.

Los hallazgos sugieren que fortalecer el compromiso universitario puede potenciar el empoderamiento de los emprendedores, con implicancias en la formación académica y en políticas educativas. Sus hallazgos aportan al conocimiento sobre el emprendimiento y la educación superior. No obstante, presenta limitaciones como la referencia en una única población, un diseño transversal que no permite evaluar cambios en varios momentos y la exclusión de otras variables que podrían influir en el empoderamiento emprendedor.

Por último los resultados obtenidos permite a responder al objetivo de probar la influencia existente de la RSU en el EM con un p-valor < 0,05 y un t-student > 1,96, además de un coeficiente de correlación positiva de 0,732 de nivel media alta en la regresión lineal, así rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna donde se observa R2 ajustado de 53,5% de influencia de la variable RSU sobre la variable EM y comparando con [27], quien afirma que los compromisos de responsabilidad social de la universidad con su entorno cercano le permiten participar en la promoción del desarrollo sostenible de la comunidad en general y Corroborando con [26], quien también afirma que el propósito de la RSU es interactuar directamente con el entorno social a través de actividades que involucran a la comunidad, la universidad y sus miembros, incluyendo docentes, investigadores y estudiantes, fomentando así una comunicación más efectiva con la sociedad.

Esta investigación evidencia que la RSU tiene una influencia significativa en el EM resaltando la necesidad de que las universidades refuercen su compromiso con el desarrollo sostenible y la interacción con la comunidad. Esto sugiere la importancia de programas que vinculen a la comunidad universitaria con el entorno social para fortalecer el emprendimiento. Sin embargo, la focalización en un contexto específico limita la generalización de los resultados a otros entornos distritales o regionales. Además, la falta de un diseño longitudinal impide analizar cómo evoluciona la influencia de la RSU en el EM a lo largo del tiempo. Finalmente, aunque el modelo explica una variabilidad considerable, otros factores no contemplados, como el acceso a financiamiento o políticas de apoyo, también pueden incidir en el emprendimiento.

Se concluye que la investigación demuestra que tanto el CU y la RSU tienen influencia significativa en el apoyo a los EM del distrito de Puente Piedra, de la ciudad de Lima. Los hallazgos indican que las iniciativas de responsabilidad social promovidas por las universidades peruanas no solo refuerzan el sentido de compromiso y participación de la comunidad universitaria, sino que también facilitan una colaboración efectiva con los emprendedores locales. Las universidades en general que implementan programas de responsabilidad social bien estructurados y fomentan un entorno de apoyo mutuo entre todos los grupos de interés para promover un emprendimiento responsable contribuyen a fortalecer las redes empresariales locales y el desarrollo económico del distrito y el país.

El compromiso de la comunidad universitaria se manifiesta en la disposición para participar en proyectos colaborativos, ofrecer asesoramiento, y aportar recursos que beneficien a los emprendedores. Esto, a su vez, crea un ciclo virtuoso donde los emprendedores obtienen el respaldo necesario para crecer y, en paralelo, los estudiantes adquieren experiencia práctica y desarrollan habilidades valiosas. En conjunto, estos factores no solo impulsan el emprendimiento local, sino que también enriquecen la formación académica y profesional de los estudiantes y fortalecer competencias a los docentes y administrativos de la comunidad universitaria.

REFERENCIAS

[1] ARDSI. (2020). Agenda regional de desarrollo social inclusivo. Santiago: CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45324/1/S2000095_es.pdf

[2] ODS. (2015). Objetivos de desarrollo sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

[3] Gaete, R. (2015). Responsabilidad social universitaria- nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde perspectiva de las partes interesadas. Revista actualidades educativas en educación, 15(1), 1-29. https://doi.org/dx.doi.org/10.15517/aie.v15i1.17729

[4] Universitat Carlemany. (2020, 12 16). Universitat Carlemany. La responsabilidad social universitaria: https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/la-responsabilidad-social-universitaria/

[5] Universia. (2019, 09 12). Universia. La importancia de la responsabilidad social universitaria en el peru: https://www.universia.net/pe/actualidad/orientacion-academica/importancia-responsabilidad-social-universitaria-peru-1166520.html

[6] Morante, E. (2022). Responsabilidad social universitaria: Retos y perspectivas en el siglo XXI. Revista de Ciencias Sociales, 3(177). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15374228008

[7] Vallaeys, F., & Álvarez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. Educación XXI, 22(1), 93-116. https://doi.org/10.5944/educxx1.19442

[8] Gaete, R., & Álvarez, J. (2019). Responsabilidad social universitaria en Latinoamérica. Los casos de URSULA y AUSJAL. Actualidades investigativas en educación, 19(3), 1-27. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15517/aie.v19i3.38637

[9] Vallaeys, F. (2016). Introducción a la responsabilidad social universitaria (Vol. 6). Barranquilla, Colombia: Mejoras. https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/3544/Introducci%C3%B3nResponsabilidadSocialUniversitariaRSU.pdf?sequence=1

[10] Diario Peruano. (2014). Gob.pe. (C. d. República, Ed.) Retrieved 11 05, 2023, from Normas y documentos legales: https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118482-30220

[11] Condori, M., Villavicencio, A., & Reyna, G. (2022). Responsabilidad social universitaria: Percepción de docentes y autoridades de universidades públicas peruanas. Revista de Ciencias Sociales, 28(6), 313-325. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28073815022

