



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
ESCUELA DE ESTUDIOS SUPERIORES DE JOJUTLA

“El potencial en emprendimiento social: una aproximación en estudiantes del último semestre de la carrera en administración de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla”.

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**P R E S E N T A:
MARIAM MARTINEZ MORALES**

**DIRECTORA DE TESIS:
DRA. SELENE VIRIDIANA PÉREZ RAMÍREZ**

JUNIO, 2022

Agradecimientos

Agradezco a los docentes y directivos de la EES-Jojutla que me apoyaron durante este proceso; por los conocimientos y el apoyo que me brindaron y en especial a mi directora de tesis la Dra. Selene Viridiana Pérez Ramírez, por su invaluable ayuda y el tiempo dedicado para guiarme en cada una de las etapas de esta tesis.

A mi familia; primordialmente a mis padres, abuelos y hermana, por creer en mí y apoyarme en cada situación a lo largo de mi vida y nunca dejarme sola, gracias por inspirarme a ser cada día una mejor persona.

Sin olvidar a esa persona tan importante que me ha apoyado incondicionalmente, motivándome para seguir creciendo y ser una gran profesionalista en administración, a pesar de todas las adversidades que hay en el camino.

Estoy y estaré por siempre enormemente agradecida, con todos los que me brindaron su apoyo, por contagiarme de su entusiasmo y disciplina para continuar con mis proyectos, hasta obtener lo que deseo.

A mis padres, que me acompañan y brindan de todo su amor ante cada proyecto.

Y a esa persona especial en mi vida, quien me apoyo día con día.

INDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo 1. La investigación	4
<i>Planteamiento del problema</i>	4
<i>Objetivo general</i>	7
Objetivos específicos	7
<i>Justificación</i>	8
<i>Hipótesis</i>	9
Capítulo 2. Estado de la cuestión	10
<i>Estado de la cuestión del potencial emprendedor en estudiantes universitarios</i>	10
Capítulo 3. Marco contextual	16
<i>La Escuela de Estudios Superiores de Jojutla</i>	16
Capítulo 4. Marco teórico	20
<i>¿Qué es el emprendedor?</i>	24
características	26
Perspectivas y Perfil del emprendedor	28
Principios	29
<i>Cultura emprendedora</i>	31
¿Un emprendedor nace o se hace?	34
Capacidad emprendedora.....	35
Habilidad emprendedora	37
<i>Emprendimiento social</i>	41
Perspectivas del emprendimiento social.....	42
Tipos de emprendimiento social	43
Diferencia entre emprendimiento tradicional y social	45
<i>Emprendedor social</i>	46
Características	47
<i>Fundamentos del emprendimiento social en México</i>	48
<i>La universidad y el emprendimiento social</i>	50
<i>¿Qué es el potencial?</i>	50
¿Qué es el potencial emprendedor?	51
<i>Casos de emprendimiento dentro de la ESS Jojutla</i>	52
Capítulo 5. Método	54
<i>Enfoque metodológico</i>	54
<i>Población y censo</i>	54
<i>Escala utilizada</i>	54
<i>Prueba piloto</i>	56
<i>Aplicación del cuestionario</i>	56

Capítulo 6. Resultados	57
<i>Resultados Cuantitativos</i>	57
Conclusiones	97
Referencias bibliográficas	101
Anexos	105
<i>Anexo A: El cuestionario</i>	105
<i>Apartado I. Datos de identificación</i>	105
<i>Apartado II. Desarrollo de nuevas ideas</i>	106
<i>Apartado III. Escala de actitudes y comportamientos hacia el emprendimiento</i>	106

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1.-Distribución con base al género	57
Gráfica 2.-Distribución con base a la edad	58
Gráfica 3.-Lugar de residencia	59
Gráfica 4.-Proyecto de emprendimiento social	60
Gráfica 5.-Tiempo empleado en el proyecto de emprendimiento	61
Gráfica 6.-Inicio de un proyecto de emprendimiento social.....	63
Gráfica 7.-Rasgos del trabajo en emprendimiento social	65
Gráfica 8.-Obstáculos para crear soluciones	66
Gráfica 9.-Decisiones para trasladarse	67
Gráfica 10.-Actividades de emprendimiento	68
Gráfica 11.-Animas a reciclar	69
Gráfica 12.-Pasión por el reciclaje	70
Gráfica 13.-Participación en colectas de fondo	71
Gráfica 14.-Importancia de las actividades de emprendimiento	72
Gráfica 15.-Capacidad de desarrollar soluciones	73
Gráfica 16.-Lectura de temas ambientales	74
Gráfica 17.-Obsesión por temas ambientales	75
Gráfica 18.-Acciones de reciclaje	76
Gráfica 19.-Orientación a la sustentabilidad	77
Gráfica 20.-Dedicación al trabajo de emprendimiento	78
Gráfica 21.-Acciones de reciclaje	79
Gráfica 22.-Organización de las actividades personales y profesionales	80
Gráfica 23.-Percepción para solucionar problemas	81
Gráfica 24.-Reutilizar productos	82
Gráfica 25.-Cuidado del medio ambiente	84
Gráfica 26.-Igualdad entre niños y adultos	85

Gráfica 27.-Equidad en labores domésticos	86
Gráfica 28.-Acciones solidarias	87
Gráfica 29.-Integración de actividades	88
<i>Gráfica 20.-Desempeño en actividades de emprendimiento en la vida</i>	90
Gráfica 31.-Dedicación al trabajo de emprendimiento	91
Gráfica 32.-Uso de recursos naturales en las actividades de emprendimiento	92
Gráfica 33.-Reflejo de cualidades en el desarrollo del emprendimiento	93
<i>Gráfica 34.-Responsabilidad en el consumo</i>	94
Gráfica 35.-Experiencia en el desarrollo de actividades en emprendimiento	95
Gráfica 36.-Prioridad de actividades para el emprendedor	96

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.-Descripción de las dimensiones al emprendimiento social	55
-------------------------------------------------------------------------------	-----------

Introducción

El tema que a continuación se presenta se intitula: “El potencial en emprendimiento social: una aproximación en estudiantes del último semestre de la carrera en administración de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla”, y analiza la importancia del potencial en emprendimiento social que tienen los alumnos próximos a egresar, lo cual es relevante para los actores de la educación superior quienes tienen el cometido de formar profesionistas acordes al perfil de la carrera.

Es importante destacar que el emprendimiento es primordial para el desarrollo del país, debido a todos los beneficios que se generan a nivel académico, social, económico y cultural. De igual forma cabe mencionar que, la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla tiene el interés de brindar al alumnado las herramientas necesarias para que logren y obtengan el mejor aprovechamiento, fundamentalmente a través de un plan de estudios acorde a cada carrera.

En particular, dentro de la licenciatura en administración, se imparten materias que ayudan a desarrollar en los estudiantes su potencial en emprendimiento, por ejemplo, dentro de la asignatura denominada Formación de Emprendedores, cuya finalidad es enseñar los conocimientos, herramientas, estrategias y técnicas necesarias para que tengan la capacidad de generar y elevar el nivel del potencial en emprendimiento y de esta forma tener la oportunidad de aplicar todos los conocimientos obtenidos durante la unidad de aprendizaje.

Otro beneficio que trae consigo dicha asignatura es que brinda la oportunidad de crear una empresa innovadora optando entre diferentes tipos de emprendimiento, por ejemplo, algunos deciden realizar proyectos de tipo social que brinden un beneficio a la comunidad, mientras que otros están dedicados a un giro distinto; por consiguiente, los docentes y expertos en materia brindan las asesorías necesarias para que puedan aprovechar ese potencial y participen en el concurso de emprendedores que cada año organiza la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), en donde presentan un proyecto de la microempresa, mostrando las ideas innovadoras desarrolladas.

Por otro lado, cabe resaltar que parte de la misión de la licenciatura en administración es formar profesionales con los más altos estándares de conducta ética, competentes en idear, crear, conducir y mantener organizaciones, sin embargo, no todos los egresados tienen el interés por crear y consolidar su propio negocio, a pesar de que conocemos el gran valor que hoy en día tienen los proyectos de emprendimiento y el impacto en la economía; por lo que es indispensable que los estudiantes cuenten con los conocimientos, actitudes y habilidades emprendedoras, lo cual les generará un potencial emprendedor.

Ergo, la formación de emprendedores que generen proyectos de emprendimiento es importante porque se promueve el desarrollo económico y social de los municipios, estados y del país.

Señalando que, para propiciar lo anteriormente expuesto, es importante que en las Instituciones de Educación Superior (IES) se conozcan resultados de investigaciones referentes al potencial en emprendimiento social, lo cual podría servir para la toma de decisiones en cuanto al perfil de egreso, nuevos planes de estudios y el contenido temático de las unidades de aprendizaje.

Recordemos que, el emprendimiento social es la parte del emprendimiento en general, que tiene por protagonistas a las personas e instituciones de la economía social al servicio de valores, que van más allá del mero beneficio económico, para desarrollar iniciativas y redes compartidas capaces de generar valor social añadido.

Esta tesis está estructurada en seis capítulos; el primero es denominado la investigación, el cual explica el problema que se plantea, los objetivos, la justificación y la hipótesis.

El segundo de ellos es el estado de la cuestión, en el cual se profundiza sobre el potencial emprendedor en estudiantes universitarios y se muestran los resultados de las investigaciones realizadas a nivel internacional, nacional y local.

En el tercer capítulo referente al marco contextual, se expone el entorno de la EESJojutla, lugar donde se llevó a cabo la investigación y se obtuvo la información necesaria de los estudiantes del último semestre de la carrera en administración.

El cuarto capítulo hace alusión a los conceptos básicos que engloba el tema de investigación, tales como emprendimiento, emprendedor, emprendimiento social, potencial emprendedor, habilidad emprendedora, características de un emprendedor y emprendedor social, entre otros.

El quinto capítulo es referente a la metodología que se llevó a cabo para lograr los objetivos de la investigación, así como la población y censo, la escala utilizada, la prueba piloto y la aplicación del cuestionario.

En el sexto capítulo se exponen los resultados obtenidos y su respectivo análisis, así como las conclusiones.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos.

La finalidad de este apartado es brindar al lector una idea más clara de acuerdo con el tema en general de dicho proyecto con relación a la información y a los puntos descritos anteriormente, de este modo, se podrá comprender con mayor facilidad. Asimismo, el propósito es dar a conocer la importancia de orientar a los estudiantes con temas de emprendimiento social para que al concluir sus estudios estén enfocados a proyectos que beneficien a la sociedad y tengan la capacidad para llevarlos a cabo.

Capítulo 1. La investigación

Planteamiento del problema

Desde hace ya un tiempo, el tema del bajo crecimiento económico del país está en debate de políticos, analistas, empresarios y ciudadanía. El descontento y preocupación tiene que ver con el hecho de que México ha crecido a tasas menores a las del resto de países comparables y, sobre todo, a menores a las de países de América Latina. El impacto de tener cifras de crecimiento modestas es muy evidente en términos del bienestar general de la población, el crecimiento del ingreso per cápita, así como el crecimiento del empleo y los salarios.

Según la revista digital Expreso, en México existen 4.2 millones de unidades económicas, donde las grandes empresas juegan el papel más importante en el desempeño económico con una aportación de 58 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB). Según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) constituyen el 99 por ciento de las unidades económicas.

Mientras que la revista Forbes, señaló en el 2020 que existen cerca de 4.2 millones de Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMES), las cuales contribuyen con alrededor del 52% del (PIB) y generan el 70% del empleo formal.

A pesar de ser una fuente muy importante en la economía, las PyMES y MiPyMES no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena y existen en el país grandes problemas que las afectan en gran medida.

Desde esta perspectiva, la formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países. Es por lo anterior que, el emprendimiento es un pilar importante en la generación de empleos y en el crecimiento económico para el país.

Es importante destacar que, ser emprendedor es más que convertirse en empresario y dirigir tu propia empresa. Es sobre todo una mentalidad que busca una

necesidad que aún no está cubierta y la satisface, de manera que tiene no sólo un impacto social, sino que puede generar ganancias.

Por otra parte, el desarrollo de un proyecto de emprendimiento en México tiene grandes desafíos, debido a que durante la concepción y desarrollo de este se presentan obstáculos como: la falta de capacitación, carencia de tecnologías de información y comunicaciones, ausencia de financiamiento. Estos impedimentos pueden limitar a los emprendedores y conducirlos a la ejecución de procesos complicados que impidan el logro, crecimiento y consolidación de una empresa.

En suma, para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento, el emprendedor debe tener capacidades y habilidades para lograr sus objetivos con éxito. Mucho se ha documentado del perfil del emprendedor, es decir, el conjunto de características como: flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, etc. Es decir, las cualidades necesarias, ya que, el emprendimiento a veces es limitado por ciertas dificultades, ya mencionadas, y quien los impulsa deben estar en condiciones de adaptarse a una realidad cambiante.

Para Rafael Alcaraz Rodríguez (2011, pág. 5) el emprendedor posee características que le facilitan no solo para emprender sino también para hacerlo con éxito. Entre ellas, algunas de las más mencionadas son: creatividad e innovación; confianza en él mismo y sus capacidades; perseverancia; capacidad para manejar problemas; aceptación del riesgo. Cada uno de estos aspectos forma parte del emprendedor, al convertirse en personas capaces para asumir riesgos y tomar las mejores decisiones para los proyectos de emprendimiento.

Asimismo, dentro del mundo empresarial se encuentra ciertas características para fomentar la creación de empresas sustentables, que le dan lugar a un emprendedor social que tiene como objetivo generar un impacto social positivo, siguiendo principios de emprendimiento como: trabajar en equipo, visión de negocio, liderazgo, flexibilidad, etc. Sin embargo, existen factores que diferencian a un emprendedor social de cualquier otro. En particular, se basa en cualidades del altruismo o en un interés positivista convirtiéndose en agentes de cambio para su

comunidad. En el emprendedor social destacan características tales como: inconformismo, responsabilidad social y compromiso.

Por lo tanto, la diferencia principal entre emprendimiento y emprendimiento social radica entre oportunidad y solución. La oportunidad está más relacionada con perseguir algo, tiene como fin último la utilidad individual. La segunda en cambio apunta más a generar una solución que repercuta en el bienestar colectivo. Busca por lo tanto la generación de un valor colectivo.

Sin embargo, el tema del emprendimiento social ha ocupado diversos espacios en la academia, investigación y en las políticas públicas, tan es así, que hoy en día las Instituciones de Educación Superior (IES) deben considerar nuevos retos tendientes a formar estudiantes con habilidades y capacidades necesarias no solo para llevar a cabo proyectos de emprendimiento sino también de emprendimiento social.

Los retos a los que se enfrenta la EES-Jojutla son similares a los de otras IES. En este sentido los directivos, academia y profesores han contemplado en la carrera de licenciado en administración la construcción de planes y programas de estudio que integren unidades de aprendizaje donde se motive a los alumnos a adquirir habilidades que potencian su emprendimiento. Considerando que los estudiantes están en el último semestre de su carrera ¿qué potencial en emprendimiento social tienen? ¿Cuál es el nivel de “conocimiento de sí mismo y autoconfianza”, “visión de futuro”, “motivación de logro”, “planificación” y “persuasión”?

La investigación que se presenta tiene la intención de dar respuesta a estas preguntas.

Objetivo general

Analizar el potencial en emprendimiento social en alumnos del último semestre de la carrera en administración de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla.

Objetivos específicos

- Identificar el nivel de potencial en emprendimiento social en los alumnos, utilizando el Test de Evaluación del Emprendimiento Social.
- Determinar si el género constituye un factor de diferenciación respecto al potencial en emprendimiento social.
- Determinar cuál de las dimensiones pertenecientes al emprendimiento social, es decir, “pasión hacia el emprendimiento”, “orientación hacia la sustentabilidad” e “identificación de oportunidades”, se encuentran en mayor medida en los estudiantes.

Justificación

El objetivo de la investigación es conocer el Potencial en Emprendimiento Social en los estudiantes del último semestre de la carrera de administración de la EESJojutla, mediante el Test de evaluación de Emprendimiento Social, para identificar su nivel comprendido en las dimensiones de “pasión hacia el emprendimiento”, “orientación hacia la sustentabilidad” e “identificación de oportunidades”.

Es un tema que considero de suma relevancia ya que permitirá obtener una valiosa información sobre el potencial en emprendimiento social que tienen los alumnos próximos a egresar, y usarla para generar estrategias encaminadas a fortalecer ese potencial si es alto o bien, a corregirlo si es de mediano a bajo.

Por otro lado, no existen resultados de investigaciones anteriores que midan el potencial en emprendimiento social y que pudieran servir a las autoridades universitarias a tomar decisiones respecto al perfil de egreso, planes de estudio o contenido temático de las unidades de aprendizaje.

Por lo tanto, esta investigación es plenamente justificable y viable ya que se cuenta con los recursos humanos y materiales necesarios para su realización.

Hipótesis

1. Las dimensiones pertenecientes al emprendimiento social, es decir, “pasión hacia el emprendimiento”, “orientación hacia la sustentabilidad” e “identificación de oportunidades”, tienen niveles de medianos a altos en los estudiantes.
2. La capacidad emprendedora no es condicionada por el género.

Capítulo 2. Estado de la cuestión

Estado de la cuestión del potencial emprendedor en estudiantes universitarios

En este apartado se muestran los resultados de las investigaciones realizadas a nivel internacional, nacional y local sobre el potencial en emprendimiento social, desarrolladas por diferentes autores que nos permitirán hacer una reflexión sobre las tendencias que existen en el tema.

Cabe destacar que, son pocas las investigaciones que han analizado el potencial en emprendimiento social, sin embargo, son de suma importancia para conocer los conocimientos más relevantes.

Los siguientes autores han desarrollado investigaciones con relación al tema y han estudiado las diferentes variables o factores, que pueden intervenir en un emprendimiento social al ser desarrollado en el ámbito empresarial, laboral o profesional.

Una de las investigaciones más destacadas a nivel internacional dio como resultado un libro intitulado: *Emprendimiento social* de Álvarez et al. (2018) el cual tiene como objetivo conocer la opinión de estudiantes de ciencias administrativas y recursos humanos respecto a su orientación e intención hacia el emprendimiento social y la influencia del entorno universitario hacia el mismo. Los resultados arrojaron que el 63% de los alumnos tiene intención en emprendimiento social, además, no se encontraron diferencias significativas en el género de los estudiantes respecto a su intención de emprendimiento, sin embargo, solo el 3.6% estaba participando en un emprendimiento social.

En su artículo denominado: “Diseño y validación de un test de evaluación del potencial en emprendimiento social”, Portuguez Castro et al. (2018), muestran resultados de la validación de su escala, utilizando una metodología cuantitativa. Consistió en una escala Liker, que constaba de 30 ítems distribuidos en 8 subescalas para la medición de diferentes características de un emprendedor social,

esto es: su pasión hacia el emprendimiento, sustentabilidad y potencial emprendedor. Su finalidad fue tener un instrumento validado para ser utilizado por quienes realizan labores de incubación de empresas, así como la capacitación para emprendedores sociales, y también puede ser utilizado dentro de organizaciones que manejen programas de responsabilidad social.

De igual forma, Correa et al. (2011), estudió las competencias emprendedoras a desarrollar en los alumnos de administración de empresas de una Universidad Pública en Colombia, el cual consta de un estudio analítico y otro descriptivo; llevando a cabo una definición de las principales competencias emprendedoras. Los resultados a los que llegaron fueron que las instituciones educativas fomentan el emprendimiento a través de la enseñanza de habilidades para la creación de empresas y administración de negocios, no educan en emprendimiento, por lo que no incluyen en sus programas el desarrollo de habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso.

En el desarrollo de la investigación se identificaron las competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de administración de empresas, tales como: la generación de ambientes favorables: iniciativa/autonomía, innovación/creatividad, resolución de problemas, construcción de redes, confianza en sí mismo y locus de control interno.

En este sentido, a nivel internacional se encontró un programa presentado por Social Innovation For Youth Entrepreneurship (InnovaT, 2017), el cual publicó un artículo titulado “El emprendimiento social como motor económico y social: estudio sobre políticas públicas y experiencias para su promoción en Europa y América Latina”, se buscó dar visibilidad a iniciativas y programas de emprendimiento social que es dirigido a jóvenes de diversos países para fomentar en sus comunidades a través de la formación-capacitación y el intercambio de metodologías innovadoras. Principalmente para el desarrollo de este estudio se realizó un análisis para la recolección de datos de fuentes primarias, realizada por un equipo investigador. De esta manera, se pudo añadir más información a las fuentes secundarias y poder dar un enfoque que va más allá de las fuentes oficiales. La obtención de información se

logró mediante la aplicación de un cuestionario a expertos en la materia de emprendimiento social. Los resultados arrojaron que el emprendimiento social tiene un desarrollo desigual pero pasa por una serie de fases: embrionaria (implementación por parte de iniciativas individuales), reconocimiento (reconocimiento público y desarrollo) y consolidación (implementación de políticas específicas para su promoción e independencia del emprendimiento general).

Esto indica que los objetivos principales que establece el programa son el fortalecimiento de las capacidades de los trabajadores juveniles, la promoción del emprendimiento social entre los jóvenes y la difusión de la innovación social.

En cuanto a investigaciones realizadas a nivel nacional se encontró la de Vázquez Parra (2018), en su artículo titulado “Elementos para la valoración integral de proyectos de emprendimiento social. Una herramienta para la formación de emprendedores”, tal proyecto tiene como objetivo principal entender que el emprendimiento social es el desarrollo de un plan innovador con el que se busca solventar o contribuir a un problema social, enfocándose primordialmente en el estudio de análisis de contenido de textos académicos del área, considerando cinco elementos: normatividad, profesionalismo, inclusión, valor compartido y sustentabilidad, para la valoración integral de los proyectos de emprendimiento social.

Su estudio radica en que los elementos pueden desarrollarse de una forma más profunda, se considera que el verdadero valor de la propuesta está en incluir en la discusión académica ciertos puntos que no suelen tomarse en cuenta como una totalidad desde una visión administrativa de la formación de emprendedores. Asimismo, en este artículo el autor propone que este análisis puede ser una herramienta para guiar la formación y las decisiones de los futuros emprendedores sociales al abrir la necesidad de incluir factores que usualmente no se consideran en la formación de emprendedores tradicionales.

El emprendimiento social se ha analizado desde diferentes perspectivas, tal es el caso del estudio realizado por Bargsted (2013), en el que identifica desde la psicología social preguntas de investigación relevantes sobre emprendimiento

social, se trata de una revisión teórica, entendido como cualquier iniciativa de negocio, con o sin fin de lucro, cuyo principal objetivo es la generación de valor social y el análisis documental de fuentes secundarias para la recolección de datos. En efecto, a partir del estudio de diversas investigaciones, se identifican posibles variables psicosociales requeridas para este tipo de emprendimiento, tales como: características individuales, motivos sociales y una identidad laboral específica a través de una metodología cualitativa. De esta manera, la investigación permite la comprensión del emprendimiento social y los elementos que movilizan a las personas a emprender agregando valor social de manera significativa.

Por otra parte, Jorge Arráyales (2007) en su libro intitulado: “Tu potencial emprendedor”, indica que “este emprendimiento debe darse en un grupo social que tengan los mismos intereses para lograr el éxito, ya que tienen que constituirse como una sociedad tanto el aspecto legal, social, económico. Sin perder de vista la idea emprendedora”. De igual forma, tiene por objetivo señalar los conocimientos básicos sobre el emprendimiento, así como sus características relacionadas a la creatividad, proactividad, la actitud, el trabajo en equipo, el potencial y el liderazgo.

El proceso de indagación desarrollada por cada autor es diferente, dado que, cada uno utiliza un método de búsqueda distinto, una perspectiva particular y con objetivos similares, por lo que en muchos estudios se obtienen resultados similares.

En particular, Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones, mismo que, expresa en la siguiente frase:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. (1935)

Finalmente, Ramírez Gutiérrez, Y. M., & Caldera González, D. (2017). En su artículo titulado “Potencial emprendedor (social) de jóvenes universitarios”, realizan un diagnóstico de las capacidades emprendedoras de estudiantes que permita identificar emprendimientos sociales y así mismo reconocer cinco oportunidades de negocio para impulsar el emprendimiento social en jóvenes universitarios. Los resultados obtenidos arrojan que las oportunidades de negocio que ubican los jóvenes tratan en torno a tres problemáticas que son: educación, pobreza-economía, inseguridad-desempleo y en cuestión a las capacidades emprendedoras que poseen los jóvenes son: autoconfianza, comunicación, adaptabilidad, participación, creatividad, pasión, liderazgo, proactividad, sentido de riesgo, compromiso, constancia, visión, y motivación, mismos resultados que fueron obtenidos mediante una encuesta.

En la búsqueda de información para la realización del estado de la cuestión, se observó que existen numerosas investigaciones a nivel internacional, en cambio, hay una gran diferencia con las investigaciones a nivel nacional, dado que, existe una menor cantidad de artículos, estudios, libros, etc., que traten sobre el potencial en emprendimiento social.

No obstante, las investigaciones a nivel local que se han realizado por parte de estudiantes de la EES-Jojutla desde hace algunos años, muestran temáticas como: habilidades emprendedoras, perfil emprendedor, etc., las cuales han sido una forma de conocer el estado de ciertas problemáticas y proponer soluciones a las mismas o bien fortalecer las estrategias que se han venido realizando de manera adecuada.

Una de las investigaciones realizadas en la EES-Jojutla fue la de análisis de la actitud emprendedora, que tuvo como objetivo analizar si los estudiantes de la carrera en administración cuentan con actitudes de emprendimiento. Los resultados obtenidos muestran que los estudiantes se caracterizan por tener actitudes relacionadas con una alta orientación hacia el cambio y ética profesional, todas ellas relacionadas con el ser emprendedor. Además de que las dos actitudes más altas que poseen los alumnos de la licenciatura en administración son la proactividad y empatía.

Otra de las investigaciones desarrolladas fue sobre “Características del perfil emprendedor en los alumnos de la licenciatura en administración de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla”, mostrando la importancia que tiene el emprendimiento por parte de las universidades para generar alumnos con cultura emprendedora. Se identificó que una parte de los alumnos muestran capacidad para ser proactivos, responsables y propositivos, además de tener fortaleza al enfrentarse a obstáculos y tareas difíciles. Por otro lado, solo una tercera parte de ellos es optimista cuando ejecuta nuevas ideas.

Sin embargo, ambas indagaciones analizan en cualquiera de sus formas el emprendimiento, por lo que se considera que este estudio, al analizar el potencial en emprendimiento social de los estudiantes del último semestre de la carrera en administración y determinar si el género constituye un factor determinante, abrirá una nueva visión que podrá aportar información relevante.

Capítulo 3. Marco contextual

La Escuela de Estudios Superiores de Jojutla

En este capítulo se describe el lugar donde se realizó la investigación, con la finalidad de que los lectores conozcan el contexto social, cultural, históricos e identifiquen el medio donde se desarrolla la investigación.

El fenómeno analizado tuvo lugar en la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla (EES-Jojutla), unidad académica de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM); la cual tiene el objetivo de formar profesionistas competitivos con compromiso ético, de excelencia académica y la finalidad de contribuir a resolver y a satisfacer las necesidades de la región del estado y en general con la sociedad globalizada; con un alto sentido de participación en la transformación de la cultura, la sustentabilidad, la generación y aplicación del conocimiento y la vinculación.

En 1993, la Universidad Autónoma del Estado de Morelos inicia un proyecto para la creación de un instituto para estudiantes de nivel superior de la región sur del estado de Morelos. Esto con el fin de buscar la desconcentración de carreras que se genera con la demanda en el Campus Chamilpa y ofrecer nuevas opciones para la formación académica, el desarrollo de posgrados, la difusión y la cultura.

