

ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LOS ALUMNOS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHIHUAHUA, COMO RESPUESTA A UNA PROBLEMÁTICA NACIONAL

M.C.A. Virginia Ibarvo Urista¹

Dr. Gil Arturo Quijano Vega²

Ing. Elier Mitchell Loya Olivas³

RESUMEN

Según datos obtenidos del CONEVAL en el 2014 el porcentaje de personas en pobreza extrema en el país eran de 9.5%, mientras que en el estado de Chihuahua alcanzaba un 5.4%, dato que sin duda causa impacto. Gran parte de este problema se debe al desempleo y la falta de oportunidades que ayuden a mejorar las condiciones de vida de los involucrados; el emprendimiento social va dirigido precisamente a los sectores menos favorecidos o más vulnerables.

En 1987 abre oficinas en México la organización más grande en el mundo que apoya a los emprendedores sociales que lleva por nombre Ashoka, apoyando desde entonces a que se desarrolle en México este tipo de empresas. El 23 de mayo del 2012 se crea el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) en apoyo a este sector. La actividad emprendedora social en países en vías de desarrollo como México, se enfoca en los menos favorecidos atendiendo el acceso a bienes y servicios como la agricultura, vivienda educación, energía, salud, agua y medio ambiente. Es así, como los gobiernos y diferentes organizaciones se están dando cuenta que las empresas sociales son necesarias para atender aquellos problemas sociales que el gobierno no puede atender.

¹ Maestro en Ciencia en Administración, Instituto Tecnológico de Chihuahua, vibarvo@gmail.com

² Doctor en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, Instituto Tecnológico de Hermosillo, gilarturoq@hotmail.com

³ Ingeniero en Sistemas, Instituto Tecnológico de Chihuahua, elierr.loya@gmail.com

La actividad emprendedora siempre ha estado presente en la economía y el emprendimiento social de igual manera, actualmente se empiezan a realizar estudios, mediciones y se brindan apoyos para crear este tipo de empresas sociales, la generación Y o Millenials también ha sido objeto de estudio resaltando algunas características en la forma en que piensan o planean como dirigir su vida, es por eso que se requiere como objetivo primordial saber ¿Cuáles son los rasgos de un emprendedor social? ¿Qué valores y que actitudes están presentes en un emprendedor social? Sin duda son temas que han despertado el interés de varios investigadores y organizaciones alrededor del mundo.

Actualmente en la institución en la que se realiza esta investigación, no se da ninguna instrucción acerca del emprendimiento social, por lo que existe un verdadero desconocimiento del tema en los jóvenes entrevistados, sin embargo, analizando los resultados de este estudio, se pudo observar que tienen los valores y características necesarias para que una buena parte de ellos pudieran emprender un proyecto de esta naturaleza.

Palabras claves: Emprendimiento social, Millenials, ITCH

Planteamiento del problema

Antecedentes.

Con la globalización se creía que las regiones más desfavorecidas en el mundo iban a salir adelante y desarrollarse de manera positiva, pero se puede ver que no es así, al contrario se han agravado problemas como; pobreza, medioambiente, desempleo y la desigualdad social entre otras, ha empeorado el egoísmo de la sociedad y con esto ha impactado en el sistema económico donde solo se busca el beneficio propio y se ha olvidado de la parte altruista del ser humano, se creó una situación donde solo sobrevive la empresa más fuerte desplazando a los

pequeños negocios que suponían un ingreso a familias; Las crisis económicas que se presentan se incrementa el desempleo y por lo tanto, la distancia entre ricos y pobres se hace cada vez más grande (Santos, De La O Barroso, & Guzmán, 2013).

México siendo un país en vías de desarrollo cuenta con una variedad de problemas sociales, que las estadísticas a nivel nacional y estatal, datos que no favorecen el desarrollo.

Si bien es cierto que los servicios básicos se encuentran por arriba del 90%, y a lo largo de los años el país ha ido trabajando en combatir el analfabetismo, pero estas cifras pueden ser engañosas, según cifras del CONVAL en su medición de pobreza en México, resalta que en el estado de Chihuahua más del 60% de la población tiene alguna carencia social, estas carencias sociales pueden ser en educación; servicios de salud; seguridad social; vivienda; servicios para la vivienda; o alimentación. El acceso a la seguridad social sigue siendo un problema a nivel nacional con un 61.2% para el país y un 48.4% para el Estado. Resalta también este estudio que más de la tercera parte de la población en el Estado se encuentra en situación de pobreza.

Con base en estos datos, se puede ver que en México y en particular en el estado de Chihuahua hay una gran carencia social, el gobierno no puede atender cada uno de estos problemas y aunque en México existen muchas organizaciones sin fines de lucro el problema que pueden llegar a tener, comenta (Guzmán & Trujillo, 2008) es que al no ser autosuficientes agotan sus recursos tanto humano como de capital teniendo un impacto limitado y algunas otras llegan a desaparecer. Es precisamente aquí donde el emprendimiento social tiene campo de acción. El emprendedor social que tiene como motivación hacer un cambio, el beneficio económico será el resultado del trabajo, pero no es su objetivo principal por lo cual es muy necesario en los países en desarrollo como el nuestro dónde el gobierno tiene limitaciones para atender una gran cantidad de problemas sociales (Guzmán & Trujillo, 2008)

