



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR SOCIAL: MOTIVOS Y
OBSTÁCULOS. ESTUDIO MULTI CASO**

PROYECTO TERMINAL

PRESENTA:

I. I. S. JOSÉ MARÍA MORENO MENESES

DIRECTOR DEL PROYECTO:

MTRA. MARÍA DOLORES MARTÍNEZ GARCÍA

CODIRECTOR DEL PROYECTO

DR. CARLOS CAPELLA PERIS

SAN AGUSTÍN TLAXIACA, HIDALGO, MÉXICO.

OCTUBRE 2022



OF.ICEA/ MA 076/2022
 Asunto: Autorización de impresión

M. EN C. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE.

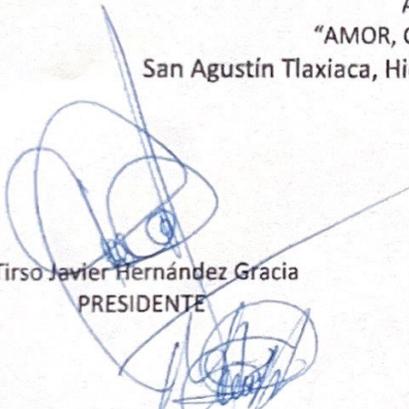
La comisión evaluadora del proyecto terminal titulado **"Caracterización del Emprendedor Social: Motivos y Obstáculos. Estudio Multi Caso"** realizado por el sustentante **José María Moreno Meneses**, con número de cuenta 449564, perteneciente al programa de Maestría en Administración, una vez que ha revisado, analizado y evaluado el documento recepcional de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 110 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, tiene a bien extender la presente.

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por lo que el sustentante deberá cubrir los requisitos del Reglamento General de Estudios de Posgrado y demás reglamentos aplicables al caso, para acceder al examen de Grado en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

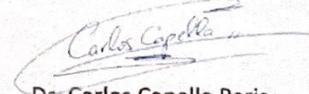
Atentamente
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"
 San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, a 7 de septiembre del 2022

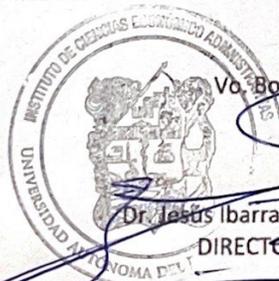
El comité

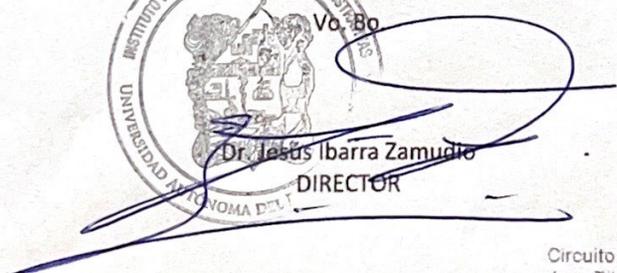

 Dr. Tirso Javier Hernández Gracia
 PRESIDENTE


 Dr. Danae Duana-Avila
 SECRETARIO


 Mtra. María Dolores Martínez García
 VOCAL


 Dr. Carlos Capella Peris
 SUPLENTE




 Dr. Jesús Ibarra Zamudio
 DIRECTOR

Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, México; C.P. 42160
 Teléfono: 771 71 72000 ext. 4101
 icea@uaeh.edu.mx





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
Instituto de Ciencias Económico Administrativas
School of Commerce and Business Administration

Asunto: Carta de no plagio

MTRA. MARÍA DOLORES MARTÍNEZ GARCÍA
COORDINADORA DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
PRESENTE.

Mediante la presente carta hago constar que el proyecto terminal titulado **"CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR SOCIAL: MOTIVOS Y OBSTÁCULOS. ESTUDIO MULTI CASO"**, realizado por el sustentante JOSÉ MARÍA MORENO MENESES, con número de cuenta 449564, perteneciente al programa de Maestría en Administración, es una propuesta original e inédita sin probabilidad de plagio, esto una vez que se ha hecho uso de la herramienta para la detección de plagio "Turnitin" (se anexa evidencia).

Sin más por el momento, reafirmo mi compromiso en la revisión, análisis y evaluación del documento recepcional.

Atentamente
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"
San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, a 07 de septiembre de 2022

Mtra. María Dolores Martínez García



Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan Tilcuautila, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, México; C.P. 42160
Teléfono: 771 71 72000 ext. 4101
icea@uaeh.edu.mx

www.uaeh.edu.mx



EVIDENCIA	
Título del Proyecto Terminal:	Caracterización del Emprendedor Social: Motivos y Obstáculos. Estudio Multi Caso
Nombre del alumno(a):	I.I.S. José María Moreno Meneses
Director de Proyecto Terminal:	Mtra. María Dolores Martínez García
Herramienta utilizada:	Turnitin



Similarity Report ID: oid:20755:163685865

PAPER NAME

AUTHOR

VF Estudio de Casos Multiples 28 agosto (5) (1).docx

MDMG MDMG

WORD COUNT

16165 Words

CHARACTER COUNT

98131 Characters

PAGE COUNT

99 Pages

FILE SIZE

1.1MB

SUBMISSION DATE

Sep 2, 2022 11:29 AM CDT

REPORT DATE

Sep 2, 2022 11:37 AM CDT

● **4% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 4% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 2% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 20 words)

Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, México; C.P. 42160
Teléfono: 771 71 72000 ext. 4101
icea@uaeh.edu.mx



AGRADECIMIENTOS

La realización del presente trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de mi familia, destacando sin lugar a duda a mi padre y madre. Fueron parte fundamental para que pudiera continuar con mi preparación académica y estaré eternamente agradecido.

De igual manera, agradezco el apoyo de la Mtra. María Dolores Martínez, directora del proyecto y coordinadora del programa por siempre apoyarme y motivarme para poder llegar hasta el final.

A mis maestros y también a mis compañeros que se convirtieron en amigos, por brindar siempre conocimiento y apoyo durante este camino.

A los emprendedores sociales que participaron, por abrir la puerta de sus empresas y brindar sus experiencias para fomentar esta actividad que hace falta para impulsar el ámbito económico y social en virtud de Hidalgo.

Índice General

Resumen.....	7
Abstract	8
Introducción	9
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Preguntas de Investigación	14
1.3 Delimitación espacial y temporal.....	15
1.4 Justificación	17
1.5 Objetivos.....	19
1.5.1 Objetivo General	19
1.5.2 Objetivos Específicos	19
1.6 Matriz de Congruencia	20
1.7 Características de la investigación	21
1.7.1 Variables.....	22
1.8 Instrumento de Medición.....	22
1.9 Análisis de datos	24
CAPÍTULO 2. MARCO REFERENCIAL	26
2.1 Importancia del Emprendimiento Social en el contexto global.....	26
2.1.1. Clasificación de Emprendimientos Sociales.....	26
2.1.2. Emprendimientos Sociales en el Mundo	28
2.1.3. Emprendimientos Sociales en México	29
2.2 Emprendedores	32
2.2.1. Consultoría para Emprendimientos Sociales.....	32
2.2.2 Refill de Productos de Limpieza	33
2.2.3 Venta de Prendas Artesanales	34
2.2.4 Arquitectura Bioclimática.....	35
2.2.5 Rancho de Apicultura	38
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	43
3.1 Emprendedor	43
3.1.1 Revisión teórica del concepto Emprendedor	43
3.1.2 Tipos de emprendedores	45
3.2 Emprendimiento Social	47

3.2.1 Características del Emprendedor Social	47
3.3 Actividad Emprendedora	48
CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	51
4.1 Datos	51
4.2 Resultados obtenidos	56
4.2.2 Tablas asociadas a los gráficos	56
4.3 Nubes de palabras	58
4.4 Diagramas de Sankey	61
4.5 Gráficas	63
4.6 Ideas fuerza	65
4.7 Hallazgos	70
4.8 Comparativa	72
CONCLUSIONES	73
PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
ANEXOS	85

Índice de Tablas

Tabla 1. Emprendedores	16
Tabla 2. Matriz de Congruencia de la Investigación.....	20
Tabla 3. Estructura del Instrumento de Medición	23
Tabla 4. Índice de Emprendimientos Sociales a nivel mundial	28
Tabla 5. Hallazgos anteriores	52
Tabla 6. Frases asociadas a motivos.....	56
Tabla 7. Frases asociadas a obstáculos	57
Tabla 8. Ideas fuerza motivos.....	65
Tabla 9. Ideas fuerza obstáculos	68
Tabla 10. Comparativa de Motivos	72
Tabla 11. Comparativa de Obstáculos.....	73

Índice de Figuras

Figura 1: Taxonomía motivos	54
Figura 2: Taxonomía obstáculos.....	55
Figura 3: Nube de palabras Motivos para emprender socialmente	59
Figura 4: Nube de palabras Obstáculos para emprender socialmente.....	60
Figura 5: Sankey de motivos	61
Figura 6: Sankey de motivos	62
Figura 7: Gráfica de motivos	63
Figura 8: Gráfica de obstáculos	64

Resumen

El Emprendimiento Social (ES) poco a poco empieza a hacerse oír cada vez más en el mundo empresarial. De igual forma, hay más estudios, artículos y casos que hablan del impacto de la ES en países, empresas, universidades, etc.

Este tipo de emprendimiento es una actividad que comienza a realizarse en varios lugares, la cantidad de organizaciones que promueven, ayudan o premian empresas como éstas incluso se han incrementado. Se puede decir que hay muchas razones para crear emprendimientos de tipo social porque múltiples beneficios que pueden tener todas las partes

No obstante, a pesar de los beneficios que este tipo de emprendimiento puede brindar, aún las tasas de nuevos emprendimientos sociales son bajas, por lo que es un motivo de investigación el identificar los obstáculos y los motivos que se tienen para emprender socialmente.

Dado esto, el presente estudio pretende analizar aquellos obstáculos y motivos que inciden en una actividad emprendedora estudiado en cinco microempresas de carácter social en el Estado de Hidalgo. La investigación se llevará a cabo mediante una metodología exploratoria, descriptiva y de carácter cualitativa.

Por medio de la utilización del programa *Atlas.ti 9*, se analizaron los datos reunidos por medio de las entrevistas semiestructuradas para identificar las relaciones que existen entre las variables. Tras el análisis, los resultados permiten identificar los motivos y obstáculos presentes en emprendimientos sociales hidalguenses.

Palabras clave: emprendimiento social, emprendedor, empresa, motivos, obstáculos.

Abstract

Slowly, Social Entrepreneurship (SE) is beginning to make itself heard increasingly in business world. Similarly, there are more studies, articles and cases that speak about the impact of SE in countries, companies, universities, etc.

This type of entrepreneurship is an activity that is beginning to be carried out in several places, the number of organizations that promote, help or reward companies like these have even increased. It can be said that there are many reasons to create social enterprises because of the multiple benefits that all parties can have.

However, despite the benefits that this type of entrepreneurship can provide, the rates of new social enterprises are still low, so it is a reason for research to identify the obstacles and reasons for social entrepreneurship.

For the reasons given above, the present study aims to analyze those obstacles and motives that affect an entrepreneurial activity studied in five social microenterprises in Hidalgo State. Research will be carried out using and exploratory, descriptive, and qualitative methodology.

Using *Atlas.ti* 9 program, data collected thanks to the semi-structured interviews were analyzed to identify the relationships that exist between variables. After analyzing the information, the results allow the identification of reasons and obstacles present in social enterprises in Hidalgo.

Key words: social entrepreneurship, entrepreneur, company, reasons, obstacles.

Introducción

Desde hace tiempo, y potenciado por la situación mundial relativa a la pandemia generada por el COVID-19, los gobiernos, tanto el nacional como los internacionales buscan reactivar la actividad económica tanto de empresas grandes como de los emprendimientos, lo cual es un reto enorme dadas las circunstancias.

Tener estrategias que permitan continuar con un crecimiento económico es clave para generar un ambiente en el que los emprendedores puedan llevar a cabo sus ideas de negocio. Si se consiguen nuevos emprendimientos, se obtienen diversas ventajas como activación económica, generación de empleos, mercados competitivos, entre otras, suman para incrementar el Producto Interno Bruto, conocido por sus siglas como PIB.

Dado lo anterior, un emprendedor es pieza clave para esto, ya que son las personas que van a promover de manera sustancial esta actividad económica, que se va generando gracias a los nuevos negocios creados.

El emprendedor no es necesariamente un buen empresario, ni un empresario es necesariamente un emprendedor, aunque existen casos de emprendedores-emprarios exitosos, el emprendedor emprende acciones innovadoras, crea oportunidades de negocio antes que otras personas. (Guerra y Restrepo, 2013). Por otro lado, existen los emprendedores sociales, un tipo de emprendedor que busca satisfacer en primer lugar las necesidades de la sociedad en que se desenvuelve, a través de emprendimientos si bien si busca lucrar, lo hace usualmente no con un fin de beneficio económico personal, sino para la empresa, reinvertir o incluso expandirse para ayudar tanto a problemas de carácter social o a problemáticas ambientales, de salud, etc.

La actividad emprendedora puede darse gracias a diversas situaciones que se pueden generalizar en la oportunidad de hacerlo, o en dado caso en la necesidad. El

ecosistema del emprendedor es clave, en donde juegan un papel importante las variables tales como la formación académica, economía personal, financiamientos, políticas gubernamentales, ayudar al medio ambiente, ayudar a problemáticas sociales, economía, finanzas personales, apoyos gubernamentales, políticas, por mencionar algunos. Dichas variables pueden convertirse en motivos, pero también en obstáculos con los que el emprendedor podría lidiar en un momento determinado.