El 16 de julio de 1993, el H. Consejo Universitario aprueba el inicio de actividades del Instituto Profesional de la Región Sur (IPReS), ofertando las Licenciaturas en: Administración, Contaduría Pública y Derecho, con especialización en los últimos semestres.

A partir de esto, se integra la primera planta docente para las tres licenciaturas, conformada por solo once maestros y un encargado el Dr. Sergio Aguilar hasta el año de 1995, ya que al inicio no se contaba con un director.

Sin embargo, en el mismo año se nombra al primer director, el Lic. Roberto Téllez Rodríguez que estuvo en un periodo de 1995 a 1998.

Para enero de 1998, egresan las primeras generaciones de las Licenciaturas en Derecho con 40 alumnos y 32 de Contaduría Pública, mientras que 6 meses

después, en julio del mismo año, termina la generación de la Licenciatura en Administración con 27 estudiantes, debido al plan de estudios que contemplaba un semestre más que las otras.

Es importante destacar que, con el egreso de esas generaciones se inicia la historia de la unidad académica. Con la creación de esta institución educativa se amplió la oferta hacia los estudiantes de nivel superior, que no contaban con recursos económicos suficientes para poder trasladarse hasta la ciudad de Cuernavaca, lo cual derivó en un beneficio para la región sur del estado de Morelos.

Más tarde, en ese mismo año se eligió directora a la M.I. Silvia Cartujano Escobar para el periodo de 1998 al 2001.

Posteriormente entra en funciones la Lic. Aurora Catalina Cedillo Martínez desempeñándose en la dirección del 2001 al 2008. En los primeros años de su gestión como directora, el Instituto Profesional de la Región Sur cambia su denominación y es nombrado Campus Sur por el H. Consejo Universitario, con el objetivo de contar con el apoyo económico para proyectos educativos, al acreditar en dichos términos ante la Secretaría de Educación Pública y la Comisión Estatal para la Planeación de Educación Superior. (Órgano Informativo Universitario, "Adolfo Menéndez Samará", Número 26, Año VI, septiembre 2002).

Al término de la gestión de la Lic. Aurora Catalina Cedillo Martínez, es elegido con un periodo hasta el 2012 el C.P. Roberto Salvador Beltrán Castillo; y es justo en esa etapa cuando la institución tiene otro cambio de denominación y regresa a tener el nombre de Instituto Profesional de la Región Sur. (Órgano Informativo Universitario, "Adolfo Menéndez Samará", Número 61, Año XVI, 02 de mayo 2011).

Por otra parte, durante su gestión tiene la administración de las unidades académicas de Mazatepec y Jicarero que en ese momento son llamadas Sede de la Cuenca y Sede del Lago.

Del 2012 al 2015 la Lic. Aurora Catalina Cedillo Martínez es nuevamente elegida para ocupar el cargo de directora y durante este periodo vuelve a existir un cambio de denominación por la comisión académica de Ciencias Sociales y administrativas

del IPRO e IPRES, que manifiestan la propuesta de la creación de ocho escuelas de nivel superior, entre las cuales se encuentran la Facultad de Estudios Superiores de Cuautla, Escuela de Estudios Superiores de Jonacatepec, Escuela de Estudios Superiores de Totolapan, Escuela de Estudios Superiores de Xalostoc, Escuela de Estudios Superiores de Jicarero, Escuela de Estudios Superiores de Mazatepec, Escuela de Estudios Superiores de Puente de Ixtla, Escuela de Estudios Superiores de Jojutla, que cuentan con fundamento en el artículo 4 fracción I y V del Reglamento Interno de las comisiones académicas, y artículo 57 del Estatuto Universitario.

Asimismo, los integrantes de las comisiones académicas de Ciencias Sociales y administrativas del IPRO e IPRES, acordaron por unanimidad dictaminar procedente la propuesta de creación de las unidades académicas mencionadas para su presentación, y en su caso, aprobación por el Consejo Universitario. (Órgano Informativo Universitario, “Adolfo Menéndez Samará”, Número 79, Año XIX, 13 de agosto 2014).

Una vez terminado el periodo directivo de la Licenciada Aurora Catalina Cedillo Martínez, es designada como responsable de la dirección a la Lic. Fabiola Álvarez Velasco entre los meses de marzo a junio del año 2015. No obstante, a finales de junio, se asigna nuevamente la dirección a la M.I. Silvia Cartujano Escobar. Cabe señalar que, durante el inicio de actividades, se da la separación de las unidades académicas: EES-Jojutla, EES-Mazatepec y EES-Jicarero respectivamente.

Actualmente, la EES-Jojutla es dirigida por la M.I. Silvia Cartujano Escobar y la universidad cuenta con una matrícula de 637 estudiantes; 112 alumnos en Administración, 193 alumnos en Contador Público y 368 alumnos en Derecho. Cada carrera cuenta con un plan de estudios en donde se desarrollan las materias que se imparten acorde a cada ciclo escolar para brindar una mejor educación, además de que cuenta con actividades extracurriculares, en donde los alumnos pueden desarrollar sus habilidades y capacidades en los distintos temas que se exponen, con la finalidad que puedan ampliar sus conocimientos y sean aptos para realizar

cualquier actividad. Cabe destacar que, cuentan con diferente misión, visión y objetivos, ya que están elaborados dependiendo al tipo de licenciatura de forma que, para cada una sea entendible.

Como se aprecia en el título de esta investigación, la intención es analizar el potencial en emprendimiento social, de igual modo, conocer el nivel de los siguientes aspectos, “motivación de sí mismos y autoconfianza”, “visión de futuro”, “motivación de logro”, “planificación” y “persuasión” que hay en los estudiantes del último semestre de la carrera en administración, por lo que es importante mencionar que el objetivo de la misma es formar profesionales de las disciplinas administrativas con los más altos estándares de conducta ética, competentes en idear, crear, conducir y mantener organizaciones; capaces de coordinar los esfuerzos humanos y el cuidado de los recursos económicos y materiales en la búsqueda de satisfacer necesidades sociales mediante la producción de bienes y servicios de consumo industriales.

Así pues, este estudio se llevó a cabo en el entorno antes mencionado, derivado a que se puede obtener la información necesaria para llevar a cabo dicha investigación de la cual el sujeto de análisis fue el potencial emprendedor de los alumnos próximos a egresar de la carrera en administración, del cual se obtendrá con relación a los conocimientos, habilidades y demás cualidades del alumnado, así como del análisis que arrojen los resultados del test que será aplicado.

Capítulo 4. Marco teórico

En el siguiente apartado se exponen los elementos teóricos que dan sustento a la investigación. Se presentan diferentes perspectivas, con el objetivo de obtener una mayor comprensión del tema.

El emprendimiento está derivado del término francés “entrepreneur”, el cual significa estar listo para tomar decisiones o a iniciar algo. Richard Cantillón (1680-1734), quién introduce por primera vez el concepto moderno de entrepreneur, definido como “el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre”, dividiendo a los productores de la economía de mercado en "contratados", que reciben salarios o rentas fijas, y los "emprendedores", que reciben ganancias variables e inciertas. Según Cantillón (1755), una de las primeras apariciones del término se describe como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones.

Para Hoselitz y Jean Baptiste Say (1767-1832), dos de los colaboradores más representativos del emprendimiento en este período, manifiestan que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un "trabajador superior". Consideraban que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas. Esta utilidad puede variar en función de la persona, del tiempo y del lugar en el contexto del emprendimiento. La concepción de Say es, por lo tanto, que el valor es subjetivo para el empresario.

Simultáneamente, la escuela inglesa, con Adam Smith (1723-1790), manifestó inferencias indirectas sobre el papel del empresario en la economía, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior (Herbert & Link, 1988). Complementariamente, en su obra Teoría de los Sentimientos Morales explica el origen y funcionamiento de los sentimientos morales: el resentimiento, la venganza, la virtud, la admiración, la corrupción y la justicia.

La conclusión es una concepción dinámica e histórica de los sistemas morales en oposición a visiones más estáticas, es decir, que la naturaleza humana estaría diseñada para avanzar fines que no necesariamente son conocidos por los empresarios, que se guían por las causas eficientes. Y en la Riqueza de las Naciones sostiene que la riqueza procede de la división del trabajo, de su especialización basada en la moral práctica, profundizando a medida que se amplía la extensión de los mercados y por ende la especialización.

Para resaltar el planteamiento de que, gracias a la apelación al egoísmo de los particulares se logra el bienestar general, pues la empatía con el egoísmo del otro y el reconocimiento de sus necesidades es la mejor forma de satisfacer las necesidades propias. Incluye una filosofía de la historia, en la cual la propensión a intercambiar, exclusiva del hombre, se convierte en el motor del desarrollo humano. De esta forma Smith da algunas interpretaciones de trabajador superior aproximadas al concepto de superyó que Freud posteriormente trataría de analizar en el psicoanálisis, y que se analizarán más adelante.

En el contexto de la escuela alemana se destaca en el emprendimiento la influencia de autores como J. H. Von Thunen (1783-1850), quien enuncia explícitamente los principios fundamentales de la teoría de la productividad marginal, la cual considera al hombre-empresario como un sujeto económico cuyo único objetivo es maximizar los beneficios, y es clara la relación entre el emprendedor y la descripción del beneficio, que se concibe sobre la base de lo complicado del riesgo y el ingenio usado. H. K. Von Mangoldt (1824-1868), manifiesta que el emprendimiento y la innovación son aprobados como factores importantes para la vida empresarial, aunque no observaba un método de crecimiento dinámico (Herbert & Link, 1988).

La fisiocracia o teoría económica clásica abarcó el tema del emprendimiento, pero no se observó un consenso generalizado, debido a que algunos lo asimilaban como el individuo que asume el riesgo (Cantillon et al); otros como el trabajador superior (Say y Smith); otros lo relacionaron como el hombre inteligente (Cantillon et al), y otros lo calificaron como el innovador (Smith et al). Esta diversidad de tendencias para la época se ve reflejada hoy en día, cuando no se vislumbra un tipo

homogenizado de emprendimiento. Para generalizar el tema del emprendimiento se distinguen dos características: una, donde el emprendedor es tomador de riesgo y persona demasiado inteligente (Cantillon et al); y otra, en la cual el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia (Bentham y Smith) (Jackson et al., 2001).

El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. Como se ha observado, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores.

Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg et al., 1999); también integra las tendencias cognitivas y de procesos a los campos de la estrategia empresarial como lo define Laroche y Nioche (1994) y Mintzberg et al., (1999).

La perspectiva comportamental o de comportamiento, se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios.

Gartner (1985) señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan. En consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno.

De igual manera, al efectuar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner (1988) manifiesta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su

definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias.

La perspectiva psicológica o cognitiva es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes (Fonrouge, 2002): 1) La definición de emprendimiento como "eso que es el emprendedor", no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y 2) La definición de emprendimiento de "por eso que hace el emprendedor", donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones (Cooper et al., 1995).

La perspectiva económica relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de "Homo economicus" para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar; concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico (Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casson, 1982). Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad.

La perspectiva de procesos. Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su

definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo (Bygrave & Hofer, 1991). Se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se enfoca hacia el estudio de los procesos estratégicos en las empresas, para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se dirige hacia el mercado, como proceso empresarial. Se fundamenta en recursos y capacidades, relacionada con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado.

¿Qué es el emprendedor?

El emprendedor puede ser visto como aquel que crea una empresa o negocio que adquiere responsabilidades y obligaciones, sin embargo, el concepto es mucho más amplio de lo que parece; contempla conocimientos, características, habilidades y beneficios que se deben de tener en cuenta para desempeñar en la práctica.

Etimológicamente, los términos emprendedores, empresa y el verbo emprender provienen del francés, *entrepreneur*, *entreprise* y *entreprendre* respectivamente. A su vez, estos términos proceden de la misma raíz del latín vulgar (*in*, *en*, y *prendere*) cuyo significado es coger, atrapar, tomar.

Para Richard Cantillón (1755), un economista irlandés-francés cambia el sentido de la palabra y lo relaciona como “la voluntad o capacidad de enfrentar la incertidumbre”. Además, utiliza la expresión “*entrepreneur*” para designar a ese individuo como un “tomador de riesgos”, ya que cualquier resultado de toda actividad es incierto, implica un riesgo y alguien tiene que asumirlo con la esperanza de que será recomenzada en un futuro.

A lo largo de la historia económica, el emprendedor ha tenido gran importancia, al tener un profundo conocimiento en la industria para el desarrollo de los procesos productivos. Alfred Marshall (1890), afirma que “Todos los emprendedores poseen características similares, pero a la vez todos son diferentes y su éxito está en dependencia de las situaciones económicas en las cuales desarrollan sus

esfuerzos”. Considerando que son cuatro los factores necesarios para la producción: tierra, trabajo, capital y organización. Según este teórico, el emprendedor es quien, al organizar creativamente los otros tres factores, tierra, trabajo y capital, crea nuevos productos o bien mejora los planes de producción de los actuales.

Por lo tanto, los emprendedores han destacado en la economía en cada una de las teorías que han sido manifestadas por varios autores de la disciplina, al conectar con diferentes mercados, combinan diferentes elementos y generan productos innovadores que satisfacen demandas insuficientemente satisfechas. Siendo necesarios para el crecimiento económico, y a su vez son grandes tomadores de riesgo que consideran que cuando existe una oportunidad la toman para desarrollar nuevos bienes y/o servicios.

Asimismo, la palabra emprendedor ha evolucionado a lo largo de la historia, y esta se puede considerar según en el contexto específico que se requiera tener, sin embargo, tienen similitudes que consideran a los emprendedores que se han originado en el desempeño de sus actividades, identificar oportunidades donde otros ven problemas y arriesgando todo para poner en práctica sus sueños.

La Real Academia Española (RAE) define el término emprendedor como “Aquel que emprende con resolución, acciones dificultosas o azarosas”.

Ibañez (2001), señala que el término emprender describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como personas que huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría. Dichos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar, es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente.

Mientras para Andy Freire (2018), emprendedor argentino y autor de diversos libros sobre emprendimiento, emprender “es hacer que las cosas sucedan” y comparte que “el secreto es despertar, apagar el piloto automático que todos por momentos tenemos encendido y decidirnos a ser plenamente”. Además, describe al emprendedor como aquel que tiene una filosofía, una forma de plantearse frente a

la realidad con dinamismo provocativo y la certeza de que entender quiénes somos y cómo miramos el mundo es fundamental para alcanzar lo que se desea.

Emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Alcaraz, 2011). Lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocios; tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.

Desde esta perspectiva, se puede mencionar que el emprendedor es todo aquel profesional que se destaca en su trabajo por estar siempre en busca de oportunidades, el poder de innovar, generar ideas, incluso los que forman parte de empresas ya consolidadas, con fines o sin fines de lucro. Donde con llevan una serie de características y aptitudes que sorprenden a los demás al momento de tomar decisiones para darle solución a las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño en el logro de sus metas y objetivos.

Características

Una de las principales características que define a un emprendedor, es que asume riesgos. Está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, hablando en términos financieros, al tener una visión clara lo que se va a hacer, necesitar e implicar.

De acuerdo con John (1989, como se citó en Alcaraz, 2011), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la resolución de problemas.
- Realismo.

- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca la realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de status y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Burch (1986) agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

- Trabajadores: son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan incansablemente para alcanzarlas.
- Optimistas: consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.
- Orientación a la excelencia: su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor.
- Grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

En resumen, el emprendedor posee características que le facilitan el camino y hacerlo con éxito, pero también se requiere saber utilizarlas para sacarles el máximo provecho, entre las cualidades más mencionadas son:

- Pasión.
- Visión.
- Liderazgo.
- Empatía.
- Confianza en sí mismo.
- Perseverancia.
- Optimista.
- Trabajo en equipo.

Perspectivas y Perfil del emprendedor

Un problema detectado por Kantis (2004), acerca del emprendedor de América Latina, es que las mujeres no participan mayormente en la creación de empresas dinámicas, representando solo uno de cada diez emprendedores. Respecto a la motivación y la dimensión sociocultural para el emprendedor en América Latina, generalmente un familiar constituye la fuente inspiración fundamental.

Por su parte, Toledo Nickels (2001), se enfoca en la destreza del emprendedor, puesto que la misma se sostiene en la práctica anticipatoria del futuro para crear un plan vital que se hará realidad. La imaginación, la perspectiva de diseñar algo en rigor no existente, es parte significativa de la capacidad del emprendedor. Puede con su pensamiento figurarse el suceso final como ya consumado y a continuación elabora mentalmente la sucesión secuencial de los hechos para lograr su consecución. Este proceso, de acuerdo con el autor, no es del todo consciente y probablemente en su principio haya motivaciones emocionales.

También Alcaraz Rodríguez (2011), describe las particularidades de los emprendedores y algunas caracterizaciones. En primer lugar, dice que para ser creativo es forzoso contar con una sensibilidad específica para los inconvenientes (propios y ajenos). Asimismo, hay que poseer fluidez de pensamiento o ideas fértiles, así como la capacidad para completarlas y emplearlas en las circunstancias o el problema estudiado. Esta elasticidad puede ser espontánea, cuando es una habilidad para plantear una gran diversidad de ideas, o adaptativa cuando la orientamos en la solución de una temática determinada.

Finalmente, con base en las publicaciones estudiadas sobre el perfil del emprendedor podemos resumir de ellas las cualidades esenciales que debe tener son: Asunción de riesgos, Autonomía, Autoestima, Autoconfianza, Creatividad, Enérgico, Flexibilidad, Independencia de juicio, Iniciativa, Motivación/necesidad de logro, Perseverancia, Responsabilidad, Tolerancia a la ambigüedad y Visión optimista.

Principios

“Trabajar con poca gente y tratar al cliente como rey son principios que un fundador de empresas no puede olvidar”, expresa el presidente de Katcon Global, Fernando Turner, padrino de la generación Emprendedores 2014 de Expansión y CNNExpansión. (Turner, 2015)

Fernando Turner ha fundado más de 15 empresas desde 1966. Fue tesorero en Altos Hornos de México (AHMSA) e hizo una carrera de seis años en Grupo Industrial Alfa, publica la revista Expansión del 18 de julio de 2014.

Dicho autor propone el siguiente decálogo del Emprendedor:

1. Crecer paso a paso. No todos los negocios son escalables ni tienen por qué serlos. No es posible hacer crecer nada que no tenga solidez o que no esté probado. El empresario mediano y pequeño debe preocuparse por lo que tiene enfrente: su mercado y sus clientes actuales. Primero, debe buscar la mejor forma de satisfacer sus necesidades, hacer su empresa resistente a las crisis y generar rentabilidad. Luego viene la escalabilidad.
2. Sumar juventud sin vicios. Al emprender, el fundador de un negocio necesita sumar empleados jóvenes y sin vicios corporativos. Ellos pueden ayudarlo a trabajar en su modelo de negocios, ya que la visión del nuevo empresario no tiene por qué ser tradicional. Esta decisión debe sumar capacitación que impulse la generación de ideas.
3. Operar ligero. Trabajar con mucha gente es un vicio que hay que combatir. La tendencia es: mientras haya más tecnología, habrá más automatización. No hay mejor manera para ganar en una industria competitiva que eliminando la grasa que no sirve en la empresa.
4. Detectar el fracaso. El fracaso sólo se distingue hasta que sucede. Sin embargo, los CEO pueden ser tenaces o tercos, dependiendo del resultado

de sus esfuerzos. Más vale un CEO mediocre en una buena posición (de negocio) que una administración de excelencia en un negocio malo.

5. Tiempos globales. Llegar a un lugar nuevo a poner una empresa es difícil. Los retos dependen del producto y del mercado. No siempre hay que expandirse internacionalmente. Los emprendedores deben reconocer primero las oportunidades que hay en México, pues pueden perderse al buscar el mercado externo. Una opción es crecer comprando empresas establecidas en el país meta.
6. Planear la sucesión. El proceso es difícil y puede tomar varios años. Implica mucho análisis, reflexión y tiempo para evaluar a los candidatos. El proceso requiere que pidas el consejo de gente que conoce la empresa y a la familia. Incluye a tu pareja cuando se trate de una empresa familiar. En las no familiares, la responsabilidad es del director. Éste debe tener un periodo largo de análisis y evaluación, asesorado por gente de confianza.
7. Liderar el mercado. La clave es estar pendiente de la empresa. Mantenerse y crecer implica un proceso muy duro, ya que toda la operación debe ser perfecta. Es necesario a diario supervisar las etapas de un proyecto, los tiempos de entrega de las tareas, la comunicación con los clientes y las iniciativas de innovación.
8. Evitar envejecer. Éste es uno de los retos: las empresas maduran y se avejentan, pero es algo que se puede evitar. Hay que mover el tapete de la empresa y sacar a la gente del nivel de confort. Los directores son quienes deben liderar la innovación. Si un empresario sabe elegir a su gente, ésta será extraordinariamente buena. Entonces, si no se está produciendo con calidad, hay que cambiar la dirección.
9. El rey feliz. A los clientes hay que tratarlos con 'algodoncitos' y de la mejor manera posible. Nunca hay que olvidarlo: ellos son los jefes. Un empresario

debe tener mucho cuidado: cuando un cliente lo regaña debe agachar la cabeza y aceptar su error. Incluso, aunque no lo haya cometido. A los clientes hay que tratarlos con extraordinario cuidado porque son los dueños, los que te van a hacer que prograses o fracases.

10. Liderazgo hands on. Existen dos tipos de líderes: los que son buenos para delegar y los que son muy buenos para operar. El estilo depende de su personalidad y en ambos hay éxitos y fracasos. A pesar de dejar la empresa en manos de otros, hay que estar pendientes, en la medida que lo permita la salud, y tener algo nuevo que aportar. Un líder debe estar presente y no puede olvidar que la gente quiere sentir que está allí si las cosas se ponen difíciles.

Cultura emprendedora

Aunado a lo anterior, se puede hacer mención que el ser humano es perteneciente a diferentes grupos sociales, los cuales son distinguidos y caracterizados por diferentes aspectos, en particular, el entorno, la cultura, los conocimientos o habilidades y perspectivas sobre ciertos puntos de interés con un objetivo en común.

Inclusive, para convertirse en un emprendedor exitoso depende mucho de los rasgos de cada uno de los individuos que forman parte de la sociedad, primordialmente de su cultura, debido que, hace alusión al conjunto de conocimientos y rasgos particulares a los demás.

En este sentido, la cultura emprendedora es el conjunto de cualidades que identifican a una persona capaz de organizar proyectos y llevarlo hasta lo más alto, sobre todo, se basa en identificar las oportunidades y buscar por sí mismos los recursos necesarios para ser autosuficientes. Para desarrollar esta capacidad es necesario saber desarrollar e impulsar las capacidades para afrontar el cambio, experimentar, ser flexible y arriesgarse.

Por lo tanto, la cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, a partir de las necesidades que se tenían de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor

forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como tal una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y emprendían en algo nuevo e innovador.

Tal concepto, se ha venido involucrando en los estudiantes universitarios por parte de diversos organismo, tanto público y privados. En muchas universidades, no es un tema que se aborde en distintas Licenciaturas, este concepto puede encontrarse en las carreras del área económico-administrativa, esto debido a la naturaleza de ellas, sin embargo, hoy en día y ante la problemática de falta de empleo es importante trabajar en ello e intentar que los estudiantes desarrollen una cultura emprendedora para iniciar un negocio y propiciar la apertura de fuentes de empleo.

Aunque queda mucho por hacer, México en el año 2018 se ha convertido en un país emprendedor, colocándose en el lugar 71 a nivel mundial, logrando 4 puestos menos que el año pasado, lo más trascendente es que se ha dado un cambio de mentalidad: ya no se busca solo el éxito personal y económico, sino que el foco es desarrollar ideas de negocio en beneficio de la comunidad y que resuelvan problemáticas reales dentro de la sociedad para obtener cada vez más, mejores beneficios y optimizar los recursos con los que se cuentan.

La cultura emprendedora, avanza continuamente y hoy se percibe gente más preparada y con objetivos claros. Generalmente, en estos emprendimientos se da una eficaz sinergia de equipos multidisciplinarios, en donde los jóvenes aportan con ideas frescas e innovadoras, y quienes tienen más experiencia las fortalecen con el conocimiento propio de la trayectoria.

No obstante, uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los jóvenes que egresan de las Universidades son las carencias de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole. Por ello, es importante destacar que dentro de las instituciones se debe de impulsar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios, con la intención de estimular una visión empresarial que brinde herramientas para la toma de decisiones ante el deseo de constituir una empresa con la notoria diferencia que no

esté destinada a cerrar como ocurre eventualmente, ya que, la mayoría de los negocios no perduran en el mercado más de un año.

Por naturaleza los egresados de algunas Licenciaturas enfocadas en administración, negocios, mercadotecnia, entre otros, pueden entender qué es o comprender el significado de la cultura emprendedora y hasta cierto punto se ha desarrollado en ellos el interés por ser emprendedores con visión empresarial y desarrollar los cimientos de una empresa propia antes de concluir sus estudios, pero, en otras áreas de estudio no se sabe a ciencia cierta en qué grado los alumnos despiertan su interés por emprender un negocio.

Como se mencionó anteriormente en la actualidad encontrar un empleo se vuelve cada vez más complejo, por consiguiente, los universitarios deben de estimular todas sus capacidades y habilidades al máximo hacia emprender e ir creando nuevas fuentes de empleo y fortalecer el sustento de la vida diaria.

Finalmente, la cultura emprendedora se define como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social, y no sólo para sus propietarios, sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos como empleados, clientes, proveedores y sociedad en general, pues un negocio fortalecido y en crecimiento genera oportunidad de trabajo no solo en las personas contratadas como parte del personal de la empresa, también genera el crecimiento en otro negocio que es el proveedor, desarrollando una cadena de oportunidad y de generación de riqueza.

¿Un emprendedor nace o se hace?

Dentro del análisis, se debe de dar una respuesta a la siguiente pregunta: ¿Un emprendedor nace o se hace? En términos generales, se puede destacar que un buen emprendedor adquiere desde el nacimiento las cualidades necesarias para ser

exitoso, ya que, son habilidades y capacidades que uno mismo ya posee y que con el paso del tiempo se van reforzando, haciendo que su realización sea con mayor facilidad siendo a la vez más eficientes y eficaces. No obstante, también puede suceder lo contrario y que sean cualidades que a través del tiempo y de la experiencia se van aprendiendo.

Para algunos autores es difícil concretar un argumento a dicho cuestionamiento, dado que, se toman en cuenta varias perspectivas y factores que influyen al tomar una decisión concreta.

En el estudio de Martin (2018), señala que el emprendedor nace en el sentido de que hay determinados rasgos de personalidad que favorecen la actividad emprendedora, tal como, iniciativa, creatividad, capacidad de comunicación y de “vender”, empatía, capacidad de liderazgo, enfoque a resultados, visión de oportunidades, flexibilidad o tolerancia al riesgo y a la incertidumbre por mencionar unos cuantos. Sin embargo, siendo todos estos rasgos de gran ayuda cuando están presentes, el emprendedor fundamentalmente se hace, y es a través de la experiencia emprendedora y de la formación.

Mientras que, Manrique (2018), alude que los atributos mencionados anteriormente, entre otros, son los que distinguen a muchos emprendedores exitosos que hoy reciben el reconocimiento en las sociedades que los aprecian y promueven. Este es el caso de los emprendedores como Steve Jobs o Bill Gates, que son admirados por sus logros y por los riesgos que tomaron. Hoy, las empresas que fundaron están entre las más valiosas en el mundo. Así mismo, hay personas que nacen más marcadas que otras para emprender que asumen riesgos más fácilmente, sueñan que todo es posible y se apasionan por volver sus sueños una realidad, no se intimidan fácilmente ante los obstáculos y se crecen ante las adversidades que enfrentan.

En resumen, se puede destacar que un emprendedor surge de ambas formas, dado que, puede nacer siendo un emprendedor e inclusive tener las cualidades que los caracterizan como la creatividad, el asumir riesgos, la motivación y pasión, entre otras. Sin embargo, un emprendedor también se puede hacer con el paso del tiempo

y de la experiencia que va adquiriendo, dichos elementos dependen de factores como, los recursos, herramientas y el entorno al que están expuestos, ya que, son factores críticos para generar nuevas oportunidades y fuentes de creación de valor en la sociedad.

Capacidad emprendedora

Desde la perspectiva sobre la capacidad emprendedora misma que Pilar Majmud, directora del Área Académica Administración y Negocios de INACAP, lo define como la capacidad de actuar con iniciativa y perseverancia de modo de poder modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones productivas y sociales desde su profesión. Esto no necesariamente se refiere a la generación de un nuevo negocio, sino a la capacidad de aportar desde su quehacer profesional, o desde la propia familia o desde un trabajo en otra organización o a través de un propio emprendimiento.

Dentro de la capacidad emprendedora enfocada a la educación superior existen factores que inciden en su desarrollo, por lo tanto, toda persona puede ser emprendedora y bajo este enfoque, Krauss (2005), manifiesta que el estudio del emprendedor se puede analizar bajo 3 perspectivas:

- a) Principalmente bajo una perspectiva psicológica, en el cual se presentan 3 teorías (Croos y Travaglione, 2003). La primera teoría relacionada con la motivación (Mc Clelland, 1961), la segunda en relación con la personalidad o del rasgo (Busenitz, 1999), y la tercera denominada teoría cognitiva (Neck et al. 1999).
- b) Posterior, bajo una perspectiva demográfica, el cual se asocia a los antecedentes familiares, como ejemplo, si existen familiares emprendedores, edad, nivel de educación, experiencia, estado civil, estatus económico, entre otros, aquellas variables que condicionan la capacidad emprendedora (Cano, García y Gea, 2003).
- c) La tercera perspectiva es la actitudinal, debido a que la actitud es la predisposición para emprender y es el componente principal del perfil

emprendedor, la cual se la puede modificar por el pasar del tiempo o por la interacción con el entorno (Robinson, 1991).

La percepción de los factores varía según las investigaciones realizadas por diversos autores, en efecto, Cabana, Cortes et al. (2013), que identifican cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno de educación superior como son: atributos del emprendedor, capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud del emprendedor. Además, es necesario mencionar que en la investigación realizada se evidencia que no existe una gran diferencia en cuanto a las capacidades emprendedoras potenciales de los alumnos que desarrollan oportunidad de negocio y los que no lo hacen, situación que es corroborada por algunos autores (Albacete Saez et al. 2008).

Cabana et al. (2013), manifestaron que existen otros factores que inciden en la capacidad emprendedora, el ecosistema transformador interno y otro externo, el primero es aquel que se encuentra directamente relacionadas con las Instituciones de Educación Superior y está conformado por 4 agentes transformadores los cuales son: académicos, recursos de formación, estrategias de enseñanza y redes internas de alumnos. El ecosistema transformador externo está compuesto por 3 agentes transformadores los cuales son: apoyo gubernamental, privado, padre-familia y finalmente la empresa.

Posteriormente, considera un modelo que plantea la existencia de un marco entorno que está compuesto por: entorno económico, social, cultural, legal, medio ambiental y tecnológico. Mavila, Tinoco y Campos (2009), señalaron que como resultado de su investigación se pueden reconocer cuatro factores que explicaban la capacidad de emprendimiento de los estudiantes de las universidades. El primero es la capacidad de relacionarse socialmente “referida a la aptitud de generar estados de ánimo en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocios” (Mavila, et al., 2009, 33). El segundo factor, de acuerdo con la capacidad de planificación “referida a pensar antes de

actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera que se aproveche a las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno” (Mavila, et al., 2009, 33). El tercero, en referencia a la capacidad de realización personal está referida “al impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer, al esfuerzo por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros” (Mavila, et al., 2009, 33). Y, por último, la capacidad de creatividad referida “a la habilidad de sugerir soluciones y planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial” (Mavila, et al., 2009, 33).

Sánchez et al. (2016), en su investigación indicaron que se ha analizado la capacidad emprendedora con base a cuatro dimensiones principales, capacidad de relacionarse socialmente, capacidad de realización personal, capacidad creativa y la capacidad de planificación, cuyas conclusiones manifiestan que los estudios universitarios permiten adquirir habilidades y actitudes para el emprendimiento, corroborando con distintas investigaciones empíricas donde manifiestan que es posible aumentar el nivel de emprendimiento con educación (Comisión Europea, 2008).

Habilidad emprendedora

Las habilidades de un emprendedor describen su grado de competencia para cumplir objetivos y metas, éstas pueden ser aptitudes, destrezas o capacidades innatas, pero también se pueden desarrollar mediante la práctica. Se aprenden y se integran al comportamiento y a las acciones cotidianas a través de la prueba y el error.

Para convertirse en un buen emprendedor no solo basta con tener las características, la cultura, las capacidades adecuadas al término, debe de contar con una serie de habilidades emprendedoras que brinden un mejor aprovechamiento. Por consiguiente, se desglosan las habilidades que un emprendedor exitoso debe de tener.

En su libro intitulado “*El código del dinero*”, Raimon Samsó enlista y describe 12 habilidades básicas que todo emprendedor debe adquirir y desarrollar:

1. Comercial
2. Marketing
3. Desarrollo de productos y servicios
4. Gestión óptima del tiempo
5. Habilidad para hablar en público
6. Habilidades para la comunicación interpersonal
7. Informática e Internet
8. Autoformación continua
9. Inglés
10. Actitud ganadora
11. Metas
12. Imaginación

Mientras tanto, en el artículo “*Habilidades de un emprendedor de éxito*” publicado por Universia (2020), detalla que un emprendedor debe de contar con las siguientes 16 habilidades:

1. Tener conocimientos sobre gestión de negocios. Sin importar en qué rumbo quieres incursionar, debes contar con conocimientos básicos sobre cómo se maneja el mundo de los negocios.
2. Tener ganas de lograr grandes cosas. Para forjarte un espíritu emprendedor debes tener la determinación de querer llegar lo más lejos posible.
3. Tener coraje. Para que la gente que te rodea crea en ti y en tus proyectos debes demostrar ser una persona valiente.
4. Ser competente. Los profesionales que están a la cabeza de las empresas nunca dejan de formarse en pos de convertirse en cada vez más competentes para desempeñar su rol.
5. Saber relativizar y negociar. En el mundo real, las cosas no son blancas o negras por lo que hay que saber relativizar los problemas y negociar para encontrar posibles soluciones.

6. Motivar a los que te rodean. Algunas personas tienen la especial habilidad de contagiar su entusiasmo y ganas de progresar a todo el equipo que tienen a su cargo.
7. Saber tomar decisiones. Aunque muchas veces las decisiones deben ser tomadas de forma rápida, también debes pensar muy bien lo que haces antes de ejecutarlas.
8. Tener capacidad de adaptación. El mundo de los negocios se mueve de forma cada vez más rápida, por lo que es imprescindible poder adaptarse a estos cambios.
9. Tener iniciativa. Si quieres ser un emprendedor exitoso, no puedes dejar que los demás tomen el mando y dirijan el rumbo de tus proyectos.
10. Ser humilde. Los jefes arrogantes y amenazadores ya pasaron de moda. Motiva a quienes te rodean a ser cada día mejores y verás cómo tu emprendimiento crece a pasos agigantados.
11. Tener capacidad para vender. Esto implica ser capaz de conectar con el resto, de visualizar los aspectos fundamentales de tu producto o servicio y ofrecerlo de tal forma en que el otro quiera comprarlo.
12. Comunicar de forma fluida y eficaz. Necesitas tener la capacidad de comunicarte de forma eficiente y fluida para expresar tus ideas y que sean entendidas con facilidad y pueda convencer a tu receptor.
13. Relacionarse con otras personas (Networking). Cuando te decides a emprender sabes que deberás relacionarte con una amplia variedad de personas, y por lo tanto que deberás saber relacionarte con ellas.
14. Gestión del tiempo. Si emprendes solo o contratas a un grupo de trabajadores, será de vital importancia que puedas manejar tu tiempo, y el de ellos, correctamente.
15. Paciencia y disciplina. No verás resultados desde el primer día, y puede que en meses. Tendrás altibajos y momentos de incertidumbre, por lo que en esos momentos lo único que te salvará es la disciplina y la paciencia.

16. Confianza. En tus capacidades, en tu idea o en tu personal: confía y deja de dudar si quieres que todo salga bien. La confianza que tengas se verá reflejada en tu trabajo.

Conocer cuáles son las habilidades y capacidades que caracterizan a los emprendedores es importante porque sirve para comprender que existen habilidades intrínsecas en las personas. Para Henry et al. (2005) señalados por Elmuti, Khoury y Omran (2012), mencionan que, para ellos las habilidades que se requieren por los emprendedores se dividen en tres categorías distintas: habilidades técnicas, habilidades de gestión empresarial y habilidades emprendedoras personales. Las habilidades técnicas incluyen la comunicación oral, la gestión técnica y habilidades de organización y escritos. Habilidades de gestión empresarial son las habilidades de gestión, como la planificación, la toma de decisiones de marketing y contabilidad. Los emprendedores también deben tener habilidades personales como la innovación, la asunción de riesgos, y la persistencia.

A este respecto, Enechojo y Happiness (2013), mencionan que las habilidades relacionadas con el emprendimiento son las habilidades técnicas, la tecnología de la operación específica, la comunicación y las relaciones interpersonales. El desarrollo del espíritu empresarial de los estudiantes puede frenar el desempleo, y los graduados que adquieran las competencias empresariales pueden convertirse en empresarios.

Con la afirmación de Kaplan y Warren (2010), se puede concluir que los emprendedores poseen habilidades, muchas de los cuales están incrustados dentro de nosotros mismos; y que se pueden descubrir estos rasgos ocultos, y desarrollarlos lo suficiente como para convertirse en un emprendedor exitoso. Con esto se contextualiza lo que Drucker (1985), mencionó que el espíritu emprendedor es nada más que una disciplina y como toda disciplina, se puede aprender. El punto principal de estos autores es que la innovación no es una actividad limitada a una clase especial de personas, todos podemos desarrollarla.

Emprendimiento social

El concepto de emprendimiento social fue acuñado por primera vez en 1980 por Bill Drayton, CEO y fundador de Ashoka, para hacer referencia a aquellas iniciativas innovadoras que tenían como objetivo generar un impacto social escalable siguiendo principios de emprendimiento. Por su parte, la Schwab Foundation para el Emprendimiento Social, habla de un modelo para el cambio social que combina la misión de servir a las poblaciones más vulnerables del planeta junto con los principios del emprendimiento y buenas prácticas del sector privado para crear un mundo más justo, equitativo y sostenible.

Ahora bien, el emprendimiento es catalogado en diferentes ámbitos y por ende engloba un sinnúmero de términos enfocados en cuestiones emprendedoras, la idea central de esta investigación es con relación al emprendimiento social. Dicho tipo de emprendimiento tiene la finalidad de satisfacer las necesidades sociales, medioambientales o de otro tipo, dentro de la comunidad en la que se desenvuelve. Así mismo el emprendimiento social tiene diferentes concepciones, por mencionar las siguientes:

Según el Instituto de la Juventud (INJUVE), "cualquier iniciativa encaminada al desarrollo social y económico de una comunidad" puede ser calificada como emprendimiento social. Bajo esta premisa, recalca que "el emprendimiento social tiene un significado muy diferente en función del nivel del desarrollo económico, social o cultural de la comunidad en que nos encontremos, porque las prioridades y necesidades de las sociedades no son las mismas, sino que dependen de esa etapa de su desarrollo".

Para Juan David Escobar, CEO del startup social Q'Omer Bioactive Ingredients, el emprendimiento social "nace de la idea de que las empresas no solo deben ser viables económicamente, sino que pueden generar un impacto social en sus comunidades". La principal diferencia entre estas iniciativas y el emprendimiento económico radica en "cómo consigues el dinero y para qué lo utilizas", dicho en otras palabras, "cómo te involucras positivamente sobre las comunidades productoras,

cómo repartes equitativamente el dinero, cómo generas procesos de desarrollo y consolidación”, atendiendo a la sostenibilidad económica, medioambiental y social.

Por una parte, el emprendimiento social de manera general cuenta con las siguientes características que son:

- Privilegia la acción social por encima de los fines de lucro.
- Se plantea la resolución o al menos disminución de problemas de interés comunitario, social o incluso global, para la mejoría de la vida humana.
- Persigue sus cometidos empleando métodos y discursos propios del ámbito comercial o empresarial, sobre todo la publicidad.
- Brinda empleo del mismo modo que lo hacen las empresas comerciales.

Perspectivas del emprendimiento social

Según Roberts y Woods (2005) y Palacios Núñez (2010). El emprendimiento social refiere a formas de organización novedosas, humanas y sustentables ligadas a la economía social y solidaria que se propone resolver problemas socio-comunitarios, buscando oportunidades que generen no solo valor económico, sino valor social a partir de la solución de problemáticas sociales de forma efectiva, eficiente y sustentable. Albuja Salazar (2010), Fournier (2011), Guzmán Vásquez y Trujillo Dávila (2008), Sáenz Bilbao y López Vélez (2015) enfatizan también en visualizar a la creación de valor social como factor clave en el emprendimiento social.

Pero Bargsted (2013) abunda aún más sobre la temática y desarrolla una definición aproximativa acerca del concepto. Para dicho autor “implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad social, y el logro de un beneficio común a un grupo humano, ya sea por medio de actividades empresariales o social-comunitarias”. En pocas palabras, más allá de las diferencias entre autores, el objetivo principal del emprendimiento social es resolver problemas sociales de forma eficiente y sustentable, pudiendo o no tener un objetivo lucrativo.

Finalmente, el emprendimiento social aspira de alguna manera a balancear estos tres aspectos de su cometido fundamental: el éxito económico, la responsabilidad social y la medioambiental. Por ende, en vez de maximizar las participaciones de sus accionistas, este tipo de empresas se proponen metas de impacto social en sus comunidades o el mundo, como financiar actividades gratuitas, prestar apoyo a microemprendimientos, proteger a los sectores más débiles, etc.

Tipos de emprendimiento social

Como se ha mencionado, el emprendimiento social no es más que un proyecto de una empresa u organización con o sin fines de lucro que tiene como finalidad mejorar la comunidad a la que pertenece. Existen diferentes tipos de emprendimientos sociales; en particular, se detallan los más importantes.

Primordialmente, es necesario recapitular sobre las cualidades esenciales de un emprendimiento social. Además del fin social, ético, ambiental y también financiero, lo distingue su forma de accionar. Pese a no tener como objetivo central la generación de ganancias, usa un modelo estratégico de mercado para lograr sus fines.

En otras palabras, actúa como una compañía, pero pretende contribuir a resolver una problemática social. Por supuesto, necesita de recursos para subsistir, por lo que vende bienes y servicios sin que esto ocasione daños a su naturaleza.

Aunque en todos ellos predomina un nivel alto de conciencia social, lo cierto es que se pueden percibir diferencias notables entre las diferentes clases de emprendimientos sociales. Estos son los tipos que más se pueden encontrar:

1. Emprendimiento profesional. En este primer caso, incluimos a los expertos que dedican sus conocimientos y capacidades a la resolución de una carencia o problemática en una comunidad. Pueden ser parte de un emprendimiento propio, de una organización o incluso de un proyecto privado; lo que los distingue es su aptitud. Es el caso de una psicopedagoga que ofrece actividades para niños y jóvenes de una comunidad que se

encuentre en escasas condiciones de vida, o una organización o compañía que dispone de un profesional en higiene para que brinde charlas de capacitación en escuelas y entidades públicas.

2. Emprendimiento de concienciación. Comúnmente se llega a percatar este tipo de emprendimiento social, debido que, están conformados por personas con ideales muy firmes, quienes buscan convencer y persuadir a los demás de sus argumentos para que cambien una determinada conducta o estilo de vida como, por ejemplo, a los grupos ambientalistas, quienes no pretenden (mayoritariamente) vender un bien o un servicio, sino que buscan impulsar un cambio para mejorar la sustentabilidad de los recursos y la calidad de vida en el planeta.

3. Emprendimiento social que nace de un privado. Este tipo de emprendimiento social es un poco inusual, ya que ocurre cuando una empresa decide hacer un descuento a sus clientes por llevar un recipiente del producto ya utilizado para reciclarlo posteriormente. Tal es el caso de Natura, empresa que ofrece sus productos a precios más bajos a cambio de recibir un envase o recipiente de sus propios productos vendidos en ocasiones anteriores.

Lo característico aquí es que la empresa se dedica a hacer un bien de modo directo a la sociedad, pero no necesariamente sus empleados o clientes deben compartirlo. Ellos son simplemente actores 'secundarios' del proceso, ya que podrían incluso no estar de acuerdo o no interesarse por la acción social que sus empleadores promueven.

Entonces, no se pretende convencer, sino que se le ofrece un beneficio a alguien para que aporte a la causa. Lo mismo ocurre con los trabajadores que participan en la producción: lo que se busca de ellos es eficacia para cumplir objetivos. Claro está, se necesita un equilibrio; cuanto más fuerte es el impacto social, más disminuye el interés financiero.

4. Emprendimiento dependiente de un modelo corporativo. En este tipo de emprendimiento social, no es dicha organización la que se encarga de producir sus propios recursos y al mismo tiempo beneficiar a la comunidad,

sino que recibe aportes de una empresa, a modo de patrocinio. Sería el caso, por ejemplo, de una multinacional de comida rápida que asesora y financia a una organización sin fines de lucro para la construcción de viviendas en zonas de bajos recursos. En este caso, la finalidad de la compañía no es otra que la ganancia económica, mientras que el fin social se cumple a través de la colaboración con una segunda parte involucrada en el proceso.

Diferencia entre emprendimiento tradicional y social

Para marcar una diferencia entre el emprendimiento tradicional y emprendimiento social es necesario conocer y comprender el concepto de cada tipo de emprendimiento mencionados anteriormente, de este modo, será más fácil diferenciarlos.

En términos generales, recordemos que un emprendedor tradicional es aquel que está dispuesto a pasar de una generalidad de ideas en su cabeza a la realización de un proyecto empresarial y que tiene como finalidad la utilidad individual, mientras que, un emprendedor social está enfocado en generar una solución que repercuta en el bienestar de la sociedad, busca por lo tanto la generación de un valor colectivo, es decir, está enfocado en satisfacer las necesidades sociales, el cual utiliza o se sirve de las necesidades del mercado para alcanzar un fin social.

Aspectos que integran y distinguen al emprendimiento social:

- Crean un valor social
- Utiliza principios y herramientas empresariales
- Presta soluciones innovadoras a problemas sociales
- Persigue un cambio social
- Algunas características de las empresas sociales:
- Incentiva la participación de uno o varios grupos de ciudadanos
- Su principal objetivo es beneficiar a la comunidad.
- Los beneficios no son el principal objetivo de este tipo de empresas.
- Garantizan la igualdad de oportunidades al margen del sexo, edad, raza, religión, etc.

- Se basan en la fuerza de trabajo
- Promueven la innovación económica y social.

Algunas características de las empresas sociales:

- La acción social está por encima de los fines de lucro.
- Buscan la resolución o disminución a los problemas de interés comunitario.
- Tienen la finalidad de satisfacer las necesidades sociales, medioambientales o de otro tipo siempre y cuando estén dentro de la comunidad y se desenvuelvan en ellas.

Emprendedor social

Los emprendedores sociales, por tanto, son aquellas personas que inician y desarrollan un proyecto de estas características, priorizando el impacto social por encima del beneficio económico, a fin de satisfacer sustentablemente necesidades sociales, organiza su accionar movilizando diferentes recursos que incluyan capacidad de reconocimiento de problemáticas, conocimiento técnico, estrategias de liderazgo, capacidad empática, entre otros (Palacios Núñez, 2010; Molero, Recio y Cuadrado, 2010, García Lirios, 2014).

Para ser un emprendedor social, según la Guía del Emprendedor Social, se requiere al menos dos cosas: Primero, tener la consciencia de un problema social, estar preocupado por el bienestar humano, por su entorno. Segundo se requiere la voluntad de cambiarlo. Entre estos dos requisitos existe un ecosistema, del cual forman parte universidades, gobiernos, asociaciones civiles, organismos no gubernamentales y la sociedad en general.

Características

Las características de un emprendedor social a simple vista pudieran confundirse con las de un emprendedor, pero la diferencia se establece en el ámbito de aplicación, debido que, estos rasgos deben de estar basadas en la parte social.

Según define el director ejecutivo de la organización SocialLab en México, Juan del Cerro, en su libro "*¿Qué es el emprendimiento social?*", existen diferentes perfiles de emprendedores sociales. Estos pueden tener cualquier origen, sin importar que carrera hayan estudiado o experiencia laboral tengan.

Sin embargo, existen algunas características claves que todos los emprendedores de este tipo comparten. Algunos aspectos que caracterizan a un emprendedor social son las siguientes:

- Responsabilidad social y compromiso
- Asumir riesgos
- Perseverancia y constancia
- Ser una persona social
- Visión de negocios
- Búsqueda de profesionalismo
- Personas enfocadas
- Cero conformismos
- Liderazgo
- Ingenio e innovador
- Son optimistas

Fundamentos del emprendimiento social en México

En la revista Entrepreneur (2019), en su artículo denominado "*Los 20 emprendedores sociales que están cambiando a México*", en la categoría "Impacto a la Comunidad" del Premio Entrepreneur Powered by Facebook se buscó a las empresas cuyo producto o servicio ayude a resolver un problema social que se vive en México como la pobreza, delincuencia, corrupción, hambre, acceso a la salud, acceso a la educación, vivienda, desigualdad, desempleo, trabajo informal o violencia.

En esta categoría participaron micro y pequeñas empresas o personas físicas con actividad empresarial con un modelo de negocio rentable, escalable e innovador que dan una respuesta a las problemáticas del mundo.

Por mencionar algunos de ellos:

1. Los emprendedores Emmanuel Aguirre y Roberto Riestra desarrollaron un sistema de salud inteligente denominado Meddi. Se trata de una plataforma que conecta a los pacientes con proveedores de diferentes servicios médicos a un costo asequible. Ofrece consultas especializadas, diagnósticos basados en evidencia, seguimiento personalizado por telemedicina y descuentos en hospitales, laboratorios, farmacias, gimnasios, centros de nutrición y más. También cuenta con un índice de riesgo en salud, a partir de un algoritmo que predice el estado actual de la población de manera individual.
2. Por otra parte, Roberto Salcedo y Luis Antonio Villareal Castilla, crearon Baubap. Un startup que ofrece una alternativa de micro financiamiento digital, rápida y accesible a segmentos económicamente vulnerables, excluidos del sistema financiero tradicional a través de una plataforma de tecnología financiera que otorga microcréditos 24/7, de manera automática. Utiliza una calificación alternativa que permite verificar identidad, prevenir fraude y determinar la probabilidad de pago de personas que no tienen historial crediticio. En su primer año de operaciones ha atendido ya a más de 60,000 usuarios y otorgado más de 5,000 préstamos.
3. De igual forma Deborah Dana, Israel Díaz, David Dana e Isabel Olea, impulsaron La Canasta Rosa. Esta plataforma busca dar una herramienta a personas en todo el mundo para que se inspiren, compren o vendan productos o servicios de micro emprendedores en México. Este Marketplace nació en mayo de 2018 y desde entonces ayuda a generar 1,600 fuentes de ingreso para sus usuarios. Canasta Rosa ha tenido un crecimiento de 31 por ciento de operaciones con una comercialización de un millón de pesos mensual en las ventas en su portal. El equipo de este emprendimiento además ofrece seis talleres mensuales para incentivar a gente a lanzar su propio negocio a través de una tienda en línea.
4. José Luis López Amador y Nicholas Frank Grassi, crearon Fineriomx. Se trata de la primera herramienta de finanzas personales automatizada y gratuita de

México. La aplicación gratuita de esta Fintech se conecta con once de los bancos más importantes del país para vincular las cuentas bancarias del usuario y darle un panorama amplio de sus gastos y oportunidades de ahorro. Esta empresa nacida en 2016 busca ayudar a la población a controlar sus gastos, entender sus opciones financieras y registrar sus movimientos en efectivo. Hoy tiene cerca de 150,000 usuarios que han triplicado su ahorro.

5. Finalmente, José de Jesús Sánchez Pineda y Alejandra García Muñiz, desarrollaron JuntosAC. En México el siete por ciento de la población (aproximadamente nueve millones de personas) vive con alguna discapacidad y esta empresa social busca que estos individuos dejen de estar excluidos en los espacios de trabajo. La compañía, que tiene su sede en San Luis Potosí, pero brinda sus servicios en toda la república mexicana desde el 2013, ha colocado a más de 500 personas con discapacidad en un empleo y ha asesorado a más de 100 empresas para que estén preparados para la inclusión.

La universidad y el emprendimiento social

Cabe destacar que, el emprendimiento social puede hacer referencia a un individuo o a un grupo de individuos que buscan desarrollar un proyecto que favorezca a una comunidad, sociedad o grupo de personas. Los motivos para encaminarse al emprendimiento son variados, puede surgir por voluntad propia o puede ser impulsado por diferentes instituciones, fundamentalmente en nivel superior. En efecto, la Universidad tiene un carácter formador en teorías, conceptos y herramientas, los cuales pueden motivar a los universitarios a lanzarse al emprendimiento social o a trabajar en conjunto con emprendedores sociales.

La Universidad juega un rol muy importante dentro de la sociedad dada su función primordial en la generación de conocimientos. Lugar donde los estudiantes desarrollan su formación académica. Es el caso de la EES-Jojutla, institución que

tiene por misión formar profesionistas competitivos con compromiso ético, excelencia académica y con la finalidad de contribuir a resolver y a satisfacer las necesidades de la región, del estado y en general con la sociedad globalizada. De este modo son capaces de establecer los planes de estudio más adecuados y acorde a las distintas carreras para que puedan desarrollar un emprendimiento exitoso sin importar de qué carrera sean.

La importancia de este estudio está dada por la necesidad de fortalecer la vinculación de la Universidad en un ambiente emprendedor con una visión social que incentive a la intención emprendedora de los estudiantes. Además, con los resultados de este análisis se podrá encontrar áreas de mejora y tomar medidas que permitan optimizar el proceso de enseñanza aprendizaje.

¿Qué es el potencial?

El potencial humano es la capacidad que tienen los individuos de crear, innovar y cumplir con sus objetivos personales. Es una cualidad individual y que cada persona la desarrolla de acuerdo con su actitud y entusiasmo. Cuando se mide el potencial en una persona se obtienen resultados como lo es:

- ✦ Determina las responsabilidades y prioridades de cada colaborador.
- ✦ Mejora el rendimiento individual de los trabajadores y la productividad de la empresa.
- ✦ Proporciona opinión constructiva sobre lo que se hace bien (reconocimiento) y lo que es mejorable (para aprender).
- ✦ Fomenta la comunicación cara a cara entre sus colaboradores y sus jefes directos.

Por otra parte, Abraham Maslow (1908-1970) desarrolló una "Teoría sobre el desarrollo del potencial humano", basada en que el ser humano "posee los recursos internos para crecer y progresar". "Realizar" ese potencial es remover obstáculos que lo traban, pero también hacerlo crecer y "fortalecer las capacidades positivas

de la personalidad". El potencial no es fijo sino ampliable; y no es homogéneo, pues incluye capacidades diversas, y hasta contrapuestas.

¿Qué es el potencial emprendedor?

Una vez analizado el concepto sobre potencial, se deben de tener en cuenta los términos relacionados que a su vez son importantes para poder tener una idea más clara sobre el tema, en este caso un factor determinante que forma parte en el desarrollo de un emprendedor es el potencial enfocado al emprendimiento. Cabe destacar que no solo necesita tener las características y habilidades para convertirse en un emprendedor exitoso, es necesario contar con el potencial emprendedor suficiente para implementar y desarrollar las actividades correctamente.