El concepto de emprendimiento viene de la palabra en francés *entrepreneur*, a principios del año 1500 era utilizada para llamar a las personas que realizaban expediciones de tipo militar, posteriormente a principios de 1700 se empezó a referir con este término a los constructores de caminos y puentes; el concepto estaba relacionado a las actividades que eran riesgosas, a la aventura, que no se puede predecir. Actualmente la palabra *emprendedor* va ligada a la persona que tiene la capacidad de identificar oportunidades para la creación de nuevas empresas y negocios. El emprendedor juega un papel central en la economía, ya que con sus habilidades utiliza los factores de producción para satisfacer a la demanda, esto le representa un ingreso económico que le habilita para poder decidir qué porcentaje de ese ingreso le corresponde a cada quien con base al trabajo aportado. Los autores (Palomares & Chisvert, 2014) comentan que el emprendimiento es un motor de desarrollo económico y social, los gobiernos de muchos países lo han reconocido y apoyan la creación de nuevas empresas no solo para ofrecer bienes y servicios de forma innovadora, eficaz y competitiva, sino también para aumentar la productividad y combatir el desempleo.

Según el estudio de la Comisión Europea en el 2011 en Europa, las empresas sociales representan el 10% además que dan empleo a más de once millones de personas que es un aproximado del 6.5% de los trabajadores de la Unión Europea. La Comisión Europea viendo la importancia y peso económico que esto tiene ha tomado la decisión de dar prioridad al apoyo de los emprendimientos sociales creando un ambiente económico apropiado y facilitando su financiación, que es uno de los principales problemas para iniciar una empresa social (Valcárcel, 2012).

En 1987 abre oficinas en México la organización más grande en el mundo que apoya a los emprendedores sociales que lleva por nombre Ashoka, apoyando desde entonces a que se desarrolle en México. El 23 de mayo del 2012 se crea el Instituto Nacional de la Economía

Social (INAES) en apoyo a este sector. La actividad emprendedora social en países en vías de desarrollo como México, se enfoca en los menos favorecidos atendiendo el acceso a bienes y servicios como la agricultura, vivienda educación, energía, salud, agua y medio ambiente (Martin M. , 2011).

Los emprendimientos sociales y empresas sociales pretenden ayudar a tener una economía más justa y brindar bienestar a la población, la motivación principal del emprendedor social es precisamente el altruismo, un impulso por ayudar a dar solución e impactar de manera positiva en la sociedad. Como cualquier negocio se requiere de una obtención económica y no con el objetivo de repartir esa ganancia, sino para poder continuar con la labor de una manera eficaz y eficiente, además de poder ser autosustentable sin depender de donaciones o ayudas del gobierno (Santos, De La O Barroso, & Guzmán, 2013)

Situación Actual.

Actualmente se vive una tendencia de iniciar programas para la creación de empresas por parte de universidades, instituciones públicas y privadas. El espíritu emprendedor crea nuevos empleos, innovación y prosperidad mejorando las condiciones de vida de los involucrados; el emprendimiento social va dirigido precisamente a los sectores menos favorecidos o más vulnerables, varios reportes hablan sobre la importancia del emprendimiento social y el impacto que tiene en la economía.

De acuerdo al estudio de Redefining Success in a Changing World, de manera global se entrevistaron a 500 emprendedores sociales de Estados Unidos, Reino Unido, México, Brasil, China y Sudáfrica. En estos 6 países arroja que el 59% de los emprendedores son hombres, el 39% de los emprendedores están en edades de 18 a 34 años y el 46% tienen entre 35 y 54 años; el 69% de los proyectos son principios o arranques es decir startups; en cuanto a los

ingresos generados el reporte dice que el 64% genera menos de \$500,000 dólares americanos anuales, el 36% genera menos de \$50,000 dólares americanos anuales y aproximadamente el 26% genera más de \$500,000 dólares anuales.

En México, de acuerdo al mismo estudio, se entrevistó a 91 emprendedores sociales, encontró que el 62% son hombres contra el 38% de mujeres, las edades de dichos emprendedores se concentran en dos grandes grupos, 35 a 54 años representan el 43% y de los 18 a los 34 años representan el 42%. Respecto a las empresas, el estudio encontró que el 77% son startups, es decir iniciaron su operación hace 12 meses o menos; solamente el 4% de las compañías superan los 10 años en operaciones. Respecto a sus ganancias el 82% obtienen entre \$0 y \$250,000 dólares americanos; el 10% se encuentra en el rango de \$250,000 y \$1,000,000 de dólares americanos, solamente el 7% obtiene ingresos de más del \$1,000,000 de dólares americanos. Los sectores con mayor actividad de los emprendedores sociales son medio ambiente con 24%, tecnología e innovación 21%, agua y saneamiento 12%. El mismo reporte comenta que el 94% de los emprendedores están dispuestos a aceptar entre el 1% y 50% menos ingreso si su proyecto crea un impacto social o medio ambiental.

Es así, como los gobiernos y diferentes organizaciones se están dando cuenta que las empresas sociales son necesarias para atender aquellos problemas sociales que el gobierno no puede atender, de esta manera se está iniciando una etapa a nivel global donde se impulsa y apoya a estas empresas sociales que pretenden abrirse paso en el modelo capitalista actual, en palabras de (Yunus, 2006), “buscando la maximización del beneficio social en lugar de la maximización del beneficio económico”.

Sobre estudios de la actitud emprendedora se pueden encontrar una gran cantidad de ellos, pero especificando la actitud emprendedora social se encuentran en menor cantidad, como el

de (Sastre-Castillo, Peris-Ortiz, & Danvila-Del Valle, 2015), que toma como base varios estudios anteriores sobre emprendimiento y agrega elementos para poder definir la orientación social del emprendedor; en cuanto a los valores propuestos por (shwarts, 92), se han utilizado para poder encontrar una forma de pensar y actuar que pueda dar un perfil del emprendedor y del emprendedor social.

Las personas que pueden dar fuerza a este tipo de emprendimiento son la llamada generación Y (nacidos entre los años 1979 y 2000), esta generación tiene un gran compromiso social y muchas veces prefieren que la actividad en la que se desempeña laboralmente tenga un plus social a una gran remuneración económica, dicho esto sumado al uso de tecnologías de comunicación y un mundo globalizado esta generación es muy consciente desde temprana edad de los problemas que hay en su entorno por lo que se involucra para realizar un cambio (Gutierrez, 2013).

El emprendimiento siempre ha estado presente en la economía y el emprendimiento social de igual manera, actualmente se empiezan a realizar estudios, mediciones y se brindan apoyos para crear este tipo de empresas sociales, la generación Y o Millenials también ha sido objeto de este estudio resaltar algunas características en la forma en que piensan o planean como dirigir su vida, la citada generación. Sin duda son temas que han despertado el interés de varios investigadores y organizaciones alrededor del mundo, mismos que también serán abordados en este estudio.

Preguntas de investigación

Pregunta General

¿Cuál es la intención de emprendimiento social en los estudiantes del Instituto Tecnológico de Chihuahua?

Preguntas Específicas

¿Tienen los estudiantes intención de emprender de cualquier tipo?

¿Los hijos de padres emprendedores tienen tendencia a ser emprendedores?

¿Las mujeres tienden a ser emprendedoras sociales?

¿Los jóvenes con experiencia laboral tienden a ser emprendedores?

¿Con que valores cuentan los jóvenes con intención de emprender social y comercialmente?

Objetivos

Objetivo general:

Conocer la intención hacia el emprendimiento social de los jóvenes estudiantes del Instituto Tecnológico de Chihuahua.

Objetivos Específicos:

Conocer la intención de emprendimiento de cualquier tipo de los jóvenes.

Conocer si existe relación entre padres emprendedores con la intención de emprendimiento de los estudiantes.

Saber si las mujeres tienden al emprendimiento social.

Conocer si la experiencia laboral en los jóvenes determina su intención de emprender.

Determinar los valores con los que cuentan los estudiantes del Instituto Tecnológico de Chihuahua (ITCH) con intenciones de emprendimiento social y comercial.

Hipótesis:

Ho; Los estudiantes del Instituto tecnológico de Chihuahua son potenciales emprendedores sociales.

H1; Los estudiantes del Instituto tecnológico de Chihuahua NO son potenciales emprendedores sociales.

Justificación.

El emprendimiento en México según datos de la encuesta MONITRO GLOBAL DE EMPENDIMIENTO REPORTE ANUAL 2015/16, donde se entrevistaron a 4,643 individuos Indica con un 49% de los encuestados que el emprendimiento es una opción de carrera deseable, mientras que el 46% de los encuestados dice que tiene los conocimientos suficientes para emprender. Las razones comunes son, aumentar ingresos; independencia; por necesidad; y porque detectaron la oportunidad, aunque el 34% indica que el mayor impedimento para emprender es el miedo al fracaso.

Con los datos que presenta INEGI, CONEVAL y GEM , se puede concluir que en México y en el Estado de Chihuahua se están dando las condiciones para solucionar problemas sociales ya que existe el interés de la sociedad hacia el emprendimiento, en el presente trabajo se pretende determinar si los jóvenes del Instituto Tecnológico de Chihuahua están interesados en el emprendimiento y de manera específica, en el emprendimiento social; poder conocer los valores e intereses para en que se pudiera coincidir si tienen la intención y por lo tanto ser potenciales emprendedores sociales para resolver los graves problemas que aquejan a la comunidad.

Marco teórico

Emprendimiento Social

Varios autores manejan el concepto de Emprendimiento Social, ciertas características son una constante en varias de ellas, donde se presentan las mayores diferencias es en el alcance que puede llegar a tener.

El emprendimiento social para (Kostetska & Berezyak, 2014) es la manera de hacer negocio conjuntando las tácticas comerciales con un impacto social. Se origina para dar solución a

problemáticas sociales como lo son la pobreza, desempleo, inclusión de personas con capacidades diferentes en la sociedad, racismo, entre otros. Este tipo de emprendimientos encuentra su lugar en donde la iniciativa privada no quiere entrar y el gobierno no puede. Los autores (Palomares & Chisvert, 2014) incluyen en la definición diciendo que este tipo de emprendimientos es la mezcla de la innovación con procesos comerciales para tomar las oportunidades que se les presentan para generar un cambio social y dar solución a los requerimientos sociales. Por otra parte, (Santos, De La O Barroso, & Guzmán, 2013) comentan que este emprendimiento se basa en el altruismo para generar un impacto social y atención de los problemas sociales; todo lo anterior se logra como cualquier otro negocio, produciendo bienes y servicios; se requiere generar un beneficio económico para poder reinvertir y así, poder crecer y mejorar el servicio del negocio y que, de igual manera, pueda ser sustentable económicamente hablando. Para (Guzmán & Trujillo, 2008) coincide en decir que este emprendimiento trata de dar solución a un problema social por medio de generar oportunidades que, a su vez, dé un valor por medio del actuar del gobierno, empresas u organizaciones no gubernamentales. Mientras que (Roberts & Woods, 2005) dejan en claro que es la creación, diagnóstico y seguimiento de oportunidades por parte de gente visionaria muy dedicada para el cambio social.

Se pueden identificar varios factores en común, estos son: innovación o generación de oportunidades, sustentabilidad económica y el más importante, que se tenga un compromiso para la solución de situaciones de carácter social. En cuanto a la sustentabilidad económica, los autores (Kostetska & Berezyak, 2014), (Palomares & Chisvert, 2014), y (Santos, De La O Barroso, & Guzmán, 2013) comentan que es por medio de prácticas comerciales o de negocio, los autores (Guzmán & Trujillo, 2008) no lo mencionan, e incluso comentan que puede ser el gobierno, iniciativa privada y ONGs, por lo tanto, se comprende que no necesariamente un emprendimiento social tiene como fuente de financiamiento dichas prácticas comerciales. En el

año del 2009, la organización Global Entrepreneurship Monitor publica su reporte sobre emprendimiento social cuyos autores son (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2009), en dicho reporte incluye dentro del emprendimiento social a cualquier proyecto que tenga una misión social y/o medioambiental, tomando en cuenta que la sustentabilidad financiera tiene dos fuentes, las donaciones y las que provienen de prácticas comerciales.

Para el presente estudio se tomará la siguiente definición con en base a la literatura revisada: El emprendimiento social busca crear un tipo de empresa que va dirigida a resolver problemas sociales o ambientales como lo son el desempleo, racismo, exclusión social, obesidad, tala excesiva, entre otros. Se logra con innovación social y una sustentabilidad financiera por medio de donaciones o estrategias de negocio que son rentables, las utilidades se utilizan para poder reinvertir en la empresa, para que, de esta manera, se tenga un mejor impacto y un mayor alcance. El emprendimiento social tiene área de acción donde la iniciativa privada no ve un beneficio y el gobierno no puede llegar.

Problema Social

El mercado para un emprendimiento social son precisamente los problemas sociales, para poder comprender de mejor manera a que se refiere, los autores (Fuller & Myers, 1941b), (Henslin, 1990), (Kohn, 1976), (Merton, 1971) definen como problema social cuando una situación que va en contra de las normas sociales afecta de manera negativa a un número amplio de personas; (Blumer, 1971) comenta que no es un problema social hasta que el número de personas es lo suficientemente grande para tener influencia sobre otros grupos.

Los autores (Bosch Fiol & Ferrer Pérez, 2000) haciendo referencia a los autores (Kitsuse & Spector, 1973) explican cuatro fases que permiten comprender que es un problema social. La primer estación es la llamada fase de agitación, cuando un grupo de personas inconformes

tratan de convencer a otras personas y empiezan a elaborar acciones para tratar dicho problema; normalmente los iniciadores son las víctimas pero no necesariamente; tratan de convertir un problema particular en público, puede que no tenga éxito debido al poco interés de la sociedad; La segunda etapa es conocida como legitimación y coactuación, es cuando la autoridad reconoce al grupo inconforme de personas y dan atención a las peticiones; hay un cambio en la percepción, dejan de ser agitadores y hay una legitimación de éste grupo; la coactuación es cuando varios organismos comienzan a tener acciones sobre el problema, hay locutores legales por parte del grupo inconforme de personas; La tercera fase es la de burocratización y reacción, es donde el problema ya está en manos de una dependencia gubernamental, pero se minimiza, se le resta importancia pasando a ser un problema más; La cuarta fase es la de reemergencia del movimiento, es muy probable que las políticas causaron un fuerte descontento. Es importante conocer estas cuatro etapas del problema social, cada cultura es diferente, para lo que a un grupo determinado puede ser un problema social, para otro grupo puede no serlo, para un emprendedor social es fundamental identificar esto para poder ver si hay oportunidad de negocio o no. Se puede decir que un problema social es cuando un grupo de personas numeroso y con suficiente influencia sobre otras, detectan una situación que va en contra de las normas o valores de una sociedad y afectan de manera negativa la vida de las personas, pueden ser las víctimas las iniciadoras de un problema social pero no necesariamente.

Clasificación de los Emprendimientos Sociales

Es necesario tener una clasificación de los emprendimientos sociales para poder determinar las mejores herramientas que se van a necesitar en el desarrollo y puesta en marcha de un proyecto de esta naturaleza. Para tener una clasificación el primer paso y el más importante es conocer si el proyecto tiene una misión social o medio ambiental; posterior a esto, se evalúa la sustentabilidad económica o fuente de financiamiento, para finalmente, de acuerdo a estos

parámetros, clasificar los emprendimientos sociales en tres grandes grupos: Sin fines de lucro, empresa híbrida y empresa social (Green Street & EY México, 2014) & (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2009).

Según la clasificación de los emprendimientos sociales, que presentan, (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2009) & (Santos, De La O Barroso, & Guzmán, 2013). El primer grupo se encuentran las ONGs tradicionales y las fundaciones, son aquellos proyectos que son sin fines de lucro, dependen de ayudas externas y donaciones; la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lo define a las ONGs como un conjunto de individuos voluntarios, sin ánimo de lucro, que tienen una organización desde local hasta internacional para tratar asuntos del bienestar público. El segundo grupo se encuentra la empresa híbrida, este tipo de empresas combinan sus fuentes de ingresos, por un lado, reciben donaciones y por otro lado tienen la capacidad de generar sus propios recursos financieros a través de la venta de bienes y servicios que representa, por lo menos, un 5% de sus ingresos. GEM y Reporte emprendimiento social México. El tercer grupo son las empresas sociales, este grupo se caracteriza por generar ingresos, es decir, se auto financian, utiliza prácticas de mercado, ofrece bienes o servicios a cambio de un pago, con el cual cubre las necesidades económicas y genera una utilidad que se reinvierten en la empresa (Cardenau, 2013).

Es cierto que de acuerdo a esta clasificación un emprendimiento social puede caer en cualquiera de las categorías que se mencionan, siempre y cuando tengan una misión social o medio ambiental y tengan alguna fuente de financiamiento, sin embargo, para objeto de este estudio se estará enfocando a los emprendedores que buscan crear una empresa social, de esta manera se puede generar valor económico que le permite al emprendedor poder verse beneficiado económicamente y a la empresa le da la oportunidad operar sin depender de

ningún donativo, además se puede incrementar o dar una mayor calidad al bien o servicio que se oferta.

Empresa Social

La empresa social es un resultado del emprendimiento social, para poder definir este concepto varios autores y organismos manejan casi la misma definición. Los organismos como (Comisión Europea, 2011), (Department of Trade and Industry, 2002), Ashoka y los autores (Fisac, Moreno, Moreno, & Mataix, 2010) y (Yunus, 2006) coinciden que una empresa social tiene como primer objetivo el social antes del económico, utilizan técnicas comerciales para brindar bienes y servicios que les genera ingresos para poder ser reinvertidos, para tener un mayor impacto social, alcanzar el objetivo y brindar un mayor beneficio de sus clientes. (Yunus, 2006) comenta que estas empresas han invertido el principio de maximización del beneficio económico por la maximización de beneficios sociales, son empresas que operan sin pérdidas y sin dividendos. La (Comisión Europea, 2011) complementa diciendo que la administración de estas empresas es transparente y responsable, se da por parte de los empleados, clientes y las partes involucradas en la actividad económica. En el Reino Unido el (Department of Trade and Industry, 2002) también menciona que abarcan varios temas sociales y ambientales, operando en todos los sectores económicos; además de que el gobierno piensa que la empresa social tiene un papel diferente y valioso para que se dé una economía sólida, sustentable, inclusiva y social.

Para este estudio se define a empresa social como es aquella empresa que atiende un problema social o medio ambiental, por medio de prácticas comerciales, son financieramente viables, pero dan prioridad al valor social que al económico, reinvierten sus utilidades para poder brindar un mejor servicio y por consecuencia un mayor impacto social.

Características del Emprendedor social.

Varios autores definen al emprendedor social, para (Dees, 1998) y (Drayton, 2002) es un agente de cambio, los autores , (Reis, 1999), (Mort, Weerawardena, & Carnegie, 2002), (Alford, Brown, & Letts, 2004), (Schwab Foundation, 2005), (NYU Stern, 2005), (Brinkerhoff, 2001), (Said Business School, 2005), coinciden en decir que estos emprendedores buscan crear valor social por medio de la innovación, con herramientas comerciales y la sustentabilidad financiera, detección de oportunidades, y toma de riesgos, para (Thake & Zadek, 1997), Motivación es la justicia social y mejorar la vida de las personas con las que se trabaja, buscan soluciones que sean viables en cuatro categorías , la financiera, la organizacional, social y ambiental , (Drayton, 2002) también menciona que estos emprendedores basan su actuar en identificar, atacar y resolver problemas sociales, (NYU Stern, 2005) hace hincapié en que esta gente tiene habilidades comerciales, finalmente (Fuqua School, 2005) comenta que los emprendedores sociales tienen el arte de buscar el retronó de la inversión de manera financiera y social.

Con base a la literatura revisada para efectos de esta investigación, un emprendedor social, Es un agente de cambio que da prioridad a crear valor social siendo económicamente sustentable; detecta oportunidades para resolver problemas sociales por medio de la innovación, creando una solución viable desde el punto financiero y al mismo tiempo beneficiando, dando valor social, al sector en el que se está trabajando.

Los autores abordan las características que tiene el emprendedor social, para (Thompson, Alvy, & Less, 2000), (Sullivan, Weerawardena, & Carnegie, 2003), son personas con un alto nivel de compromiso, resistentes a las situaciones difíciles, asumen riesgos, (Martin & Osberg, 2007) agrega que son sensibles a los problemas de exclusión o marginalización, mientras que (Koe Hwee Naga & Shamuganathan, 2010) resalta que son generosos y abiertos a nuevas ideas , (Van Ryzin, Grossman, DiPadova-Stocks, & Bergrud, 2009) menciona que se envuelven

en actividades de voluntariado, son personas felices, de todas las características el ser generosos es uno de los valores que más resalta en este tipo de emprendedores.

Otros estudios muestran que hay variables sociodemográficas que deben ser consideradas, (Van Ryzin, Grossman, DiPadova-Stocks, & Bergrud, 2009) muestra que los jóvenes son los que tienen una mayor tendencia a ser emprendedor social, a su vez coincide con (Harding, 2006) que la gente con mayor experiencia laboral o mayor educación tienden a inclinarse por esta orientación del emprendimiento. El sexo es una variable que se ha analizado en estudios anteriores, espíritu and sastre 2011 arroja en sus resultados que los hombres son más emprendedores que las mujeres, a su vez, dentro de las personas emprendedoras los estudios de (Curier, Trenholm, & Gekas, 2011), (Van Ryzin, Grossman, DiPadova-Stocks, & Bergrud, 2009), (Witkamp, Royakkers, & Raven, 2011) muestran que las mujeres son las que tienden a enfocarse en proyectos sociales.

La mayoría de los autores tales como: (Andreu, 1998), (Katz, 1992), (Hisrich & Brush, 1986), (Brockhaus, 1982), (Veciana, 1989), (Leiva, 2004) y (Espíritu & Sastre, 2007) señalan que tener algún padre con negocio propio influye en los hijos para que tengan una orientación hacia el emprendimiento, crecer en un ambiente empresarial hace que se va creciendo viendo a los padres desarrollar y poner en práctica habilidades, valores y características propias de un emprendedor, por lo que la persona se siente relacionada con dicho ambiente, viviendo de cerca las ventajas y desventajas desde pequeño, por lo que ser emprendedor no es una actividad desconocida.

La forma en que se comporta, como piensa y las habilidades de un emprendedor social no es opuesto a la de un emprendedor convencional, como se menciona en la literatura, el emprendedor social es una orientación que debe tener ciertas características en específico.

Según las diferentes aportaciones de los autores sobre las características de un emprendedor social se puede decir que estos emprendedores son líderes felices, generosos que al detectar una oportunidad se comprometen con su proyecto, asumiendo los riesgos y sorteando las dificultades que puedan presentarse; utilizan sus habilidades comerciales de manera innovadora para poder crear un valor financiero y social. Normalmente han estado involucrados en actividades de voluntariado, se consideran agentes de cambio. Tabla de arriba.

Valores de Schwartz

En el estudio de (Sastre-Castillo, Peris-Ortiz, & Danvila-Del Valle, 2015), utilizan el modelo de valores de Schwartz 1992 para determinar los valores que tiene un emprendedor social, estos valores según explica (Espíritu-Olmos & Sastre-Castillo, 2015) cuentan con dos dimensiones bipolares y cuatro valores que son la auto -trascendencia contra auto-realce y a conservador contra apertura al cambio. En la primera dimensión el valor de apertura al cambio cuenta a su vez con dos categorías que son autogestión y estimulación; el valor de conservador tiene las categorías de conformidad, tradición y confianza. La segunda dimensión, Individualista incluye las categorías de autoridad y logro mientras que, en el extremo opuesto, Colectivismo, está compuesto por universalismo y benevolencia.

Generación Y

La llamada generación Y o Millenials son todos aquellos que nacieron entre 1979 y el año 2000, sus características según (Box 1824, 2012) (United Nations Joint Staff Pension Found, Talent Management Team) y (Jerome, Scales, Whithem, & Quain, 2014), comentan que son nativos digitales, crecieron con la tecnología al alcance de sus manos por lo que el internet es parte fundamental en su día a día.

La generación Y o Millenials puede potencializar al emprendimiento social debido a los valores comunitarios, conciencia social y deseo de colaboración que presenta; si se compara con los valores mencionados que caracterizan a un emprendedor social de universalismo, benevolencia y tradición se pueden ver similitudes en dichos campos, además del ya mencionado espíritu emprendedor que cuenta esta generación

Metodología

Tipo de investigación

La primera parte de la presente investigación es de tipo descriptivo con base a la revisión de literatura se busca analizar comprender y definir el emprendimiento social, su ecosistema, negocio social, los problemas que pretende resolver y las características de las personas de la generación Y; además de la consulta de datos secundarios en el INEGI, CONEVAL e INAES para poder obtener información sobre la oportunidad de tener un impacto social y económico de este tipo de empresas.

El tipo de investigación de la segunda parte se clasifica como exploratorio por mostrar una perspectiva general del tema estudiado, dado que, se reconoce que en las universidades de la ciudad de Chihuahua, el tema en cuestión es poco estudiado o no ha sido abordado con profundidad en ninguna de ellas, esta parte se logró haciendo uso del análisis de datos secundarios y de revisión de literatura existente sobre emprendimiento social, generación Y, así como, empresas sociales. Esta etapa es la parte cualitativa de la investigación, donde se entrevistaron a expertos en el tema para recabar información con el fin de diseñar un instrumento que nos ayude a definir las características del emprendedor social y su comportamiento.

El tipo del estudio cuantitativo que se desarrolló, es de tipo transversal ya que se describe actualmente cuál es la situación de los estudiantes con intención emprendedora en un determinado momento en el tiempo, de esta manera cuantitativa y por medio de encuestas se cuantificó la cantidad de jóvenes que tienen un perfil emprendedor y en específico para emprender un negocio social.

Instrumento

Con base en el cuestionario realizado por (Sastre-Castillo, Peris-Ortiz, & Danvila-Del Valle, 2015) compuesto de cuatro partes, la sociodemográfica, intención emprendedora, intención hacia emprendimiento social y valores universales. Se utilizaron preguntas generales para la primera parte, tales como: Género, Edad, Experiencia laboral y antecedentes de emprendedurismo. Para medir la intención de emprendimiento (Espíritu & Sastre, 2007) utilizan cuatro preguntas; la primera para medir la intención de crear su empresa, la segunda; el deseo de tener una empresa propia, la tercera el grado de esfuerzo y, por último, el riesgo que la persona está dispuesta a tomar. Los ítems los deben valorar con una escala Likert del 1 al 10, donde el 10 indica una mayor identificación con el enunciado. Se mide la intención de tomar acción de trabajar por cuenta propia sin depender de una compañía y por último se considera la disposición y dedicación que la persona tiene para alcanzar el objetivo.

Resultados

La muestra es de 329 alumnos, 177 hombres; 152 mujeres; con edades entre 18 y 30 años de edad. Para el procesamiento y trato estadístico de la información se utilizó el programa SPSS 24, el cuestionario completo arroja un Alpha de Cronbach de 0.856, lo que muestra que el instrumento tiene un grado de confiabilidad aceptable ya que de .8 en adelante se puede garantizar su confiabilidad.

Al realizar el análisis de factores, divide las respuestas en un total de cuatro componentes principales, el primero se relaciona principalmente con el Colectivismo, y nos proporciona una variabilidad en las respuestas del 21.5% de la varianza total. El segundo componente muestra una clara definición con el Emprendimiento Social y lo caracteriza como único factor, con una aportación a la variabilidad total de un 16.37%. El tercer componente está íntimamente relacionado con el individualismo y la apertura al cambio, aunque parece ilógico que se relacione también con la Tradición. Con un 12.14% de contribución a la variabilidad como cuarto componente muy bien definido por la intención emprendedora, con un 8.27 %, Ver tabla No. 1

En lo que se refiere a la correlación, esta muestra que la intención emprendedora y sexo hay relación, los hombres son más emprendedores que las mujeres, mientras que en el análisis de regresión con variable dependiente Intención Emprendedora, arroja las variables significativas son sexo, colectivismo y con valor negativo intención de emprendimiento social.

Continuando con los análisis sobre la Intención de emprendimiento social, se corrió una correlación; pero solamente del universo de alumnos que cuentan con la intención de emprendimiento; para determinar la intención emprendedora se dio una calificación mínima de 18 puntos de 25 posibles. En este caso la tendencia hacia el emprendimiento social da una correlación negativa con experiencia laboral, entre mayor experiencia laboral menor su inclinación hacia el emprendimiento social; El valor colectivismo hay una relación positiva con el emprendimiento social, y una relación negativa con el valor individualista, como era de esperarse.

Se estandarizaron los distintos factores y se pudo observar que de manera individual la Benevolencia como valor social, fue la que obtuvo un valor más alto seguida de Colectivismo

y como menor valor podemos observar la Autogestión, que de cierta manera es parte del individualismo, ya que se prefiere trabajar solo, el ser perfeccionista y buscar la superación, lo que permite aseverar que existe baja disposición al cambio. (ver gráfica no 1)

Gráfica No. 1 “valores Estandarizados”



Fuente propia

Conclusiones

El primer objetivo específico sobre conocer la intención de emprendimiento en los jóvenes, se puede observar que la mayoría tiene la intención de emprender con un 65.65% de los alumnos, lo interesante del estudio es que muestra que los hombres tienden a ser más emprendedores que las mujeres, resultando el 73.44% del sexo masculino frente a un 56.58% del sexo femenino. Ese resultado coincide con otros estudios como Espíritu y Sastre 2011, Espíritu y Danvila, Verheul y Thurik 2001, Cowling y Taylor 2001, entre otros; Otro objetivo era conocer la relación de intención de emprendimiento, se encontró una relación negativa entre intención de emprender con la intención de emprendimiento social, esto debido a que la mayoría de alumnos que tienden a ser emprendedores no son emprendedores sociales, únicamente, el 42.6% de alumnos que tienen el propósito de emprender son emprendedores sociales. En relación con la influencia de padres que son emprendedores, en este estudio no se encontró evidencia alguna

que tenga alguna relación, quedando en discrepancia con los estudios de espíritu y sastre 2015, espíritu y Danvila , Leiva 2004, Grant 1996.

Tabla No.1 “Análisis de Factibilidad “

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.533
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1269.863
	gl	78
	Sig.	.000

Matriz de componente rotado^a

	Componente			
	1	2	3	4
UNIVERSALISMO	.751	.102	.105	-.029
BENEVOLENCIA	.712	.026	-.135	.238
CONFORMIDAD	.663	.016	.159	-.191
SEGURIDAD	.533	-.008	.113	.208
SIMULACION	.516	-.011	.073	.385
Total Social	.053	.976	-.013	-.052
VALOR SOCIAL	.006	.782	.145	.234
Social posible	.031	.706	-.156	-.272
AUTORIDAD	-.127	-.022	.733	.346
TRADICION	.031	.029	.728	-.031
AUTOGESTION	.241	.037	.673	-.173
LOGRO	.409	-.133	.510	.074
INTENCION EMPRENDEDORA	.184	-.043	.002	.818

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Fuente propia

La intención de emprender con relación a la experiencia laboral solamente mostró una relación negativa con el emprendimiento social, es decir entre mayor experiencia laboral menos tendencia al emprendimiento social. Cualquier otra relación con el emprendimiento no fue encontrada, esto da una discrepancia con los estudios de sastre y Dávila, Peterman y Kennedy 2003.

Los valores con que cuentan los estudiantes se pudo observar una relación positiva con el valor colectivismo y la intención de emprendimiento social; con valor negativo el valor individualista y la intención de emprendimiento social. Son resultados de acuerdo a los esperados debido a la naturaleza de colaboración del emprendimiento social y coincide con el estudio de Sanstre y

Danvila , los valores de conservador y abierto al cambio en este estudio no fueron claros y no se podían explicar con el instrumento aplicado. Para obtener los valores totales se utilizó una estandarización de variables y con base en 100 puntos se obtuvo un promedio de 67.47 como intención emprendedora, sobresale la benevolencia con 78.14 puntos y como valor más bajo la autogestión con 48.84 puntos. En total: Colectivismo 74, Conservador 56 , Abierto al Cambio 58 e Individualista 62. Ver gráfico No. 1

En resumen, se puede decir que los jóvenes estudiantes del Instituto Tecnológico de Chihuahua tienen en su mayoría la intención de emprender, principalmente los hombres y cuentan con el valor de colectivismo; la intención de emprendimiento social se encontró en alumnos con el valor de colectivismo y con menos experiencia laboral.

La hipótesis dice que los alumnos del Instituto Tecnológico de Chihuahua son potenciales emprendedores sociales 27.9% de los alumnos encuestados mostraron inclinación hacia el emprendimiento social, pero si se toma como universo los alumnos con intenciones de emprender entonces sube a un 42.6%, son números satisfactorios tomando en cuenta que no hay ningún programa que difunda lo que es el emprendimiento social en el Instituto, por lo que se considera la hipótesis como cierta.

Limitaciones y futuros estudios

Con la literatura revisada durante esta investigación no se encontró alguna figura legal en México para una empresa social, por lo cual un estudio y propuesta para que pudiera existir legalmente una empresa social sería muy interesante, ya que con estímulos fiscales puedan dar empuje a este tipo de emprendimiento. Otro tema a estudiar es un estudio similar de valores y factores que puedan tener lo emprendedores sociales que ya estén en marcha con su proyecto, ya que en este estudio solamente se trabajó con la intención de emprender.

REFERENCIAS

- Comisión Europea.** (2011). Iniciativa en favor del emprendimiento social, Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales.
- Bosch Fiol, E., & Ferrer Pérez, V. A.** (2000). La violencia de género: De cuestión privada a problema social. *Psychosocial Intervention*, sin mes, 7-19.
- Brockhaus, R.** (1982). The psychology of the entrepreneur. En C.A. Kent, D.L. Sexton y K. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*, 39-56.
- Drayton, B.** (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review* 44, (3), 120-132.
- Espíritu, R., & Sastre, M. Á.** (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 17, 95-116.
- Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M. A.** (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1595-1598.
- Fuller, R., & Myers, R.** (1941b). Some aspects of a theory of social problems. *American Psychological Review*, 6, 24-32.
- Gutierrez, G.** (2013). Manejo del concepto de emprendurismo social, por parte de emprendedores jóvenes, menores de 35 años en Costa Rica.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A.** (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24(109),105-125.
- Henslin, J.** (1990). *Social problems today. Coping with the challenges of a changing society.* Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Hisrich, R., & Brush, C.** (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business.* Lexington. Lexington Books.

- Kostetska, I., & Berezyak, I.** (2014). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INNOVATIVE SOLUTION MECHANISM OF SOCIAL PROBLEMS OF SOCIETY. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure. Development.* 2014. Vol. 36. No. 3. Pag 569-577 Scientific Journal.
- Martin, M.** (2011). Comprendiendo el verdadero potencial de las estrategias de financiación híbirda para emprendedores sociales. *Impact economy Working Papers*, Vol. 2.
- Palomares, D., & Chisvert, M. J.** (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. *REDU: Revista de Docencia Universitaria.*
- Santos, F. J., De La O Barroso, M., & Guzmán, C.** (2013). La Economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de economía mundial* 35, 21-45.
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I.** (2015). What is Different about the Profile of the Social Entrepreneur? *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4) 349-369.
- Secretaría de Economía.** (2015).
- Sullivan, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K.** (2003). Social Entrepreneurship: Toward Conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1): 76-88.
- Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R., & Bosma, N.** (2009). *Global Entrepreneurship Monitor, Report on Social Entrepreneurship.*
- Valcárcel, M.** (2012). Los fondos europeos de emprendimiento social: su aplicación en España. *CIREC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 105-128.
- Yunus, M.** (2006). *Social Business Entrepreneurs Are the Solution.*