Dado lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo principal el poder identificar los motivos y obstáculos de la actividad emprendedora social en microempresas sociales hidalguenses.

Como resultado, el siguiente estudio cuenta con la siguiente estructura:

En el capítulo uno, se identifican todos los elementos necesarios para realizar el estudio en donde se encuentran el planteamiento del problema y justificación, objetivos (tanto generales como específicos) y las preguntas de investigación que responden para el cumplimiento del objetivo general.

En cuanto al capítulo dos, se tiene el marco teórico dividido en cuatro partes; en la primera, se menciona al emprendedor, se define desde los primeros usos a lo largo de la historia, se menciona la evolución de la definición, se dan a conocer sus características y se enlistan los distintos tipos de emprendedores que existen; la segunda gira en torno a un tipo de emprendedor en especial, el emprendedor social, se menciona su definición y también se dan a conocer sus características; en la tercera se menciona todo lo relacionado a la actividad emprendedora social, estableciendo sus motivos y obstáculos; finalmente, en la cuarta se tiene el estado del arte, donde se aborda la revisión de estudios previos sobre investigaciones que estén relacionadas a encontrar motivos y obstáculos para la actividad emprendedora.

En el capítulo tres, se tiene el marco referencial, y se tiene como objetivo mostrar todas las referencias o el contexto referente a las empresas o unidades de análisis que colaboraron para poder realizar la presente investigación. Las empresas del estudio tienen en común que son Micro y Medianas Empresas (MYPES) y también que son consideradas como emprendimiento social dado a los productos o servicios que ofrecen, por ello, también se abordan conceptos e importancia acerca de las MYPES y los emprendimientos sociales.

En el capítulo cuatro, se encuentra la metodología en donde se presentan las características y el diseño de la investigación, así como el procedimiento para la recopilación de información por medio de un instrumento y el procesamiento de información a partir del software *Atlas.ti 9*.

Por último, en el capítulo cinco se tiene toda la información obtenida, se presentan los resultados finales, los hallazgos que se tienen y una propuesta de líneas de acción a tomar en cuenta para potenciar las motivaciones y disminuir los obstáculos para emprender socialmente y al final las conclusiones de esta investigación.

CAPÍTULO 1
METODOLOGÍA

CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA

1.1 Planteamiento del problema

En 2020, según el Instituto nacional de estadística y geografía (INEGI por sus siglas en español) México tuvo una población de 126,014,024 de personas con un promedio de 9.2 años de escolaridad; así mismo la Población Económicamente Activa (PEA) en el primer trimestre 2020 fue de 57,328,364 personas. Lamentablemente tras la pandemia de SARS-COV2 para el tercer trimestre de 2020 hubo una disminución de -3.6 millones de EAP al pasar de 57.3 millones a 53.8 millones, incluso muestra datos más bajos que los publicados en INEGI en 2018 con un PEA de 54.9 millones.

Durante el año de 2018, México registró a 52.4 millones de personas en pobreza, representando aproximadamente un 41% del total de la población en donde 7.4% se encuentran en pobreza extrema y 29.3% con carencias sociales. De igual manera, el mismo instituto publica un mapa dinámico que se actualiza bianual y uno de los Estados que redujo su pobreza fue Hidalgo, al pasar de 51 a 43.8 siendo el segundo Estado con mejor evolución.

Uno de los múltiples factores que ayudaron al crecimiento económico en Hidalgo fue la colaboración que hizo el Consejo de Ciencia, Tecnología e Innovación (CITNOVA por sus siglas en español) a través del programa "Transforma Hidalgo", programa de emprendimiento realizado de agosto 2019 a septiembre de 2020.

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL por sus siglas en español) publica un listado de la tasa de pobreza en 2018 por entidad federativa en México en donde Hidalgo cuenta con el 43.8 de su población en pobreza, mientras que Chiapas es el peor con 76.4 y Nuevo León el mejor con 14.5. En general, en los Estados mexicanos habitan muchas más personas en las zonas urbanas que en las rurales, lo que genera una mayor pobreza en zonas urbanas. Hidalgo es un caso contrario,

ya que han mostrado cifras de pobreza equitativas tanto en zona rural como urbana, mostrando que pese a tener menos población, las zonas rurales tienen un índice de pobreza muy elevado.

Según la Secretaría de Economía (2018) la economía Hidalguense es sostenida por el comercio (14%), construcción (9.5%), industria alimentaria (9%), servicios inmobiliarios de alquiler de bienes muebles (12.8%) y transporte (7.9%) juntando el 43.2% del PIB estatal. Por otro lado, INEGI pública que en 2018 Hidalgo contaba con 139,386 empresas registradas y es uno de los Estados con mejor tasa de creación de nuevos negocios en el último año con 18.4%, seguido de Puebla con 18.26% y por debajo de Tlaxcala con 19.31%.

Se estima que, de julio de 2019 a noviembre de 2020, de los 4.9 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos sobrevivieron 3.9 millones (79.19%), mientras que poco más de un millón (20.81%) cerraron definitivamente e iniciaron operaciones 619 mil 443 establecimientos que representan el 12.75% del total de los negocios en México con un consecuente incremento en el desempleo (Díaz et al., 2022).

Los datos mostrados anteriormente permiten identificar que los hidalguenses han optado por la creación de nuevos negocios ante el desempleo y la pobreza que aqueja al Estado. Es por eso por lo que se necesita incentivar el emprendimiento a la población de todo el país para aumentar el crecimiento económico. En el caso específico de Hidalgo, es necesario que el emprendimiento siga creciendo, de esta manera ayuda a potenciar el crecimiento económico y así mismo ataca el problema de la pobreza en zonas rurales del Estado.

1.2 Preguntas de Investigación

La pregunta central de esta investigación es:

“¿Cuáles son los obstáculos y los motivos que inciden en la actividad emprendedora de tipo social de cinco emprendedores del Estado de Hidalgo que permitan el establecimiento de propuestas para así motivar a emprendedores potenciales a incursionar en el emprendimiento social y al mismo tiempo conocer los obstáculos que pueden enfrentar en el intento?”

Las preguntas secundarias se establecen de la pregunta central:

- ¿Cuáles son los principales obstáculos que afectan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social?
- ¿Cuáles son los principales motivos que ayudan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social?
- ¿Cuáles son las propuestas que servirán para incentivar los motivos del emprendimiento social y además disminuir las barreras?

1.3 Delimitación espacial y temporal

Esta investigación tiene como principales características el analizar los motivos y los obstáculos que vive una persona durante la puesta en marcha de un negocio de emprendimiento social. Para poder llevarla a cabo se eligieron cinco emprendedores sociales de Hidalgo que tienen ubicados sus negocios en Pachuca de Soto dentro del Estado de Hidalgo. Dichos emprendimientos sociales son parte del sector privado y en la actualidad mantienen operaciones normales. Una de las empresas se dedica a la venta de ropa artesanal mexicana, proyectos de arquitectura bioclimática, ventas a granel, producción rural en área apícola y consultoría y divulgación para emprendimientos sociales.

La población objeto de la presente investigación son emprendedores sociales que cuentan con negocios en distintos rubros, con edades distintas, pero con las mismas metas: ayudar a una problemática social o ambiental. Emprendedores como ellos son pieza clave

para saber aquellos factores que terminan por detonar una inminente inmersión al emprendimiento social y también todos los obstáculos que se les presentaron en el camino para poder constituir su empresa, será información importante para futuros emprendedores sociales potenciales.

A continuación, se muestra la siguiente tabla con la información de los negocios sociales que pusieron en marcha los cinco emprendedores que participan en el estudio.

Tabla 1. Emprendedores

Unidad Económica	Ubicación	Sector
<i>Empresa A</i>	Pachuca de Soto, Hidalgo	Servicios / Consultoría emprendimientos sociales
<i>Empresa B</i>	Pachuca de Soto, Hidalgo	Productos (a granel y refill) / Limpieza de línea hogar y automotriz, semillas
<i>Empresa C</i>	Pachuca de Soto, Hidalgo	Productos artesanales (en línea)
<i>Empresa D</i>	Pachuca de Soto, Hidalgo	Servicios / Arquitectura bioclimática
<i>Empresa E</i>	Pachuca de Soto, Hidalgo	Producción rural / Rancho apícola

• Fuente: Elaboración propia

1.4 Justificación

Para un país en vías de desarrollo como México la actividad emprendedora es muy importante para seguir contribuyendo al crecimiento económico y al PIB. El emprendimiento social está suscitando con creciente interés, ya que no solo genera valor económico, sino también valor social que ayuda a dar respuesta a las necesidades sociales y medioambientales a través de soluciones innovadoras (Sánchez, Martín, Bel Durán y Lejarriaga, 2018). A medida que pasa el tiempo son más las instituciones tanto privadas como gubernamentales que piensan que la economía social como motor es clave para el desarrollo económico en Europa como en el mundo.

Como se mencionó en el planteamiento del problema las zonas rurales de Hidalgo tienen índices de pobreza altos en comparación con el resto de los Estados mexicanos. La inclusión del emprendimiento social en el Estado de Hidalgo ayudaría tanto al crecimiento económico como a la pobreza rural del Estado.

Por la magnitud y la complejidad del tipo de negocio los emprendimientos sociales entrarían en la categoría de MYPES. INEGI (2018) muestra que en México las MYPES tienen un rol fundamental en la economía ya que existen 4.1 millones de negocios (3.6 pequeñas y 0.8 medianas) que contribuyen hasta el 52% del PIB mexicano.

Existen numerosos estudios que se han realizado a los casos de éxito del emprendimiento social, haciendo caso omiso de que existe un alto porcentaje de fallas en ese tipo de emprendimiento (González, Gómez, Carmona y Medel, 2019).

INEGI (2018) posiciona a Hidalgo dentro de estándares "normales" de negocios cerrados ya que cada 17 meses se cierran el 23% de los negocios, aunque cabe mencionar que es uno de los Estados que lidera nuevos negocios en el mismo rango de tiempo con 18.4%

Como se mencionó anteriormente no existen muchos casos que estudien el fracaso del emprendimiento social, sin embargo, se puede empezar a descubrir una de las razones de fracaso es que los emprendedores sociales buscan resolver problemas "específicos" de dicha población sin considerar la complejidad real.

México ocupó el lugar 23 de 54 en el índice de contexto de emprendimiento que mide la salud de los ecosistemas de emprendimiento y deja ver la necesidad de consolidar un ecosistema que soporte e impulse la actividad emprendedora del país. La disolución de empresas mexicanas tras la pandemia por el COVID-19 refuerza la urgencia de contar con un número mayor de empresas sociales en el país (Gómez et al., 2022).

Debido a que existe poca información acerca de los motivos y obstáculos para el emprendimiento social, esta investigación es de gran importancia ya que planea estudiar los factores a través de vivencias reales de cinco emprendedores sociales para beneficiar tanto a futuros emprendedores, como empresas con proyectos sociales ya sean privadas o gubernamentales. No obstante, también se espera que los resultados de la investigación permitan diseñar posibles soluciones que faciliten tanto el inicio como el éxito de la actividad emprendedora social en el Estado de Hidalgo.

Se trabaja con estos cinco emprendedores ya que son un ejemplo para seguir para el emprendimiento en el Estado de Hidalgo, ya que las cifras muestran que a nivel Nacional México tiene un índice pobre en cuanto a emprendimientos sociales, ya que está incluso fuera del TOP 20 de países con empresas sociales, aunado a que Hidalgo también muestra índices bajos. Se trabaja con emprendedores que fundaron empresas con todas las aristas posibles del emprendimiento social, como beneficio al medio ambiente, promoción del emprendimiento social y beneficio a comunidades marginadas.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Derivado del problema anteriormente expuesto, se propone el siguiente objetivo general de la investigación:

“Identificar los obstáculos y los motivos que inciden en la actividad emprendedora de tipo social de cinco emprendedores del Estado de Hidalgo por medio de un instrumento validado que permitan el establecimiento de propuestas para así motivar a emprendedores potenciales a incursionar en el emprendimiento social y al mismo tiempo conocer los obstáculos que pueden enfrentar en el intento.”

1.5.2 Objetivos Específicos

Con el fin de lograr el objetivo general, se establecen los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los principales obstáculos que afectan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social.
- Identificar los principales motivos que ayudan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social.
- Implementar una propuesta que sirva para incentivar los motivos del emprendimiento social y además disminuir las barreras.

1.6 Matriz de Congruencia

Tabla 2. Matriz de Congruencia de la Investigación

“Obstáculos y razones para emprender socialmente: Caso de Estudio de 3 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Hidalguenses.”

“Identificar los obstáculos y los motivos que inciden en la actividad emprendedora de tipo social de cinco emprendedores del Estado de Hidalgo que permitan el establecimiento de propuestas para así motivar a emprendedores potenciales a incursionar en el emprendimiento social y al mismo tiempo conocer los obstáculos que pueden enfrentar en el intento.”

“¿Cuáles son los obstáculos y los motivos que inciden en la actividad emprendedora de tipo social de cinco emprendedores del Estado de Hidalgo que permitan el establecimiento de propuestas para así motivar a emprendedores potenciales a incursionar en el emprendimiento social y al mismo tiempo conocer los obstáculos que pueden enfrentar en el intento?”

Objetivos

Preguntas

1. Identificar los principales obstáculos que afectan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social.

1. ¿Cuáles son los principales obstáculos que afectan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social?

2. Identificar los principales motivos que ayudan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social.

2. ¿Cuáles son los principales motivos que ayudan al emprendedor durante el desarrollo de su empresa social?