[12] La Cruz-Arango, O., Zelada-Flórez, E., Aguirre-Landa, J., & Garro-Aburto, L. (2022). Responsabilidad social universitaria y posicionamiento de universidades en Lima-Perú. Revista de Ciencias Sociales (RCS), 28(3), 334-344. https://www.redalyc.org/journal/280/28071865023/html/

[13] Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. Human Resource Management Review, 1(1), 61-89. https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z

[14] Rusbult, C. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. Journal of Experimental Social Psychology, 16(2), 172-189. https://doi.org/10.1016/0022-1031(80)90007-4

[15] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

[16] Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. The Academy of Management Review, 26(2), 243-263. https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020

[17] García-Rico, L., Martínez, F., & Santos-Pastor, L. (2021). El Aprendizaje-Servicio Universitario como promotor del compromiso social en el alumnado de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Estudios Pedagógicos XLVII, 47(4), 149-165. https://doi.org/10.4067/S0718-07052021000400149

[18] Escofet, A., Novella, A., & Morín, V. (2021). El codiseño como impulso del compromiso del estudiantado universitario. Aula Abierta, 50(4), 825-832. https://doi.org/10.17811/rifie.50.4.2021.825-832

[19] Ibarra, L., Fonseca, C., & Santiago, R. (2020). La responsabilidad social universitaria. Misión e impactos sociales. Sinéctica, 11(54), 1-18. https://doi.org/https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2020)0054-011

[20] Marchesán, A. (2023). El Líder que Sirve: Compromiso social que trasciende (10 ed.). México: Leven Anclas Editorial.

[21] Pegalajar-Palomino, M., Martínez-Valdivia, E., & Burgos-García, A. (2021). Análisis de la responsabilidad social en estudiantes universitarios de educación. Formación Universitaria, 14(2), 95-104. https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000200095

[22] RSS. (2019, 10 30). Responsabilidad social empresarial y sustentabilidad. (E. RSyS, Ed.) Retrieved 11 2023, 05, from https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/

[23] ISO 26000. (2010). ISO. Responsabilidad Social: https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html

[24] CEMEFI. (2009). Centro Mexicano para la Filantropía. Empresa Socialmente Responsable: https://www.cemefi.org/

[25] El peruano. (2014, 07 09). Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. SUNEDU: https://www.sunedu.gob.pe/%20nueva-ley-universitaria-30220-2014/

[26] Pérez-Domínguez, F. (2009). La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) (1ra ed.). España: Concejo social de la Universidad de Huelva. https://web.unican.es/unidades/igualdad/Documents/responsabilidadsocialuniversitaria_UHU.pdf

[27] Melgarejo, G. (2022). Rol de las universidades en la responsabilidad social y la extensión universitaria: caso UNMSM. Gestión en el Tercer Milenio, 25(49), 55-63. https://doi.org/10.15381/gtm.v25i49.23049

[28] Landstrom, H. (2005). Pioneros en la investigación del emprendimiento y la pequeña empresa (1 ed., Vol. 1). Nueva York, NY: Springer. https://doi.org/10.1007/b102095

[29] Luz, A., Bento, P., Paschoalotto, M., & Pereira, R. (2024). Desempeño del emprendimiento en la UE: ¿Hasta qué punto importan las condiciones económicas, sociales y gubernamentales? Revista de Emprendimiento Internacional, 2024(1), 1-23. https://doi.org/10.1007/s10843-023-00342-5

[30] Rojas, O., Vivas, A., Doria, A., & Hechenleitner, M. (2023). Coaching educativo y emprendimiento: reto de la educación superior. Revista Venezolana de Gerencia, 28(10), 1631-1645. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e10.46

[31] Moina-Sánchez, P., Morales Carrasco, L., & Córdova-Pacheco, A. (2020). Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador. Revista Retos, 10(19), 65-80. https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.04

[32] Escalante, C., Figueroa, L., & Sandoval, J. (2024). Emprendimiento en el contexto educativo colombiano. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 27(11), 155-169. https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e11.9

[33] Martínez-Rodríguez, F. (2024). Conexiones entre el emprendimiento social y la animación sociocultural. Empoderando desde "lo común" frente a la lógica neoliberal. Pedagogía Social, 45(08), 151-165. https://doi.org/10.7179/PSRI_2024.45.08

[34] Argandoña-Mendoza, M., García-Vera, C., & Vallejo-Valdivieso, P. (2020). Flipped classroom y Educación para el emprendimiento durante la pandemia por COVID-19. EPISTEME KOINONIA, 3(6), 320-338. https://doi.org/10.35381/e.k.v3i6.855

[35] Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis (Vol. 1). Puno, Perú: Inudi. https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.016

[36] Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). México: McGraw Hill.

[37] Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). Metodología de la investigación (1 ed.). Quito, Ecuador: Edicumbre editorial corporativa.

[38] Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica (1 ed.). Comisión editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador.

[39] INEI. (2023). Informe Técnico: Demografía Empresarial en el Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lima: INEI. Retrieved 07 26, 2024, from https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5129103/Demograf%C3%ADa%20Empresarial%20en%20el%20Per%C3%BA%20-%20II%20trimestre%202023.pdf

[40] Vallaeys, F., De la Cruz, C., & Sasia, P. (2009). Manual de primeros pasos en responsabilización social universitaria: Construyendo ciudadanía en universidades responsables. (1, Ed.) México, D.F.: McGraw Hill.

[41] Porter, M., & Kramer, M. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review, 1(1), 1-17. https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf