



## Rasgos de emprendimiento social de estudiantes de una IES

Sainz-Barajas, Ma Teresa de la Luz<sup>1</sup>; Clara-Zafra, Miguel Ángel<sup>2</sup> & Aguirre-Alemán, María Guadalupe<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)  
mclara@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad;  
Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

<sup>2</sup>Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)  
mclara@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad;  
Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

<sup>3</sup>Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)  
mclara@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad;  
Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

---

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: mayo 2020

Fecha de publicación en línea: julio 2020

---

### Resumen

La llegada de la globalización ha traído consigo grandes cambios en el mundo y sus efectos se han visto reflejados en lo político, económico, social y por supuesto en el contexto educativo. La presente investigación tiene como objetivo analizar los rasgos de emprendimiento social que poseen los estudiantes de nivel licenciatura adscritos a la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Veracruzana (UV) campus Coatzacoalcos, para ello, se sigue una metodología con un enfoque empírico-analítico, de alcance descriptivo y de corte transversal. En relación al diseño, se utilizó la técnica de encuesta y aplico a una muestra representativa de 248 estudiantes. Los resultados muestran que los estudiantes poseen actitudes sólidas acerca de emprendimiento social, las principales recomendaciones indican que se debe de incluir el tema de emprendimiento social en las Experiencias Educativas (EE) de los Programa de Estudio (PE) ante las nuevas tendencias en diseño curricular en el Área Económico Administrativa (AEA).

**Palabras clave:** emprendimiento social, estudiantes, emprendedor

### Abstract

The arrival of globalization has brought great changes in the world and its effects have been reflected in the political, economic, social and of course in the educational context. The purpose of this research is to analyze the characteristics of social entrepreneurship that undergraduate students have attached to the Faculty of Accounting and Administration of the Universidad Veracruzana from Coatzacoalcos, for it, a methodology is followed with an empirical-analytical, descriptive and cross-sectional approach. In relation to the design, the survey technique was used and applied to a representative sample of 248 students. The results show that students have strong attitudes about social entrepreneurship, the main recommendations indicate that the topic of social entrepreneurship should be included in the Educational Experiences of the Study Program in view of the new trends in cur design.

**Key words:** social entrepreneurship, students, entrepreneur.

## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la educación superior se ha visto inmersa en una serie de cambios, que han repercutido en el diseño curricular de PE. En este sentido, han surgido nuevos paradigmas que se han adoptado en dichos diseños, tales como: economía circular, desarrollo sostenible y el emprendimiento, este último incluido en las principales agendas políticas y económicas del mundo. Por ello, las Instituciones de Educación Superior (IES) han incluido en el diseño curricular de sus PE temas relacionados con el emprendimiento con el único afán de formar profesionista con una visión creativa, innovadora y moderna ante los nuevos cambios disruptivos del mundo empresarial.

En el presente artículo se plantea el análisis del emprendimiento social. Entendiendo a este como una actividad empresarial que tiene como objetivo crear un beneficio a la sociedad, dicha actividad puede o no tener fines de lucro, no solo es característico del sector privado, sino también del sector público. Siguiendo un enfoque emperico-analítico se toma como caso de estudio (unidad de análisis) los estudiantes de las licenciaturas que ofrece la FCA de la UV del campus Coatzacoalcos. Para sustentar el estudio se plantea las bases teóricas fundamentales para comprender el emprendimiento social a partir de rasgos que poseen los individuos. Finalmente, se muestran los resultados de la aplicación de un cuestionario a estudiantes, y de dichos resultados la propuesta para incluirse en el diseño curricular de los PE.

### 1.1 Antecedentes

El tema de emprendimiento ha tomado un importante valor en las últimas décadas, por tanto, existen gran variedad de investigadores que realizan estudios para abonar en la literatura y generación de conocimiento contemporáneo en este tema. Por lo que se refiere al emprendimiento social diversos autores lo han abordado generando un debate acerca de la naturaleza del mismo; algunos plantean que se lucra con el mismo, y otros lo contradicen. A continuación, se mencionan algunos antecedentes importantes que fundamentan este estudio:

#### Nacionales

- La investigación llevada a cabo por García y otros (2017), residió en evaluar el perfil de emprendimiento social en los estudiantes del área empresarial, de manera específica los de la Licenciatura en Administración e Ingeniería en

Gestión Empresarial, impartidas en una Institución de Educación Superior Tecnológica. La técnica utilizada para recopilación de datos fue el cuestionario, dividido en cuatro dimensiones: aspectos personales, aspectos sociales, aspectos innovadores y perfil de emprendimiento social. El instrumento, se aplicó a una muestra de 171 estudiantes de Administración y a 151 de Gestión Empresarial. Los resultados indicaron en orden de relevancia, que, para ambos grupos de estudiantes, es significativo el conocimiento sobre emprendimiento social/empresa; seguido de la habilidad para identificar los diversos instrumentos de financiación y en último lugar, el asegurar la disponibilidad de voluntarios y colaboradores motivados. sin embargo, los alumnos de la Licenciatura en Administración tienen una percepción mayor del emprendimiento social, que los de Gestión Empresarial. Por otro lado, en cuanto a los aspectos que integran el Perfil de Emprendimiento Social, en los encuestados de Administración se ubicaron en el siguiente orden: sociales, personales e innovadores, mientras que, en los alumnos de Gestión Empresarial, primero los personales, seguido de los sociales y por último, los innovadores. Finalmente, en los tres aspectos: personales, sociales e innovadores, así como en el Perfil de Emprendimiento Social, los alumnos de la Licenciatura Administración obtuvieron la puntuación más alta.

#### Internacionales

- Kirby e Ibrahim (2011), realizaron un estudio con el propósito de explorar el grado de conocimiento del emprendimiento social entre los estudiantes e identificar las áreas de oportunidad para formar profesionistas que, al momento de graduarse, tengan sembrada la semilla de convertirse en empresarios sociales. La esencia doctrinaria, fue la teoría de Ajzen, sobre el comportamiento planificado. La muestra estuvo compuesta por 183 de los 2000 estudiantes de tres Facultades en la Universidad Británica de Egipto. Los resultados mostraron que, pese a que existen tres organizaciones que apoyan y promueven la empresa social en Egipto, Ashoka Arab *Word*, *The Schwab Foundation* y *Yes Egypt*, los estudiantes confunden el significado de emprendimientos social, ya que no conocen la situación social de Egipto; no obstante, un número considerable está interesado en establecer una empresa social y en último lugar, la mayoría añora a una carrera laboral

en una empresa multinacional. Dentro de sus conclusiones, recomiendan cambiar el Sistema Educativo Egipcio, con la participación de las empresas con enfoque sostenible y socialmente conscientes, con el fin de alentar a los estudiantes a pensar y comportarse como emprendedores, mediante la capacitación para iniciar sus propios proyectos.

- Ferrer y otros (2014), al estar conscientes de la necesidad formativa de estudiantes que tengan la habilidad de adaptarse a nuevo contexto social, carente emprendedores con iniciativa empresarial social para desarrollar sus ideas y llevarlas a la realidad, se dieron a la tarea de llevar a cabo una investigación, en la Universidad de Barcelona, con el objetivo de introducir el concepto de Emprendimiento Social, en los grados de Educación Social, Pedagogía y Trabajo Social, a través de buenas prácticas que coadyuven en la formación de perfiles universitarios creativos e innovadores para el emprendimiento social. Posteriormente, se efectuó una investigación para analizar el perfil de emprendimiento social en 92 estudiantes, de los tres grados mencionados con antelación. Los resultados mostraron que existe interés por el emprendimiento social y aseveraron que para desarrollar un proyecto de esta índole, requieren adquirir las competencias de liderazgo; habilidades sociales y comunicativas; experiencia comercial y de negocios; proactividad; creatividad e innovación; motivación; voluntad de aprender; iniciativa; sensibilidad; espíritu social; autoconfianza; trabajo en equipo; toma de decisiones; capacidad de organización; capacitación en gestión de proyectos; flexibilidad y adaptabilidad. El 50.5%, sí identificaron en algunas asignaturas los temas relacionados con el emprendimiento social; sin embargo, el 50% restante, no lo hicieron, lo que, sin duda alguna, denota una enorme área de oportunidad, ya que el 93.5%, consideraron que, hasta cierto punto, los temas relacionados con el emprendimiento social son importantes para su desarrollo profesional.

Dicho lo anterior, se entiende que el emprendimiento social es una actividad que

se ha extendido en el contexto educativo con la finalidad de ser aplicado en el contexto real del mercado. Por ello, los estudios acerca del emprendimiento social desde la perspectiva de estudiantes universitarios son relevante para el diseño curricular de EE que fortalezcan estos nuevos paradigmas en las licenciaturas que las IES brindan a la sociedad.

## 2. MARCO TEÓRICO

El emprendimiento ha existido desde hace mucho tiempo: decenios, siglos o inclusive milenios, sin embargo, no se conocía el termino y mucho menos se asumía como tal por la sociedad. Con la evolución de la sociedad posmoderna este ha tomado un papel relevante y crucial para el desarrollo económico y social de los países, ya que es una alternativa por la cual las personas impulsan las desaceleradas economías, y debido a su rol protagónico, se ha generado una amplia generación de conocimiento y aplicación en el mercado disruptivo.

Las IES por décadas han asumido el reto de formar profesionales con aptitudes y destrezas capaces de integrarse al sector productivo al finalizar su formación. Sin embargo, desde hace casi tres decenios estas han tenido que ir adoptando nuevas tendencias, y han incluido en sus PE el paradigma del “emprendimiento” con el único fin de contribuir al desarrollo económico de cada país.

Pero, con la llegada de la globalización y las diferentes alternativas de desarrollo en el mundo, surge el “emprendimiento social”, el cual es una estrategia de las empresas cuyo objetivo ya no es la generación y beneficio económico, sino la creación de valor para atender problemas sociales. Las IES en su quehacer diario han adoptado el rol de formar “emprendedores sociales” capaces de coadyuvar con alternativas viables para atender problemas sociales, en este apartado se define y se mencionan las principales características del “emprendimiento social”.

### 2.1 Conceptualización

La definición conceptual del “emprendimiento social” implica conocer las distintas perspectivas de distintos autores desde la esencia misma del concepto, es decir, desde el emprendimiento. En este sentido, Guzmán y Trujillo (2008) mencionan que el

empresario es quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación en las actividades que realiza cotidianamente.

Morris y Kuratko (2002) citados por Alcaraz (2011), opinan que un empresario, no solo tiene la responsabilidad de hacer uso óptimo de los recursos disponibles, sino que también, debe idear amalgamas que maximicen los resultados factibles, agreguen valor a cualquier proceso o acción en la que intercedan sus capacidades y alcances.

Dicho lo anterior, es importante discutir las diferentes opiniones acerca del emprendimiento social y acercarse a una definición propia, Martin y Osberg (2007) mencionan que se debe de considerar tres puntos:

- identificación de una estabilidad de un equilibrio estable pero intrínsecamente injusto que causa exclusión o exclusión de un segmento o nicho de la humanidad que en cierta manera carece de recursos y/o medios financieros o redes en la política para alcanzar un beneficio transformador por su cuenta (planes),
- la identificación de oportunidad en el equilibrio injusto antes mencionado, a través de una proposición de valor social que lo lleve a utilizar sus capacidades: innovación, creatividad, iniciativa, fuerza y fortaleza, desafiando la hegemonía del Estado opresor, y
- la creación de un equilibrio el cual se base en la libertad de realizar actividades a partir de la imitación y la creación de un ecosistema estable que permita un mejor futuro para el mismo y la sociedad.

En ese sentido, Guzmán y Trujillo (2008) desde su experiencia y revisión de literatura definen al emprendimiento social como:

“un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales (que resuelven un problema de la sociedad) a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través

de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales” (p. 110).

Para Bargsted (2013), el emprendimiento social tiene como objetivo resolver una necesidad social a través de estrategias de acción enfocadas al emprendimiento colectivo; al mismo tiempo responde a una creciente conciencia de que hay un límite a lo que los gobiernos pueden hacer con relación a las necesidades de la sociedad.

Drayton (2015) citado por del Valle y Mezher (2015), afirma que un empresario social no solo es una persona altruista, sino que es aquella que demuestra una clara determinación por hacer una contribución importante y que tenga un valor de impacto para la comunidad, en otras palabras, asevera que los empresarios sociales son gente que se afronta de forma innovadora, destinando toda su energía, pasión, y tenacidad a desvanecer los inconvenientes más transcendentales de la sociedad.

Pere Mora Tíco (2018), perteneciente a la Fundación Pere Tarrés comparte un video brindando una breve explicación sobre el tema tratado y testifica que un empresario social pretende con sus proyectos mejorar la situación colectiva de las personas que se encuentran en una situación de exclusión social y añade que es imprescindible involucrar a la comunidad en cuestión, en el diseño y desarrollo de programas que perfeccionen su situación y su integración social; finaliza invitando a los empresarios, a innovar en la captación de fondos para financiamiento.

En el año 2013 el entonces director de Ashoka México y Centroamérica, Armando Laborde, expresó su opinión a la revista Entrepreneur respecto al tema e indicó que, sin duda alguna, los empresarios sociales, son individuos que cuentan con la habilidad emprendedora y con una creatividad tal, que les permite visualizar los problemas y soluciones de modo incomparable, fuera de la caja como se dice tradicionalmente (Laborde, 2013).

La Profesora Titular de la UNED en el año 2013, dirigió el curso de “Emprendimiento e Innovación Social”, en el cual, con base a sus conocimientos, indica que la importancia de un empresario social

radica en su capacidad para solventar y afrontar problemas sociales en aquellos lugares, circunstancias y momentos en los que el sector público, el mercado y las organizaciones no gubernamentales no pueden hacerlo (Solórzano, 2013).

De acuerdo con las opiniones de los autores mencionados resulta inevitable forjar la siguiente enunciación, los emprendedores sociales son individuos que ponen en marcha un negocio o empresa eficaz, innovadora y tangible, que tenga como objetivo la creación de un valor social, ambiental y económico, que tenga un impacto social positivo para un grupo o sociedad.

Ahora bien y con base a lo expuesto hasta este momento, es imprescindible que un emprendedor social cuente con ciertos rasgos que le ayuden en la ejecución de su proyecto laboral social. Por ello, diversos autores se han dado a la tarea de generar taxonomías de atributos que deben de ser considerados en el desarrollo y capacitación de emprendedor social.

## 2.2 Dimensiones

*Tabla 1. Rasgos personales y sociales del emprendimiento social*

Rasgo	Definición
Liderazgo	Es la cualidad excepcional que tiene una persona para influir sobre otros individuos y/o grupos, a quienes dirigen y lograr que ellos desarrollen de manera paralela un rendimiento superior y un crecimiento personal (Yukl, 2008)
Responsabilidad	Es la actuación personal que implica un libre discernimiento para decidir, ejecutar de manera consiente y oportuna el compromiso y/u obligación (Arana & Batista, 1999)
Uso de redes sociales	Es fundamental para posicionar y tener una estabilidad con los proyectos y comunicación con la comunidad a la que se desea dirigir (Herrera, 2009)
Conciencia social	Nivel de conocimiento que un individuo posee, con relación a las circunstancias del resto de su comunidad, de tal manera, que cuente con la capacidad de identificar los eventos de su entorno (Vanderschueren, 1971)
Cooperación y ayuda	Van de la mano, ya que, al ayudar, de manera implícita, se está cooperando para solucionar alguna problemática (DLE, 2019)
Compromiso	Capacidad de una persona para involucrarse y hacer realidad lo prometido sin evadirlo (Barffusón & Figueroa, 2012).
Convivencia y respeto	Todos ven el mundo de diferente manera, lo que ocasiona que haya una gran diversidad de puntos de vista; no obstante, cada persona debe de aprender a respetar los ideales de los otros, para entablar una relación armónica (Aldana, 2006).
Creatividad	La habilidad de ver las cosas bajo una nueva perspectiva, en una situación de emergencia o no, e inventar luego soluciones originales y eficaces (Velásquez, Remolina, & Calle, 2010).
Capacidad para generar ideas	Hace referencia a la creatividad, debido a que las ideas nacen de la necesidad de innovar algo (Csikszentmihalyi, 2006).
Capacidad para aprender y evolucionar	Se refiere a tener paciencia debido a que el aprendizaje está sujeto a cambios conforme pasan los años (Tuñas, 2005).
Tolerancia al fracaso	Es la actitud que una persona toma ante alguna insatisfacción, molestia o contra tiempo que sucede en la vida cotidiana, tomando la problemática con calma y, sobre todo, buscando el lado positivo

El estudio del emprendimiento social debe de entenderse como una combinación única de elementos del emprendimiento tradicional con una óptica social. Capella, Gil, Martí, y Ruiz (2016) en sus estudios retoman atributos o constructos del emprendimiento social, y de acuerdo con los autores de este estudio se proponen cuatro dimensiones: rasgos personales y sociales; rasgos innovadores; rasgos de ejecución y rasgos de motivación interna; estas cualidades serán diagnosticadas en el instrumento, con la finalidad de medir la capacidad emprendedora de los estudiantes.

Con relación a la primera dimensión (ver tabla 1), está se encuentra por los rasgos personales y sociales; entendiendo por rasgos personales todos aquellos componentes no observables a simple vista, que emanan de las actitudes y conductas obtenidas de la importancia de una situación, por ello, estas son disposiciones latentes, de carácter general, lineales con el tiempo y con diversas situaciones (Ortega, s/f).

(Moreno, Hernández, García, & Santacreu, 2000).

Fuente: elaboración propia con información de Yulk (2008) y otros.

Ahora bien, se entiende que los rasgos personales y sociales son fundamentales para que el emprendedor social pueda desarrollarse. Si bien son componentes característicos del emprendimiento tradicional sin embargo para este el “social” se deben de agregar el énfasis por solucionar problemas reales de la sociedad y no solo la adquisición o beneficio económico.

La segunda dimensión se integra de los rasgos innovadores (ver tabla 2), los cuales deben de entenderse como factores intangibles que no tienen otro fin más que ayudar a crear iniciativas por parte del emprendedor, y tener la capacidad de identificar oportunidades, y de adaptación al cambio.

Tabla 2. Rasgos innovadores del emprendimiento social

Rasgo	Definición
Capacidad para identificar oportunidades	Es la cualidad para identificar alguna necesidad no satisfecha, hambrienta de un producto funcional, capaz de indemnizar una o varias insuficiencias no abrigadas (Martínez, 2014)
Capacidad de cambio	Se refiere a la conducta que toma un individuo respecto a la alteración de alguna situación cotidiana, sin que esto altere objetivos que se han establecido con antelación (CICAP, 2017).
Iniciativa	Es una conducta propia, es decir, algo que se desea hacer por satisfacción propia, requiere de persistencia y proactividad (Lanero, 2011).

Fuente: elaboración propia con información de Martínez (2014) y otros.

Estos rasgos innovadores son característico del emprendedor social, ya que representan la capacidad de ser diferentes, únicos y con gran potencial para enfrentar retos con decisiones creativas, innovadoras y aplicables a contextos complejos.

El siguiente distintivo, está representado por los rasgos de ejecución, los cuales representan el grado de motivación que poseen los emprendedores

hacia el logro de los objetivos y metas establecidos, son los que le dan la confianza para ser capaz de asumir riesgos sin temor a perder, es decir, son los factores más relevantes para que un emprendedor no desista de su idea, a pesar de situaciones adversas que se le puedan presentar. La tabla 3, permite visualizar esta clasificación desde una perspectiva de la dirección y el control.

Tabla 3. Rasgos ejecución del emprendimiento social

Rasgo	Definición
Motivación al logro	Es un propósito inconsciente debido a que todo inicia con la idea de obtener algo ya sea subjetivo u objetivo, hasta que la necesidad de cumplirlo se transforma en un reto, en el cual influirá el entorno de la persona, es decir, de su círculo social y laboral; y de su necesidad de logro y autorrealización (McClelland, 1989) (Monroy & Sáez, 2012).
Confianza	La confianza, es un recurso interior, un sentimiento de certeza, que permite enfrentarse a la vida, con menos miedo y con más decisión, garantizando el máximo desempeño personal (Celis, 2019).
Capacidad para asumir riesgos	Es una actitud que encadena el beneficio por conseguir una meta, con el potencial para analizar y calcular la probabilidad de los posibles escenarios que se puedan presentar, tanto positivos como negativos; las posibles alternativas de solución que se tendrían que elegir; y la posibilidad de inhibir obstáculos y/o disminuir efectos (CHEC, 2015).

Fuente: elaboración propia con información de McClelland y otros.

Los rasgos de ejecución sin duda son parte esencial del emprendedor social, ya que estos le

permiten desarrollarse y asumir cada reto, objetivo y meta para con su idea. Cabe destacar que un emprendedor social también debe de poseer valores

éticos (ver tabla 4) para su desarrollo. Estos valores pueden asumirse como emociones internas o intrínsecas de las personas, y se generan por una persona y no por su entorno, es decir, es aquella

que le pertenece, expone, efectúa, entiende un sujeto por sí mismo cuando así lo quiere, para aquello que desea (Soriano, 2001).

Tabla 4. Valores éticos de un emprendedor social

Rasgo	Definición
Generosidad	La acción noble que una persona realiza (DLE, 2014).
Gratitud	Es un sentimiento que reconoce el beneficio que otro individuo ha ejercido para facilitar algo (DLE, 2014).
Justicia	Norma establecida para la armonía en la sociedad (DLE, 2014).
Sacrificio personal	Sentimiento de culpa o tristeza e incluso confusión debido a no realizar alguna actividad por cumplir con una meta (DLE, 2014).
Control de sus emociones	Es la clave para la toma de decisiones dado que, si ésta se basa en el estado de ánimo que tenga en ese momento, puede ser que no se tenga una concepción objetiva de las repercusiones que la decisión podrá tener (Goleman, 2012).
Motivación inicial	Sastre (2013); Hitt, Black, y Porter (2006) citado por Solórzano, (2013) lo definen como un conjunto de fuerzas que impulsan, dirigen y mantienen la conducta, por contar con una independencia económica más que una laboral, debido a la ausencia de visualizar un empleo como un proyecto de vida, sino antes bien, la presunción de desarrollo personal, entendido como la posibilidad de crecimiento en experiencia, aprendizaje y estatus social.

Fuente: elaboración propia con información de DLE (2014) y otros.

En este sentido las dimensiones que se consideran del emprendimiento social son fundamentales para crear el valor social. Por ello, el estudio de rasgos de emprendimiento social en jóvenes universitarios es necesario para las actualizaciones de PE de las licenciaturas, y por supuesto para incluir el paradigma del emprendimiento social en los contenidos temáticos.

y ingresar este nuevo paradigma surgido del **Actores que intervienen**

En el estudio del emprendimiento social se deben de considerar aquellos actores que principalmente intervienen en el proceso. En la tabla 5 se mencionan los actores que conforman el ecosistema del emprendimiento social.

Tabla 5. Actores que posiblemente intervienen en el emprendimiento social

Actores	
Aceleradoras e incubadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• New Ventures Group</li> <li>• Socialab</li> <li>• Incuba Social</li> <li>• Unreasonable</li> </ul>
Fondos de inversión de impacto y organizaciones de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spectron Desarrollo</li> <li>• Adobe Capital</li> <li>• SVX</li> <li>• Fondeadora</li> </ul>
Asociaciones enfocadas en la creación de un ecosistema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ashoka</li> <li>• Promotora Social México</li> <li>• ANDE</li> <li>• Co_Plataforma</li> <li>• Connovo</li> </ul>
Instituciones gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SICyT</li> </ul>
Eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Epicentro Festival</li> <li>• Catapulta Fest</li> <li>• Laguna Innovadora</li> <li>FLII</li> </ul>

Fuente: elaboración propia, 202

Estas organizaciones y/o instituciones son parte fundamental y funge como soporte y apoyo para que las personas que poseen estos rasgos de emprendimiento puedan llevar a cabo su idea.

Las IES en el contexto donde se desarrollan también funge como un parteaguas para que las ideas creativas de estos emprendedores puedan llevarse a cabo. La educación superior en México se divide en: técnico superior, licenciatura y posgrados, las Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) clasifica por áreas académicas la educación en este nivel: Ciencias de salud, biológico-agropecuaria, exactas, humanidades, sociales y artes.

Dentro de las ciencias sociales se encuentra los PE del área económico-administrativa, y precisamente dentro de este contexto se encuentran con más afán el paradigma del emprendimiento. Lo dicho hasta aquí supone que tanto las IES y las instituciones descritas en la tabla 5 son las generadoras de recursos para que las personas cumplan sus objetivos sociales.

#### 2.4 Casos de emprendimiento social

Anteriormente ya se mencionó al respecto sobre la definición del emprendimiento social, una de las características más importantes es la iniciativa por resolver problemas reales que atiendan problemas sociales. En este apartado se mencionan algunos ejemplos de jóvenes emprendedores que se atrevieron a atender problemas sociales con sus ideas de negocios, y hoy poseen empresas o productos exitosos.

Blanco (2015) presenta a las personas que ganaron el galardón a los empresarios jóvenes empresarios más importantes del país. Uno de ellos es Alejandro Moreno con su proyecto “Tutor on-line”, básicamente es una plataforma que conecta a estudiantes con tutores (alumnos destacados que pueden tener ingresos económicos extra por sus conocimientos útiles y de calidad), permite a los usuarios vivir una experiencia casi real porque ofrece herramientas que logran que se realice una interacción eficaz. Es un emprendedor social porque le apuesta a la educación y la contempla como importante para cambiar el país. Esta persona ganó el primer lugar y 275 mil pesos por su importante aportación y es un recién graduado de la Ingeniería Industrial en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). En Veracruz, existen jóvenes que han decidido

arriesgar en el ámbito el emprendimiento, tal es el caso de Jéssica Muñoz, Aline Martínez, Aidé Sedano, Víctor Gil y Eduardo Bravo, estudiantes de Administración de empresas y gestión de negocios de la UV región Boca del Río, quienes fueron ganadores del Certamen *Social Business Creation*. (Al Calor Politico, 2017)

Estos jóvenes participaron con su proyecto “Trekhub” atendiendo a la problemática social del área rural, con el buscan prevenir los accidentes que aquejan a los trabajadores de esta área. Y utilizan como materia prima productos reciclados.

Es de orden social debido a que “reduce el impacto ambiental que ocasionan las llantas en los basureros, para promover la cultura de economía circular cambiando la manera común de hacer las cosas, producir, usar y tirar para usar los nutrientes tecnológicos, en este caso el caucho” (México, Trek-Hub, 2017).

Estos casos reales en México y en Veracruz se traducen como de emprendimiento social a la vida diaria, además de que estos han identificados necesidades de la sociedad, y con sus ideas solucionar dichos problemas. Estos emprendedores han pasado por un proceso el cual inicia precisamente en las IES, ya que han ido adoptando paradigmas que les brindan herramientas para poner en marcha sus ideas y sobretodo con el apoyo de guías, y recursos.

#### 2.5 Universidad Veracruzana

La Universidad Veracruzana (UV) es una IES pública y autónoma ubicada en el estado de Veracruz, es considerada como la mejor universidad de la zona sur de México. La UV se distribuye en cinco regiones a lo largo del estado: Coatzacoalcos-Minatitlán, Córdoba-Orizaba, Poza Rica-Tuxpan, Veracruz-Boca del Río, y Xalapa.

Anteriormente se mencionó que el área económico-administrativa es donde se ha incluido más el paradigma del emprendimiento, sobre todo por los apoyos y programas que se ofertan al estudiante. En la región Coatzacoalcos-Minatitlán se encuentra la FCA que en la actualidad es considerada como una de las facultades con mayor influencia en la región y referente dentro del área en temas de acreditación de sus PE. La FCA oferta cinco licenciaturas: en Administración (LA), Contaduría (LC), Gestión y Dirección de Negocios (LGDN), Sistemas Computacionales

Administrativos (LSCA) e Ingeniería del Software (LIS), en cada una de ellas se ofertan EE que incluyen el estudio del emprendimiento, una de ellas lleva por nombre Desarrollo de emprendedores, por ello se llevan a cabo dos ferias y dos foros anualmente. Cabe mencionar que en los últimos años se ha buscado que se incluyan la temática de emprendimiento social, que los estudiantes no solo creen y diseñen empresas donde obtengan recursos económicos, sino que adopten ideas y respondan a problemas sociales.

Durante las ferias de emprendedores los equipos de estudiantes crean y desarrollan un plan de negocios de ideas que ellos mismos generan, realizan una presentación ante jurados previamente seleccionados para atender los siguientes aspectos:

- Originalidad del Producto: Lo nuevo e innovador, lo que no existe en el mercado regional.
- Creatividad: Impacto visual, (colores, letras, diseño, logo)
- Trabajo en equipo: Conocimiento, Orden y secuencia, claridad, tono de voz, sencillez, seguridad, persuasión, convincente. Participación de los integrantes del equipo
- Material de apoyo: Presentación del stand, anuncios, grabaciones, imagen personal, reproducción del producto publicitario (prototipo).
- Factibilidad: La posibilidad de poder ser negocio rentable.

Lo anterior propicia la inquietud de seguir con las ideas para llevarlas a la realidad (contexto real). También en los foros que se realizan se hacen presentaciones de ponentes que tienen empresas que surgieron del emprendimiento, mismos que comparten sus experiencias con los alumnos y los orientan a llevar sus ideas al mercado.

Los PE de la FCA incluyen EE que de forma directa o indirecta introducen temas emprendimiento, tal es el caso de: Estrategias de Mercadotecnia donde el estudiante debe de crear y diseñar empresas, desde su lanzamiento hasta su promoción. Proyectos de inversión donde se analizan las inversiones, presupuesto y proyecciones. Entre otras EE que refuerzan las

ideas de creación de empresas y todo lo que conlleva la administración de la misma.

Además, el nuevo compromiso que realizó la Rectora Sara Ladrón de Guevara es “proyectar a la Universidad Veracruzana como una institución con reconocimiento regional, nacional e internacional por su compromiso con el desarrollo social comunitario, humanístico, ambiental y cultural” (Ladrón de Guevara, 2018).

En este sentido el emprendimiento social debe de formar parte en el desarrollo curricular de las EE que integren el PE de las licenciaturas que oferte la FCA de la UV. Lo dicho hasta aquí indica la importancia del diseño curricular y los estudios acerca de nuevos paradigmas que son importantes para el profesionista contemporáneo.

## 2. MÉTODO

La presente investigación sigue un métodoempírico-analítico, su alcance es descriptivo y su corte es transversal.

### 3.1 Planteamiento del problema

En México, de acuerdo con el *Global Entrepreneurship Monitor* (Pedraza & Acosta, 2018), del 2011 al 2015, hubo un incremento del 11.4% en la tasa de actividad emprendedora temprana; representa a los individuos y sus empresas de nueva creación, como consecuencia de que el 45% de la población adulta percibía un contexto con oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional. En este periodo también se presentó una adición en el porcentaje de empresas nacientes, de un 5.7% a un 16.2%; hecho que, sin duda alguna, demuestra condiciones propicias para emprender.

Lo anterior, indica que el emprendimiento es un tema tendencia en México, ya que a causa de problemas tales como el desempleo, desigualdad y abusos laborales, las personas han intentado crear sus propios negocios, con el único afán de generar sus propios recursos y no estar esclavizados a un trabajo remunerado en alguna empresa extranjera que solo consume su plusvalía.

La UV en su plan de desarrollo “pertenencia y pertinencia” reconoce la importancia de seguir impulsando las ideas de emprendimiento, además la combina con los compromisos sociales a nivel nacional e internacional. En este sentido, es importante incluir temas de emprendimiento social en las EE de los PE de las licenciaturas del AEA.

Sin embargo, para incluir este paradigma es necesario primeramente determinar si los

estudiantes poseen rasgos de emprendimiento social que les permitan realizar estas actividades, y de esta manera poder incluir esto en el diseño curricular de las EE.

Derivado de lo anterior, surge el planteamiento: ¿Cuál es el nivel de rasgos de emprendimiento social que poseen los estudiantes de las licenciaturas que ofrece la FCA de la UV campus Coatzacoalcos?

### 3.2 Objetivo general

- Analizar el nivel de rasgos de emprendimiento social que poseen los estudiantes de las licenciaturas que ofrece la FCA de la UV campus Coatzacoalcos

#### 3.2.1. Objetivos específicos

- Analizar el nivel de rasgos de emprendimiento social de estudiantes por cada una de las dimensiones que comprende este estudio.
- Calcular la correlación de cada dimensión con el emprendimiento.
- Establecer recomendaciones pertinentes en relación a las áreas de oportunidad detectada que coadyuven en el diseño curricular de la PE.

### 3.3 Justificación

El emprendimiento social en la actualidad ha tomado un interés relevante en las principales agendas de las IES en el mundo. Además, se apega a los ODS (2019) en cada uno de los diecisiete puntos que se establecen en la agenda 2030. Por ello, es relevante realizar esta investigación, ya que contribuye a conocer si realmente los PE de las IES están coadyuvando en la formación de emprendedores, y si estos poseen las actitudes para hacerlo socialmente, en este caso los

estudiantes de la FCA de la UV campus Coatzacoalcos.

La relevancia social que intrínsecamente guarda este estudio radica en la detección de estudiantes que posean rasgos de emprendimiento social con el afán de analizar los posibles cambios en la reestructuración y diseño curricular de PE, y de esta manera se siga contribuyendo en la resolución de problemas comunes en la sociedad a largo plazo. En relación al valor teórico, esta investigación se suma a las muchas otras que existen sobre emprendimiento social con el afán de incrementar la literatura y casos de estudio que fundamenten la relevancia del tema en la actualidad.

Después de un análisis minucioso se determinó que la investigación era viable, ya que se contaba con los recursos económicos, financieros y sobretodo de experiencia para alcanzar los objetivos planteados. Además, de que el acceso a la información de la población fue accesible de obtener y por ende confiable. Cabe destacar que en el proceso de investigación surgieron limitaciones, y la principal se debió a la aplicación de la encuesta, ya que fue complicado encontrar el número específico de estudiantes que indicaba la muestra, fue por ello que se decidió realizar el muestreo a conveniencia.

### 3.4 Población y muestra

En la tabla 6 se aprecia puede apreciar la población y la muestra para este estudio. Se calculó a través del SurveyIn con un 95% de confianza y 5% de error. La muestra fue probabilística estratificada y la técnica de aplicación a conveniencia.

Tabla 6. Población y muestra

PE	Población	Proporción %	Muestra*
LA	345	31.88	91
LC	344	31.79	88
LGDN	279	25.78	74

LIS	53	4.90	14
LSCA	61	5.65	17
Resultados	<b>1082</b>	<b>100</b>	<b>284</b>
*Se calculó con 95% y 5% de error			

Fuente: elaboración propia, 2020.

### 3.5. Instrumento de recopilación

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de encuesta a través la aplicación del cuestionario “Rasgos de Emprendimiento Social

en Estudiantes Universitarios (RESEU)” validado por Capello, Gil, Martí y Ruiz (2014), en la tabla 7 se aprecia la distribución por dimensiones e ítems.

Tabla 7. Distribución del instrumento RESEU

Nombre	Ítem	Núm. de ítems
Rasgos personales y sociales (D1)	1,2,10,11,12,14,15,16,17, 18,19,24,25,29 y 30	15
Rasgos innovadores (D2)	13,20,21,22,23,26,27 y 28	8
Rasgos de ejecución (D3)	3,4,5,6,7,8 y 9	7
Rasgos de motivación interna (D4)	31, 32 y 33	3

Fuente: elaboración propia, 2020.

El cuestionario RESEU fue aplicado a estudiantes universitarios de nivel licenciatura, específicamente en estudiantes adscritos a la FCA de la UV campus Coatzacoalcos. Para ello, es necesario definir conceptual y operativa las variables de estudio, y la confiabilidad de RESEU.

En la tabla 8 se indica la definición de las variables de estudio de esta investigación, esto con la finalidad de un mejor entendimiento del emprendimiento social, además se menciona las subvariables de estudio (dimensiones) mencionadas en la tabla 7, y la escala de evaluación utilizada en la aplicación del cuestionario RESEU.

#### 3.5.1 Definición conceptual y operacional

Tabla 8. Definición operacional y conceptual del emprendimiento social

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional
Emprendimiento social	Es aquel emprendimiento que busca crear un valor social a través de actividades innovadoras que aprovechen las capacidades y recursos de las que disponen (Peredo y McLean, 2006).	El emprendimiento social se puede medir a través del análisis de los rasgos de emprendimiento con los cuales posea la persona o la empresa.
	Sub-variables: Rasgos personales y sociales (D1) Rasgos innovadores (D2) Rasgos de ejecución (D3)	Escala: Muy en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Indiferente (3) De acuerdo (4)

Rasgos de motivación interna (D4)	Muy de acuerdo (5)
-----------------------------------	--------------------

Fuente: elaboración propia, 2020.

### 3.5.2 Confiabilidad

Para efectos de la confiabilidad del cuestionario RESEU se calculó el coeficiente de Alfa de Cronbach, en la tabla 9 se aprecia dicho coeficiente de cada una de las dimensiones

estudiadas y el general. Según George y Mallery (1995) el coeficiente general es excelente, y en cada una de las dimensiones el resultado es bueno y muy bueno, lo cual indica que la consistencia interna del cuestionario es buena y cuenta con los elementos de confiabilidad.

Tabla 9. Coeficiente de Alfa de Cronbach

Dimensiones	Número de ítems	Alfa de Cronbach
D1	15	0.850
D2	8	0.769
D3	7	0.813
D4	3	0.866
Total	33	0.928

Fuente: elaboración propia, 2020.

Dicho lo anterior, se afirma que los datos del cuestionario utilizado para analizar el emprendimiento social de estudiantes universitarios de nivel de licenciatura de la FCA de la UV campus Coatzacoalcos son confiables, además de que el tamaño de la muestra es representativo. Para la recolección de los datos se siguió la aplicación al azar de los estudiantes, identificando únicamente la licenciatura a la cual se encontraba inscrito para alcanzar el número esperado, después de ello, se concentraron en una base de datos para procesarse en el software

estadístico IBM SPSS V.25, posteriormente se analizan los resultados obtenidos.

## 4. RESULTADOS

Después de la aplicación del cuestionario RESEU, se obtuvieron datos en relación al planteamiento y objetivos antes descritos en el desarrollo de esta investigación. Primeramente, es necesario mencionar que para la interpretación de los datos descriptivos de las dimensiones estudiadas se estableció una escala valorativa para dar respuesta a los planteamientos, ver tabla 10.

Tabla 10. Escala valorativa para interpretación

Intervalo	Resultado	Interpretación
1-1.5	Nada emprendedor	No posee rasgos de emprendedor
1.6-2.5	Poco emprendedor	Posee mínimas actitudes de emprendedor.
2.6-3.5	Medianamente emprendedor	Posee actitudes encaminadas a consolidarse como un emprendedor social.
3.6-4.5	Emprendedor	Dispone de actitudes emprendedoras solidas
4.6-5	Muy emprendedor	Posee herramientas destacables de emprendedor social.

Fuente: elaboración propia, 2020.

Cabe mencionar que además de las dimensiones estudiadas del emprendimiento

social, fue necesario analizar variables (sociodemográficas) cualitativas de los estudiantes encuestados, dichos resultados son interesantes

para su análisis. La mayoría (32%) de los estudiantes encuestados pertenecen al programa educativo de Administración, predomina el género femenino (59%), la mayoría (67%) no trabaja, y el resto (33%) que si trabaja se encuentran laborando en alguna empresa local en medio tiempo y muy pocos de tiempo completo.

El 57% de los estudiantes afirman que el soporte familiar viene del padre, sin embargo, es relevante mencionar el 20% indica que es la madre, lo cual hace inferir acerca del papel que está teniendo la mujer en las responsabilidades familiares. El 94% de estudiantes se encuentran solteros, 96% indica que tienen hijos, lo cual es evidente ya que son adultos jóvenes estudiando nivel licenciatura escolarizado. Como la unidad de análisis se ubica en el sur del estado de Veracruz, los estudiantes son originarios de los municipios de la región, la mayoría radica en Coatzacoalcos (60%), seguido de Minatitlán (13%), dos de las ciudades industriales más

importantes de México.

Finalmente, en relación a las variables sociodemográficas, el 51% de los estudiantes tienen una edad entre los 18 y 20 años, lo cual indica que jóvenes en edad universitaria idónea, y que aquí es donde se deben de formar con bases de emprendimiento social para cuando ingresen al mundo laboral, cada día más complejo y competitivo. Por último, la mayoría de los estudiantes se encuentran inscritos en el 2 y 4 semestre.

Ahora bien, en relación a los resultados de las estadísticas descriptivas, a continuación, se presenta en la tabla 11 el análisis de cada una de las dimensiones que analizan los rasgos de emprendimiento social que poseen los estudiantes adscritos a la FCA de la UV campus Coatzacoalcos, por ello los resultados se presentan en relación a las sub-dimensiones que componen cada una de las dimensiones estudiadas.

Tabla 11. Estadísticas descriptas de las sub-dimensiones del emprendimiento social

<b>Dimensión</b>	<b>Sub-dimensión</b>	<b>Media</b>
D1	Liderazgo	3.59
	Responsabilidad	4.19
	Redes sociales	3.52
	Conciencia social	3.84
	Cooperación y ayuda	4
	Compromiso	4.25
	Convivencia y respeto público	4.41
	Creatividad	3.94
	Capacidad generar ideas	4
	Capacidad aprender y evolucionar	4.29
	Tolerancia al fracaso	4.17
D2	Acceso a información y conocimiento	3.63
	Creatividad	3.83

	Capacidad identificar oportunidades	3.97
	Iniciativa	3.64
	Capacidad de cambio	3.80
	Capacidad de aprender	4.12
D3	Motivación al logro	4.24
	Capacidad asumir riesgos	4.12
	Confianza	4
D4	Motivación interior	4.44

Fuente: elaboración propia, 2020.

La D1 que evalúa si los estudiantes poseen rasgos personales y sociales que les permita emprender socialmente, obtuvo la evaluación mayor en la sub-dimensión: convivencia y respeto público (4.41), es decir, que según la escala de interpretación los estudiantes son emprendedores, y disponen de actitudes emprendedoras sólidas, en contraste poseen débiles redes sociales, es decir, no poseen relaciones con personas e instituciones que les permitan guiarse en la formación como emprendedores sociales.

En relación a la D2 que analiza si los estudiantes poseen los rasgos necesarios para innovar en el camino del emprendimiento social, la sub-dimensión mejor evaluada: la capacidad de aprender (4.12), de acuerdo a la escala de interpretación los estudiantes son emprendedores y disponen de actitudes que les permitirán emprender sólidamente, en cambio, el resultado menor indica que poseen menos acceso a la información y el conocimiento (3.63), lo cual se convierte en un limitante en el desarrollo de sus ideas.

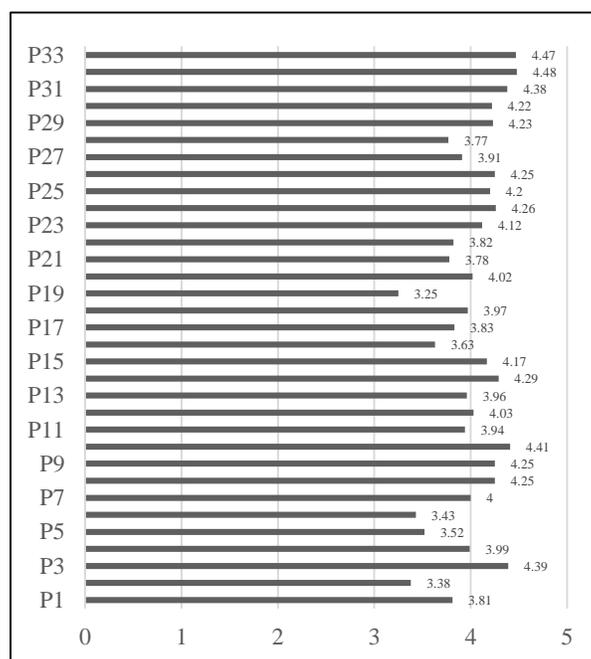
Ahora bien, la D3 que analiza los rasgos de ejecución, es decir, la parte dinámica del emprendimiento social, indica que la sub-dimensión mejor evaluada es la motivación al

logro (4.24), es decir, los estudiantes poseen con la motivación necesaria para emprender, ya que tienen las actitudes necesarias, en cambio les hace falta más confianza (4), aunque el resultado es bueno, este debería ser mejor, ya que el emprendimiento social se caracteriza de personas que no tienen miedo al fracaso y para ello deben de poseer confianza.

La última dimensión, la D4 analiza los rasgos de motivación interna que posean los estudiantes para emprender, esta dimensión posee los resultados más altos (4.44), lo cual indica que es el área donde los estudiantes poseen las fortalezas más fuertes para incursionar en el emprendimiento social.

Por otra parte, fue necesario realizar un análisis minucioso de la estadística descriptiva de cada ítem estudiado del emprendimiento social, en la figura 1, se aprecia los resultados gráficos de cada ítem, los cuales se diferencian por las cuatro dimensiones estudiadas. Se aprecia que los resultados se encuentran en un intervalo de 3.25 a 4.48, lo cual según la escala de evaluación de la tabla 10, los niveles indican que los estudiantes son emprendedores y muy emprendedores, ya que cuentan con las actitudes sociales y destacables para realizar proyectos de emprendimiento social en la región.

*Figura 1.* Análisis de estadística descriptiva de cada ítem estudiado de los rasgos de emprendimiento social de estudiantes de la FCA de la UV campus Coatzacoalcos.



Fuente: elaboración propia, 2020.

El análisis por dimensión permite conocer los resultados más a profundidad, en el caso de la D1, el ítem mejor evaluado es: “dialogando”, el cual se refiere a que los estudiantes poseen la capacidad para resolver problemas de convivencia a través del dialogo y expresando su sentir, en contraste el menor evaluado es: “ser líder”, lo cual indica que los estudiantes cuando trabajan en equipo, poco prefieren ser líderes de las actividades. En general, en esta dimensión los estudiantes poseen según la escala de evaluación (tabla 5) un nivel de rasgos considerado: “emprendedores”.

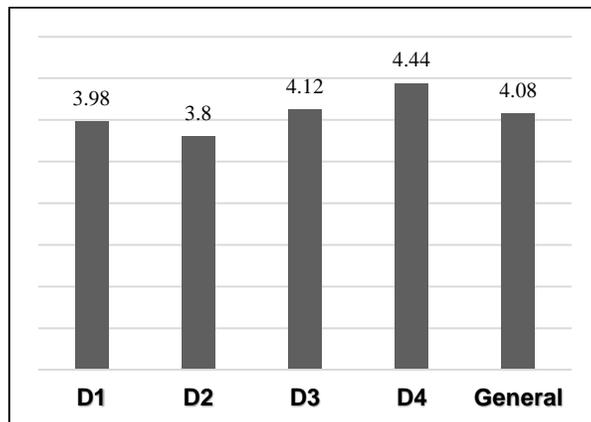
La D2 presenta resultados interesantes para su análisis, el ítem mejor evaluado es: “lado positivo”, lo cual indica que los estudiantes siempre buscan el lado positivo en una situación mala. En contraste, la mejor evaluada fue: “colaboración con asociaciones”, la cual indica que los estudiantes casi no han intervenido en proyectos de grupo o asociaciones, en general, esta dimensión indica, los estudiantes si poseen los rasgos de innovación para emprender socialmente.

Por otro lado, la D3 acerca de los rasgos de ejecución, los resultados indican que los estudiantes poseen actitudes sólidas para

emprender. En esta dimensión el ítem mejor evaluado es: “logro de objetivos”, lo cual indica que los estudiantes son personas decididas a lograr sus objetivos, en contraste la menor evaluada fue: “capacitado”, que se refiere a que los estudiantes se ven capacitados para enfrentar la mayoría de las situaciones. Este último, representa una gran área de oportunidad, ya que los emprendedores sociales se caracterizan por estar capacitados áreas indistintas.

La última dimensión, la D4 que determina los rasgos de motivación interna, obtuvo los niveles más altos, lo que indica que los estudiantes son considerados: emprendedores y están encaminados a poseer herramientas destacables para emprender socialmente. Son relevantes estos resultados de la D4, ya que indica que los estudiantes de la FCA cuentan con las herramientas necesarias para estar motivados en proyectos de emprendimiento e innovación. Lo anterior, indica que la D4 es la mejor evaluada y en contraste la D2 acerca de los rasgos innovadores es la que posee mayores áreas de oportunidad (ver figura 2), cabe destacar que los niveles de rasgos de emprendimiento son considerados según la escala de evaluación: emprendedores.

Figura 2. Estadística descriptiva por cada una de las dimensiones y general



Fuente: elaboración propia, 2020.

Lo anterior, indica que los estudiantes poseen rasgos de emprendimiento social sólidos que les permitirán incursionar en el desarrollo de actividades en la región que apoyen la economía local con una visión contemporánea, por ello se apoya la hipótesis de investigación, acerca de que los estudiantes del área económico-administrativa poseen rasgos sólidos de emprendimiento social.

En ese sentido, en la tabla 12 se muestra la estadística inferencial a partir de la correlación de Pearson, dicha correlación indica la relación de las variables dependientes (dimensiones) con la independiente (emprendimiento social) (Hernández, et al, 2017).

Tabla 12. Correlación de Pearson de las dimensiones (rasgos) estudiadas en relación al emprendimiento social de estudiantes universitarios.

	D1	D2	D3	D4	General
D1	1	.741	.707	.671	.911
D2	.741	1	.612	.435	.812
D3	.707	.612	1	.572	.844
D4	.671	.435	.572	1	.816
General	.911	.812	.844	.816	1

Fuente: elaboración propia, 2020.

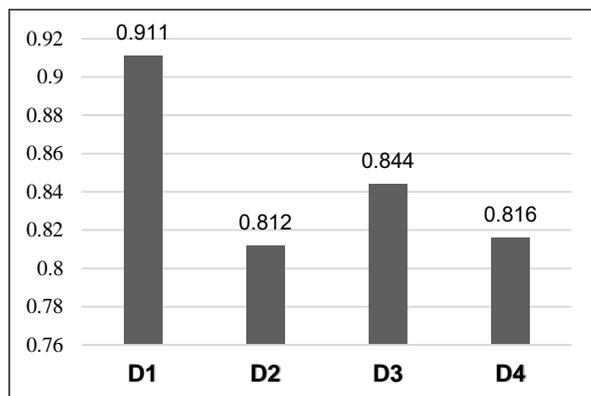
Con lo anterior, se apoya nuevamente la hipótesis de investigación acerca de que los estudiantes del AEA poseen herramientas y actitudes sólidas para desenvolverse como emprendedores social, y esto refuerza los objetivos de los PE que se ofertan en la FCA de la UV acerca de dejar formar solo recurso humano para las organizaciones, sino profesionales con las capacidades para desenvolverse como emprendedores, que coadyuven al desarrollo de la región y se sumen a los ODS para conservar el mundo contemporáneo.

Ahora bien, es necesario mencionar, que la correlación de Pearson también permite comprender que dimensión es la que más influye para el emprendimiento social, por ello, en la figura 3 se puede apreciar gráficamente la relación de las variables dependientes y la

independiente (emprendimiento social). Las correlaciones según Hernández et al., (2017) son positivas fuertes, es decir, que los cuatro rasgos son relevantes para el emprendimiento social.

Lo mostrado en la figura 3, contradice la estadística descriptiva, en la figura 2 se apreciaba que el nivel de rasgos de emprendimiento social es la D4 (rasgos de motivación interna), y la estadística inferencial indica que es la D1 (rasgos personales y sociales) la que más influye para que existan rasgos de emprendimiento social en estos estudiantes del AEA. Estos resultados hacen reflexionar acerca de cuáles son los rasgos que deberían poseer los estudiantes que se están formando para el día de mañana integrarse en el mundo laboral como emprendedores.

Figura 3. Correlación de Pearson de las dimensiones en relación al emprendimiento



Fuente: elaboración propia, 2020

Lo dicho hasta aquí, indica los resultados de esta investigación, y muestra en cada uno de los análisis que los estudiantes de la FCA de la UV campus Coatzacoalcos poseen herramientas sólidas para dedicarse al emprendimiento social. Sin embargo, aunque las estadísticas son favorables, en la práctica y vida cotidiana existen muchas limitantes que ocasionan que los egresados se dediquen a colaborador en empresas del sector gubernamental y privado, por ello, es conveniente que establezcan estrategias de acción dentro del diseño curricular de los PE.

#### 4.1. Recomendaciones

Después del análisis de los resultados se establecen posibles recomendaciones, las cuales a juicios de los autores son pertinentes para el caso de estudio que en este caso se planteó; estudiantes de licenciatura de la FCA de la UV campus Coatzacoalcos:

- En el caso de la actualización de planes de estudio de las carreras adscritas a la FCA, se sugiere que se incluya el paradigma del emprendimiento social en la EE: “desarrollo de emprendedores”, con el afán de que se diversifique el contenido y se concientice al estudiante sobre esta alternativa de negocio que resuelve problemas sociales, los cuales en la actualidad han deteriorado el tejido social.
- Se sugiere que las empresas que creen los estudiantes en estas EE, se lleven a la realidad, es decir, que los estudiantes en su evaluación se les sugiera, registrar y formar legalmente su empresa ante las organizaciones correspondientes.
- Se recomienda que el programa de

estudio de la EE emprendedores, sea revisado y avalado por expertos nacionales e internacionales, de manera que dicho programa tenga un sustento de expertos que en dado caso podrían coadyuvar con ideas contemporáneas.

- En relación a la coordinación de vinculación, y de innovación de la FCA, se sugiere que se busquen proyectos relacionados con el mejoramiento de la práctica de vinculación con el sector productivo, es decir, buscar empresas de la región que apoyen o financien proyectos e ideas de los estudiantes en el proceso de su idea de negocio.
- Se sugiere capacitación para los profesores que imparten estas EE, en relación a los diversos temas laterales al emprendimiento: financiamiento, creatividad, mercadeo, entre otros temas del contexto real empresarial.
- Se recomienda a las autoridades de la FCA realizar estrategias para fortalecer y dar seguimiento a estos estudiantes que poseen gran nivel para desarrollarse como emprendedores y sobre todo en el contexto social.

En general, estas son algunas recomendaciones basadas en los resultados obtenidos, y que en el proceso de actualización de los PE de la FCA sean consideradas.

#### 5. CONCLUSIONES

La investigación realizada, concluye que, los estudiantes de licenciatura adscritos a la FCA de la UV campus Coatzacoalcos poseen un nivel alto de rasgos de emprendimiento social, lo que indica que su formación disciplinar les ha permitido ir

adquiriendo características de emprendedores sociales, que, sin tener una empresa, realizan actividades para resolver conflictos de la sociedad. Cabe destacar que esta investigación con el enfoque cuantitativo que plantea requiere de un análisis más a profundidad, por ello se sugiere que en el futuro se realice un estudio cualitativo que permita realizar un análisis más interpretativo de la realidad.

Los comentarios finales de los autores, radican en la aportación realizada, ya que, en la actualización de planes de estudios, se llevó a cabo un diseño curricular que permitió incluir

nuevos paradigmas de emprendimiento en las EE, e inclusive la carrera de Administración el programa de “desarrollo de emprendedores” se transformó a “emprendimiento social y económico”.

En este sentido, las aportaciones de esta investigación fueron consideradas en este proceso de diseño del nuevo plan de estudio. Finalmente, esta investigación logró con sus objetivos y se espera continuar con esta línea de investigación, ya que es una tendencia global.

## REFERENCIAS

- Al Calor Politico. (28 de 09 de 2017). *Al Calor Politico*. Obtenido de Estudiantes de administración de la UV ganaron concurso de emprendimiento, en Canadá:
- Alcaraz, R. R. (2011). *Emprendedor de éxito* (Cuarta edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Aldana, M. C. (2006). Aprender a convivir en un mundo de violencia. *DIALNET*(359), 28-
- Bargsted, M. (julio-diciembre de 2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *CIVILIZAR CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS*, 13(25), 121-132. Obtenido de <https://www.usergioarboleda.edu.co/investigacion/revista-civilizar-ciencias-sociales-y-humanas/>
- Blanco, D. (17 de 02 de 2015). *El Financiero*. Obtenido de Los 5 emprendedores universitarios más destacados de México: <http://www.elfinanciero.com.mx/universidades/los-emprendedores>
- Capella, P. C., Gil, G. J., Martí, P. M., & Ruiz, B. P. (2016). Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física. *Pedagogía Social*(28), 169-188.
- CICAP. (29 de junio de 2017). <http://www.cicap.ucr.ac.cr>. Recuperado el 22 de septiembre de 2018, de /
- del Valle, C. Á., & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Opción*, 31(2), 162-175.
- Ferrer, C. V., Cabrera, S. O., Montané, L. A., Alegre, B. R., Sánchez, V. V., & Alaiz, C. E. (2014). El perfil del emprendedor social del estudiantado de los Grados de Educación Social, Pedagógica y Trabajo Social en la Universidad de Barcelona. *REIRE*, Vol. 7(Núm. 1), pp. 11-29.
- García, H. Y., Mendoza, M. J., Gutiérrez, F. G., & Santos, D. L. (2017). *Emprendimiento social en estudiantes del área empresarial de una Institución de Educación Superior Tecnológica en el Estado de Hidalgo*. México.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Revista Estudios Gerenciales*, pp. 105-125.
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación*. Ciudad de México: McGrawHill.
- Kirby, D. A., & Ibrahim, N. (2011). The case for (social) entrepreneurship education in Egyptian universities. *Emerald Group Publishing Limited*, pp. 403-415.
- Laborde, A. (17 de julio de 2013). <https://www.entrepreneur.com>. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/video/266136>
- Lanero, C. A. (2011). Factores sociocognitivos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en la educación superior universitaria. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Martin, R., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The case for definition. *Stanford social innovation*, pp. 28-39.
- Martínez, E. (27 de febrero de 2014). <https://www.iebschool.com>. Recuperado el 19 de junio de 2018, de <https://www.iebschool.com/blog>
- México, Trek-Hub. (31 de Mayo de 2017). Trek-Hub.
- Mora, P. (16 de mayo de 2018). <https://www.youtube.com>. (F. P. Tarrés, Productor) Recuperado el 18 de septiembre de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=J4RX7xDIHM>
- ODS. (2019). *Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 30 de abril de 2019, de <http://agenda2030.mx/#/home>
- Ortega, L. (s/f). <https://www.lifeder.com>. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de <https://www.lifeder.com/que-es-la-personalidad/>
- Solórzano, M. (29 de enero de 2013). <https://www.youtube.com>. Recuperado el 10 de septiembre de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=j3qIprad0Ms>
- Soriano, M. (2001). La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Relaciones Laborales*, 9, 163-184.
- Velásquez, B. B., Remolina, d. N., & Calle, M. M. (2010). La creatividad como práctica para el desarrollo del cerebro total. *TABULA RASA*(13), 321-338. Recuperado el 26 de noviembre de 2018, de