3. Implementar una propuesta que sirva para incentivar los motivos del

3. ¿Cuáles son las propuestas que servirán para incentivar los motivos del

emprendimiento social y además disminuir las barreras.	emprendimiento social y además disminuir las barreras?
--	--

Fuente: Elaboración propia

1.7 Características de la investigación

La investigación tomará como base una metodología cualitativa, que está clasificada por el objetivo que percibe (encontrar obstáculos y razones para emprender socialmente) como exploratoria. De acuerdo con el estudio de caso se puede decir que es descriptiva, ya que este tipo de investigaciones tiene como objetivo indagar sobre cualquier fenómeno que vaya a ser analizado, en este caso se busca dar información a personas que buscan entrar al emprendimiento social acerca de motivaciones y posibles obstáculos que encontrarán en su camino emprendedor.

En términos estrictos, el tamaño de la empresa y el sector económico en el que se encuentran será indiferente para el estudio, ya que se busca indagar a los motivos y obstáculos que tuvieron los cinco emprendedores de las empresas, más no en la conformación u operación de estas.

Derivado de lo anterior, se explicará un poco más acerca del por qué el estudio de casos múltiples a desarrollar cuenta con las características anteriormente mencionadas:

-Descriptivo: El estudio de caso se puede clasificar como descriptivo ya que tratará acerca de recolectar información referente a los aspectos que son particulares al fenómeno en cuestión (Hernández, Fernández y Baptista (2014). En este caso, por medio de entrevistas y análisis de grupo se buscará indagar acerca de los motivos y obstáculos para la actividad emprendedora, en este caso de tipo social.

-*Transversal*: Pese a que el trabajo esta categorizado como descriptivo, no tendrá un corte longitudinal ya que no habrá un periodo de observación en un intervalo de tiempo en específico, que suele ser desde 2 años hasta 10 años y no se requiere una observación a los participantes en diferentes intervalos del tiempo, sino que se harán entrevistas y grupos de análisis a emprendedores sociales de 3 distintas empresas derivado de sus experiencias previas y/o actuales en cuanto a emprender.

-*Exploratorio*: Debido a que el emprendimiento social, sus motivos y sus obstáculos son situaciones poco conocidas y estudiadas, carecen de cierto sustento teórico y el trabajo busca familiarizarse con estos fenómenos en particular, por lo que se puede considerar como exploratorio.

1.7.1 Variables

- Obstáculos para emprender socialmente
- Razones para emprender socialmente
- Datos personales
- Datos empresariales

1.8 Instrumento de Medición

Para realizar el trabajo, se buscará realizar una serie de entrevistas, posteriormente a tener las respuestas, se procederá a tratar la información para obtener como salida los motivos y obstáculos para emprender socialmente, así como las relaciones de las causas y su causa raíz, a continuación, se mencionarán las herramientas a utilizar:

-*Entrevistas semi estructuradas*: Se realizarán entrevistas a los distintos emprendedores con distintos bloques, por ejemplo, los primeros tendrán que ver con los datos personales, situación familiar, etc. Posteriormente se preguntará acerca de los motivos para incursionar en el emprendimiento, dejando que el entrevistado cuente sus

experiencias de manera abierta. Posteriormente se utilizará el software Atlas.ti, programa que analiza los datos cualitativos a través de herramientas para sistematizar y agrupar los datos recolectados.

Para elegir este instrumento uno de los aspectos que fue clave para su elección y estilización fueron las variables anteriormente establecidas. El instrumento consta de una combinación del cuestionario utilizado en la Tesis de Maestría “Motivos y Obstáculos de la actividad emprendedora” (Vega, 2019) y del cuestionario utilizado en “Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física” (Capella, Gil, Martí y Ruiz- Bernardo, 2016). Es importante mencionar que, para fines de este estudio, se hicieron pequeñas adaptaciones dando como resultado un total de 42 preguntas clasificadas en seis bloques. De manera general, el instrumento abarca temas relacionados a los motivos y obstáculos que enfrentan los emprendedores sociales al momento de llevar a cabo sus proyectos, así como datos generales tanto personales y de la empresa.

A continuación, se muestra una tabla con la estructura del instrumento:

Tabla 3. Estructura del Instrumento de Medición

Bloque	Temas
Datos socioeconómicos	-Edad -Nivel y grado de estudios
Datos generales de la empresa	-Productos o servicios ofrecidos -Tiempo de funcionamiento -Empleados -Apoyos económicos recibidos
Estudio de caso	Motivos para emprender socialmente -Inicio en el emprendimiento social

-
- Razones para crear la empresa
 - Influencia de experiencias previas en otros trabajos para emprender
 - Razones sociales para emprender

 - Obstáculos para emprender socialmente
 - Retos al iniciar la empresa
 - Conocimientos previos necesarios
 - Formación académica

Fuente: Elaboración propia

1.9 Análisis de datos

Como se mencionó anteriormente, después de realizar las entrevistas y tener todos los datos recopilados de los cinco emprendedores en un documento general, es necesario procesarlos para convertirlos en información que sirva para presentar líneas de acción. Es necesario usar alguna herramienta para darle un sustento sólido.

Para la presente investigación se utilizó el software *Atlas.ti 9*, que es un programa que sirve como herramienta para analizar y procesar datos cualitativos. Gracias a esta herramienta se tiene la posibilidad de procesar todas las frases testimonio de los emprendedores sociales filtradas de las entrevistas realizadas, para posteriormente sistematizarlas y organizarlas por medio de la codificación.

El programa, da un apoyo y un soporte a la investigación de carácter cualitativo permitiendo transformar las frases que son datos para darles una salida ya convertida en información, permitiendo crear diversos diagramas, nubes de palabras, redes, entre otras ayudas visuales que nutren a la investigación.



CAPÍTULO 2
MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO 2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Importancia del Emprendimiento Social en el contexto global

Al momento de hablar sobre una oportunidad económica que engloba aspectos como fuentes de empleo, crecimiento económico y respuestas para ayuda a problemas sociales y medioambientales, los emprendimientos sociales tienen un rol clave, ya que como se ha mencionado anteriormente dado sus características pueden resolver los problemas de los aspectos anteriormente mencionados.

El Emprendimiento Social es la cristalización de procesos que, pese a las posibles adversidades logra hallar soluciones sostenibles y rentables ayudando a economías de todas las clases, puede incluir la internalización de procesos de auto-gestión, auto-explotación y responsabilidad que se perciben como deseables ya que se amparan en bases emocionales importantes como la auto-realización, compromiso social, sensibilidad medioambiental o simplemente la solidaridad (Valenzuela, et al., 2019).

El Global Entrepreneurship Monitor, conocido por sus siglas como GEM, realiza una medición acerca de las actividades emprendedoras que se realizan a nivel mundial. Es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de un país para realizar actividades emprendedoras, en la actualidad está constituido por más de 70 equipos nacionales y fue ideado desde 1997 y su primer estudio fue constituido por un grupo de 10 países en el año de 1999 (Cueva, 2020.)

2.1.1. Clasificación de Emprendimientos Sociales

El GEM, puede clasificar un emprendimiento según el objetivo principal de éste, sea la maximización del beneficio económico o bien atender a intereses sociales, teniendo como resultado dos tipos de emprendimientos puros, los emprendimientos de mercado y los emprendimientos sociales. En las dos posiciones pueden existir distintas variaciones

híbridas como las cooperativas que hay afán de lucro, pero también tienen un alto contenido social (Santos, Barroso y Guzmán, 2020). Los problemas de los aspectos anteriormente mencionados.

Dentro de las clasificaciones dadas, se entiende que existen emprendimientos de cooperativas y otras empresas sociales híbridas en donde se encuentra un Emprendimiento Social de mercado (ESm) y el Emprendimiento Social de no mercado (ESnm).

Por otro lado, Ibravo, Quijano y Loya (2018) definen que es necesario tener una clasificación de los emprendimientos sociales para determinar las mejores herramientas para llevar a cabo un proyecto de esa naturaleza, dando como resultado 3 grandes grupos: sin fines de lucro, empresa híbrida y empresa social. En el lado social se pueden encontrar organizaciones tradicionales, fundaciones (todas estas dependiendo de ayudas externas y donaciones) empresas híbridas (combinar fuentes de ingreso tanto de donaciones como generación de recursos propios) y empresas sociales que generan ingresos a partir de ofrecer bienes y servicios a cambio de un pago pero que ayuda a necesidades sociales o medioambientales.

Con el paso del tiempo el Emprendimiento Social ha evolucionado como todo concepto, por lo cual un Modelo de Emprendimiento social permite diferenciar los planteamientos de las escuelas de pensamiento en la práctica y analizar los elementos para poder realizar un contraste entre sí. Teniendo como resultado tipos de emprendimiento sin fines de lucro con estrategias de ingresos y lucrativos con estrategias orientadas a la misión, dando como resultado negocios con dependencia total, autosustentables y sustentables (Espínola y Torres, 2020).

El Emprendimiento Social se encuentra dentro de un tipo de emprendimiento dinámico, ya que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, con un nivel de ventas

representativo; su propósito no consiste en capturar una cuota determinada del mercado, sino contribuir a un desarrollo social o ambiental, suelen ser empresas sin fines de lucro y tienen como objetivos la innovación en el campo de la educación, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente (Cedeño y Dueñas, 2020).

2.1.2. Emprendimientos Sociales en el Mundo

El Emprendimiento Social como fenómeno de estudio ha tomado relevancia para el campo del emprendimiento, por lo que es importante analizarlo y conocer el punto de vista de instituciones importantes como el GEM y el Banco Mundial.

Este tipo de emprendimiento adquiere cada vez más crecimiento a nivel global, según datos del GEM tan solo en Estados Unidos y Australia, uno de cada diez individuos del porcentaje de población adulta se encuentra dentro del emprendimiento social, cabiendo destacar que los factores que promueven o disminuyen este estilo de emprendimiento se relaciona significativamente con el contexto institucional y cultural de la región que lo rodea (Pérez y Castro, 2018).

Tabla 4. Índice de Emprendimientos Sociales a nivel mundial

Lugar	País	Índice ES	Lugar	País	Índice ES
1	Burkina Faso	34.39	11	Colombia	10.82
2	Senegal	18.08	12	Filipinas	10.06
3	Luxemburgo	13.82	13	Camerún	8.51
4	Perú	13.1	14	Polonia	7.47
5	Israel	12.84	15	Estonia	7.39
6	Chile	11.53	16	Noruega	7.08

7	Hungría	11.31	17	Croacia	6.99
8	Australia	11.11	18	Suecia	6.94
9	Irlanda	11.09	19	India	6.65
10	Estados Unidos	10.97	20	Suiza	6.64

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del GEM (2018).

Se menciona que las diferencias de índice a nivel mundial se deben principalmente a las distintas instituciones que cada país tiene y que ayudan a promover su propio desarrollo, aunado a reglas, normas, cultura y demás que son específicas de cada país.

A nivel mundial, los factores asociados al emprendimiento social son la dimensión individualismo – colectivismo, así como el miedo al fracaso, los países con alto nivel de individualismo tienen una relación negativa con el emprendimiento social, por lo cual se demuestra que este tipo de emprendimiento tiene una característica colectivista, es decir que se vincula el emprendimiento con aspectos como la retribución de comunidades, creación de valor y ayuda al medio ambiente.

2.1.3. Emprendimientos Sociales en México

Con el paso del tiempo y con las dificultades económicas dentro del país mexicano, el “boom” del emprendimiento estalló, y con él, el emprendimiento social que combina la unión de tres modelos de organización, las instituciones públicas, privadas y organizaciones sin fines de lucro.

Falcone et al., (2018) menciona que en México se está comenzando a ganar reputación como un centro de inversiones de impacto debido a:

- Población y acceso al mercado: 23 millones de personas

-
- La oferta satisface a la demanda: Es una economía nivelada con el nivel tecnológico de la región.
 - Ineficiencia gubernamental y población frustrada: México cuenta con un bono demográfico de jóvenes emprendedores expertos en tecnología que puede atacar esas diferencias.
 - Apoyo del Inadem: El gobierno ha apoyado a la demanda de apoyo empresarial con herramientas para ayudar a futuros emprendedores sociales.

En México uno de los principales limitantes para el Emprendimiento Social radica en que no es reconocido institucionalmente como una actividad con características y necesidades diferenciadas al del Emprendimiento común, aunado a que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han indicado que secretarías como INDESOL y SEDESOL evidencian una constante falta de coordinación, representando una barrera para que se desarrolle una figura legal adecuada para el emprendimiento social (Zerón et al., 2021).

El emprendimiento social en México está catalogado con un panorama favorable ya que en la actualidad se tiene un respaldo específico en el Programa de Fomento a la Economía social y a la ley de la Economía Social y Solidaria, la cual tiene por objeto establecer mecanismos para fomentar el desarrollo, fortalecimiento y visibilidad de la actividad económica del Sector Social de la Economía, en las cuales destacan giros como el de producción, comercialización y consumo de bienes caracterizada por formas de propiedad social y gestión colectiva (Pedraza y Acosta, 2018).

El ecosistema que envuelve al Emprendimiento Social en México consta de organismos que tienen programas y asesorías para aquellas personas que buscan emprender este tipo de proyectos, aunque pueden no ofrecer alternativas de patrocinio o

inversión para compartir el riesgo. A través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) se crearon distintos programas como la Red de Apoyo al Emprendedor, logrando la consolidación de 42 fondos de inversión de capital de riesgo mexicano. Sin embargo, a partir del 17 de octubre de 2019 el Diario Oficial de la Federación (DOF) publica que la regulación y funcionamiento del INADEM es transferido a las funciones de la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) (INADEM, 2019).

El Plan Nacional de Desarrollo de México (PND) 2018-2024 considera de forma limitada al emprendimiento, pese a que cuenta con programas como “tandas para el bienestar” otorga microcréditos a pequeñas empresas, pero para un país tan grande como México puede resultar insuficiente. Por otro lado, el Programa de Apoyo Financiero para Microempresas ofreció en 2020 20 mil apoyos a microempresas que no hubiera despedido personal durante la pandemia, 20 mil apoyos a mujeres al mando de un negocio y 20 mil a empresas de carácter social (Gómez et al., 2022).

El Observatorio del Sector Social de la Economía (OSSE) es el instrumento adecuado para la sistematización y difusión de experiencias nacionales del Sector de Economía, permitiendo proveer información accesible, dinámica y plural para todos los agentes interesados (OSSE, 2018). Sus informes muestran que Estados como Guerrero y Oaxaca tuvieron la mayor cantidad de apoyos para empresas y emprendedores sociales.

Pese a que México puede tener un avance medio en cuanto a emprendimiento a nivel mundial, hablando de emprendimiento social el avance es lento, se han puesto en marcha iniciativas hacia el desarrollo de esto aspecto, como por ejemplo la participación del concurso anual de emprendimiento social denominado Hult Prize, a través del Tecnológico de Monterrey (ITESM), escuela que junto a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) han creado programas educativos orientados a este tipo de emprendimiento, pero no ha sido suficiente (Rosales, 2019).

2.2 Emprendedores

2.2.1. Consultoría para Emprendimientos Sociales

“La empresa A”, es una unidad económica que pertenece al sector de servicios localizada en Pachuca Hidalgo y fue fundada en agosto de 2015.

Esta empresa brinda servicios de consultoría a un precio justo para todo emprendedor que busque emprender socialmente, así como también a empresas que ya iniciaron operaciones, pero necesitan ayuda para terminar de estructurarse.

El equipo de trabajo se integra por 15 personas de las cuales todos brindan servicios para ayudar a distintos tipos de emprendedores. En la actualidad tienen alrededor de 50 personas en entrenamiento para poder emprender socialmente, así como 8 empresas que están siendo ayudadas en su emprendimiento social.

Esta empresa está considerada como un emprendimiento social debido a que, pese a no ayudar directamente al ambiente o a un problema social en específico, si ayuda y promueve este tipo de emprendimiento que ayuda de igual manera a la causa.

En la actualidad, por temas de pandemia poniendo siempre la seguridad de colaboradores y clientes, se ofrece servicio vía remota y los colaboradores trabajando desde casa.

Objetivo General

Acompañar a personas y organizaciones en el desarrollo de impacto social, promover actividades que impulsen un cambio y construir objetivos de Desarrollo Sostenible.

Misión

Guiar a diferentes sectores para trabajar en construir objetivos de Desarrollo Sostenible a través de talleres de sensibilización, capacitación y consultoría para el desarrollo de proyectos, mejora de procesos y evaluación de impacto.

Acompañar a personas y organizaciones en el desarrollo de proyectos de impacto social con modelos de negocio sostenibles a través de talleres, consultoría y procesos de información.

Impulsar a empresas, organismos públicos y organizaciones de la sociedad civil para lograr que sus actividades impulsen el cambio a través de metodologías participativas de innovación y co-diseño aplicadas a problemáticas sociales.

Visión

Potenciar el impacto de emprendedores y proyectos socioambientales para transformar México y Latinoamérica.

2.2.2 Refill de Productos de Limpieza

“La Empresa B” es una unidad económica que pertenece al sector de productos localizada en el centro de Pachuca de Soto, Hidalgo y fue fundada en mayo de 2017.

Esta empresa atiende las necesidades de los clientes de utilizar productos de limpieza de línea de hogar, automotriz y lavandería sin necesidad de que compren productos que tengan una composición tóxica para el medio ambiente, así como el relleno de botellas de este tipo de productos.

Actualmente el equipo de trabajo se integra por 6 personas, las cuales 2 son las creadoras de este emprendimiento, 1 colaborador que apoya con logística y tres personas que se dedican a los productos que la empresa ofrece.

Esta empresa está considerada como un emprendimiento social debido a que, fomenta un uso responsable y limitado de plásticos, así como una alternativa de productos de limpieza que puedan reducir la contaminación. Se tiene un emprendimiento social impactando positivamente ayudando a ambiente.

En la actualidad, por temas de pandemia poniendo siempre la seguridad de colaboradores y clientes, se ofrece servicio vía remota y los colaboradores trabajando desde casa.

Misión

Crear conciencia de la huella de desperdicio plástico y ser una alternativa de compra de productos de limpieza a granel, teniendo un impacto ecológico positivo que permita una vida futura libre de plástico.

2.2.3 Venta de Prendas Artesanales

“La Empresa C” es una unidad económica que pertenece a la venta de productos en línea de ropa típica y artesanías mexicanas, ubicada en Pachuca de Soto, Hidalgo y fue fundada en mayo de 2016.

Esta empresa atiende las necesidades de los clientes que buscan productos de artesanos mexicanos, tanto en territorio nacional como en el extranjero y además brinda la oportunidad a artesanos de que puedan trabajar, dar a conocer sus productos a nivel nacional e internacional y a un precio justo.

Actualmente el equipo de trabajo se integra por 3 personas en operación y cuenta con diversos proveedores artesanos alrededor de la república, principalmente del Estado de Hidalgo.

Esta empresa está considerada como un emprendimiento social debido a que, esta empresa fomenta la importación y exportación de artículos artesanos mexicanos. Brinda la oportunidad a artesanos de dar a conocer su trabajo, atacando un problema de carácter social.

La empresa desde sus inicios labora con un sistema de ventas en línea, por lo que no se vio tan afectada en la forma de operar tras los sucesos causados por la pandemia de COVID-19.

Misión

Mostrar al mundo lo que pueden hacer nuestros increíbles artesanos mexicanos con sus manos, para difundir la fantástica cultura alrededor del mundo.

Visión

Continuar creciendo como una marca mexicana de estilo de vida altamente reconocida y convertirnos en el vendedor en línea más importante de ropa y artesanías hechas a mano en los próximos 10 años.

2.2.4 Arquitectura Bioclimática

“La Empresa D” es una unidad económica que pertenece sector de prestación de servicios, más en específico de arquitectura bioclimática, la empresa fue fundada en 2020, actualmente se encuentra en funcionamiento y establecida en Pachuca de Soto, Hidalgo.

La empresa atiende a las necesidades de los clientes que buscan desde un diseño arquitectónico ya sea para casa habitación, oficinas, locales, etc. Además de ello, buscan ayudar al medio ambiente por medio de la prestación de servicios de “arquitectura bioclimática y sostenibilidad” a partir de la instalación de paneles solares, calentadores y nuevos concretos que son más amigables con el medio ambiente.

Precisamente gracias al punto anterior, la empresa puede estar considerada como un emprendimiento social, ya que busca, por medio de una idea de negocio innovadora, ayudar al planeta por medio de ofrecer servicios que ayudan a un uso de energía eléctrica de manera sustentable, así como una reducción considerable en contaminación gracias a los nuevos concretos.

En la actualidad opera con normalidad y está conformada por tres socios y entre cinco y siete colaboradores que se contratan por temporadas. Está integrada a la sociedad mercantil “Sociedad Anónima de Capital variable (SA de CV) y dirigen sus productos y servicios a casa habitación y constructoras.

Por otro lado, la empresa tiene como planes a futuro tener una subdivisión en instalación de tubería sustentable para así finalmente poder ofrecer un servicio integral desde la iniciación de un proyecto digital arquitectónico, inicio de obra, hasta finalización de proyecto por medio de implementación de productos y procesos ecológicos.

Ventaja competitiva

No es la única empresa en la ciudad de Pachuca que ofrece el servicio para la instalación de sistemas de aprovechamiento solar para la generación de electricidad, pero si el servicio integral en donde ofrece la reparación de equipos con garantía por escrito en todos los modelos y hojas de mantenimiento.

EeBA Group ofrece a su cliente la asesoría que es totalmente gratuita, así como los productos ofertados para la venta cuentan con un mayor rendimiento respecto a otras marcas, garantía hasta por 5 años y 5 certificaciones lo cual genera mayor confianza y se obtiene mayor calidad.

Misión

Somos una empresa dedicada a la venta e instalación de productos especializados en el ámbito de la sustentabilidad, así como la elaboración de proyectos de arquitectura bioclimática, con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad y contribuir al ahorro de los recursos naturales para crear una conciencia de consumo amigable con el medio ambiente.

Visión

Contribuir a la mitigación del cambio climático, ofreciendo soluciones integrales y diversos servicios a la sociedad con el fin de que adquieran estilos de vida sostenibles, empleando ecotecnologías en sus hogares, comercios e industria.

Valores

Respeto

Ofreciendo un trato cortés que favorezca el diálogo y la participación.

Honestidad

Toda vez que los clientes requieran información.

Compromiso

Con los clientes, atendiendo oportunamente sus necesidades y; con el medio ambiente, promoviendo y utilizando ecotecnologías.

Trabajo en equipo

Apoyando la generación de ideas entre nuestros colaboradores.

2.2.5 Rancho de Apicultura

“La Empresa E” es una unidad económica que pertenece sector de producción rural ya que es un rancho apícola que se dedica al área apícola y a ganado en general. La empresa está integrada a una sociedad mercantil, “Sociedad de RI de CV, las oficinas están ubicadas en Pachuca de Soto, Hidalgo y el rancho en San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo.

En la actualidad trabajan de manera normal, cuentan con tres empleados fijos, sin embargo, se cuenta con staff de apoyo del grupo empresarial al que pertenece el rancho y puede aumentar a entre diez y quince personas.

La actividad principal es la venta de miel de abeja, a partir del cuidado de colmenas y la extracción de la miel, se manda al laboratorio para elaborar cremas y bálsamos. Se encuentra en una etapa de construcción y experimentación, pero la idea nació gracias a la generación de conciencia para el cuidado y preservación de la abeja que es muy importante para el planeta.

La empresa puede ser considerada como un emprendimiento social ya que se preocupa por la situación del medio ambiente y la preservación de la especie de la abeja. Por otro lado, también beneficia al medio ambiente gracias a la reforestación de las plantas de la región en donde se encuentra el rancho apícola.

Misión

En Rancho San José, impulsamos el cuidado del medio ambiente, a través de prácticas sustentables en nuestros procesos. Para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y a la vez contribuir con el desarrollo de nuestra comunidad.

Visión

Para el 2025 consolidarnos en la producción orgánica de productos apícolas: miel, propóleo y polen. Así también la fabricación diversos productos que tengan como base nuestras cosechas. Con los más altos estándares de calidad y respeto por la naturaleza, satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores, promoviendo el desarrollo de nuestros colaboradores y de nuestra comunidad.

Objetivos

Corto Plazo (1 año)

- Producir y vender miel 100% natural.
- Obtener la certificación de miel de abeja sin contaminantes de SENASICA.
- Contribuir al cuidado de las abejas a través de la integración de RAGODI al
- Programa de Rescate y Reubicación de Colmenas de SENASICA.

Mediano Plazo (1 a 2 años)

- Producir y vender además de la miel, polen con los más altos estándares de calidad, comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- Consolidar nuestra marca con la obtención de nuestro código de barras.
- Promover en la comunidad el respeto por las abejas, ofreciendo el servicio de apiturismo en el Rancho San José.
- Producir y vender productos para el cuidado personal, con contenido de miel.
- Vender nuestros productos en tiendas delicatessen.

Largo Plazo (más de dos años)

- Consolidar el apiturismo como una experiencia inolvidable en el Rancho San José, con reconocimiento regional.

-
- Consolidarnos en la producción y venta de productos derivados de la miel (shampoo, acondicionador, jabón, crema corporal).
 - Producir y vender “jarabes” a base de miel.
 - Adaptar nuestro sistema de producción y comercialización para certificarnos en producción orgánica.

Valores

Honestidad

Generamos confianza con nuestros clientes y colaboradores con transparencia en nuestro actuar.

Respeto

Por la naturaleza, convivencia armónica con nuestros clientes, colaboradores y la comunidad.

Compromiso

Con nuestros clientes a ofrecer productos inocuos de la más alta calidad.

Sustentabilidad

Comprometidos con el cuidado del medio ambiente, sin comprometer el sustento de las generaciones futuras.

Impulsamos el cuidado de las abejas a través de prácticas sustentables en la producción de miel 100% natural, con los más altos estándares de calidad,

Propuesta de valor

El pueblo mexicano ante los desafíos en salud pública busca opciones de productos funcionales de calidad. La Miel de abeja 100% pura del Rancho San José, con certificación

de inocuidad alimentaria. No se somete a ningún proceso de calentamiento ni super filtrado, por lo que conserva sus importantes propiedades terapéuticas, anti-microbianas y antisépticas, además de su agradable sabor y aroma y pequeños residuos de polen y cera. Es libre de polen transgénico, porque nuestras colmenas están totalmente protegidas de fertilizantes, agroquímicos y pesticidas. Son tratadas con un derivado del tomillo para prevenir o erradicar alguna enfermedad. La miel está disponible en envases de cristal en nuestra tienda en línea y tiendas de conveniencia. Impulsamos el cuidado de las abejas a través de prácticas sustentables en la producción de miel.



CAPÍTULO 3

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

3.1 Emprendedor

3.1.1 Revisión teórica del concepto Emprendedor

Partiendo de la base, etimológicamente la palabra emprendedor proviene de la palabra francesa “entreprendre”, que significa “hacer algo” y, en la Era Media, originalmente se usaba en el sentido de una persona activa, que hace las cosas (Kaur y Bains, 2013). En el mismo texto los autores mencionan que Richard Cantillon fue quien revolucionó el concepto empresarial por primera vez en su obra “Essai sur la nature du commerce en general” en 1755 (p. 32). Desde la antigüedad, uno de los factores por los que un emprendedor se identifica como riesgo, ya que nada le asegura al emprendedor el hecho de generar ganancias o incluso recuperar su inversión.

Desde hace mucho tiempo, el número de emprendedores ha crecido exponencialmente debido al poder de mercado que existe en la actualidad. La actividad emprendedora es muy importante en la sociedad y es una parte clave del emprendimiento social por lo que es necesario definirla y entenderla bien.

Schumpeter en 1934 fue un pionero en incluir el concepto de innovación en un entorno empresarial porque creía que la innovación era la característica central del esfuerzo empresarial (Carland, Hoy, Boulton y Carland, 1984). En 1982, Brockhaus presentó una excelente descripción histórica de las definiciones de emprendedor, quizás el factor más importante desde una perspectiva social es la característica de la innovación (p. 355). Teóricamente los autores tenían razón desde entonces porque la innovación va de la mano con el emprendimiento.

Joseph Schumpeter dijo que el emprendedor necesita realizar su trabajo junto con otras actividades, ya que no tendría sentido si no se combinara con otros factores

(Chamorro y Villa, 2007). Por otro lado, Knight, Marshal y Clark asumieron que un emprendedor es una persona con habilidades directivas, todos ellos piensan que para ser considerado emprendedor es necesariamente tener una visión empresarial pero también un trabajador que puede asumir el rol de un director ejecutivo.

Meir Kirzner afirmó que los emprendedores son las fuerzas de equilibrio en el proceso de mercado porque perciben oportunidades, pueden aprovecharlas, tomar decisiones para desarrollarlas y competir con otros emprendedores interesados en ingresar al mercado y obtener beneficios dentro de una economía de mercado (Azqueta Díaz de Alda, 2017). Por otro lado, Max Weber afirmó que un empresario necesita estar en un mundo capitalista y los emprendedores son los protagonistas del cambio social y son pilares del crecimiento (p. 31).

Para Zorrilla es muy importante no confundir al emprendedor con un empresario o inversor, se refiere a ellos como: emprendedor, que tiene la idea y el concepto de un producto o servicio; inversor: quien pone a disposición el capital necesario para el soporte inicial y la puesta en marcha del negocio; y último empresario: es la persona que se encarga de administrar y contabilizar el negocio (Guerra y Restrepo, 2013). En definitiva, es cierto que el emprendedor puede ser a la vez inversor y empresario, pero para seguir siendo considerado emprendedor es necesaria una innovación constante.

Una vez analizados todos los conceptos anteriores, se puede decir que el emprendedor es una persona que puede identificar determinadas necesidades de las personas y podría generar transformaciones antes que nadie. Cabe destacar que ser emprendedor no siempre es sinónimo de éxito y siempre existe un riesgo.

3.1.2 Tipos de emprendedores

El emprendimiento es objeto de estudio y está en constante transformación, Romero y Restrepo (2016) mencionan que existen diferentes tipos de emprendimiento agrupados en diferentes clasificaciones que se muestran a continuación:

a) Emprendimiento por necesidad.

Este es uno de los más comunes, este emprendimiento está orientado a generar ingresos diarios para vivir, no para inversiones, con lo que se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una visión de planificación o crecimiento a futuro, por lo que no hay valor agregado ni perspectiva de los mercados nacionales o internacionales.

b) Emprendimiento tradicional.

Hay empresas que tienen crecimiento por su estructura competitiva pero no alcanzan metas de ventas, rentabilidad y criterios de alta sustentabilidad. Se caracteriza porque sus productos y / o servicios no son diferenciados en algunos casos no tiene su mano de obra capacitada, utilizan pocas tecnologías, generalmente están formalizados.

c) Emprendimiento dinámico.

Son empresas que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo luego de una década. En este tipo de emprendimientos pueden existir subniveles que dependerán del objetivo para el que se crea la empresa, tales como:

1. El emprendimiento social
2. Emprendimiento inclusivo
3. Spinoffs

Uno de los puntos clave que ha ido de la mano del emprendimiento desde sus inicios es la innovación. El emprendedor innova con las ideas de nuevos productos o rediseña con ayuda de nuevas tecnologías, procesos productivos, trabajo o estrategias empresariales (Romero y Restrepo, 2016). La innovación es la implementación de una idea nueva y útil y es la realización que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido u operación. En consecuencia, la innovación convierte las ideas en productos o servicios útiles, practicables y comerciales.

Como es el caso de los emprendimientos, la innovación se puede clasificar en categorías según diferentes criterios, en función del objeto de innovación, tales como:

a) Innovación de producto.

Aplicado en bienes y servicios, el nivel más alto corresponde a la introducción de un producto totalmente nuevo en el mercado, luego hay mejoras sustanciales y leves.

b) Proceso de innovación.

Denominado Innovaciones Tecnológicas en Productos y Procesos (TPP) abarca actividades de muy diversa índole (científica, tecnológica, organizativa, financiera y comercial). Cualquier actividad empresarial (producción, organización, gestión, marketing, etc.)

c) Innovación en los mercados.

Consiste en crear, expandir o segmentar mercados de venta y crear o mejorar fuentes de abastecimiento de materias primas y productos.

3.2 Emprendimiento Social

El emprendimiento social (ES) es un tipo de emprendimiento dinámico, como se mencionó anteriormente y es de suma importancia ya que tiene la característica de ayudar de forma más completa tanto al que ofrece el producto o servicio, como al cliente y dependiendo del tipo también puede ayudar al medio ambiente o al social.

Se puede considerar como otro tipo de emprendimiento, cuenta con elementos centrales de innovación y riesgo en la solución novedosa a una necesidad o problema, ofreciéndoles a los clientes distintos tipos de productos o servicio. Sin embargo, el emprendimiento social y comercial tienen un contraste grande, la primera diferencia entre ambos tipos de emprendimiento trata sobre los objetivos sociales y/o ambientales por sobre los económicos (Bargsted, 2013).

3.2.1 Características del Emprendedor Social

El Emprendimiento Social es un tipo de emprendimiento dinámico, como se mencionó anteriormente y es de suma importancia ya que tiene la característica de ayudar de forma más completa tanto al que ofrece el producto o servicio, como al cliente y dependiendo del tipo también puede ayudar al medio ambiente o al social.

Se puede considerar como otro tipo de emprendimiento, cuenta con elementos centrales de innovación y riesgo en la solución novedosa a una necesidad o problema, ofreciéndoles a los clientes distintos tipos de productos o servicio. Sin embargo, el emprendimiento social y comercial tienen un contraste grande, la primera diferencia entre ambos tipos de emprendimiento trata sobre los objetivos sociales y/o ambientales por sobre los económicos (Bargsted, 2013).

Para llevar a cabo un emprendimiento social sin duda la clave más importante es aquella persona que se atreva a realizar un emprendimiento de este tipo. Es importante saber por qué razón y con qué propósito el emprendedor forma este tipo de emprendimiento y es importante conocer sus características. A continuación, se muestran algunas características del emprendedor social definidas por Roa (2005):

- a) Innovación: Para estos emprendedores siempre hay algo en qué innovar, se olvidan de que todo ya está inventado y tratan de resolver mediante ideas innovadoras problemas que afectan directamente a un entorno social o ambiental.
- b) Estrategia: Cada Emprendedor Social puede diseñar su propia estrategia, pero se puede afirmar que la única condición invariable en todos es que hay convertido su proyecto en una razón de vida.
- c) Impacto: El Emprendedor Social sabe hacer buenas alianzas, especialmente con otras organizaciones sociales. Es importante para todos consolidar los modelos y acrecentar el impacto para que todas las variables salgan beneficiadas.

3.3 Actividad Emprendedora

La actividad emprendedora se puede relacionar con un crecimiento económico, es muy importante y el número de personas que estén dispuestos a empezar un emprendimiento depende de factores clave que van de la mano de la oferta y la demanda, su conjunción, determina el nivel de actividad emprendedora que se observa en la economía (Martí y Tabuenaca, 2006).

Por otro lado, Arias, Ribes y Garcés (2021) mencionan que la actividad emprendedora está entendida como el proceso entre la concepción y la persistencia de un negocio que pueda sobrevivir 42 meses y que también involucre la existencia de negocios

nuevos e innovadores, que ofrezcan ya sea productos o servicios, siendo una pieza fundamental para un crecimiento económico mediante un incentivo de cualquier tipo de emprendimiento.

Kintana, Pilart y Sáez (2007) mencionan que en la actividad innovadora dentro de empresas y organismos públicos es indispensable la actividad emprendedora, que se traduce en la aparición de nuevos negocios, productos o servicios, que alimenta un proceso de destrucción creativa. Por otro lado, se sugiere que existen importantes interrogantes en las ratios de la actividad emprendedora, ya que el emprendimiento por oportunidad y no por necesidad es el que termina favoreciendo al desarrollo económico.



CAPÍTULO 4
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Datos

Después de aplicar el instrumento en cinco diferentes Mipymes de Hidalgo, que aceptaron participar en el estudio, es necesario analizar los datos recabados y hacer el análisis pertinente. En la actualidad se tiene a la mano del investigador diversos softwares especializados para investigaciones cualitativas o mixtas, que permiten en análisis y transformación de datos a información de manera segura.

Se utilizó el software Atlas.ti 9, programa que puede analizar los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas previas y a través de herramientas de sistematización se organizaron y agruparon los datos textuales gracias a la codificación de cada una de las frases testimonio dichas por cada emprendedor.

La codificación de las frases testimonio permite dar cierto orden y clasificarlas en distintas familias. Una vez que se tiene todo relacionado se pueden crear distintas redes que se generan gracias a las relaciones o correlaciones que se pudieran tener como resultado.

Para lograr una codificación apropiada, se tomaron en cuenta distintos hallazgos de investigaciones revisadas que estudian el mismo tema de interés, motivos y obstáculos para iniciar emprendimientos en general, ya que un enfoque 100% dedicado a emprendimientos sociales no tendría un sustento suficientemente sólido debido a que es un tema que está en pleno crecimiento.

Tabla 5. Hallazgos anteriores

<i>Autor(es)</i>	<i>Motivos</i>	<i>Obstáculos</i>
<i>Duarte</i> <i>(2007);</i>	Realización personal	Reducido tamaño de mercados
<i>Kantis</i> <i>(2004)</i>	Poner en práctica conocimientos	Escasa capacidad adquisitiva
	Mejorar nivel de ingresos	Poco crecimiento en los mercados
	Contribuir a la sociedad	Restricciones para financiamientos
	Ser su propio jefe	Escasa educación y formación
	Ser adinerado	Insuficiente acceso a infraestructura
	Ser como un empresario que admiraba	Obstáculos para formación empresarial
	Estatus social	Baja posibilidad de realizar
	Tradición Familiar	investigación y desarrollo
	Desempleo	Altas cargas impositivas
	No poder estudiar	Insuficiente apoyo gubernamental
<i>Argaz, Beas</i> <i>y Cárdenas</i> <i>(2010)</i>	Puesta en marcha de ideas propias	Obtención de financiamiento
	Encontrar empleo	Falta de equidad de deuda
	Independencia económica	Falta de experiencia
	Independencia personal	Cargas fiscales excesivas
	Afán de lucro	Riesgo elevado
	Dirigir personas	Temor al fracaso
	Autonomía en el trabajo	Miedo al fracaso
	Autorrealización	Actitud de la sociedad

Martínez y

Milone

(2016)

Marulanda y Deseo de independencia Falta de apoyo al emprendedor

Morales Aspecto económico Dificil acceso a crédito bancario

(2016) Formación académica Falta de apoyo de gobierno

Fuente: Elaboración propia

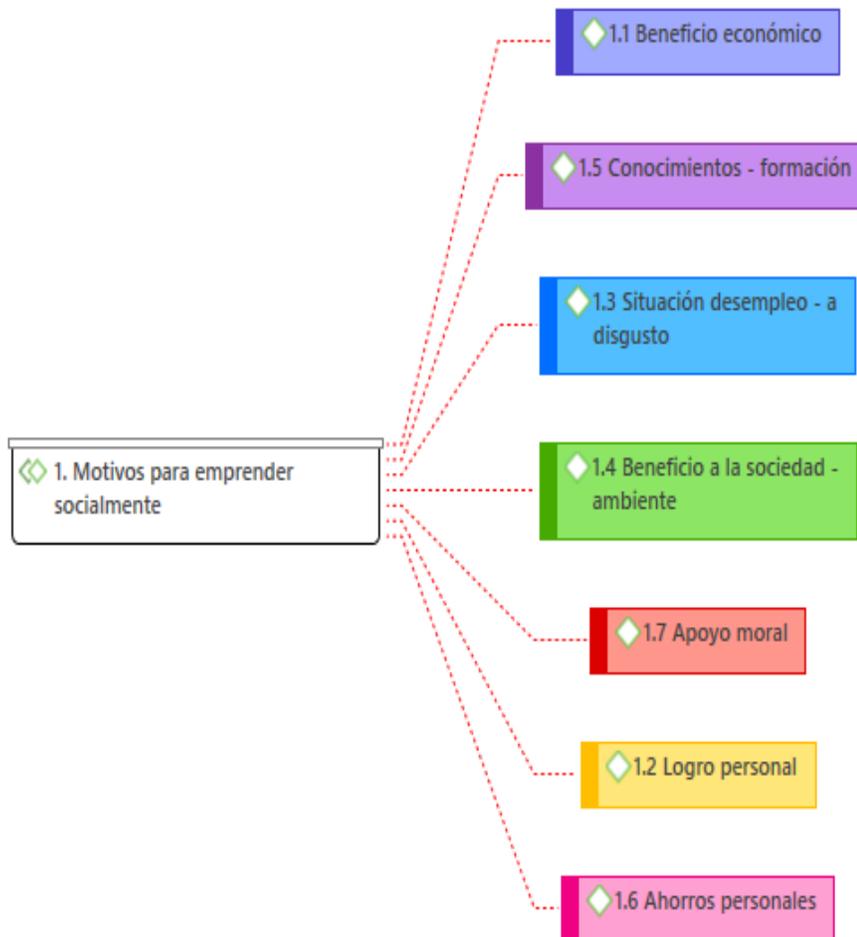
Como se puede observar en la Tabla 4, pueden existir distintas motivaciones y obstáculos para los emprendedores a la hora de iniciar un negocio. Con base en ello, se designaron las siguientes familias y subtemas para la codificación dentro de Atlas.ti 9, consideradas como la taxonomía del estudio:

Familia 1: Motivos para emprender socialmente

Subtemas:

- a) Beneficio económico
- b) Logro personal
- c) Situación de desempleo – a disgusto
- d) Beneficio a la sociedad - ambiente
- e) Conocimientos – Formación
- f) Ahorros personales

Figura 1: Taxonomía motivos



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en Atlas.ti 9

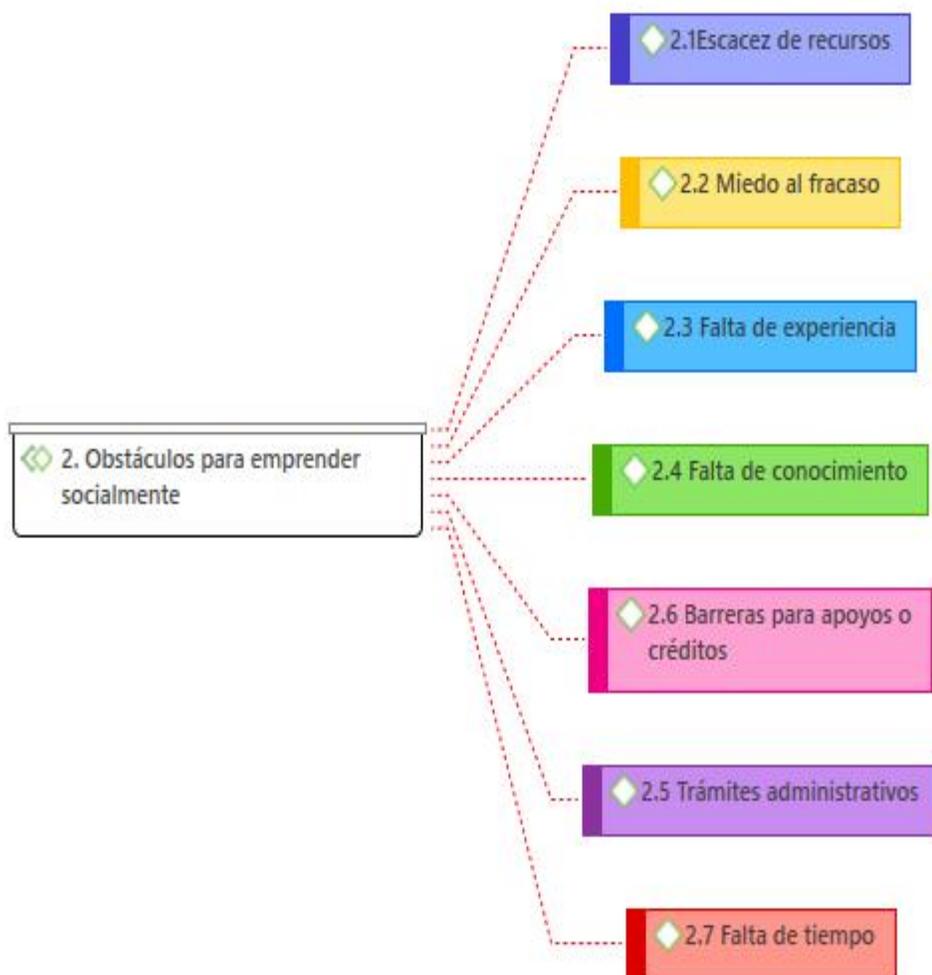
Familia 2: Obstáculos para emprender socialmente

Subtemas:

- a) Escasez de recursos

- b) Miedo al fracaso
- c) Falta de experiencia
- d) Falta de conocimiento
- e) Trámites administrativos
- f) Barreras para apoyos o créditos

Figura 2: Taxonomía obstáculos



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en Atlas.ti 9

De esta manera, se procedió a codificar las frases testimonio obtenidas tras realizar las entrevistas y, gracias a las 2 familias presentadas anteriormente se permitirá clasificarlas.

4.2 Resultados obtenidos

Después de realizar el análisis correspondiente tras la codificación de frases testimonio de los cinco emprendedores sociales dentro del Estado de Hidalgo, se expondrán los siguientes resultados de los motivos y obstáculos para el emprendimiento social. Se mostrarán diferentes outputs obtenidos tras un análisis con el programa *Atlas.ti 9*, tales como nubes de palabras, gráficos, por mencionar algunos.

4.2.2 Tablas asociadas a los gráficos

- a) Tablas de frases asociadas a motivos y a obstáculos

Tabla 6. Frases asociadas a motivos

Motivos	Frases
1.1 Beneficio económico	12
1.2 Logro personal	8
1.3 Situación de desempleo- a disgusto	10
1.4 Beneficio a la sociedad- ambiente	30

1.5 Conocimientos-formación	9
1.6 Ahorros personales	8
1.7 Apoyo moral	13

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

En la Tabla 6, se pueden identificar las distintas frases, experiencias o vivencias que compartieron los emprendedores en cuanto a diversas motivaciones que tuvieron a lo largo de su camino al emprender socialmente. En este caso los subtemas o motivos que tuvieron más frases o experiencias codificadas fueron la 1.4 Beneficio a la sociedad-ambiente y la 1.1 Beneficio económico.

Tabla 7. Frases asociadas a obstáculos

Motivos	Frases
2.1 Escasez de recursos	6
2.2 Miedo al fracaso	3
2.3 Falta de experiencia	12
2.4 Falta de conocimiento	28
2.5 Trámites administrativos	10

2.6 Barreras para apoyos o créditos	2
-------------------------------------	---

2.7 Falta de tiempo	2
---------------------	---

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

En la Tabla 7 se pueden identificar las distintas frases, experiencias o vivencias que compartieron los emprendedores en cuanto a diversos problemas que enfrentaron a lo largo de emprender socialmente. En este caso se encuentra que el subtema u obstáculo que tuvieron más frases o experiencias codificadas fueron la 2.4 Falta de conocimiento y 2.3 Falta de experiencia.

4.3 Nubes de palabras

Una nube de palabras es una herramienta que se puede obtener del programa para análisis cualitativos Atlas.ti 9, que además de ser atractiva visualmente permite destacar los aspectos más importantes de un escrito (Peña, 2012). En esta misma tesitura, el producto ayudará a identificar de manera gráfica los términos utilizados con mayor frecuencia dentro del documento base en donde se encuentran todas las frases testimonio de los cinco emprendedores sociales.

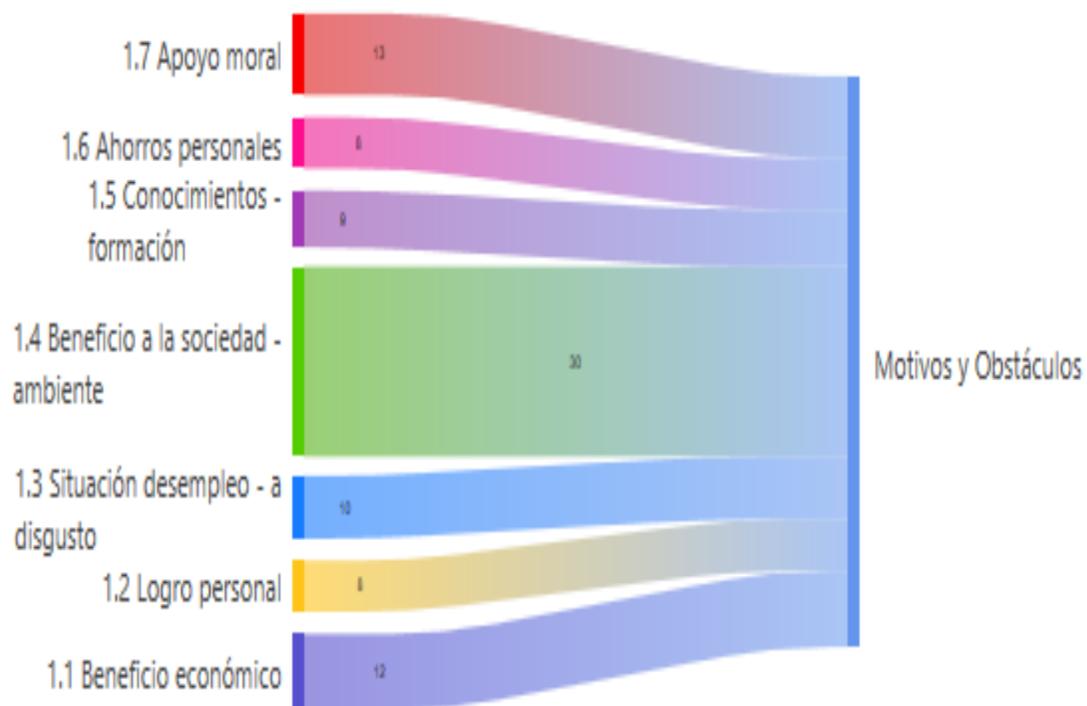
A continuación, se presenta la información correspondiente plasmadas a manera de nubes de palabras tras procesar las frases en Atlas.ti 9:

En esta nube las palabras que destacan son “tener”, “empresa”, “cosas”, “negocio”, “importante”, “gente”, “beneficios a la sociedad”, “conseguir”, entre otras.

4.4 Diagramas de Sankey

Para continuar con la ayuda visual se procede a identificar por medio de un diagrama de sankey la participación de las familias anteriormente mencionadas relacionadas con el total de frases testimonio de los emprendedores sociales.

Figura 5: Sankey de motivos

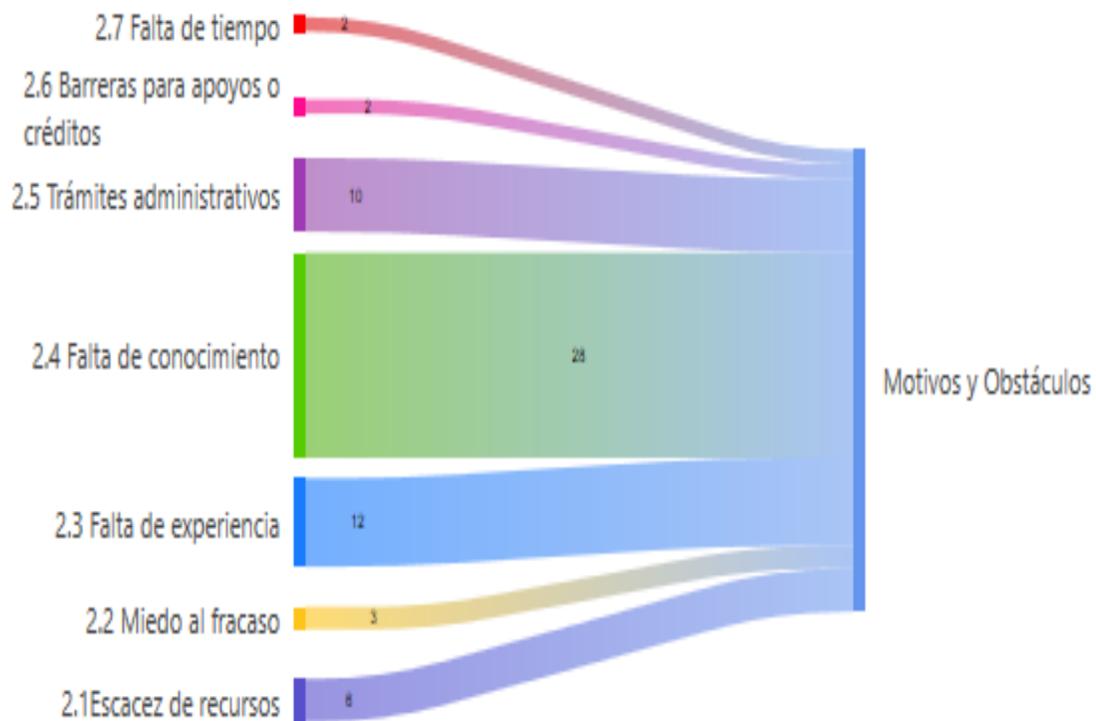


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de datos en Atlas.ti 9

Como se puede observar en la figura 5 se identifica que el motivo que más fue mencionado por parte de los emprendedores sociales fue el 1.4 “Beneficio a la sociedad y/o medio

ambiente. Por otro lado, otras ramas como la 1.7 “Apoyo Moral”, 1.1 “Beneficio económico” y 1.3 “Situación de desempleo” tienen una cantidad de frases testimonio parcialmente similares.

Figura 6: Sankey de motivos



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de datos en Atlas.ti 9

La figura 6 muestra que la rama 2.4 “Falta de conocimiento” es, con amplitud, la familia que tiene asociado más frases testimonio por parte de los emprendedores sociales, es decir, que consideran que uno de los obstáculos más grandes y con lo que más se tiene que lidiar a la hora de iniciar un emprendimiento de tipo social es la falta de conocimiento.

Gracias a los diagramas de sankey mostrados anteriormente, se puede tener una idea de la cantidad de frases testimonio que fueron asociadas tanto como por motivos

(figura 5) como por obstáculos (figura 6) y la comparación entre ellas, que más adelante se van a representar de igual manera en forma de gráficas.

4.5 Gráficas

Figura 7: Gráfica de motivos



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de datos

Después de analizar la Figura 7, se puede identificar claramente en color amarillo que la mayor motivación que tienen los emprendedores sociales al momento de iniciar un emprendimiento en esta rama es el subtema 1.4, que hace referencia al beneficio a la sociedad y/o al medio ambiente (30%). Por otro lado, la segunda razón más fuerte es la 1.1 que hace referencia a obtener un beneficio económico (16%), seguido de la 1.7 que se

refiere al apoyo moral que recibieron antes y durante la incursión al emprendimiento (14%). Por otro lado, el subtema 1.2 relativo a logros personales fue el que tuvo una menor mención por parte de los emprendedores con 8%.

Figura 8: Gráfica de obstáculos



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de datos

En la Figura 8, se identifica con el color amarillo que las principales dificultades a la hora de emprender socialmente tienen que ver con la falta de conocimiento relativo al negocio a emprender (46%). De igual manera, en segundo lugar se encontró que la falta de experiencia previa puede afectar al momento de emprender (22%). Finalmente, en tercer lugar con 13% se encuentra el subtema escasez de recursos con un 13% del total. Cabe

mencionar que los subtemas menos mencionados por el grupo de emprendedores fueron, con un 4% empatados el 2.6 Barreras para apoyo o créditos, 2.7 Falta de tiempo y 2.2 Miedo al fracaso.

4.6 Ideas fuerza

Tabla 8. Ideas fuerza motivos

Sub código	Número de frases testimonio	Ideas fuerza
1. Motivos para emprender socialmente		
<i>1.1 Beneficio económico</i>	12	Los emprendedores sociales, como segunda motivación para iniciar un emprendimiento social, ya que es importante el factor económico para que por lo menos la empresa pueda mantenerse por sí sola.
<i>1.2 Logro personal</i>	8	El logro personal es otro de los motivos que los emprendedores sociales identificaron para iniciar un emprendimiento de este estilo, ya que la mayoría de ellos busca ayudar al medio ambiente o a la sociedad gracias a sus convicciones.
<i>1.3 Situación de desempleo- a disgusto</i>	10	El desempleo o situación a disgusto con el trabajo fue el tercer motivo para iniciar un emprendimiento de tipo social, ya que

muchas veces el emprendedor puede sentir que su trabajo no es correctamente remunerado o que no le valoran lo suficientemente dentro de la empresa, e incluso hubo menciones en las que pese a estar bien económicamente y a gusto con el clima laboral, se sentía un deseo por hacer algo más, en este caso algo que beneficiara al medio ambiente o a problemas sociales.

1.4 Beneficio a la sociedad-ambiente 30

El beneficio a la sociedad o al medio ambiente fue el motivo más repetido en las fases testimonio de los emprendedores sociales, llegando a ser dicho hasta treinta veces en las distintas entrevistas. El emprendedor social busca más allá del beneficio económico un beneficio a la sociedad y al medio ambiente. En algunos casos, los emprendedores buscan ambos, pero en otros basta simplemente con que la empresa sea sostenible sola, es decir, que se paguen todos los costos fijos y variables, sueldos, aunque no se tenga una utilidad pero que siga ayudando a la sociedad y a generar actividad económica.

<i>1.5 Conocimientos- formación</i>	9	Los conocimientos y la formación de los emprendedores sociales son de gran utilidad para decidir llevar a cabo la puesta en marcha de un emprendimiento social, ya que, los motiva a seguir haciendo tanto lo que les gusta como lo que saben hacer.
<i>1.6 Ahorros personales</i>	8	En la totalidad de los emprendedores sociales entrevistados se mencionó que para poner en marcha sus emprendimientos fueron indispensables ahorros personales.
<i>1.7 Apoyo moral</i>	13	El apoyo moral, después del beneficio social y medio ambiente fue la segunda razón más utilizada por los emprendedores sociales para incursionar en este tipo de emprendimiento. Gracias al apoyo de parejas, familiares y amigos los emprendedores sociales que participaron en este estudio terminaron de motivarse para incursionar en el emprendimiento social

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos

Tabla 9. Ideas fuerza obstáculos

Sub código	Número de frases testimonio	Ideas fuerza
2. Obstáculos para emprender socialmente		
<i>2.1 Escasez de recursos</i>	6	<p>La escasez de recursos puede llegar a ser un problema para los emprendedores sociales, ya que el factor económico es clave para poner en marcha este y cualquier tipo de negocio. Pese a ello, los emprendedores entrevistados buscaron la manera de llevar a cabo el trabajo y con ahorros personales y algunos apoyos poner en marcha sus negocios de carácter social.</p> <p>El miedo al fracaso fue uno de los obstáculos</p>
<i>2.2 Miedo al fracaso</i>	3	<p>que, si bien existe, también fue uno de los menos mencionados por parte de los emprendedores entrevistados. Es normal que exista miedo en este tipo de decisiones, ya que suele ser difícil tomar la decisión de dejar un trabajo estable o de terminarse sus ahorros personales para emprender y seguir</p>

		<p>sus deseos de contribuir a la sociedad y al medio ambiente.</p>
<p>2.3 <i>Falta de experiencia</i></p>	<p>12</p>	<p>La falta de experiencia puede traer bastantes problemas para los emprendedores sociales tanto al inicio del emprendimiento como a la puesta en marcha, ya que hay muchas cosas en los procedimientos, mercados, procesos, regulaciones que son nuevas para los emprendedores.</p>
<p>2.4 <i>Falta de conocimiento</i></p>	<p>28</p>	<p>La falta de conocimiento fue el obstáculo que tuvo más repeticiones a la hora de iniciar un emprendimiento social y también en las primeras fases de puesta en marcha del negocio. La falta de conocimiento puede estar relacionada a las ventas, contaduría, gestión de proyectos, competencia, cadenas de suministro, etc. La puesta en marcha de un negocio no va a depender exclusivamente del giro del negocio, sino que también, al ser emprendedor, es importante tener control y conocimiento en cada uno de los factores que el negocio necesita que se atiendan para que pueda funcionar de manera adecuada.</p>
<p>2.5 <i>Trámites administrativos</i></p>	<p>10</p>	<p>Los trámites administrativos pueden llegar a causar bastantes trabas para los</p>

		emprendedores que quieren iniciar un negocio ya que existen diversos factores regulatorios que deben tomar en cuenta. En este caso, como es un tipo de negocio que a penas va en crecimiento exponencial pueden ir cambiando dichos factores con el paso del tiempo.
2.6 Barreras para apoyos o créditos	2	En el caso de los emprendedores entrevistados las barreras para apoyos o créditos tanto bancarios como gubernamentales no tuvieron precisamente gran peso gracias al contexto tanto del perfil del emprendedor como del tipo de negocio.
2.7 Falta de tiempo	2	La falta de tiempo también fue uno de los motivos que menos fue mencionado por parte de los emprendedores sociales entrevistados ya que la mayoría decidió dedicarse por completo al negocio social desde un inicio.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos

4.7 Hallazgos

A partir del análisis de la información obtenida de las entrevistas se pueden identificar diversos hallazgos sobre los motivos y obstáculos para emprender socialmente.

Como se mencionó anteriormente, en vez de ir creando los grupos de las familias (motivos y obstáculos) con base a las respuestas que dieron los emprendedores, se usaron

aquellos motivos y obstáculos que fueron encontrados por diversos autores en investigaciones previas. Dichas investigaciones hablan de un emprendimiento normal por lo que se esperaba que hubiera cierta diferencia en los resultados presentados en esta investigación.

En primera instancia se encuentra que el principal motivo para emprender socialmente tiene que ver con el beneficio que se le puede brindar a la sociedad o al medio ambiente. Dicho hallazgo hace sentido totalmente, ya que como bien lo menciona Bargsted (2013) el emprendimiento social debe buscar un equilibrio entre un beneficio social y económico. El segundo motivo confirma todavía más el argumento anterior, ya que se encontró como más importante además del beneficio social es el beneficio económico.

Siguiendo en los resultados de los motivos para emprender, en el estudio para los emprendedores resultó crucial el hecho de recibir apoyo moral o emocional por parte de familia y pareja. Todos los emprendedores sociales entrevistados mencionaron que ese soporte fue clave, en primera instancia como inyectó de ánimo para emprender una idea que puede ayudar social o ambientalmente. Y en segunda instancia, una vez tomada la decisión, en las primeras etapas del emprendimiento dicho apoyo también fue crucial para no darse por vencidos.

En cuanto a los obstáculos, en los trabajos anteriores se encontraban índices muy altos relativos a falta de apoyos económicos por parte de gobiernos o de sistema bancarios. En la investigación, debido a que se enfocó en negocios de carácter social, pese a sí tener ciertas experiencias negativas, la mayoría de ellas argumentaron que, debido al giro de las empresas, entrar a convocatorias y recibir apoyo por parte del gobierno a la empresa es de cierta forma más fácil en comparación con negocios exclusivamente con fines de lucro.

Tras realizar la investigación se encontró que la mayoría de los emprendedores sociales coincidieron que la falta de conocimiento puede ser muy peligroso al momento de emprender. Muchas veces al iniciar un emprendimiento, no solo de tipo social, las formaciones académicas pueden no ser suficientes ya que en un inicio el emprendedor tiene que “hacer de todo” para sacar de flote a la empresa.

A partir del desarrollo de la presente investigación, se encontraron hallazgos en específico acerca de los motivos y obstáculos para emprender socialmente en empresas hidalguenses. Como se pudo identificar a lo largo de la investigación, no existe mucha información al respecto acerca de motivos y obstáculos en emprendimiento social. Gracias a ello, se identificó una ventana de investigación con gran potencial, para así identificar estos factores y que se tenga información que pueda facilitar de cierta forma el proceso de emprender socialmente para las personas que quieran hacerlo.

4.8 Comparativa

Con los resultados obtenidos tras aplicar el instrumento, se pueden identificar los motivos y obstáculos que tuvieron en común al menos una vez dentro de las frases testimonio codificadas anteriormente. A continuación, se muestran las tablas con las comparaciones correspondientes:

Tabla 10. Comparativa de Motivos

Unidad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
<i>Empresa A</i>	X	X	X	X	X		X
<i>Empresa B</i>	X	X		X		X	X
<i>Empresa C</i>	X	X		X		X	X
<i>Empresa D</i>	X	X	X	X	X	X	X
<i>Empresa E</i>		X		X			X

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos

En la tabla 10, se puede identificar que el emprendedor de la empresa D se identificó con el listado total de motivos para emprender socialmente al menos una vez. Por otro lado, se tiene que los motivos 2, 4 y 7 (logro personal, beneficio social/medio ambiente y apoyo moral) tuvieron relación con la experiencia de los cinco emprendedores.

A continuación, se muestra la tabla con la comparativa de obstáculos:

Tabla 11. Comparativa de Obstáculos

Unidad	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7
Empresa A				X	X		X
Empresa B			X	X	X	X	
Empresa C				X		X	
Empresa D	X	X		X	X	X	
Empresa E	X			X			X

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos

En la tabla 11, se puede identificar que ningún emprendedor se encontró o identificó con todos los obstáculos presentados en el estudio. Por otro lado, el obstáculo 4 (falta de conocimiento) estuvo presente en todos los emprendedores al menos una vez.

CONCLUSIONES

Gracias al estudio realizado en la presente investigación, se obtuvieron nuevos hallazgos sobre los motivos y obstáculos para emprender socialmente en cinco empresas de carácter social en el Estado de Hidalgo.

Debido a que el emprendimiento social poco a poco se escucha cada vez más en el mundo empresarial, es importante que se realicen este tipo de estudios para seguir

fomentando esta actividad que beneficia al ambiente, a problemas sociales y como cualquier emprendimiento también al aspecto financiero.

Gracias a ello, existe un campo potencial cuyos hallazgos de este trabajo permitieron identificar obstáculos y motivos para emprender socialmente, así como líneas de acción para fomentar un emprendimiento social y también ayudar a que no fracase.

En primera instancia se encuentra en la revisión de la literatura que el concepto de emprendedor y emprendimiento ha surgido diversos cambios a lo largo del tiempo, que los van sufriendo debido a el contexto y a las necesidades de cada época. Igualmente, gracias a estudios realizados anteriormente sobre motivos y obstáculos para emprender en diversos enfoques como en mujeres emprendedores, microempresas familiares o emprendimiento en general, se pudo presentar una taxonomía general con siete obstáculos principales y 7 motivos principales para que sean identificados por los emprendedores sociales que participaron en este estudio.

Se concluye que el emprendimiento social es un tipo de emprendimiento dinámico, que cada vez es más escuchado gracias a que, no solo beneficia el ámbito económico como cualquier otro emprendimiento, sino que también se ayudan a problemas ambientales y a problemas de carácter social. Con estas variables que son de suma importancia en la actualidad cada vez se fomenta más la creación de nuevos emprendimientos sociales, ya que pueden existe una gran cantidad de problemas sociales y también ambientales.