El potencial emprendedor no es más que, la capacidad que tienen las personas para implementar nuevas creaciones e innovaciones en el ámbito del emprendimiento social y que logren satisfacer las necesidades de la sociedad en generar de la mejor forma posible. Siendo de este modo, al contar con el potencial emprendedor el individuo será capaz de llevar a cabo cada una de las características, habilidades, conocimientos, técnicas, herramientas, entre otros términos, y obtendrá un aprovechamiento óptimo de cada uno de los recursos que utilice.

Caso de emprendimiento dentro de la EES-Jojutla

Es importante destacar, la participación que han desempeñado los alumnos de la EES-Jojutla en concursos de emprendimiento a lo largo de su formación académica, los cuales se han desarrollado a través de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA).

Esto es llevado a cabo mediante un concurso interno en la universidad donde participan estudiantes con proyectos que generan una idea de negocio creativa, innovadora y con características que permiten desarrollar sus habilidades emprendedoras. Con el fin de identificar la oportunidad que ofrece a los universitarios destacar con su plan de negocios en diferentes categorías: tradicional,

tecnología intermedia, base tecnológica y de impacto social, en la cual cuenta con participación en la expo regional y nacional emprendedora que cada año se organiza.

Entre los casos de emprendimiento que se han llevado a cabo en la institución, cabe destacar que se encuentra el proyecto de un plato que no contamina y es apto para composta, que tuvo como nombre “Centli” y su eslogan “usar y tirar, sin contaminar”, obtuvo el primer lugar en el expo regional, alumnas de la licenciatura en administración en la categoría de impacto social. Esto al tener características que se encuentran en un emprendimiento social, el cual buscaba beneficiar a la población de Jojutla y sus alrededores a través de un centro de acopio de tortilla de maíz, esto consistía en que las personas deberían de llevar un kilo de tortilla dura a cambio de un producto o productos de la despensa básica, con el fin de que las personas se beneficiarían.

La importancia de todo lo expuesto en este capítulo es citar todo el contexto teórico referente al emprendimiento para englobar los conceptos básicos, de igual modo, con la información recabada se consigue la realización de un análisis, mismo que está orientado hacia una mejor toma de decisiones y en conocer el potencial de emprendimiento social en los alumnos del último semestre de la carrera en administración, respecto a que en la actualidad dicho término tiene un impacto significativo en el desarrollo social de los países.

Ahora bien, la relevancia que tiene realizar un estudio como el que se presenta en esta investigación es que con base a los resultados se puede lograr una optimización en la toma de decisiones por parte de los docentes y en caso de ser necesario enfocarse más en el nivel de habilidades emprendedoras y sobre todo en el nivel de potencial que cada uno obtiene para que cada vez sea mejor y los alumnos puedan desarrollar con mayor facilidad proyectos ligados al tema sin tener problema alguno durante el desarrollo y puedan darle el seguimiento adecuado una vez terminados sus estudios.

Capítulo 5. Método

Enfoque metodológico

En este apartado se explica el camino que se siguió para lograr los objetivos de esta investigación.

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, es decir, se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, basándose en la medición numérica, el conteo y en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población (Metodología, s. f.).

Población y censo

Debido a que los estudiantes del último semestre en administración son un número finito se consideró realizar un censo, el cual es el proceso de recolectar, compilar, evaluar, analizar y publicar o diseminar en cualquier otra forma, los datos o la información demográficos, económicos y sociales que pertenecen en un momento determinado, a todas las personas de un país o de una parte bien delimitada del mismo (Arias, s.f).

La población sujeta de análisis es la totalidad de alumnos del 8º semestre de la carrera en administración integrado por 28 estudiantes, sin embargo, de la totalidad de estudiantes solo se consideraron 26, ya que, dos se abstuvieron de contestarlo, debido a que, la que suscribe forma parte de ese grupo por lo que fue preferible no interferir en los resultados de la investigación y del otro participante no se recibió información.

Escala utilizada

El instrumento de recolección de datos que se utilizó en la investigación es un cuestionario que está conformado de la siguiente manera:

Apartado I: datos sociodemográficos que permite recolectar información general de los informantes, tales como: edad, género, lugar de residencia, etc.

Apartado II: desarrollo de nuevas ideas, consiste en un caso ficticio donde el participante debe dar soluciones a un problema planteado que afecta a la sociedad. Con el fin conocer la generación de ideas, creatividad y oportunidades que pueden ser desarrolladas para un emprendimiento social.

Apartado III: la Escala de Actitudes y Comportamientos hacia el Emprendimiento que definen las dimensiones que conforman el potencial en emprendimiento social. Posteriormente, se utilizó la aplicación de Google Forms, donde se procedió a capturar un formulario conforme a cada apartado con datos sociodemográficos, desarrollo de nuevas ideas y la Escala de Actitudes y Comportamientos hacia el Emprendimiento, con la intención de que los alumnos pudieran contestar el cuestionario vía electrónica.

El test de evaluación del potencial en emprendimiento social es diseñado y validado por Portuguez, Valenzuela y Navarro (2018). Consiste en una escala tipo Likert, formulado con 30 ítems, con posibles respuestas en cada enunciado que van desde “nunca” hasta “siempre”, distribuidos en ocho subescalas que precisan las tres dimensiones al emprendimiento social: pasión hacia al emprendimiento, orientación hacia la sustentabilidad e identificación de oportunidades.

La descripción de cada dimensión se puede observar en la siguiente tabla 1.

Tabla 1.

Descripción de las dimensiones al emprendimiento social.

Dimensión	Descripción
Pasión hacia el emprendimiento	<p>Sentimientos positivos e intensos que siente el emprendedor cuando participa en actividades empresariales. Se considera como una característica indispensable para los líderes exitosos en los negocios y funciona como un factor de motivación. Algunos autores definen la pasión hacia el emprendimiento como la mayor cantidad de tiempo y esfuerzo que una persona emplea en alcanzar sus metas, o el amor que tiene hacia el trabajo que realiza (Gagné, 2014).</p> <p>Las preguntas que definen esta dimensión son las siguientes: 1,4,6,8,11,16,23,24,25,27,29,30. Ver Anexo A.</p>

Orientación a la sustentabilidad	Elemento importante para el desarrollo y creación de empresas sustentables que mejoren las condiciones de la población. Donde
	existen ciertas acciones que señalan un comportamiento socialmente responsable como: ahorrar agua, electricidad, reciclar, consumir productos amigables con el ambiente y persuadir a otros para proteger el ambiente. Además, se define el altruismo como las actitudes que van orientadas a ayudar a otros sin esperar obtener nada a cambio, e incluye acciones como la participación en actividades que mitiguen los efectos de fenómenos naturales, participen en la recaudación de fondos y atiendan las necesidades de personas afectadas (Corral-Verdugo et al, 2014). A esta dimensión se le atribuyen las preguntas 3,5,7,10,12,13,15,18,19,20,21,22,28. Ver Anexo A.
Identificación de oportunidades	Es el conocimiento que comprende el reconocimiento y la interpretación de la información que se presenta en el mercado, al detectar la necesidad y poner en práctica una solución. Esta habilidad hace que el emprendedor social se convierta en un administrador que es capaz de combinar eficientemente los recursos para aprovechar las oportunidades que se le presentan (Ciruela, Cuadrado y Angulo, 2016). Las preguntas relacionadas a esta dimensión son 2,9 y 17. Ver Anexo A.

Fuente: elaboración propia.

Prueba piloto

Se realizó una prueba piloto, con la finalidad de corroborar que no existiera algún error o bien que, alguna de las preguntas no fuera comprendida por el estudiante.

Aplicación del cuestionario

Se les envió el cuestionario a los informantes a través de un grupo de WhatsApp integrado por los alumnos de 8vo semestre en administración, cuyo objetivo es la comunicación relacionada con asuntos escolares y del cual formo parte. Los datos se recabaron los días 8 y 9 de abril del 2021.

Una vez que los estudiantes contestaron el formulario, de manera automática se generó un archivo en Excel, el cual contenía todas las variables a analizar, posteriormente mediante estadística descriptiva se procesaron los datos y se generaron las gráficas correspondientes.

Capítulo 6. Resultados

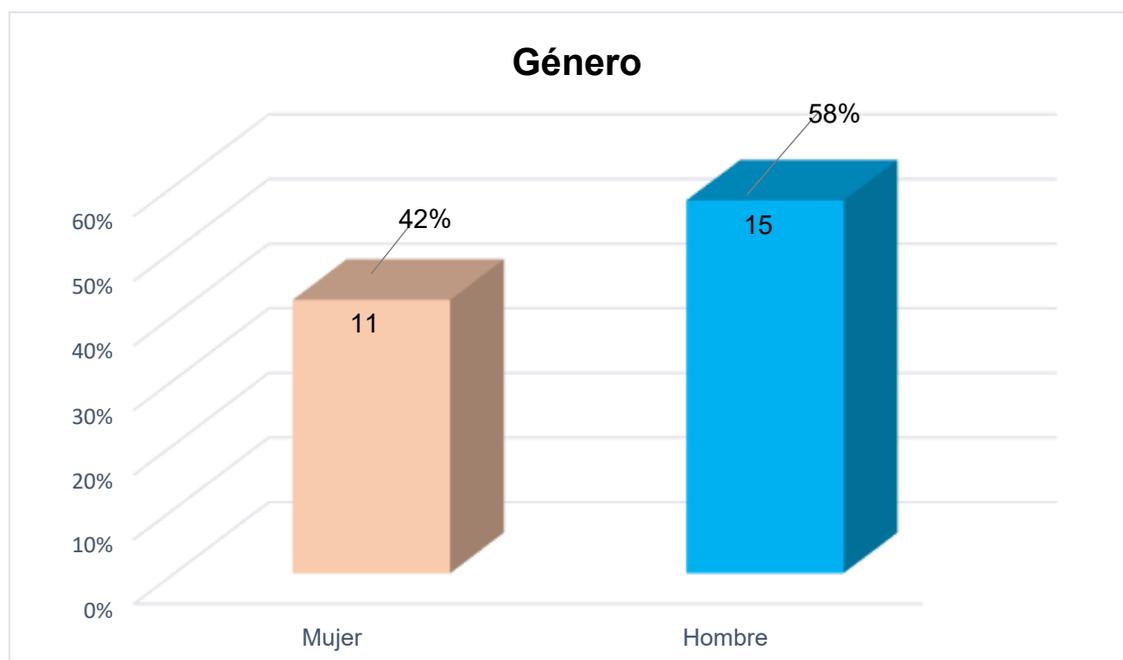
Resultados Cuantitativos

En el siguiente apartado se muestran los resultados obtenidos a través del análisis y procesamiento de los datos recolectados una vez aplicado el cuestionario. Cabe mencionar que esto permitió caracterizar al estudiante y conocer su nivel potencial en emprendimiento social.

Con respecto al cuestionario aplicado a 26 estudiantes del último semestre de la carrera en administración, la distribución por género se representa de la siguiente manera: el 42% fueron mujeres, mientras que 58% son hombres. (ver gráfica 1).

Gráfica 1.

Distribución con base al género



Fuente: Elaboración propia.

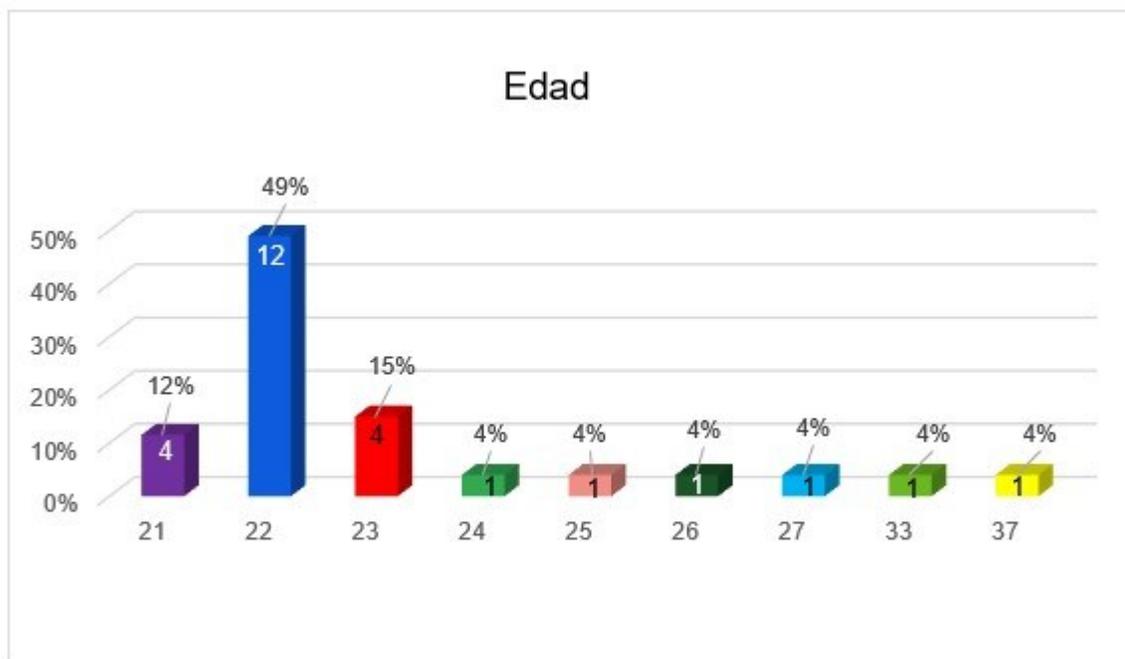
Ahora bien, en la gráfica 2 se observa la distribución por edad, en este sentido, el 49% corresponde a alumnos de 22 años, mientras que el 15% tiene 23 años y el

12% tienen 21 años. Un 4% lo integran alumnos cuyas edades oscilan entre 24 y 37 años.

Se infiere entonces que, el mayor porcentaje de estudiantes se encuentran en un rango de entre 21 y 23 años.

Cabe mencionar que, de acuerdo con los resultados de otras investigaciones, los individuos más jóvenes tienen mayor capacidad de emprendimiento a diferencia de los que tienen mayor edad, por lo que los estudiantes sujetos de estudio en esta tesis representan una fuente de información relevante para conocer su potencial en emprendimiento social.

Gráfica 2. Distribución con base a la edad.



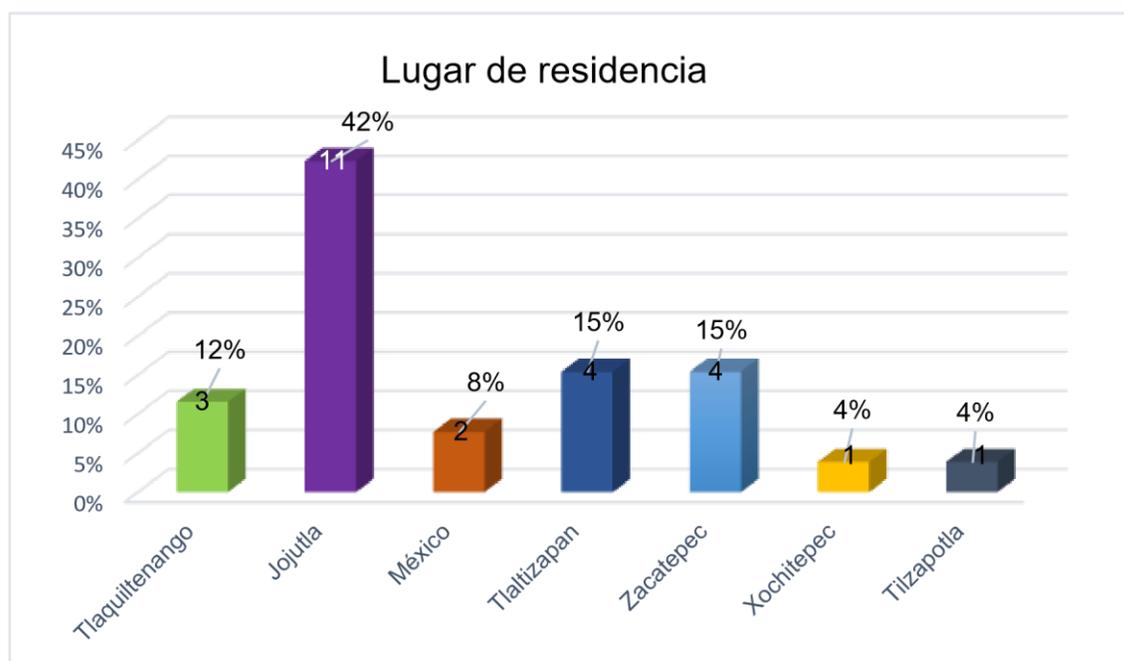
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al lugar de residencia de los estudiantes se observa la siguiente distribución: el porcentaje con mayor representatividad es de los estudiantes que residen en el municipio de Jojutla con un 42%, el 15% corresponde a estudiantes de los municipios de Zacatepec y Tlaltizapán, mientras que el 12% son de

Tlaquiltenango, el 8% son originarios de la Ciudad de México y finalmente el 4% de Xochitepec y Tlzapotla (ver gráfica 3).

A simple vista se observa que la mayoría de los alumnos son del municipio de Jojutla y un 30% corresponde a estudiantes que residen en la zona sur del estado de Morelos. Mientras más alejado esté el municipio de procedencia se reduce la cantidad de alumnos.

Gráfica 3.
Lugar de residencia



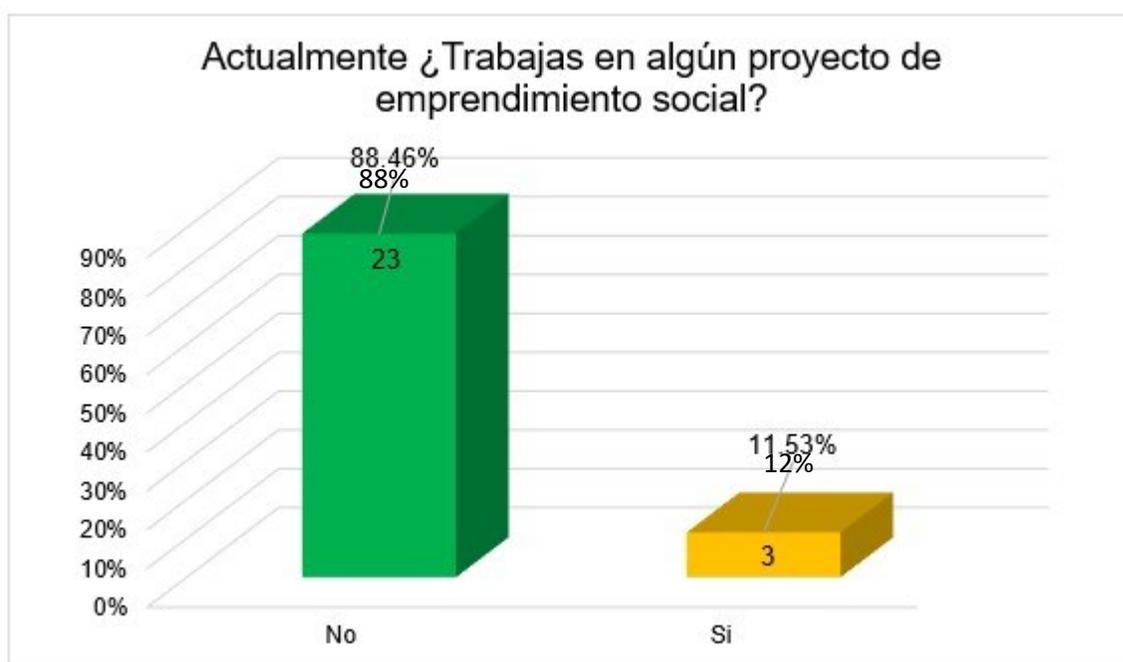
Fuente: Elaboración propia.

Una de las preguntas más significativas del cuestionario es la que se muestra en la gráfica 4, en la que con un 88% representa a los estudiantes que actualmente no están trabajando en un proyecto social y solo un mínimo de la totalidad de estudiantes se encuentra trabajando en un proyecto de emprendimiento social con un 12% (ver gráfica 4).

Al analizar los resultados a dicha pregunta nos percatamos que, la mayor parte de los alumnos no se encuentran trabajando actualmente en un proyecto de emprendimiento social, con las indagaciones previamente realizadas se infiere que puede existir la posibilidad de que no estén interesados por este tipo de proyectos e inclusive tengan la proyección de verse como nuevos profesionistas trabajando en una empresa ya establecida o por lo contrario sus actividades escolares y/o laborales no les permite hacerlo por el momento pero desean hacerlo en un futuro.

Gráfica 4.

Proyecto de emprendimiento social.

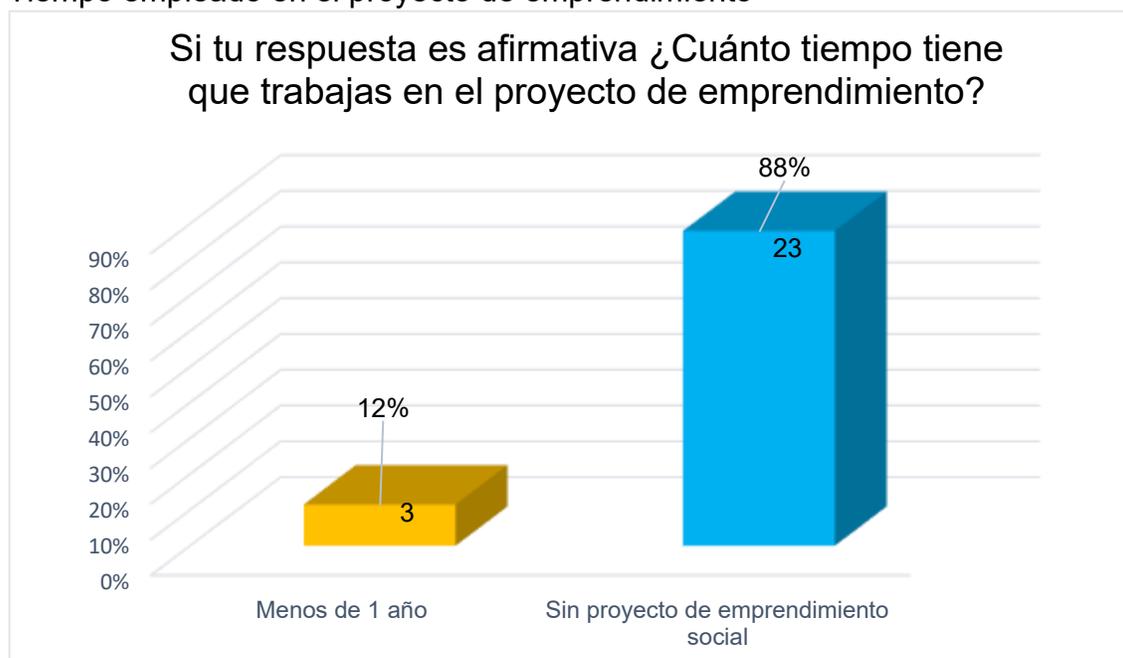


Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica 5, el 12% de los estudiantes que actualmente trabajan en un proyecto de emprendimiento social, contemplan un periodo menor a 1 año trabajando en ello. (ver gráfica 5).

Gráfica 5.

Tiempo empleado en el proyecto de emprendimiento



Fuente: *Elaboración propia.*

De manera general el emprendimiento social se refiere a formas de organización que se propone resolver problemas socio-comunitarios, buscando oportunidades que generen no solo valor económico, sino valor social a partir de la solución de problemáticas sociales de forma efectiva, eficiente y sustentable.

Es importante destacar que para los encuestados el término de emprendimiento social es considerado como las siguientes afirmaciones:

1. Establecer algún negocio o proyecto que sea rentable y factible, pensando en el bien de la sociedad.

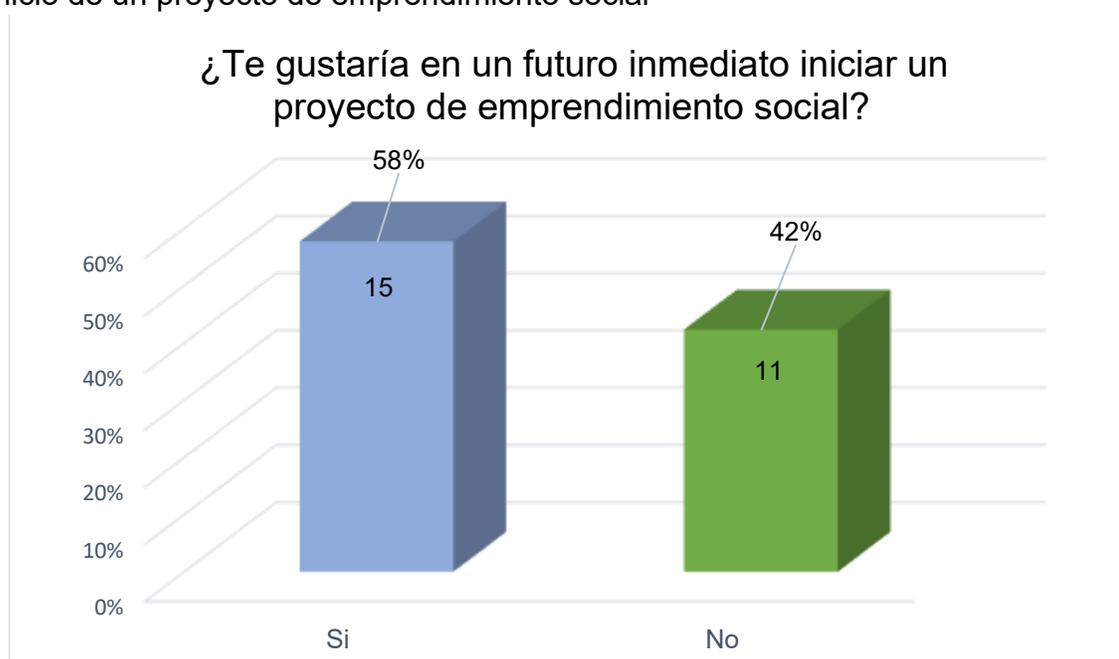
2. Es la acción de los ciudadanos a contribuir con algún proyecto que beneficie a la sociedad
3. Es una forma de organización sin fines de lucro
4. Es poner en marcha una iniciativa para atender una necesidad ante la sociedad
5. Es una herramienta que es utilizada para llegar a cabo algún proyecto que tenga beneficio para la sociedad
6. El emprendimiento social es cualquier actividad de una empresa, pero su objetivo principal el dar valor a la sociedad, dejando en segundo plano el valor económico.

Finalmente, los encuestados aluden a dicho término como una forma de labor colectiva dentro de una sociedad, en donde parten con la generación de una idea de un proyecto con el desarrollo de soluciones sobre temas sociales, ambientales, entre otros, que tienen la finalidad de satisfacer una necesidad para dar un beneficio a la comunidad.

De las afirmaciones ya mencionadas, se considera que los estudiantes tienen una noción acertada hacia el término, sin embargo, el conocer un poco sobre este tema no los hace relacionarse de manera directa, dado que, en la gráfica 6 se representa con un 42% la falta de interés por iniciar un proyecto de emprendimiento social en un futuro inmediato, siendo solo el 58% los que sí están en acuerdo por encabezar con dicho proyecto.

Gráfica 6.

Inicio de un proyecto de emprendimiento social



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al segundo apartado referente al desarrollo de nuevas ideas los encuestados concuerdan en la misma idea central sobre el ejemplo expuesto, del mismo modo que, solo 4 personas detallaron más de una idea, específicamente fueron 3 hombres y 1 mujer, mientras que el resto solo optaron por ejemplificar 1 idea.

Distintos investigadores en el tema del emprendimiento han coincidido en que los emprendedores sociales poseen características específicas que resultan clave para el éxito en la tarea. Si bien estas características son variadas debido a que el emprendedor social busca los objetivos empresariales para alcanzar un bien común, se buscaron características que se consideran relevantes para determinar si la persona tiene un perfil que le permita iniciar con una labor que favorece la combinación de lo social y lo económico (Navarro y Climent, 2010).

Como se observa en la gráfica 7 de la totalidad encuestada, el 31% de ellos en todo momento desearía estar trabajando en un proyecto de emprendimiento cuando no lo está haciendo, y el 34% simboliza que en varias ocasiones plantea lo mismo y el 23% solo algunas veces desearía hacerlo, aunado a ello, con el análisis de esta pregunta y en relación a la gráfica 3 que representa al 88% de los estudiantes que no se encuentran activamente trabajando en tal proyecto solo en variadas ocasiones si desearía estarlo haciendo, en cambio, solo el 8% del total nunca desea realizar dicha acción, y el 4% casi nunca lo hace (ver gráfica 7).

Gráfica 7.

Rasgos del trabajo en emprendimiento social

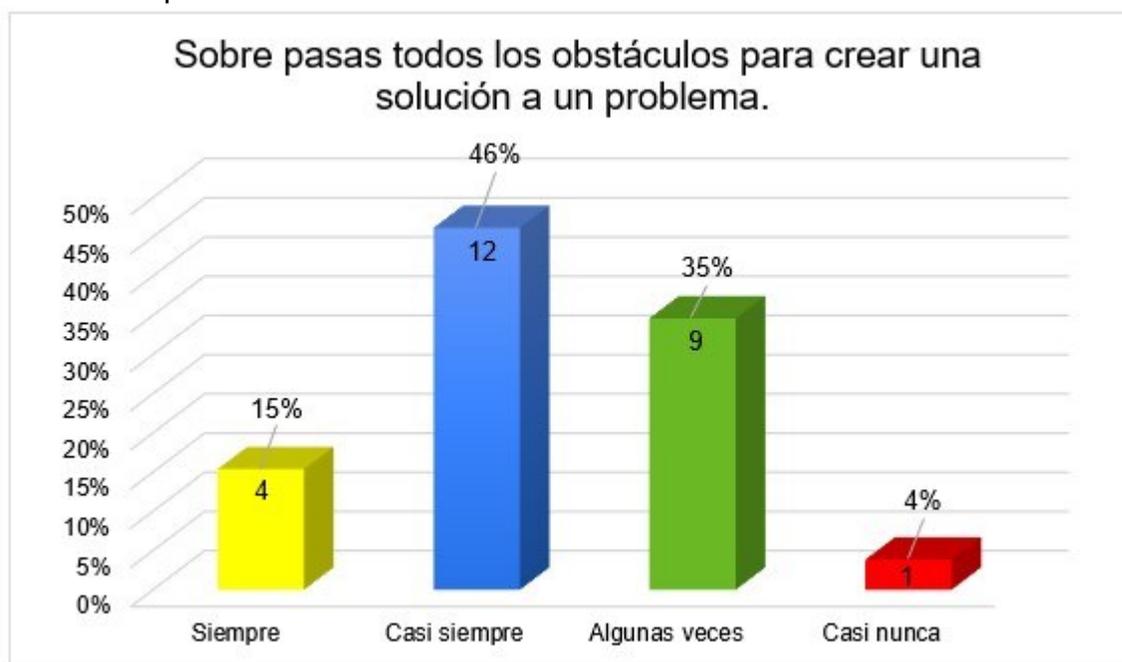


Fuente: Elaboración propia.

Cada estudiante tiene prioridades diferentes y las realiza con base a sus tiempos y a la debida organización, dicho de este modo, en la gráfica 8 muestra que el 15% de ellos siempre logra sobre pasar todos los obstáculos para crear soluciones, mientras que, el 46% en varias ocasiones, pero no siempre lo logra y el 35% solo ocasionalmente puede lograr superar cada obstáculo o dar solución hacia algún problema, en cambio, el 4% casi nunca puede cumplirlo (ver gráfica 8).

Gráfica 8.

Obstáculos para crear soluciones



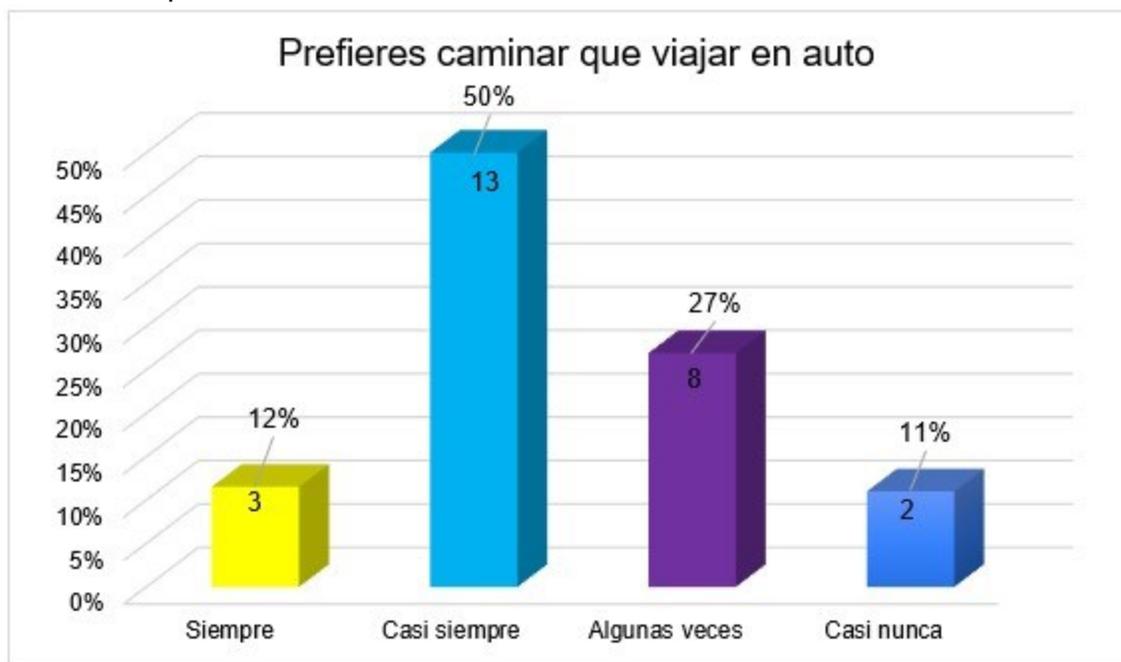
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 9 se muestra que el 50% casi siempre prefiere caminar que viajar en auto, mientras que el 27% algunas veces decide hacerlo, ahora bien, de la totalidad de la población encuestada solo el 12% decide que prefiere caminar que viajar en auto en todo momento, y el 11% representa a los que casi nunca quieren hacerlo (ver gráfica 9).

Dicha pregunta se desglosa de la dimensión de orientación hacia la sustentabilidad, específicamente en la escala de frugalidad, es decir, se enfocan hacia la parte ecológica y en ser socialmente responsables. Por lo tanto, la diferencia entre dichos valores radica en su manera de vivir sin gastar más de lo necesario, considerando que pueden suplir una actividad por otra para no generar gastos excesivos y cuidar al medio ambiente.

Gráfica 9.

Decisiones para trasladarse

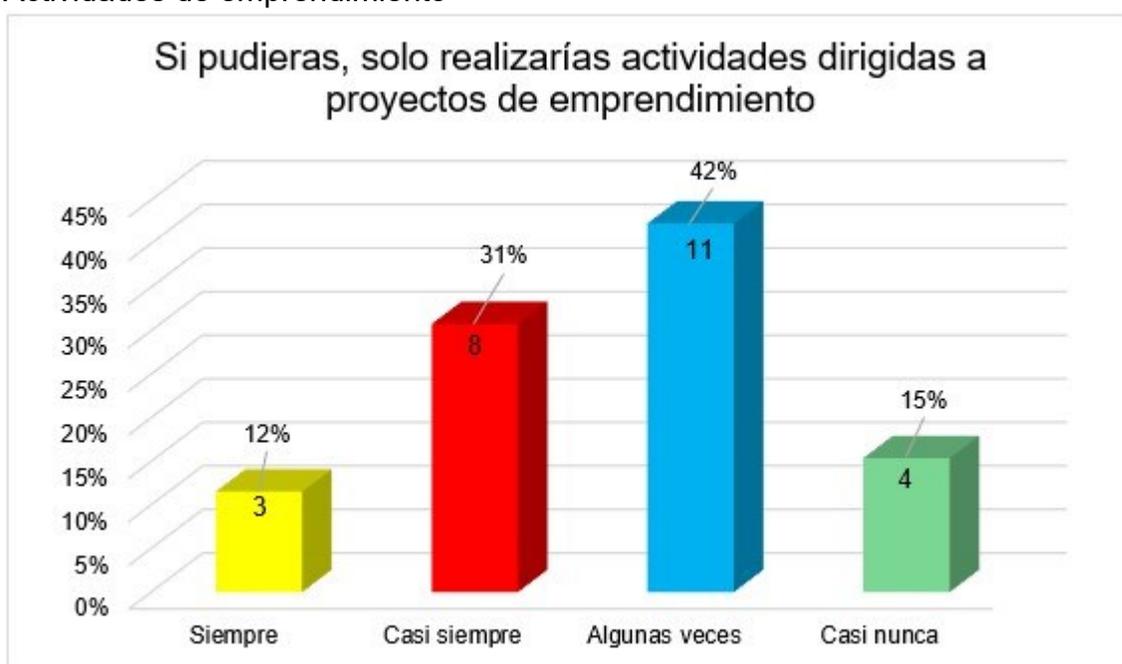


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 10, especifica que solo el 12% siempre estaría dispuesto a realizar actividades dirigidas a proyectos de emprendimiento, en cambio el 15% si pudiera dedicarse a dicha acción casi nunca estaría dispuesto a ello, ahora bien, el porcentaje restante solo ocasionalmente estaría dispuesto a dirigirse en este tipo de proyectos, pues prefieren hacer otro tipo de actividades (ver gráfica 10).

Gráfica 10.

Actividades de emprendimiento

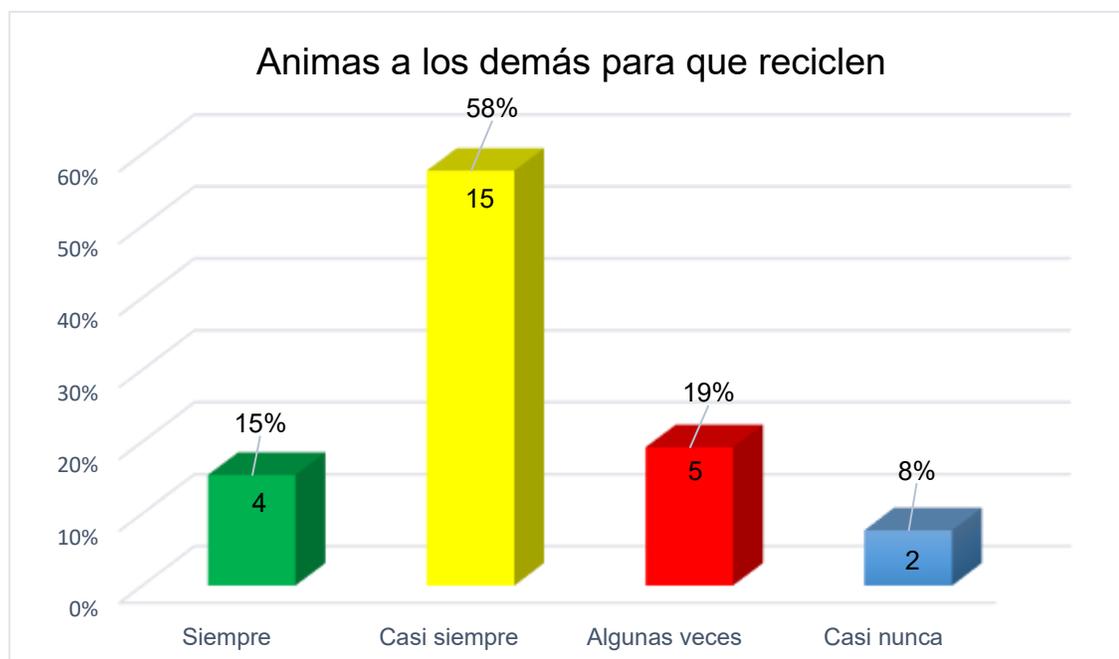


Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, de las cualidades dentro del reciclaje, es muy importante conocer la prioridad le aportan los encuestados a dichas preguntas con relación al tema, por ello, solo el 15% siempre influye en los demás para que reciclen, el 58% casi siempre anima a los demás y 19% ocasionalmente lo hacen, ahora bien, 8% representa a los pocos interesados por influir hacia los demás estos temas que son tan importantes y fundamentales para el desarrollo de nuevas creaciones de emprendimiento (ver gráfica 11).

Gráfica 11.

Animas a reciclar

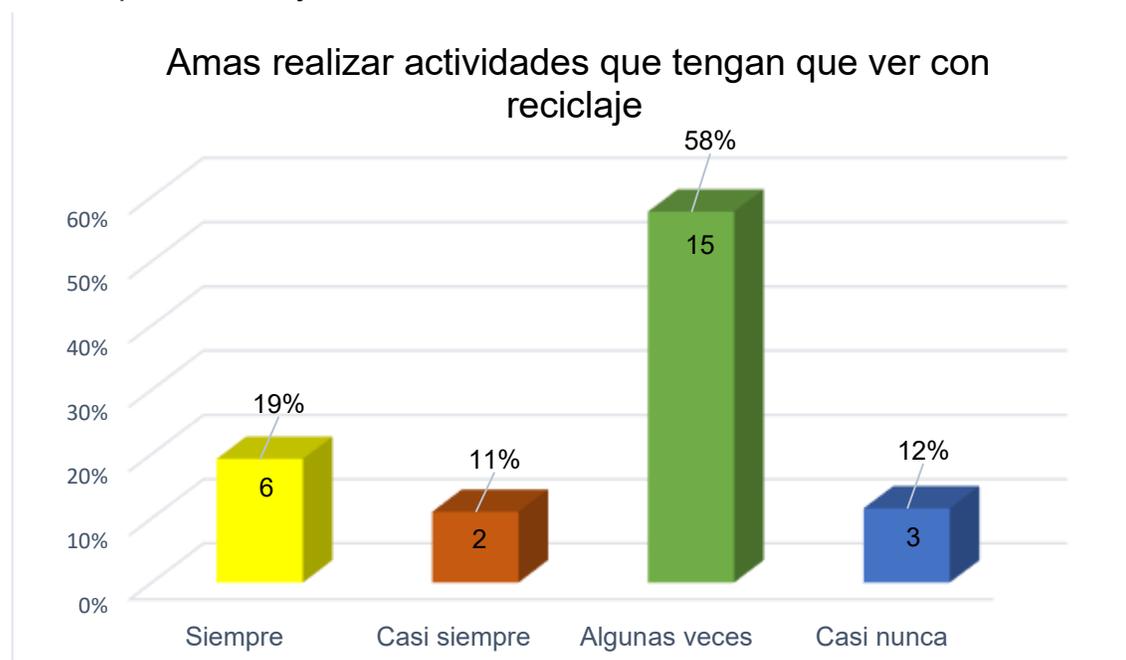


Fuente: Elaboración propia.

En relación con la pregunta anterior, cabe destacar que el 19% ama realizar actividades en correlación al reciclaje en todo momento, mientras que el 11% en varias ocasiones ama hacerlo y el 58% solo ocasionalmente ama realizar actividades de este tipo, sin embargo, el 12% en muy pocas ocasiones ama realizar actividades de esta índole o bien, no las realiza (ver gráfica 12).

Gráfica 12.

Pasión por el reciclaje



Fuente: Elaboración propia.

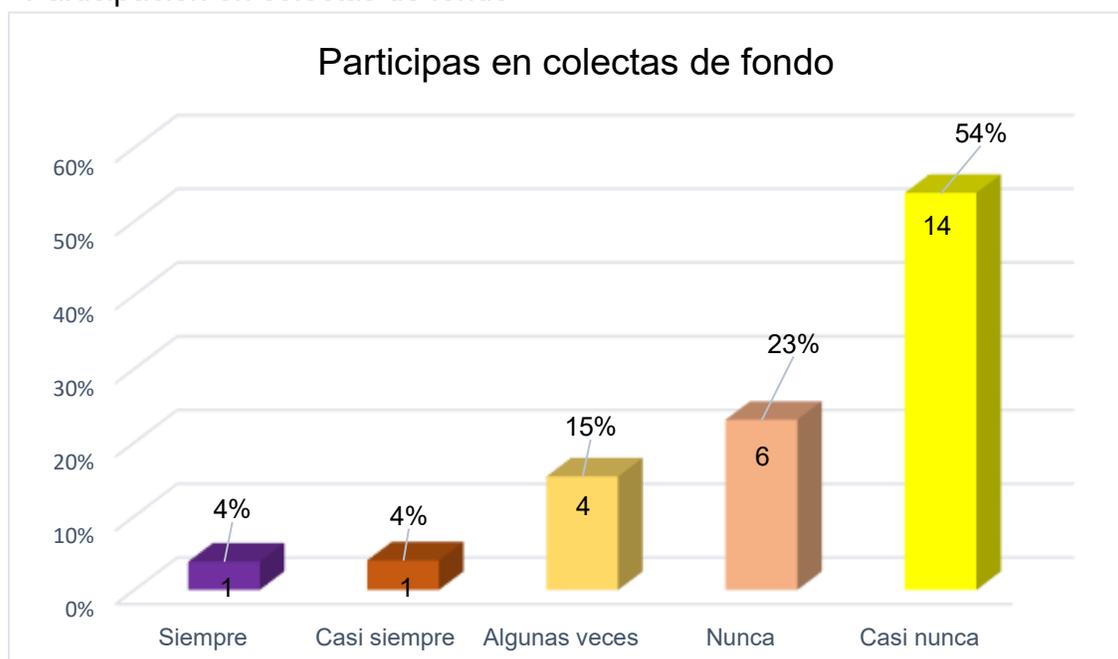
Actualmente es importante influir en los estudiantes la importancia de los temas hacia el entorno social, dado que, de ahí va partiendo el interés hacia la parte social de cualquier aspecto, pero que son fundamentales participar en actividades en relación con ello y que se obtenga un beneficio.

En la gráfica 13, refleja la distribución de las veces en que deciden participar en colectas de fondo, ilustrando que solo un 4% siempre está dispuesto a participar, y

otro 4% casi siempre decide hacerlo, el 15% solo participa algunas veces, mientras que, un 23% nunca participa en dichas actividades, del mismo modo, el 54% restante es casi nula su participación, dado que, solo en ciertas ocasiones lo hace. Con estos datos es importante conocer la razón por la cual la mayoría de la población no está comprometida en participar de forma continua o repetidamente (ver gráfica 13).

Gráfica 13.

Participación en colectas de fondo



Fuente: *Elaboración propia.*

Los estudiantes especifican la importancia que le dan a las actividades que realizan o planean realizar en su proyecto de emprendimiento, como se muestra en la gráfica 14 de lo cual el 23% siempre piensa que son muy importantes, derivado a ello el 42% casi siempre consideran su importancia, y en algunas ocasiones el 27% cree que es importante pensar en dichas actividades, ahora bien, el 8% por lo regular en muy pocas veces lo piensa.

Gráfica 14.

Importancia de las actividades de emprendimiento

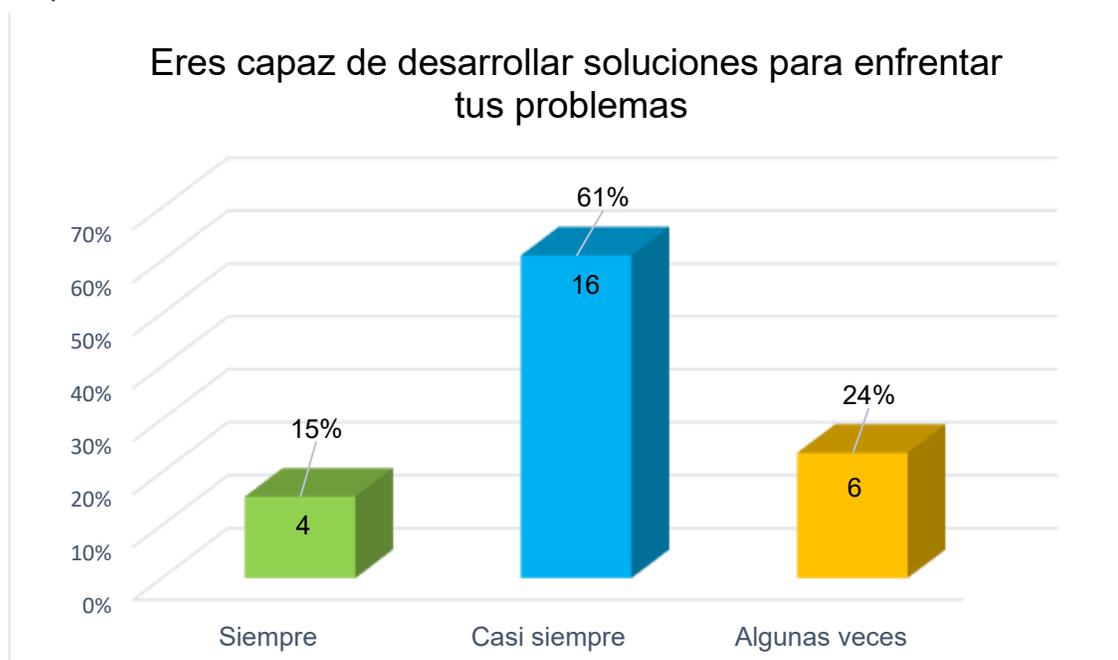


Fuente: Elaboración propia.

Derivado a la distribución de la importancia que les brindan a las actividades realizadas, los estudiantes detallan que tan capaces son al desarrollar soluciones para enfrentar sus problemas, como se observa en la gráfica 15, el 15% que en todo momento es capaz de enfrentarse e implementar soluciones frente a los problemas, el 63% casi en todo momento es capaz de pensar en desarrollar soluciones, y el 24% solo ocasionalmente se siente capaz de para solucionar sus problemas (ver gráfica 15).

Gráfica 15.

Capacidad de desarrollar soluciones

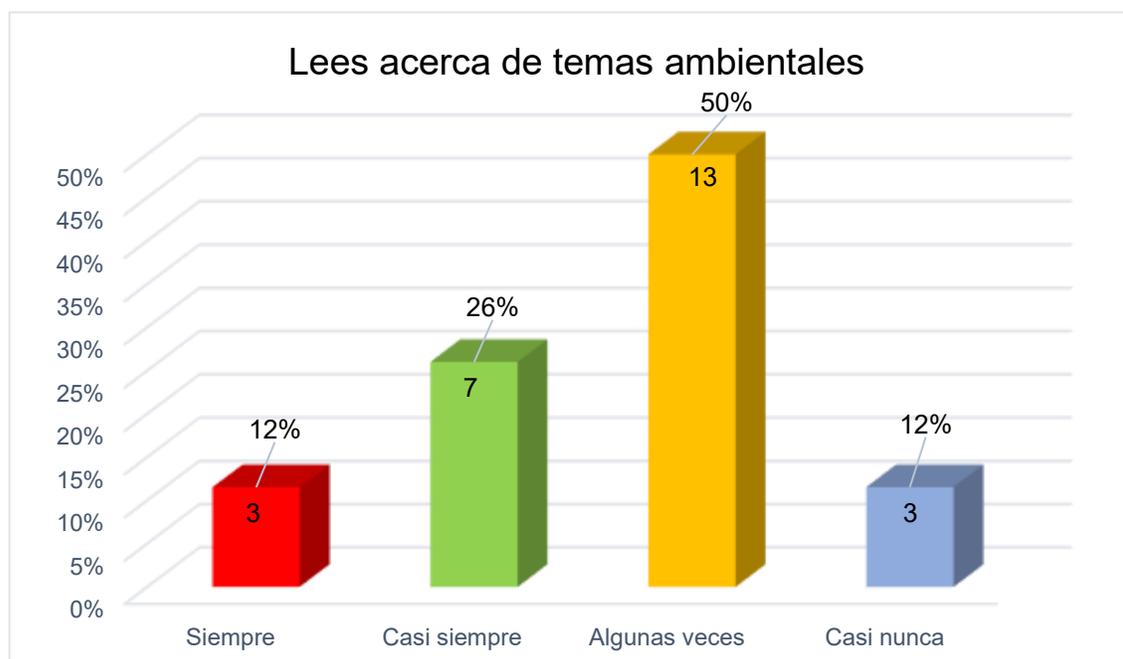


Fuente: *Elaboración propia.*

Finalmente, retomando el tema del medio ambiente, otra de las preguntas aplicadas es conocer que tan frecuente leen temas relacionados al medio ambiente y como se puede observar en la gráfica 16, solo un 12% leen siempre temas relacionados, un 26% representa a que casi siempre lo hace, el 50% algunas veces llega a leer sobre estos temas y el 12% restante, por lo regular casi nunca llega a leer dichos temas.

Gráfica 16.

Lectura de temas ambientales

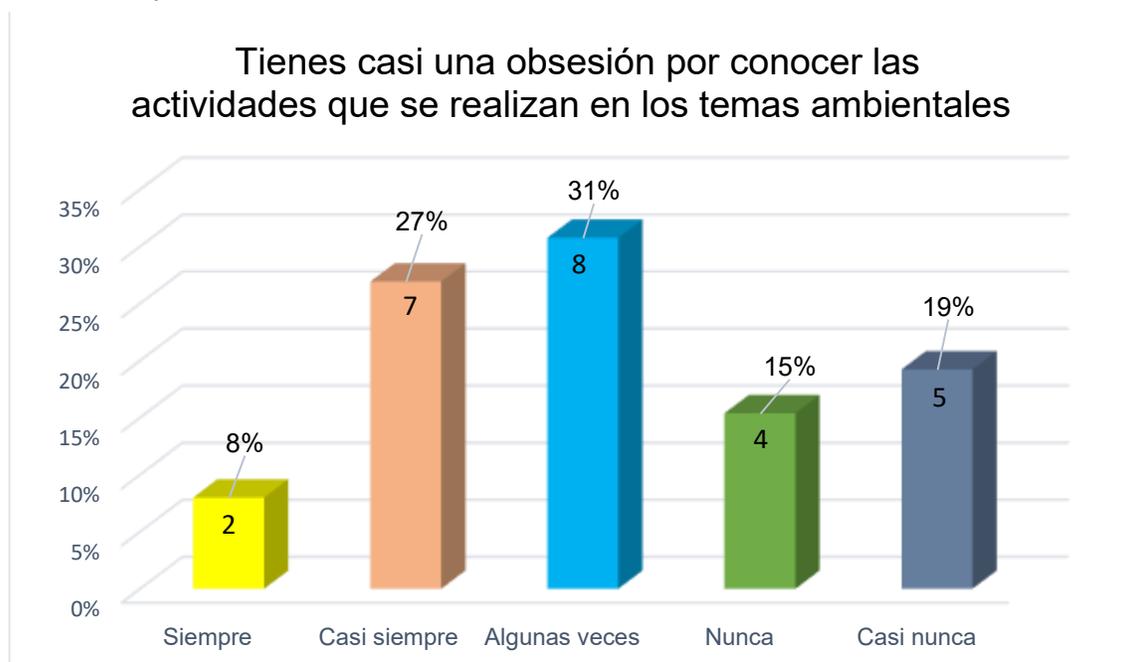


Fuente: *Elaboración propia.*

Aunado a la información anterior, analizamos que tan obsesivo es para los estudiantes conocer las actividades que se realizan en los temas ambientales, de los cuales un 8% considera que siempre nace el interés por conocer dichas actividades, un 27% casi siempre se siente obsesionado por conocerlas, mientras que, el 31% solo algunas veces lo hace, ahora bien, es importante conocer las cifras de los estudiantes que no sienten una obsesión por ello, dado que, para algunos no les resulta interesante conocer o profundizar en estos temas, en este caso en la representación de la gráfica muestra como un 15% nunca ha generado un cuadro de obsesión por estos temas o no son de su incumbencia, y el 19% casi nunca ha presentado el interés suficiente como para crear una obsesión (ver gráfica 17).

Gráfica 17.

Obsesión por temas ambientales

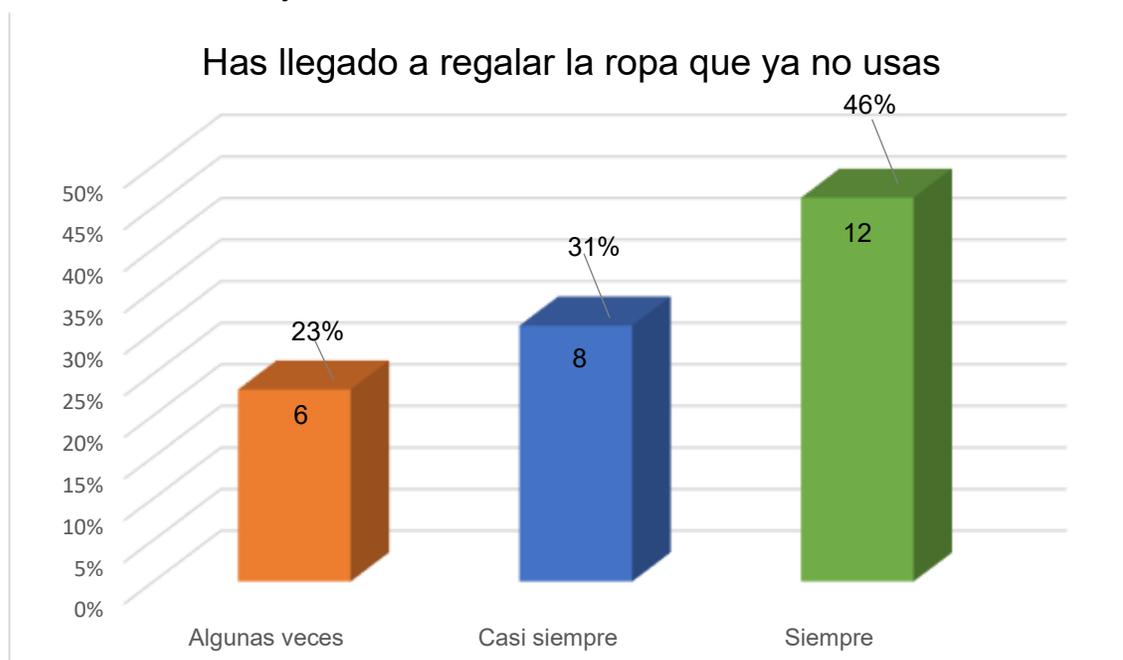


Fuente: *Elaboración propia.*

Como podemos ver en la gráfica 18, el 46% de los encuestados tienen actividades de reciclaje al regalar la ropa que ya no utilizan, mientras que un 23% en ocasiones ha preferido llevar a cabo esta actividad. Esto indica que, la mayoría opta más por ayudar a las personas con actividades de tipo altruistas que buscan ayudar a los demás sin esperar nada a cambio (ver gráfica 18).

Gráfica 18.

Acciones de reciclaje



Fuente: Elaboración propia.

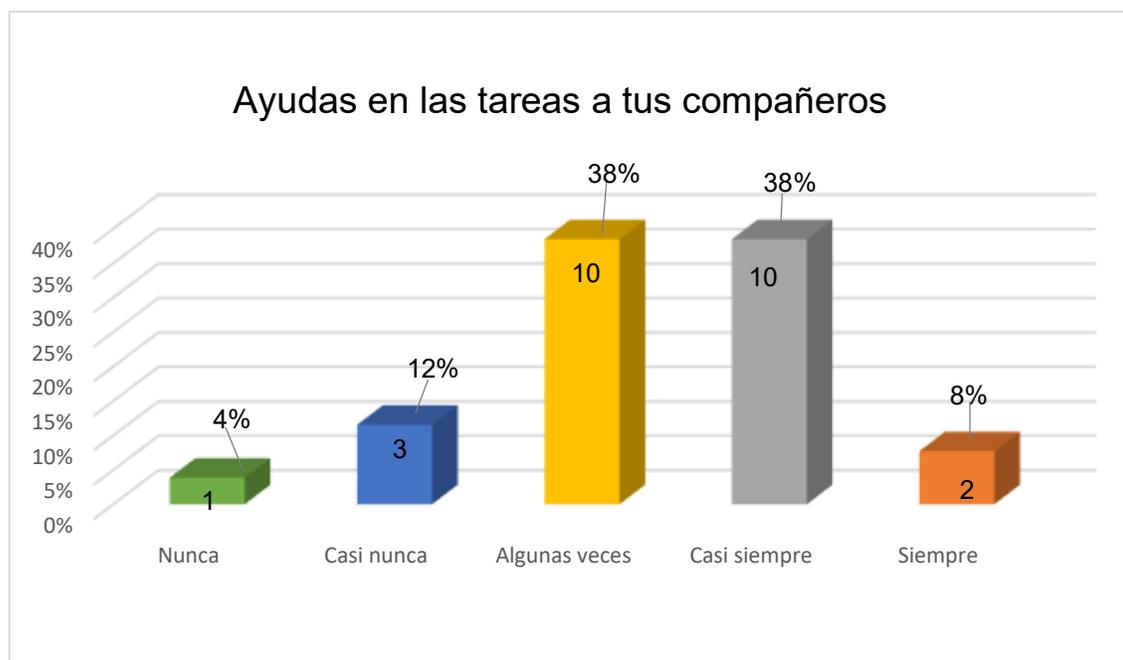
Particularmente, la finalidad del emprendimiento social está enfocada a satisfacer las necesidades sociales, el cual utiliza o se sirve de las necesidades del mercado para alcanzar un fin social.

Por su parte, la Schwab Foundation para el Emprendimiento Social, habla de un modelo para el cambio social que combina la misión de servir a las poblaciones más vulnerables del planeta junto con los principios del emprendimiento y buenas prácticas del sector privado para crear un mundo más justo, equitativo y sostenible.

Como podemos observar en la gráfica 19, el 8% de los encuestados tienen característica en su perfil que buscan ayudar a los demás, al ser empáticos con las personas para trabajar, de igual forma, se requiere ser equitativos ante las circunstancias, que se caracteriza por ser justos e imparciales ante las actividades. Sin embargo, esta característica solo la refleja un porcentaje mínimo de los encuestados, ya que el 38% considera que en ocasiones se caracterizan por ser personas que puedan ayudar a los demás, y no apuestan tanto por el valor de la equidad o empatía para generar beneficios y oportunidades en la sociedad (ver gráfica 19).

Gráfica 19.

Orientación a la sustentabilidad



Fuente: Elaboración propia.

Es fácil identificar a aquellos emprendedores que realmente aman lo que hacen y creen en su proyecto, del resto. Éstos hablan con ilusión sobre su negocio y son capaces de contagiar dicho entusiasmo a los demás.

En la gráfica 20, que se muestra a continuación, se observa que el 42% de los alumnos encuestados se la pasan hablando y compartiendo algunas veces con las personas la dedicación y el compromiso que les ocasiona estar trabajando en actividades para su proyecto de emprendimiento, al ser personas que les gusta lo que hacen, disfrutan trabajar en eso y no les importa dedicarle las horas y esfuerzo necesario para desarrollar su proyecto. Mientras que al 19% le es indiferente compartir la dedicación, motivación o pasión que les ocasiona trabajar en proyectos de emprendimiento y prefieren no hablar de su trabajo con amigos, familiares, etc., (ver gráfica 20).

Gráfica 20.

Dedicación al trabajo de emprendimiento



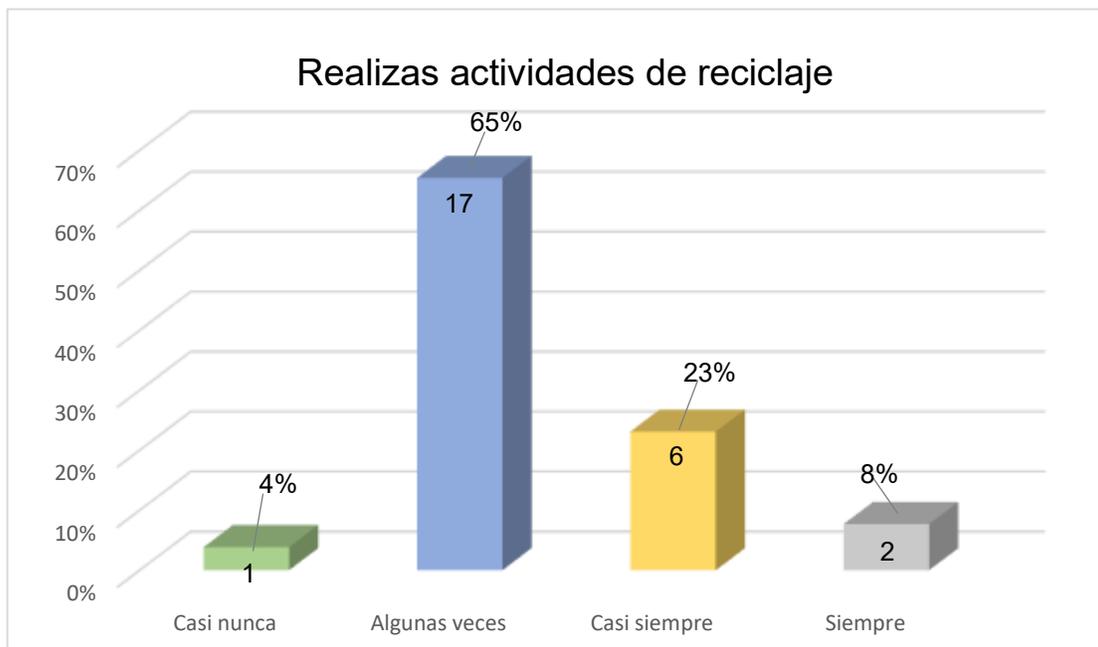
Fuente: *Elaboración propia.*

Tener un comportamiento sustentable consiste en poder desarrollar soluciones a los retos de hoy tomando en cuenta que no afecten a las personas en el futuro (Kuckertz, y Wagner, 2010).

En este sentido, el 65% de los encuestados expresa que algunas veces llevan a cabo actividades de reciclaje, al generar conciencia en su comportamiento y buscar mejores alternativas para contribuir con el cuidado del medio ambiente. Mientras que al 4% le es indiferente tener un comportamiento de reciclaje, sin embargo, el 8% de los alumnos encuestados representan a los que siempre realizan actividades de reciclaje y tienen un comportamiento sustentable porque en el momento que sea necesario realizan siempre actividades de reciclaje, a pesar de que es un porcentaje mínimo ante esta acción el día de mañana pueden ser el cambio al orientarse hacer personas socialmente responsables (ver gráfica 21).

Gráfica 21.

Acciones de reciclaje



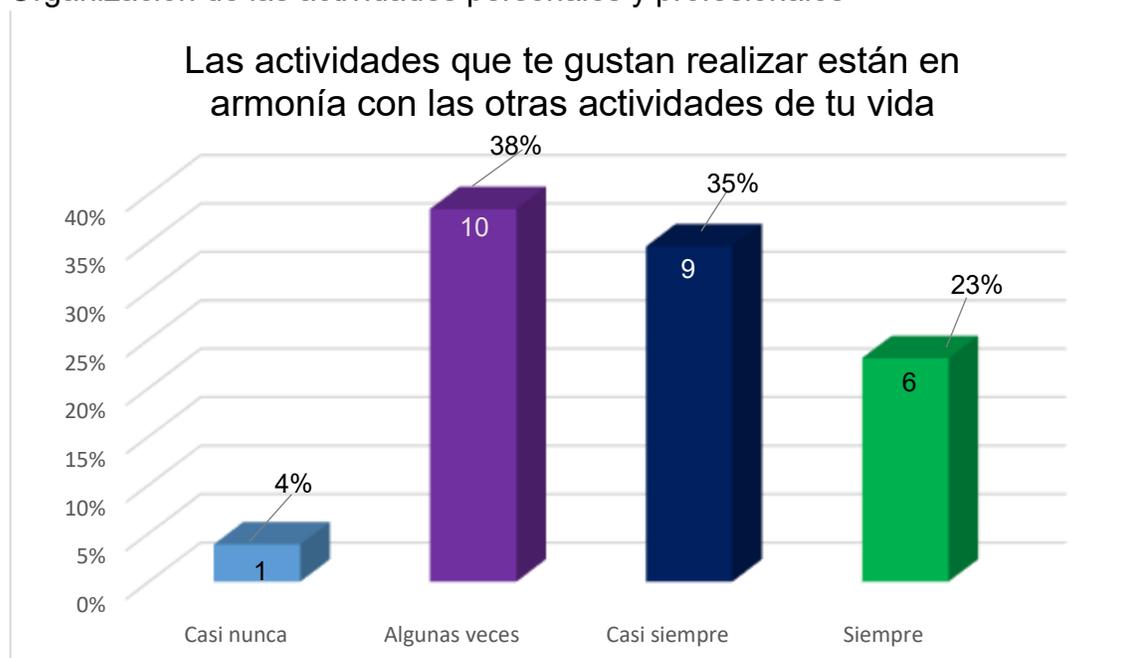
Fuente: Elaboración propia.

Para convertirse en un buen emprendedor no solo basta con tener las características, la cultura, las capacidades, las habilidades, etc., sino también es importante identificar y buscar un equilibrio entre la vida personal y el trabajo que permitan realizar las actividades con armonía.

Como podemos ver en la gráfica 22, el 38% de los alumnos encuestados expresan que saben realizar su trabajo, al planificar y organizar sus actividades diarias que les permita desempeñarse por el resto de su día con las demás. Mientras que, el 23% logran obtener un equilibrio entre las actividades que realizan de forma cotidiana con el resto de las demás, al combinar sus recursos para aprovechar de la mejor manera las oportunidades que se presenten (ver gráfica 22).

Gráfica 22.

Organización de las actividades personales y profesionales



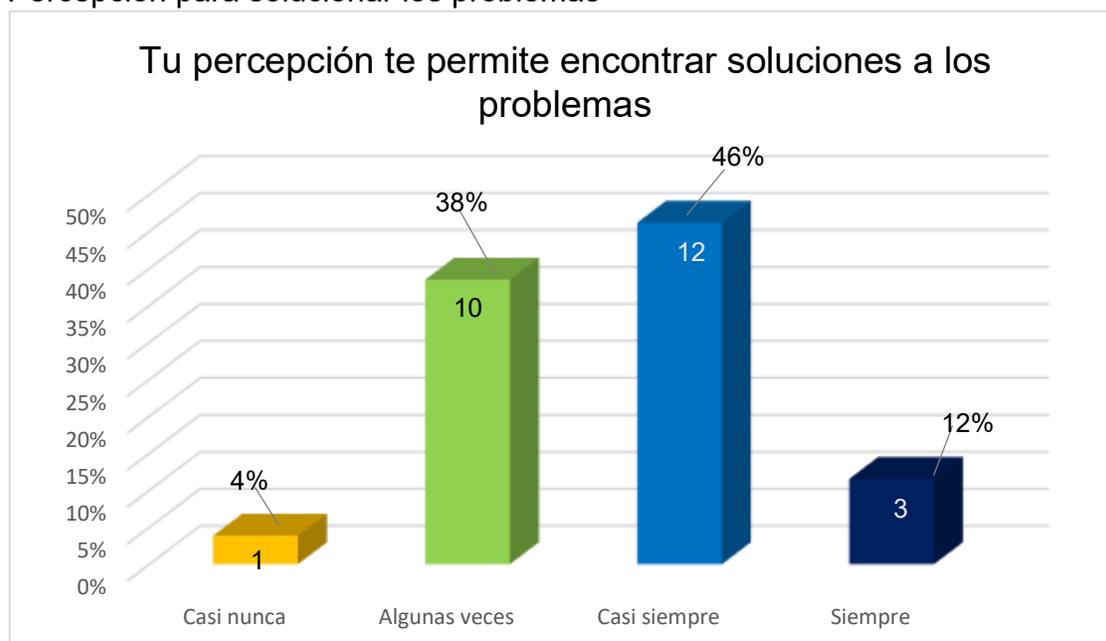
Fuente: *Elaboración propia.*

En el artículo “Habilidades de un emprendedor de éxito” publicado por Universia (2020), detalla que un emprendedor debe de contar con 16 habilidades, entre las cuales se destacan: saber tomar decisiones, tener iniciativa y la capacidad de adaptación. El emprendedor debe de ser capaz de darle solución a los problemas, identificar las oportunidades y saber actuar ante los cambios que se puedan presentar.

Esto con el fin de que, el emprendedor con base a sus habilidades pueda tomar decisiones ante cualquier circunstancia. Por lo cual, el 46% de los alumnos encuestados considera que la mayoría de las veces encuentra las soluciones ante los problemas que se presentan en su entorno, al ver oportunidades donde para otros solo se presentan amenazas, así como también, el 38% se deja llevar por su percepción para actuar ante las dificultades y encontrar una resolución ante los problemas que lo agobian (ver gráfica 23).

Gráfica 23.

Percepción para solucionar los problemas



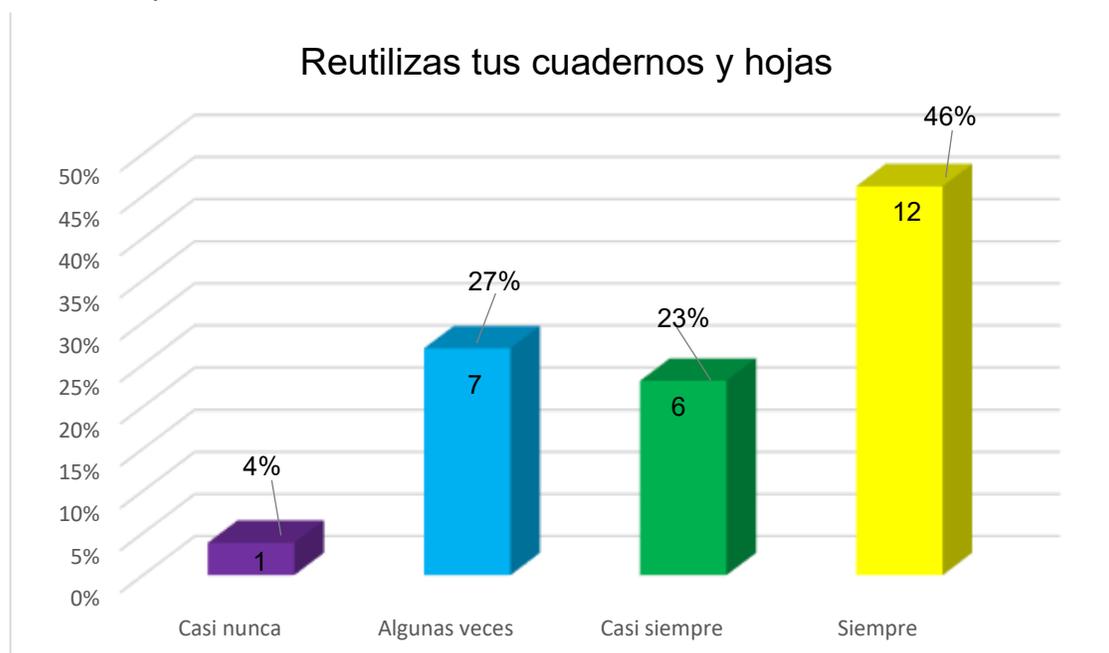
Fuente: *Elaboración propia.*

Chen et al., (2017), mencionan que algunos comportamientos que pueden ser observados en los emprendedores sociales son: ahorrar agua y electricidad, reciclar, reutilizar, consumir productos amigables con el ambiente y persuadir a otros para proteger el ambiente.

En la gráfica 24, que se muestra a continuación, se puede observar que el 46% de los encuestados reducen el consumismo y optan por reutilizar los cuadernos, la práctica de estas acciones sencillas orienta a las personas al cuidado del medio ambiente, mientras que, solo el 4% le es indiferente poder darle otra utilidad, y no les preocupa si realizan actividades de tipo ecológico que contribuyan a la sociedad.

Gráfica 24.

Reutilizar productos



Fuente: Elaboración propia.

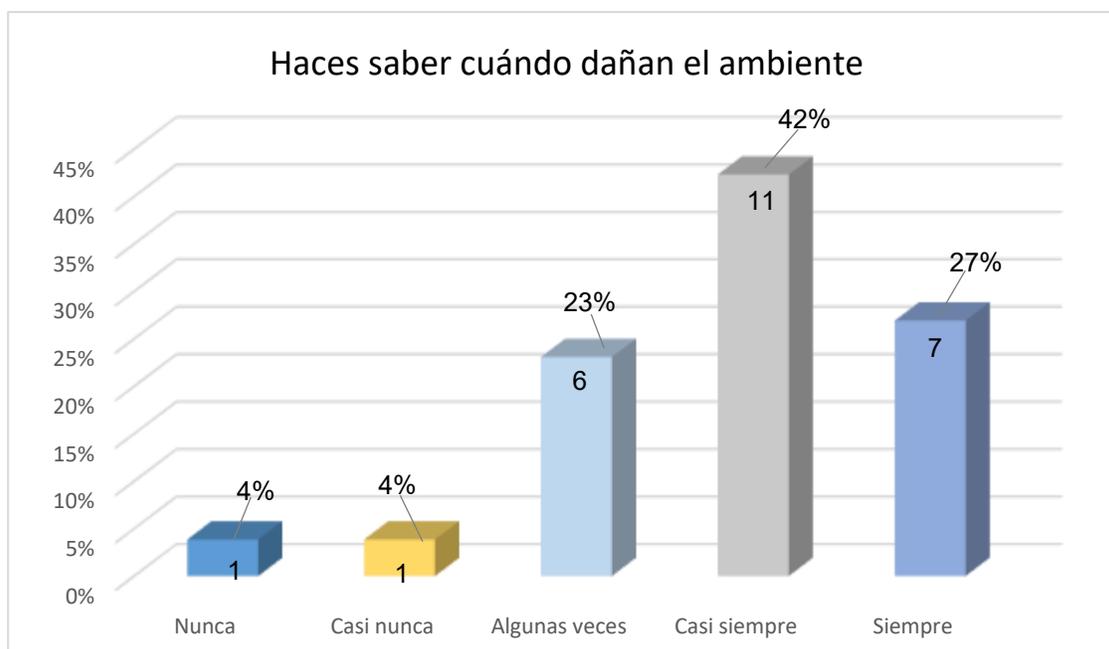
Las acciones diarias y los hábitos de consumo son muy importantes, todos somos responsables a la hora de cuidar el medio ambiente. Por lo que poco a poco esto se convierte en una característica importante para los emprendedores, ya que se preocupan por buscar alternativas y se convierten en agentes de cambio para el desarrollo de una sociedad.

Los emprendedores sociales, por tanto, son aquellas personas que inician y desarrollan un proyecto de estas características, priorizando el impacto social por encima del beneficio económico, a fin de satisfacer sustentablemente necesidades sociales, organiza su accionar movilizand o diferentes recursos que incluyan capacidad de reconocimiento de problemáticas, conocimiento técnico, estrategias de liderazgo, capacidad empática, entre otros (Palacios Núñez, 2010; Molero, Recio y Cuadrado, 2010, García Lirios, 2014).

Con respecto a la gráfica 25, un 42% de los encuestados expresa el desagrado que les ocasiona las acciones de las personas que realizan actos negativos para dañar y perjudicar al medio ambiente, mientras que, el 27% dijo que llama la atención a las personas que deterioran el ambiente, tal vez al tomar cartas en el asunto, al hacerles saber sobre el impacto que ocasiona sus acciones para la preservación y cuidado del medio ambiente (ver gráfica 25).

Gráfica 25.

Cuidado del medio ambiente



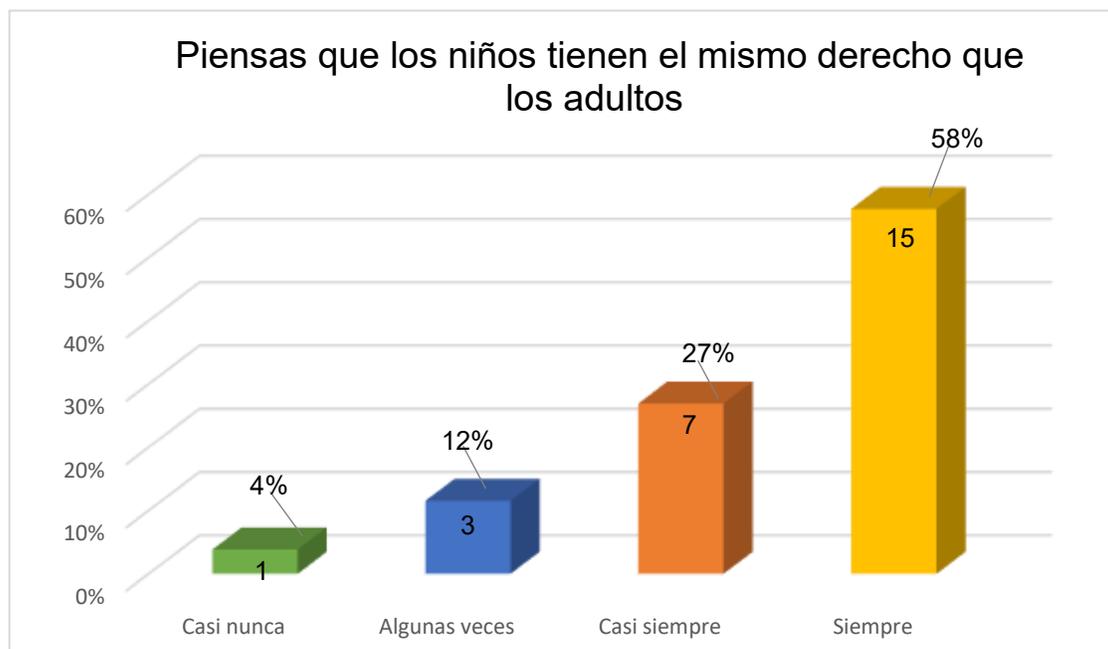
Fuente: *Elaboración propia.*

Para ser un emprendedor social, según la Guía del Emprendedor Social, se requiere al menos dos cosas: Primero, tener la consciencia de un problema social, estar preocupado por el bienestar humano, por su entorno. Segundo se requiere la voluntad de cambiarlo.

En este sentido, un 58% de los alumnos encuestados expresa que tanto niños como adultos deben tener los mismos derechos, al ser seres humanos que merecen el mismo respecto, amor y bienestar social. Mientras que hay un 4% que piensa que tanto niños como adultos no deben de tener los mismos derechos (ver gráfica 26).

Gráfica 26.

Igualdad entre niños y adultos



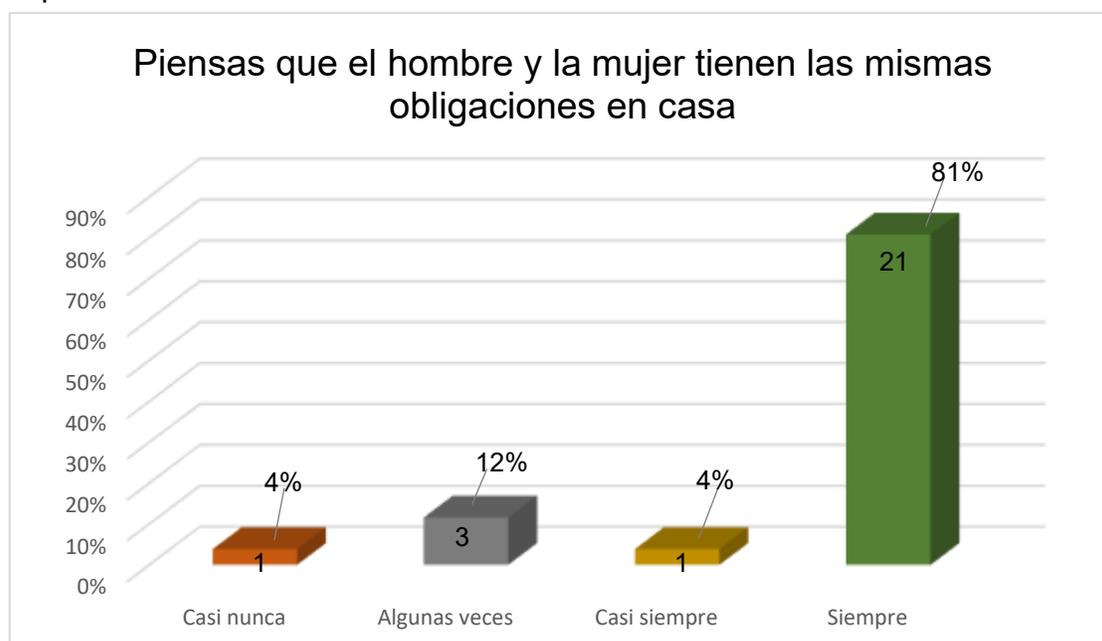
Fuente: *Elaboración propia.*

La mujer sigue siendo la principal responsable de las tareas tradicionalmente más vinculadas con el cuidado del hogar, mientras que el papel del hombre en estas tareas es secundario, al menos en el tiempo invertido en su realización. No obstante, la sociedad se está transformando, al mejorar las condiciones que permitan desarrollar las obligaciones domésticas entre mujeres y hombres, asegurando una igualdad de oportunidades para ambos.

En la gráfica 27, se muestra que un 81% de los encuestados piensan que los hombres y las mujeres tienen las mismas obligaciones para participar en la realización de los quehaceres de la casa, ya que esto juega un papel importante que permite la igualdad de participación de hombres y mujeres para tener las mismas oportunidades. Mientras que, por otra parte, un 12% le es indiferente si las obligaciones de los quehaceres son repartidas de forma equitativa entre las mujeres y los hombres (ver gráfica 27).

Gráfica 27.

Equidad en labores domésticas

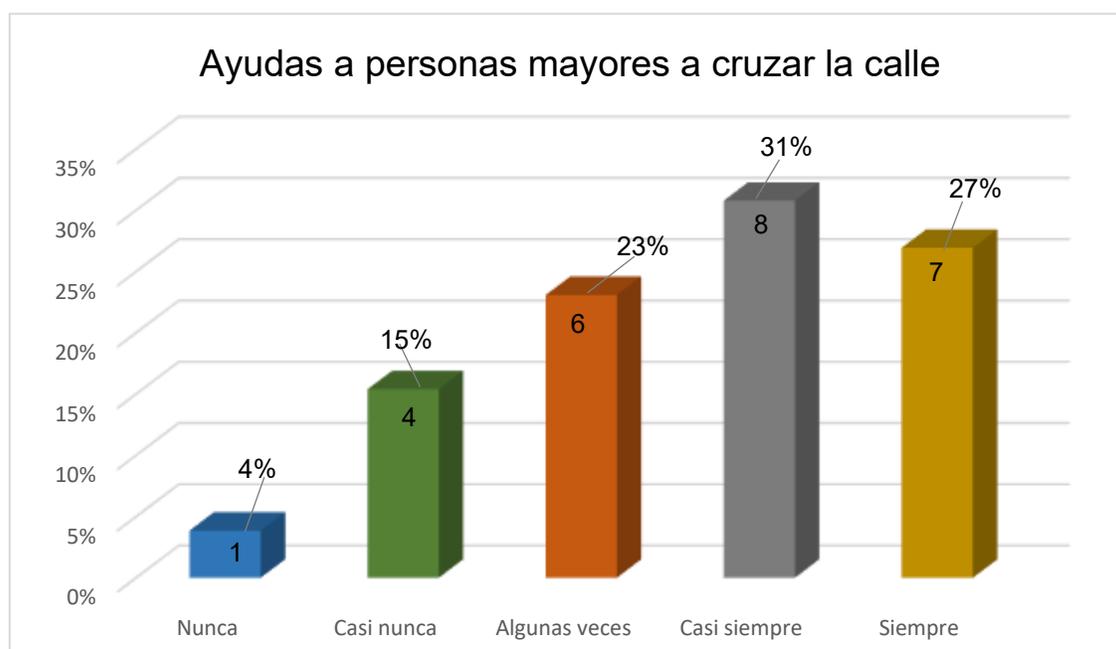


Fuente: *Elaboración propia.*

Por consiguiente, como se observa en la gráfica 28, el 31% de los encuestados ayudan a los adultos mayores a cruzar la calle, lo que muestra que cumplen con acciones que buscan apoyar a los demás con actividades, tareas u obras que puedan favorecer al bienestar y mejora de la sociedad, así como también un 27% expreso que siempre actúa ante esta situación al poder ayudar a las personas que lo necesitan, sin esperar nada a cambio, lo que genera un valor importante para convertirse en personas solidarias y altruistas (ver gráfica 28).

Gráfica 28.

Acciones solidarias



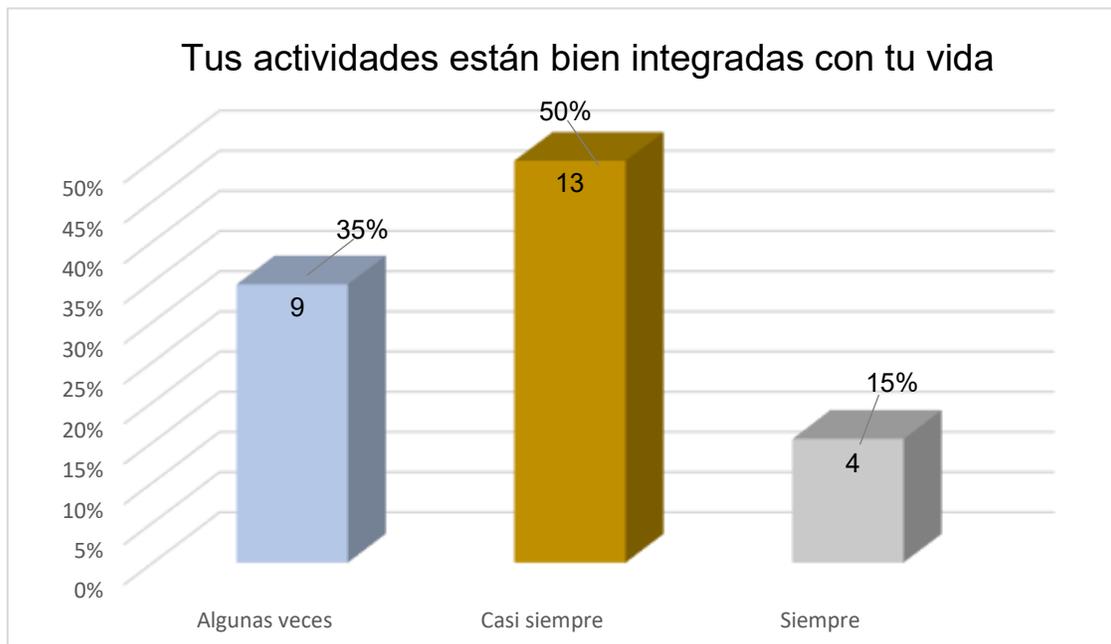
Fuente: *Elaboración propia.*

Es importante tener en cuenta que, cuando se lleva a cabo la realización de un proyecto de emprendimiento, se debe contar con el tiempo, la atención y la dedicación para cumplir con su objetivo. Lo que con lleva tener bien en claro todos los pasos que se van a seguir para lograr el éxito, siendo disciplinados y comprometidos con lo que se quiere obtener.

En la gráfica 29 que se muestra a continuación, se puede observar que el 15% de los alumnos encuestados tienen un enfoque sobre lo que quieren y las actividades que realizan, siendo integradas de acuerdo con sus metas y objetivos que desempeñan, mientras que, por otro lado, un 50% expresa no pone la atención suficiente entre lo que hace y quiere tener, lo que ocasiona que sus actividades no están siendo bien integradas con lo que quiere obtener tal vez en un futuro (ver gráfica 29).

Gráfica 29.

Integración de actividades



Fuente: *Elaboración propia.*

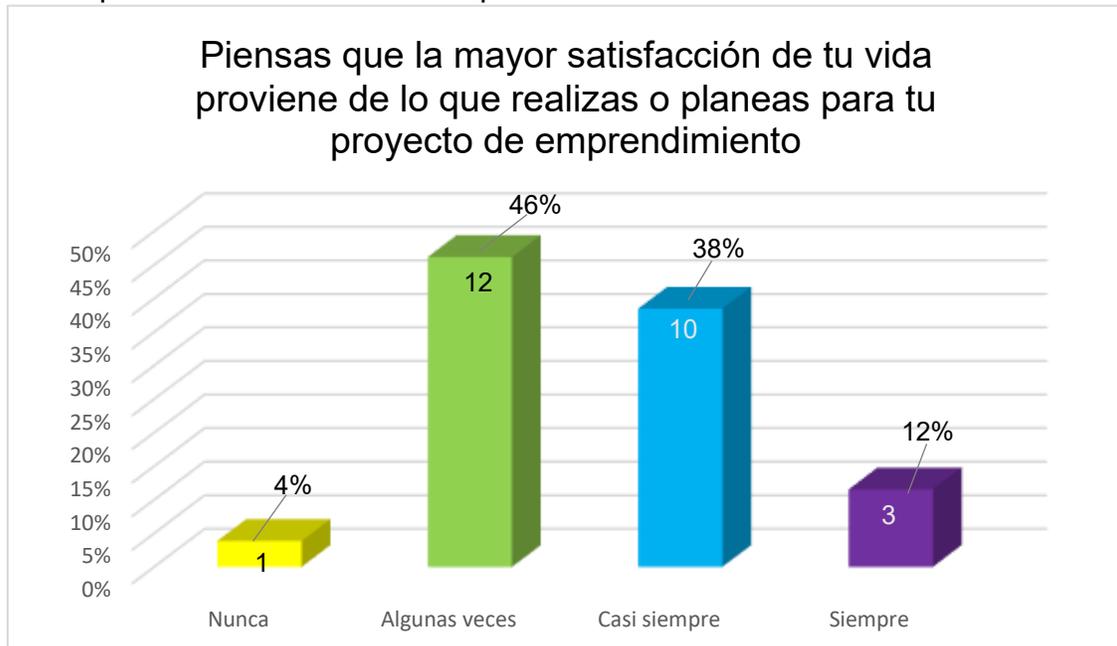
De acuerdo con Andy Freire (2018), emprendedor argentino y autor de diversos libros sobre emprendimiento, “es hacer que las cosas sucedan” y comparte que “el secreto es despertar, apagar el piloto automático que todos por momentos tenemos encendido y decidirnos a ser plenamente”. Además, describe al emprendedor como aquel que tiene una filosofía, una forma de plantearse frente a la realidad con dinamismo provocativo y la certeza de que entender quiénes somos y cómo miramos el mundo es fundamental para alcanzar lo que se desea.

En este sentido, es importante saber hacia dónde vas y que es lo que quieres lograr en cada uno de los aspectos de la vida, al cumplir de forma satisfecha las metas y objetivos del proyecto de emprendimiento. Por lo que, el 38% de los encuestados considera que los logros que han obtenido a base de esfuerzo y dedicación, los hacen sentirse satisfechos de las actividades que desempeñan en sus vidas o proyectos de emprendimiento que se plantean para realizar, al igual que el 12% expresa que sus actividades si van acorde con la satisfacción que obtienen y quieren alcanzar en su vida, al tener una visión a futuro y asumir riesgos en la planeación de cada uno de los proyectos.

Por otro lado, un 46% dijo que no considera sentirse satisfecho con las actividades que desarrolla para sus proyectos, tal vez porque no se basan en lo que quieren lograr y toman decisiones sin pensar en la realidad (ver gráfica 30).

Gráfica 30.

Desempeño en actividades de emprendimiento en la vida



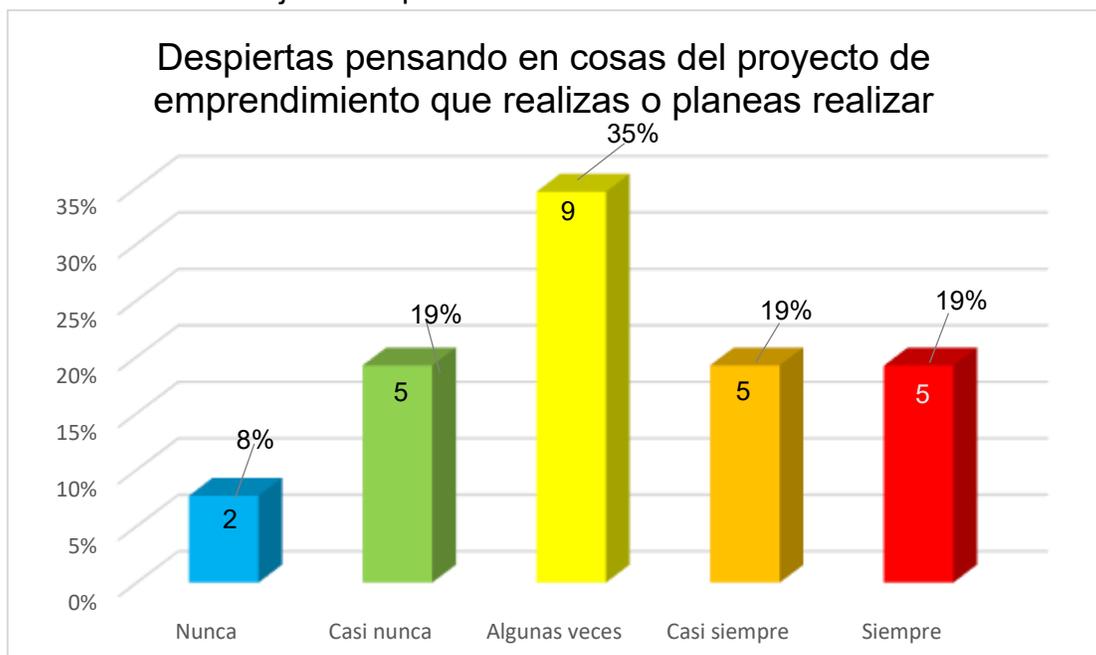
Fuente: *Elaboración propia.*

Ser emprendedor es trabajar todos los días en su proyecto, levantarse cada mañana y buscar la motivación para continuar en el camino para cumplir con los sueños, superar los retos, aprender de las lecciones, cometer errores y tener el esfuerzo para prevalecer día con día.

Con respecto a la gráfica 31, podemos observar que, el 35% de los encuestados algunas veces tienen el compromiso y dedicación al invertirle algunos días en la planeación o desarrollo de las actividades para su proyecto de emprendimiento, mientras que, para un 19% representa a los que siempre, y casi siempre tienen la necesidad de pensar en cosas relacionadas al proyecto de emprendimiento, del mismo modo, representa a los que casi nunca lo hacen y el porcentaje restante nunca decide hacerlo (ver gráfica 31).

Gráfica 31.

Dedicación al trabajo de emprendimiento



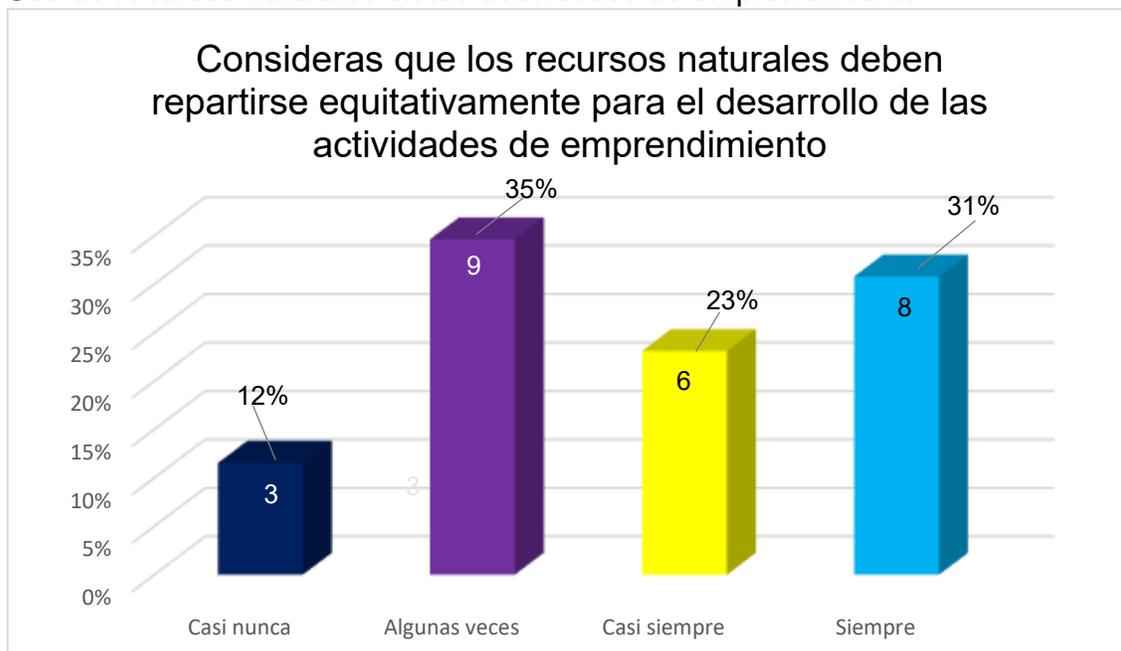
Fuente: Elaboración propia.

El cuidado y preservación del medio ambiente orientan a los emprendedores a ser personas socialmente responsables a la hora crear sus proyectos de emprendimiento. Además, de gestionar y transformar los recursos naturales de manera equitativa para las actividades que se deben realizar.

Con respecto a la gráfica 32, podemos observar que, un 31% de los encuestados consideran importante gestionar y llevar a cabo actividades que permiten la buena administración de los recursos naturales en todo momento, mientras que, el 12% casi nunca sabe si se reparten de manera equitativa los recursos naturales para el desarrollo de sus emprendimientos, sin embargo, un emprendedor debe de saber que es importante “saber extraer” los recursos naturales para el cuidado del medio ambiente y el desarrollo un proyecto social (ver gráfica 32).

Gráfica 32.

Uso de recursos naturales en las actividades de emprendimiento



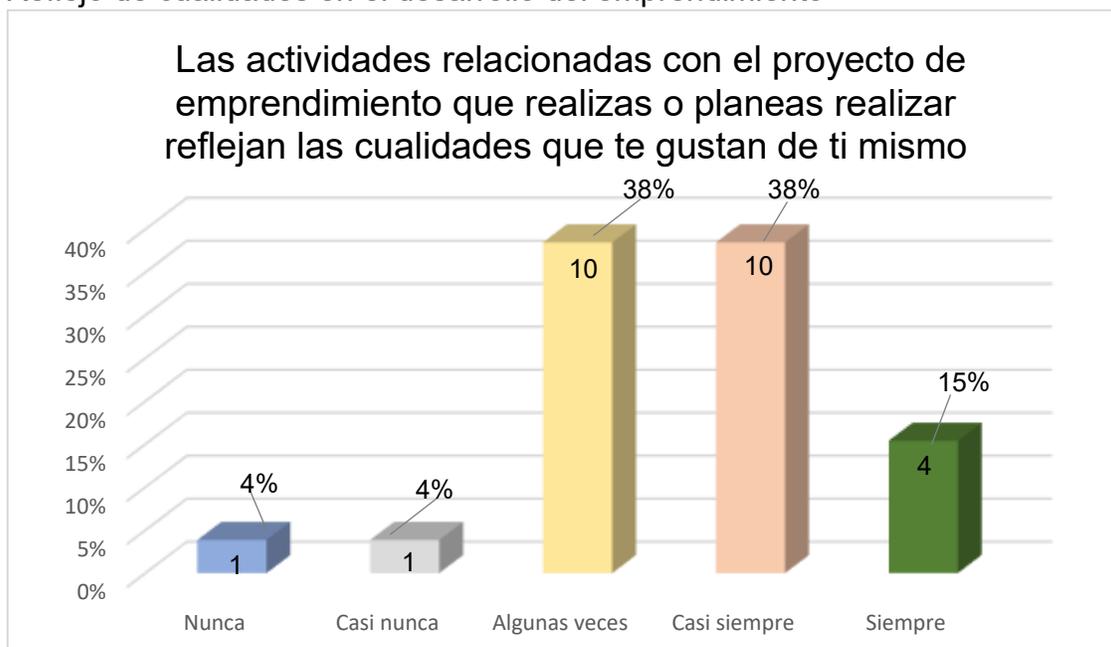
Fuente: *Elaboración propia*

Baum y Locke (2004), realizaron un estudio en el que determinaron la relación del amor al trabajo, con el éxito en las actividades de emprendimiento.

En la gráfica 33, que se muestra a continuación, el 15% de los alumnos encuestados consideran que sus cualidades reflejan un buen desempeño en las actividades de emprendimiento, ya que los hace obtener lo mejor de ellos, se consideran felices y satisfechos con lo que hacen, al adquirir características que tal vez ya conocían, pero no se permitían desarrollarlas como liderazgo, confianza en sí mismo, tener iniciativa, ser proactivos, entre otras. Mientras que, para el 38% expresa si llega encontrar relación de las actividades con las cualidades y, estas se reflejan en la confianza que les ocasiona para su persona (ver gráfica 33).

Gráfica 33.

Reflejo de cualidades en el desarrollo del emprendimiento



Fuente: Elaboración propia.

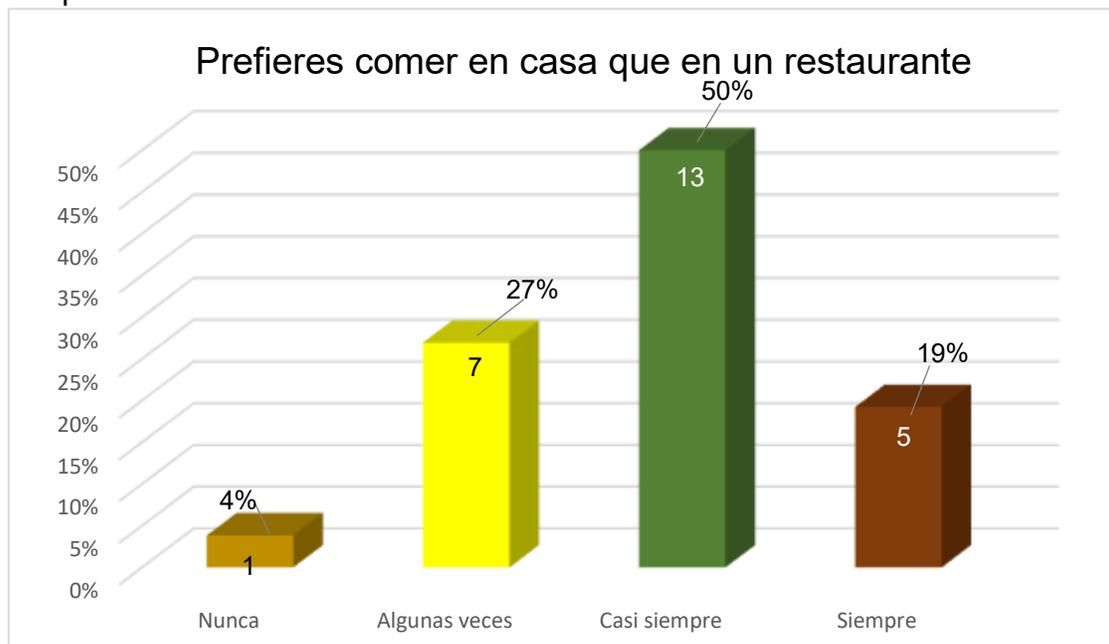
Ser responsables con el uso y consumo de los productos y/o servicios que son necesarios permite saber que es importante para sobrevivir y ser feliz, siendo una característica importante para el enfoque de un emprendedor en sus proyectos.

La frugalidad es considerada como el ahorro, uso y consumo responsable de algunos recursos o productos. Por lo tanto, la Innovación Frugal es una estrategia de diseño, producción y sostenibilidad de un producto y servicio, que busca brindar soluciones para comunidades que son poco o nada consideradas para el mercado. Este tipo de soluciones están enfocados en las necesidades esenciales, además de llegar a más personas con menos recursos económicos, pero teniendo un mayor impacto positivo (Medina, 2020).

Como podemos ver en la gráfica 34, casi el 50% es consciente sobre los productos y/o servicios que se consumen de manera responsable, mientras que, por otra parte, solo el 4% de los encuestados le es indiferente si sus gastos son de forma eficiente, por lo que su consumo no solo es para aquello que solo necesita (ver gráfica 34).

Gráfica 34.

Responsabilidad en el consumo



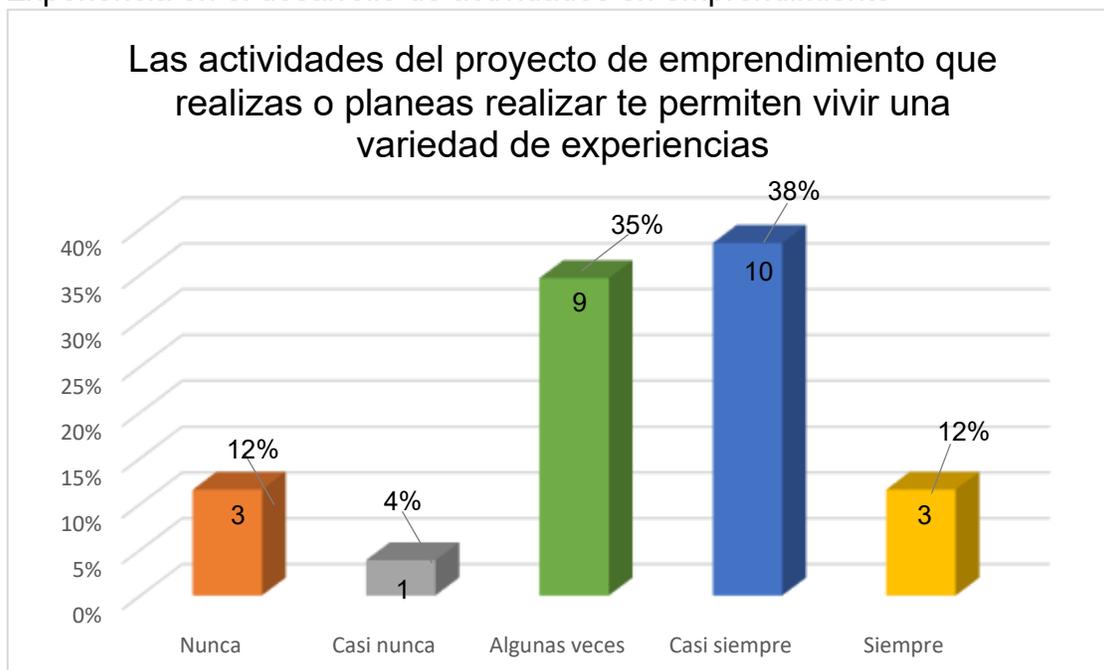
Fuente: Elaboración propia.

Es fácil comprobar cuando alguien está poniendo amor en lo que hace, esta acción se vuelve un valioso aporte, capaz de generar emociones agradables en el trabajo, tarea, actividad, etc.

En la gráfica 35, que se muestra a continuación, el 38% de los alumnos encuestados tienen la oportunidad de vivir experiencias agradables, que les permite conocer personas, adquieren conocimientos y disfrutan de lo que realizan, mientras que hay un 12% que no considera tener experiencias favorables en el desarrollo de sus proyectos (ver gráfica 35).

Gráfica 35.

Experiencia en el desarrollo de actividades en emprendimiento



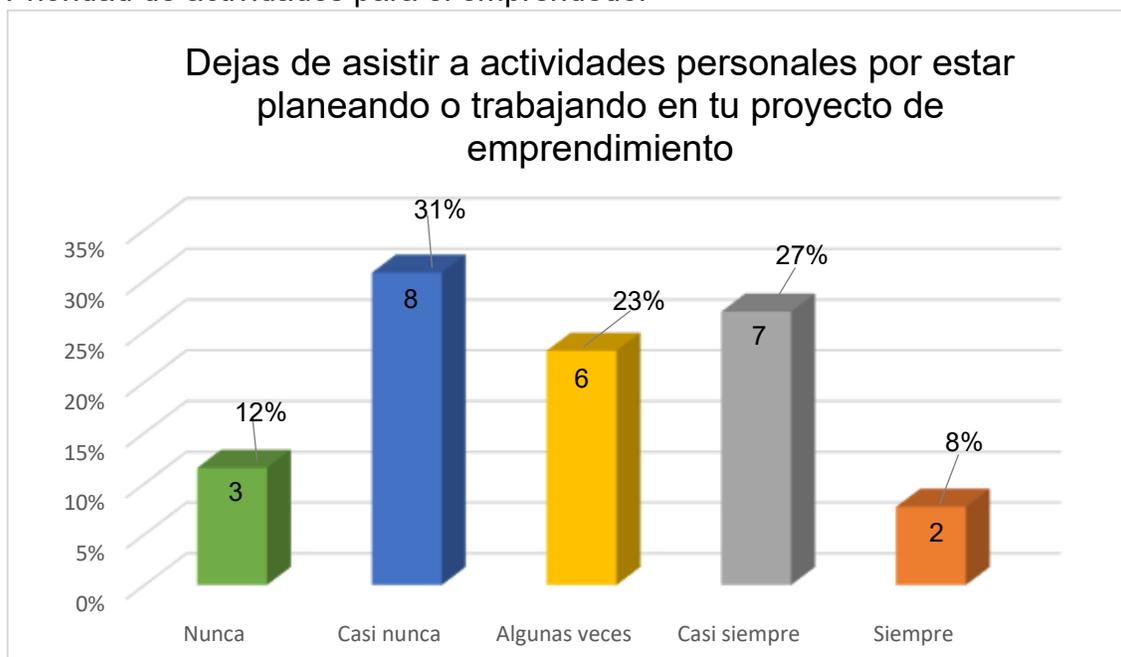
Fuente: *Elaboración propia.*

Para un emprendedor es importante tener una estabilidad entre el trabajo y la vida personal, por lo que es imposible querer abarcar todo, para evitar perderse en el camino muchos apuestan por tener prioridades ante una actividad que por otra.

En este sentido, solo el 8% de los alumnos encuestados se les facilita enfocar sus actividades del trabajo y la vida personal en base a sus prioridades, ya que les permite no perder la dirección del proyecto de emprendimiento y aprovechar las oportunidades que se les presenta, sin embargo, el 31% expresa que no deja de hacer actividades personales para realizar su trabajo que demanda un proyecto de emprendimiento (ver gráfica 36).

Gráfica 36.

Prioridad de actividades para el emprendedor



Fuente: *Elaboración propia.*

Conclusiones

El análisis de los datos infiere que los estudiantes del 8° semestre de la carrera en administración de la EES-Jojutla, realizarían actividades dirigidas al emprendimiento social, mismos que están interesados en llevar a cabo sus propios proyectos sociales y dedicarle el tiempo que sea necesario o ya están trabajando en alguno, sin embargo, también hay alumnos que nunca las realizarían, esto derivado a varios aspectos que pueden influir en su decisión, para algunos no existe el interés por realizarlo y deciden trabajar en empresas ya establecidas sin importar que fines tenga, y otros se ven afectados debido a sus actividades diarias.

Los alumnos informantes en este estudio conocen el término de emprendimiento social y saben de las cualidades que un emprendedor social debe de tener, pero este conocimiento no implica necesariamente que estén motivados para realizar un proyecto de emprendimiento social o que lo estén realizando actualmente.

En la primera hipótesis se señala que “las dimensiones pertenecientes al emprendimiento social, es decir, “pasión hacia el emprendimiento”, “orientación hacia la sustentabilidad” e “identificación de oportunidades”, tienen niveles de medianos a altos en los estudiantes. De acuerdo con los resultados, esta hipótesis se acepta ya que las variables que engloban esta dimensión fueron calificadas como presentes en un porcentaje de mediano a alto.

En el caso de la dimensión “pasión hacia el emprendimiento”, los alumnos respondieron en un mediano a alto porcentaje a preguntas tales como: ¿Cuándo conversas con otras personas, les dices que deberías estar trabajando en tu proyecto de emprendimiento? ¿Desearías estar trabajando en proyectos de emprendimiento cuando no lo estás? ¿Despiertas pensando en cosas del proyecto de emprendimiento que realizas o planeas realizar?

En la dimensión “orientación hacia la sustentabilidad” las respuestas hacia preguntas tales como: ¿Prefieres caminar que viajar en auto? ¿Animas a los demás para que reciclen? ¿Amas realizar actividades que tengan que ver con el reciclaje?, etc., fueron contestadas en porcentajes de medianos a altos de manera afirmativa.

Por último, las preguntas tales como: ¿Sobrepasas todos los obstáculos para crear una solución a un problema? ¿Eres capaz de desarrollar soluciones para enfrentar tus problemas? ¿Tu percepción te permite encontrar soluciones a los problemas? que conforman la dimensión “identificación de oportunidades”, también fueron contestadas afirmativamente con porcentajes de medianos a altos.

Por lo antes expuesto, las dimensiones mencionadas se encuentran en niveles de medianos a altos en los estudiantes; ergo, la primera hipótesis señalada es aceptada.

La segunda hipótesis menciona que “la capacidad emprendedora no es condicionada por el género”, aceptando dicha hipótesis, dado que las dimensiones pertenecientes al emprendimiento social se encuentran presentes tanto en hombres como en mujeres. De tal forma que el género no define el nivel de capacidad o potencial en emprendimiento social.

El objetivo general que se planteó en la investigación fue analizar el potencial en emprendimiento social en los alumnos del último semestre de la carrera en administración de la EES-Jojutla. Este objetivo se cumple ya que durante el proceso de la investigación se estudiaron diferentes variables, encaminadas a analizar el potencial en emprendimiento social, que como ya se señaló fue de mediano a alto.

El primer objetivo específico fue el identificar el nivel de potencial en emprendimiento social en los alumnos, utilizando el Test de Evaluación del Emprendimiento Social, que como se ha mencionado fue de mediano a alto. En general, los estudiantes llevan a cabo acciones orientadas a la sustentabilidad, actitudes que los inclinan a buscar el cambio y mejora para el entorno, así como, capacidades para realizar actividades altruistas. Sin embargo, a pesar de tener potencial de mediano a alto en emprendimiento social, actualmente no se encuentran trabajando en proyectos de este tipo. Esto, sin duda, es un área de oportunidad.

El segundo objetivo específico fue determinar si el género constituye un factor de diferenciación respecto al potencial en emprendimiento, lo cual como se mencionó

en párrafos anteriores, no constituye un factor de diferenciación, ya que ambos géneros tienen el mismo potencial.

Por último, el tercer objetivo específico, fue determinar cuál de las dimensiones pertenecientes al emprendimiento social, es decir, “pasión hacia el emprendimiento”, “orientación hacia la sustentabilidad” e “identificación de oportunidades”, se encuentran en mayor medida en los estudiantes. En este sentido, podemos concluir que, la dimensión denominada orientación hacia la sustentabilidad fue en la que hubo respuestas con un porcentaje más alto, por lo que se infiere que los alumnos tienen en mayor medida esta dimensión.

Es importante mencionar que, en la aplicación del cuestionario, precisamente en el apartado II se desglosa un ejemplo en el que los informantes deben desarrollar su capacidad para enlistar una serie de ideas sobre emprendimiento social, en el análisis se puede notar que solo 4 estudiantes mencionan más de una idea de emprendimiento, mientras que el resto concuerda con ideas muy similares y solo ejemplifican una. Algunos de los ejemplos de ideas de emprendimiento fueron: crear una empresa que realice distintos productos con material reciclable, sustituir los plásticos por materiales biodegradables, utilizar otras medidas de envasado y/o empaquetado biodegradable, entre otras.

Para culminar, es importante que la EES-Jojutla profundice en la realización de investigaciones sobre el tema de emprendimiento social por parte de los alumnos, así mismo, conociendo los resultados se puedan tomar decisiones sobre la conformación de características y habilidades que permitan al estudiante desarrollar proyectos de emprendimiento social y que sea considerado como uno de los aspectos más significativos en la carrera de administración, de tal modo que, no solo se ofrecerá a la sociedad egresados capaces sino, además, profesionistas con las habilidades para fomentar el desarrollo de soluciones a los problemas sociales, culturales y ambientales; con un alto potencial en emprendimiento social.

Cabe destacar que, de acuerdo a todo lo expuesto en esta investigación se deben de enfocar y profundizar en temas que sean del índole social, respecto a que no todos los alumnos de diferentes generaciones se enfocan por realizar proyectos de

este tipo, es recomendable aplicar en el plan de estudios y/o en materias relacionadas que los alumnos realicen proyectos que estén enfocados al emprendimiento y puedan darle continuidad a lo largo del trayecto académico, primordialmente del tipo social y que a su vez estos sean más innovadores y brinden mayores beneficios a la comunidad, de este modo, el interés de los alumnos podrá incrementar ante la necesidades que hoy en día existen.

Referencias bibliográficas

- Alvarez López, Chaeloque, & Vílchez. (2018). *Emprendimiento social*. Fondo Editorial USMP.
- Arrayales, J. (2007). *Tu potencial emprendedor*. México: Rosas, pearson.
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social una mirada psicosocial. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 121-132.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100230029007>
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cordona, Y. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Escuela De Administración De Negocios*, 40-5
<https://doi.org/10.21158/01208160.n71.2011.550>
- El emprendedor de éxito. (2011). En A. Rodríguez. México: McGraw Hill.
- InnovaT. (2021 de Febrero de 2017). El emprendimiento social como motor económico y social: estudio sobre políticas públicas y experiencias para su promoción en Europa y América Latina. *Red CreActiva*, 1-142. Obtenido de
<https://www.redcreactiva.org/sites/default/files/Estudio%20InnovaT.pdf?mail=jorge-marquezch>
- Portuguez Castro, M., Valenzuela Gonzáles, J., & Navarro Corona, C. (2018). Diseño y validación de un test de evaluación del potencial en emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 128-192.
<https://doi.org/10.5209/REVE.60207>
- Ramírez Gutiérrez, Y., & Caldera González, D. (2017). POTENCIAL EMPRENDEDOR (SOCIAL) DE JÓVENES UNIVERSITARIOS. *Jóvenes e n la ciencia*, 1477-1481.
<https://2164-7322-1-PB.pdf>
- Schumpeter, J. (1935). Ensayo sobre el ciclo económico. En análisis del cambio económico. *México: Fondo de cultura económico*.
- Vázquez Parra, J. C. (2018). Elementos para la valoración integral de proyectos de emprendimiento social. Una herramienta para la formación de emprendedores. *Contabilidad y Negocios*, 15-26. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201802.008>
- “Adolfo Menéndez Samará”. (2002). *Órgano Informativo Universitario*, Año VI, Número 26. <https://www.uaem.mx/organizacion-institucional/organo-informativouniversitario/>
- “Adolfo Menéndez Samará”. (2011). *Órgano Informativo Universitario*, Año XVI, Número 61. <https://www.uaem.mx/organizacion-institucional/organo-informativouniversitario/>

“Adolfo Menéndez Samará”. (2014). *Órgano Informativo Universitario, Año XIX*, Número 79. <https://www.uaem.mx/organizacion-institucional/organo-informativouniversitario/>

Cualidades que necesitas para ser un buen emprendedor | OLA. (s. f.). Observatorio Laboral.Gob. Mx. Recuperado 9 de marzo de 2021, de https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparateempleo/Emprendedores_2.html

Emprender. (s. f.). Catarina.udlap.mx. Recuperado 9 de marzo de 2021, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/lopez_t_cr/capitulo1.pdf

Guevara, J. (2015, 14 noviembre). *Historia emprendurismo*. Emrendepd.blogspot.com. <http://emrendepd.blogspot.com/p/historia.html#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20emprendedor%20fue%20acu%C3%B1ado,y%20crear%20un%20nuevo%20producto%22>.

Luna, N. (2018, 3 mayo). *¿Qué es un emprendedor?* Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/312134>

R. (2020, 25 junio). *emprendedor, emprendedora* | *Diccionario esencial de la lengua española*. «Diccionario esencial de la lengua española». <https://www.rae.es/desen/emprendedor>

Innovation & Entrepreneurship Business School. (2019). *La cultura emprendedora, el futuro de las empresas digitales*. scribbr.

Moya, D. P. (2020, 20 marzo). *Qué es Cultura Emprendedora ¡Un Paso Más al Éxito!* Emrender Fácil. <https://www.emrender-facil.com/que-es-cultura-emprendedora/>

Hernández C., & Arano, R. M. (2015). *El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial*. El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial, 28-36. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>

- Martin, J. M. (2019, 19 enero). *¿El emprendedor nace o se hace?* [Debate]. UNED.
<http://blogs.uned.es/emprende/?topic=el-emprendedor-nace-o-se-hace>
- Manrique, F. (2018, 28 octubre). *El emprendedor ¿nace o se hace?* / Opinión. El Tiempo.
<https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/otros-columnistas/el-emprendedor-nace-ose-hace-286178>
- Majmud, P. (s. f.). Visión. *La capacidad emprendedora*. Recuperado 14 de marzo de 2021 de 2021. <https://portales.inacap.cl/redemprendimiento/docentes/vision>
- Muñoz, K. E., & Zavala, D. F. (2017). *Factores que influyen en la capacidad emprendedora del estudiantado en Educación Superior*. Revista Publicando, 04(10),406-413.
https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/443/pdf_284/1736
- Samsó, R. (2016). *El Código Del Dinero: Conquista tu libertad financiera* (7.a ed.). Nirvana Libros, S.A. de C.V.
- Universia. (2020, 16 julio). Red de Portales News Detail Page.
<https://www.universia.net/co/actualidad/habilidades/16-habilidades-emprendedor-exito-1009327.html>
- Ovalles-Toledo, L. V. (2018, 22 enero). *Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Sung, S., & Duarte, S. (2015, diciembre). *El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos*. PDF.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5297970.pdf>
- Expansión. (2016, 15 febrero). *10 principios de todo emprendedor*. Expansión.
<https://expansion.mx/especiales/2014/08/01/los-10-principios-de-todo-emprendedor>
- S. (2020, 16 julio). *Emprendimiento Social*. Concepto. <https://concepto.de/emprendimiento-social/>
- A. (2018, 3 enero). *Perspectivas y ventajas del emprendimiento social*. conceptos.
<https://news.pcuv.es/perspectivas-y-ventajas-del-emprendimiento-social>
- Rompato, M. E., & Peralta, S. (2019, julio). II Jornada de Sociología. 1–9.

https://www.researchgate.net/publication/343058939_Emprender_con_perspectiva_social_Posibilidad_y_responsabilidad_universitaria

Posted by: Comunicaciones Socialab. (2019, 7 febrero). *Tipos de emprendimientos sociales*.

Blog Socialab. <https://blog.socialab.com/tipos-de-emprendimientos-sociales/>

S. (2020, diciembre 28). *Emprendimiento social vs emprendimiento*. ¿En qué se diferencian?

Office Madrid. <https://www.officemadrid.es/noticias/emprendimiento-social-vsemprendimiento/>

Ortega, R. M., Salcido, C. N., & Montejano, M. F. (2018). *Emprendimiento Social: Una perspectiva desde las Instituciones de Educación Superior en México*. pdf.

U. (2020c, octubre 20). *¿Qué es un emprendedor social?* Definición y características.

UnLtd Spain. <https://www.unltdspain.org/2020/04/23/que-es-un-emprendedor-social/>

Moya, D. P. (2021, 20 enero). *10 características de un Emprendedor Social*. Emprender

Fácil. <https://www.emprender-facil.com/caracteristicas-de-un-emprendedor-social/>

T13. (2020, 13 octubre). T13 | Tele 13. Conceptos.

<https://www.t13.cl/noticia/emprendedores/tips-emprendedores-cual-es-perfil-emprendedor-social>

Español, E. E. (2019, 27 noviembre). *Los 20 emprendedores sociales que están cambiando*

a México. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/342986>

Morúa, J., & Flores, A. (2019). *Los retos de la Universidad frente al emprendimiento*

social: reflexiones obtenidas de una intervención-acción. artículo.

<https://www.cairn.info/revue-projectique-2019-2-page-79.htm>

Metodología (s. f.). PDF. Recuperado 7 de abril de 2021, de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf

Arias, J. (s. f.). *CENSO DE POBLACIÓN*. Censo. Recuperado 20 de abril de 2021, de

<https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/13/censos.htm>

Anexos

Anexo A: El cuestionario

El siguiente cuestionario tiene el objetivo de analizar el potencial en emprendimiento social en los estudiantes del último semestre de la carrera en Administración de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. La información que se recabe se maneja de manera confidencial para fines de la investigación. Agradecemos su participación.

Apartado I. Datos de identificación

INSTRUCCIONES: contesta las preguntas que se te piden a continuación.

Edad: _____ Género: __M__F__ Lugar de residencia: _____

Actualmente ¿Trabajas en algún proyecto en emprendimiento social?

Si _____ No _____

Si tu respuesta es afirmativa ¿Cuánto tiempo tiene que trabajas en él?

Menos de 1 año_____. 1 año _____. Más de 1 año _____.

Para ti, ¿Qué es el emprendimiento social?

¿Te gustaría en un futuro inmediato iniciar un proyecto de emprendimiento social?

Apartado II. Desarrollo de nuevas ideas

En esta parte esperamos que colabores con nosotros proponiendo ideas que den solución al problema planteado a continuación. Puedes escribir todas las

que se te vengan a la mente. Solo debes enunciarlas no explicarlas o elaborarlas.

Estás viendo las noticias y escuchas que el problema del manejo de residuos es un grave problema para las grandes ciudades y la población mundial, y la solución es reusar, reducir y reciclar. Por lo que algunos emprendedores están proponiendo ideas de negocio para minimizar esta situación ¿Cuáles ideas de negocio vienen a tu mente?

Apartado III. Escala de actitudes y comportamientos hacia el emprendimiento

En esta parte estamos midiendo la actitud de los alumnos en las actividades que realizan o planean realizar en su proyecto de emprendimiento. Agradecemos conocer tu experiencia contestando el cuestionario según las siguientes categorías:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

		1	2	3	4	5
1	Desearías estar trabajando en proyectos de emprendimiento cuando no lo estas.					
2	Sobre pasas todos los obstáculos para crear una solución a un problema.					
3	Prefieres caminar que viajar en auto.					
4	Si pudieras, solo realizarías actividades dirigidas a proyectos de emprendimiento.					
5	Ánimas a los demás para que reciclen.					
6	Amas realizar actividades que tengan que ver con reciclaje.					
7	Participas en colectas de fondos.					
8	Piensas que las actividades que realizas o planeas realizar en tu proyecto de emprendimiento son muy importantes para ti.					

9	Eres capaz de desarrollar soluciones para enfrentar tus problemas.					
10	Lees acerca de temas ambientales.					
11	Tienes casi una obsesión por conocer las actividades que se realizan en temas ambientales.					
12	Has llegado a regalar la ropa que ya no usas.					
13	Ayudas en las tareas a tus compañeros.					
14	Cuando conversas con otras personas les dices que deberías estar trabajando en tu proyecto de emprendimiento.					
15	Realizas actividades de reciclaje.					
16	Las actividades que te gustan realizar están en armonía con las otras actividades de tu vida.					
17	Tu percepción te permite encontrar soluciones a los problemas.					
18	Reutilizas tus cuadernos y hojas.					
19	Haces saber cuándo dañan el ambiente.					
20	Piensas que los niños tienen el mismo derecho que los adultos.					
21	Piensas que el hombre y la mujer tienen las mismas obligaciones en casa.					
22	Ayudas a personas mayores a cruzar la calle.					
23	Tus actividades están bien integradas con tu vida.					
24	Piensas que la mayor satisfacción de tu vida proviene de lo que realizas o planeas para tu proyecto de emprendimiento.					
25	Despiertas pensando en cosas del proyecto de emprendimiento que realizas o planeas realizar.					
26	Consideras que los recursos naturales deben repartirse equitativamente para el desarrollo de las actividades de emprendimiento.					
27	Las actividades relacionadas con el proyecto de emprendimiento que realizas o planeas realizar reflejan las cualidades que me gustan de ti mismo.					
28	Prefieres comer en casa que en un restaurante.					
29	Las actividades del proyecto de emprendimiento que realizas o planeas realizar te permiten vivir una variedad de experiencias.					

30	Dejas de asistir actividades personales por estar planeando o trabajando en tu proyecto de emprendimiento.						
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Jojutla, Mor., a 21 de junio del 2022

Asunto: Se comunican votos de aprobación



DRA. DULCE MARÍA ARIAS ATAIDE
DIRECTORA GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E:

Los suscritos catedráticos de la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla, dependiente de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, se dirigen a usted con la finalidad de comunicarle que después de haber revisado el proyecto de tesis intitulada **“EL POTENCIAL EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL: UNA APROXIMACIÓN EN ESTUDIANTES DEL ÚLTIMO SEMESTRE DE LA CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE LA ESCUELA DE ESTUDIOS SUPERIORES DE JOJUTLA”**, elaborada por la **C. MARTÍNEZ MORALES MARIAM**, con matrícula **10002776**, pasante de la Licenciatura en Administración, consideramos que reúne todos los requisitos que exige un trabajo de esta especie; por lo que con fundamento en los artículos 8 y 9 del Reglamento de Titulación Profesional vigente de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, nos permitimos efectuar nuestro **VOTO DE APROBACIÓN** con respecto al tema mencionado.

No dudando de contar con su valiosa colaboración y apoyo en beneficio de nuestra egresada, nos despedimos de usted quedando para cualquier aclaración.

Atentamente
Por una humanidad culta
Una universidad de excelencia

DRA. SELENE VIRIDIANA PÉREZ RAMÍREZ
ASESORA

M.I. SILVIA CARTUJANO ESCOBAR
REVISORA

DRA. PAULA PONCE LÁZARO
REVISORA

M.I. CRISÓFORO ÁLVAREZ VIOLANTE
REVISOR

M.D. ROQUE LÓPEZ TARANGO
REVISOR

C.c.p.- Archivo

Av. 18 de Marzo 617, Colonia Emiliano Zapata, Jojutla Morelos, México, 62900,
Tel. (734) 34 2 38 50, / direccion.eesj@uaem.mx



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

SILVIA CARTUJANO ESCOBAR | Fecha:2022-06-23 17:36:19 | Firmante

Ssbwjs/Vx/ms9/B1qUiKl+SpF4BxtJ3qWWWHuoRaiA61EMvgPtlxkEF54fU8zZPb02e+rEKyV0kSe2AqvlpL44K6rRRZNk7C2SY7NAMyRNnmCu5fQUW8IK5vFxNnVyu25IFxKAaY BtblQoQH4XOf3wOgklrtRD/ulD74fp6Me9Ww+vw+VI6wkW2M6w43WqKRbPmlgOKclSz6494znNpl56qg8F2KDG2qFhWXx2xwyFaQhnpnwKE4SOQpDpblByXEsGR+OmgZZLIX AK5062kQDXF1YIlyoelligYFZQZRGHeHBvYltZZ5r+aJuTmaHnaXHFBdprDx4tVB0eUx2+OTw==

SELENE VIRIDIANA PEREZ RAMIREZ | Fecha:2022-06-23 19:07:58 | Firmante

SjwxnVJERjdfir4l7nwiMBYHPNAM2YgxX0uQ4/CrNTHxxL7649dMImZbZVCOBhNEzmsg20jLRxu3+5cAP1WQlfk4KGKWjHP+fWYze3A5OIKclIOGJM6g+6Xat5g+fwPJ6BMlftzJ aHTPv4mxvAFuzMQDdpiHeQ04V9w3df7eKaur8mRcwupGYi6alslnUPxODbxjBTZ7IUN+Eald2PkiAdd4Opyl2uCNii2wTQ1rm2PmCirLWXk5ppBMO9Q4gnk75GTgqmYhD+EKYQ 1uPLFaiAFyXlTkBntnHVxwEAKWqobtLnb8Bq+F2W5AxeHbmWoxkKQepA/h2AnfVSKlw==

PAULA PONCE LAZARO | Fecha:2022-06-26 15:31:56 | Firmante

g+n4ofyo6CFesJKOGwrox9Y2kJOa27S/wRc+StqOZOdfdw0vt+cVHA8mS+9ZO4U/H++jyeb3e0uU9v8EoMYHjG3C0YXmhcQH19LZHQETBUpXBNQgNILk7MHHISpjwp3Snrk 7b14obWtEQU4qjI+RhJp2tuyVfxyMuSHAJ6SaclxJwAfTO0f8XdvYz8fq27Fug3YR60qUSkviBpzZ+okFinRYLYCYc+B1qFqA27uK35s7mGdFeVD+/ayDCrISeXc8LgdfociPA3rMLQ RABq/LTCXnrC36BC+n5jBLULRY49+f11gpTepFJmQNb151o/bzF+Nxl+Z/VPIDZiW6LQ==

ROQUE LOPEZ TARANGO | Fecha:2022-06-27 22:28:34 | Firmante

ZVzWiNZQ77I0rLZbpTJREAVHiePBEwS5WzveQu/yfWJWI9eZ3BcrxOMmweJIPsMOH9a1V7AFJo0z7Pf7uiSukgUP/7gyMfgPDQoaJwN+0hWnKqJ0aW/CHT2IC5BKRklfMPLQ CIW30E8JV2/CyV9LBwRyersRz9yTBgkYzc5IW1iAtDiy62IVnd8F4dt+PNNOCcxzQE4Ap9ipfKKfYPBhl8WYcXTTKU4BFhLGMkZMKYMU8CIPXj9Mch9p52Ze2RQjXS9ws+MRIQ wdN02EqwypayhCmZzy1G7CUJJC6suR1A+C8G6UzNVfkiEI7IKmBJ/DP7C6kXFIQuU15ja3w==

CRISOFORO ALVAREZ VIOLANTE | Fecha:2022-06-28 09:51:21 | Firmante

ncD2IEE14i8NOdf1rWgba5/wQ5iMvm3j//BNgAP3ULnskkWtdkIOpgKmlLBNdmtMPM3yeejNFMh7i1n0M4URnb6IG23MLZzTzejnwiuG5wn+/QXAVELVU6RbkvcknhKL4MsmWiHS GzxMRQvN/ckkseVITms4fxviJPCMGmdQf0JQg7hELWhBIOOPaKECPH6txAiBtz5y3KU7ZEE7BHryO0wy8JdrFPOUt/5z7b13fv2FVqMIUu47I04Fe9xu/6OLOmbo2l/vNawDm890 NLdu5TM3fFib7F/uB4Q4VdA99ULhF0PxyVYHNRr+XCKPfgW7218d2DibGILVNRz04MAgQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[ipmbUJcNx](https://efirma.uaem.mx/noRepudio/pZWVO7SZH7l4nJotXXivUwrUL13Ztrgi)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/pZWVO7SZH7l4nJotXXivUwrUL13Ztrgi>