Se tiene entendido que con los problemas de la actualidad en el mundo es necesario fomentar la actividad económica a través de nuevos emprendimientos, y si se crean negocios que ayuden a problemas sociales y ambientales se atacan muchos problemas con solo una actividad económica.

El listado de motivos para emprender socialmente fue variado, sin embargo, los emprendedores sociales coincidieron en que el beneficio al medio ambiente, beneficio económico y apoyo moral son los principales motivos para incursionar en el emprendimiento social. Los emprendedores sociales mencionaron en su mayoría que el principal objetivo de sus negocios era ayudar a la causa en la que ellos creen, pero no dejando a un lado el enfoque económico, ya que es de importancia que existan finanzas sanas para que la empresa pueda salir a flote y cubrir con todos los gastos que se tienen. De igual manera, el apoyo moral es clave, ya que los emprendedores desde pequeños fueron fomentados para ayudar a este tipo de causas, y a la hora de iniciar un negocio, ese apoyo es clave para tomar una decisión.

En cuanto al listado de obstáculos para emprender socialmente también fue variado, sin embargo, los emprendedores sociales coincidieron que falta de conocimiento, la falta de experiencia y los trámites administrativos son los principales obstáculos para iniciar sus negocios y también sacarlos a flote.

Es importante que los emprendedores pierdan el miedo para iniciar negocios de carácter social. Es un hecho que en un futuro los emprendimientos que no busquen atacar este tipo de problemas puedan tener menos oportunidades para iniciar y posteriormente subsistir en un mercado tan difícil como el que hay hoy en día.

Las conclusiones del presente documento son el resultado de un análisis de cinco empresas hidalguenses de tipo social, lo que representa una limitante. Sin embargo, esta investigación sirve como base para futuros estudios de este ámbito.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

El objetivo principal de esta investigación radica en la identificación de los distintos motivos y obstáculos que pueden tener los emprendedores al momento de poner en marcha un proyecto relativo a emprendimiento social, en este caso, en cinco empresas sociales del Estado de Hidalgo. Gracias al trabajo de los marcos, la aplicación del instrumento y el tratado de información se pueden diseñar algunas estrategias para que, en caso de necesitarse, los emprendedores puedan motivarse o reducir los problemas al iniciar sus negocios.

Motivos para incursionar en el emprendimiento social

Ante los aspectos mencionados con anterioridad y con la finalidad de continuar motivando al emprender, se propone que los emprendedores sociales continúen actualizándose constantemente no solo en su profesión o estudios que tengan, sino que, de manera integral, así como prepararse según el ámbito en el que se desenvuelvan y también todo lo que los rodea.

Para continuar con la motivación para incursionar en el emprendimiento social una opción son las redes de emprendedores, ya que al formar parte de ellas es probable que puedan buscar orientación en ciertos temas de sus negocios, así como obtención privilegiada del ámbito en el que se desarrollan, enterarse de primera mano sobre oportunidades de negocio o de alianzas, etc. (Echeverri, 2009).

En el estudio, se encuentra que los emprendedores sociales buscan emprender un negocio de tipo social gracias a la formación que tienen y al apoyo que reciben por sus seres queridos. El hecho de que se tenga un conocimiento sobre cierto proceso o producto, hace que a los emprendedores se les facilite tomar la decisión de incursionar en el

emprendimiento social, pese a otros factores que también pudieran influir, como el económico.

Finalmente, es importante que los emprendedores sociales se animen a seguir las convicciones y luchar por lo que creen que es correcto. Como se encontró dentro del estudio, el apoyo moral es clave y es de suma importancia que los emprendedores de tipo social escuchen los consejos de la gente que los quiere y los apoya para conseguir sus metas y objetivos. El hecho de seguir los trabajos de gente a la que se admira y que ha tenido éxito a la hora de emprender, ayuda a los emprendedores para que se visualicen con sus objetivos completos.

Obstáculos para incursionar en el emprendimiento social

Ante a los aspectos mencionados con anterioridad en el estudio en cuanto a obstáculos para emprender socialmente se propone que los emprendedores sociales puedan atacar de forma tranquila pero secuencial los posibles obstáculos que pudieran encontrarse a la hora de emprender socialmente. Estos factores son clave en el emprendimiento, ya que, si una persona como emprendedora social no se ocupa de ellos, es posible que al final el proyecto termine fracasando. Como se mencionó anteriormente, algunos de los obstáculos con mayor incidencia mencionados por los emprendedores sociales fueron la falta de conocimiento, falta de experiencia y trámites administrativos.

En el caso de falta de conocimiento, se puede identificar que la mayoría de los emprendedores entrevistados, si bien toman la decisión de emprender gracias a su formación académica, también se tiene problema ya que a veces se tiene poca experiencia empresarial o la formación académica no es del todo integral. También es probable que algunas materias tanto a nivel licenciatura como a nivel maestría no estén siendo impartidas

de manera óptima y dado a ello los alumnos no puedan emplear las herramientas necesarias para afrontarse a lo que conlleva iniciar un emprendimiento.

Por otro lado, es importante que se siga trabajando en una formación integral, por ejemplo, en el ámbito de las finanzas. Hay sistemas de información económica y financiera con tecnología digital dirigido a personas que no tienen esa profesión, tomando aspectos de contabilidad, economía, finanzas, inversiones y otras carreras afines por medio de aplicaciones como Bloomberg o Reuters (Quintana, 2017).

Es importante que se pueda fomentar el emprendimiento a temprana edad, implementar herramientas de desarrollo y así influenciar de manera correcta a niños y jóvenes de educación media o profesional y así se desarrollen habilidades y competencias emprendedoras a edad temprana (Vera, Durán y Pacheco, 2016). El hecho de que se inicie el emprendimiento a temprana edad puede llegar a mitigar el miedo de iniciar el emprendimiento, que fue uno de los obstáculos encontrado dentro del presente estudio.

Por otro lado, es de suma importancia que el emprendedor tome experiencia de su negocio, y que conozca todos los procesos que se tienen para que la falta de experiencia no sea un factor que termine por perjudicar al negocio. Es importante que se puedan capacitar en ciertas cuestiones clave de cualquier negocio, como de ventas, trato al cliente, entre otras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F., Ribes-Giner, G., & Garcés Giraldo, L. F. (2021). Actividad emprendedora de los millennials: De la intención a la acción en la ruralidad. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 235-249. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36767>
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. In Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI 1(2). <https://idus.us.es/handle/11441/74177>
- Bargsted, A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132. <https://doi.org/10.22518/16578953.133>
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., and Castro, M. P, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: *A conceptualization. Academy of management review*, 9(2): 354-359. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277721>
- Castro, M. P., González, J. R. V., & Corona, C. N. (2018). Diseño y validación de un test de evaluación del potencial en emprendimiento social. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (128), 192-211. <https://doi.org/10.5209/REVE.60207>
- Cedeño, S. D. M. R., & Dueñas, A. E. P. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, 11(2), 47-58. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i2
- CONEVAL (2020). Medición de pobreza 2008-2018 en los Estados Unidos Mexicanos. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza-2018.aspx>

-
- Chamorro, E. T. y Villa, J. J. B. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de administración*, 20(34).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503403>
- Cueva, A. B. C. (2020). El Ecosistema Emprendedor en México. *Revista Memorialia*, (20).
<http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/rmemorialia/article/view/1188>
- Díaz, M. D. R. G., González, A. M., & Díaz, A. E. G. (2022). Formación para el emprendimiento social: una agenda emergente en instituciones de educación superior en México. *Revista Educación*.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44070055024>
- Dilla T, Valladares A, Lizán L, Sacristán JA. (2009). Adherencia y persistencia terapéutica: causas, consecuencias y estrategias de mejora. *Aten. Primaria*; 41(6): 342–48. DOI: 10.1016/j.aprim.2008.09.031
- De Alda, A. A. D. (2019). Análisis del concepto 'emprendedor' y su incorporación al ámbito educativo. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 31(1), 57-80.
<https://dx.doi.org/10.5209/raso.65612>
- Espínola Verdín, V., & Torres González, L. A. (2020). Análisis cualitativo de modelos de negocio para el emprendimiento social. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8(22). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.75431>
- Falcone, G.F., Jiménez, J.L., Tinajero, Z.L. y Serna, J.A. (2018) Emprendimiento Social en México. *Comercio y Administración*. 1(2) 324-362.
<http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/324-362%20-%20Emprendimiento%20Social%20en%20Mexico.pdf>

-
- Herrera Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19-33.
https://www.academia.edu/37198460/Emprendedurismo_desde_la_teor%C3%ADa_de_redes_sociales
- Expansión. (2012). Qué leyes afectan al emprendedor. 2021, de Expansión Sitio web:
<https://www.expansion.com/2012/05/07/empleo/emprendedores/1336408978.html>
- Guerra, C. E. H. y Restrepo, L. A. M. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7).
<https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>
- González, J. L. S. S., Abad, P. G., Silva, J. L. C., and Sánchez, J. M. M. (2019). Una aproximación empírica a la viabilidad de los emprendimientos sociales en México: el ciclo de vida de las cooperativas de la región de la costa de Oaxaca. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (131):151{178.
<https://doi.org/10.5209/REVE.63564>
- Instituto Nacional del Emprendedor [INADEM]. (2019). *Comunicado Institucional*.
[https://www.inadem.gob.mx/
page/2/](https://www.inadem.gob.mx/page/2/)
- INEGI (2018). *Información económica Estatal Hidalgo, Base 2018*.
<https://www.inegi.org.mx/temas/itaee/>
- INEGI (2020). *Resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo. nueva edición (ENOEN)*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Ibarvo, V, Quijano, G.A. y Loya, E.M. (2018): Actitud hacia el Emprendimiento Social en los alumnos del Instituto Tecnológico De Chihuahua, como respuesta a una

problemática nacional. *Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, México*. ISBN UNAM: 978-607-30-0001-7, AMECIDER: 978-607-96649-8-5

- Kaur, H. and Bains, A. (2013). Understanding the concept of entrepreneur competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(11):31{33.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.403.3169&rep=rep1&type=pdf>
- Kintana, M. L., Pilart, I. C., & Sáez, C. B. (2007). Actividad emprendedora, innovación y desarrollo económico en España. *Economía industrial*, (363), 119-128.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2351271>
- Martí, F. P., & Tabuenca, A. G. (2006). Dimensión y características de la actividad emprendedora en España. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (62), 264-289.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2291456>
- Omar, C. M. Z. C. (2019). What Makes a Successful Entrepreneur? *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*. Vol. 3: 1,365- 1368.
<https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd25154.pdf>
- OSSE. (2013). OSSE. (2013) . Estadísticas. Observatorio del Sector Social de la Economía. (En Línea). Disponible en:
<http://osse.org.mx/Recursos/Investigaciones/Estad%C3%ADsticas> OSSE. (2013) . Estadísticas. Observatorio del Sector Social de la Economía. Disponible en:
<http://osse.org.mx/Recursos/Investigaciones/Estad%C3%ADsticas>
- Pedraza, E. M., y Acosta, S. (2018). Panorama del emprendimiento social en México. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 3(5).
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tizayuca/n5/p2.html>

-
- Pérez y Castro. (2018). Panorama Global del Emprendimiento Social: Factores Institucionales y Culturales. *XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
<https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2017/8.04.pdf>
- Quintana, A.A. (2020). Aplicación de Bloomberg en el proceso de aprendizaje de los cursos de Contabilidad, Finanzas e Inversiones. *Contabilidad y Negocios*, 15(29), 72-91. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202001.005>
- Raine, A. L., & Pandya, M. (2019). Three keys to entrepreneurial success: curiosity, creativity, and commitment. *Entrepreneurship Education*, 2(3), 189-198.
DOI:10.1007/s41959-019-00019-y
- Roa, M. L. (2005). Definición y alcances del emprendimiento social. Representante de Ashoka en Colombia. *Ashoka Emprendedores Sociales*. 1(1).
<https://www.zerbikas.es/wp-content/uploads/2015/09/0907LUCdef.pdf>
- Romero, X. A. V., & Restrepo, S. O. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>
- Rosales, M. A. (2019). Emprendimiento social e innovación inclusiva en el contexto mexicano: el caso de la asociación unidos por Zimapán AC. *Projectics/Proyética/Projectique*, 23(2), 27-42. <https://www.cairn.info/revue-projectique-2019-2-page-27.htm>
- Sánchez, J., Martín, S., Bel Duran, P., and Lejarriaga, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, (129):16{38. <https://doi.org/10.5209/REVE.62492>

-
- Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2020). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista De Economía Mundial*, (35). <https://doi.org/10.33776/rem.v0i35.4747>

 - Valenzuela, H., Molina, J. L., Lubbers, M. J., Escribano, P., y Fuentes, S. (2019). Emprendimiento Social. Autoempleo y extracción del valor en la era post-crisis. *Revista de Antropología Social*, 28(2), 371. <https://dx.doi.org/10.5209/RASO>

 - Vera, C., Durán, J., & Pacheco, R. (2016) Desarrollando Emprendimiento a edad temprana. *Coordinadores de la Publicación*, 203. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

 - Zerón, M., Rubalcava, C.A. y Garza, M. (2021). México frente al reto del del conocimiento del emprendimiento social. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, vol.9 (23). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2021.23.79183>

ANEXOS



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Instituto de Ciencias Económico-Administrativas
Maestría en Administración



Encuesta para el Estudio Exploratorio de Emprendedores Sociales en el estado de Hidalgo.

Instrucciones: Marque con una “X” donde proceda si se encuentra con una casilla, rodee con un círculo si se encuentra con una escala tipo: 1,2,3,4. Conteste las preguntas que lo requieran.

Si desea recibir los datos del estudio, por favor indique la dirección a la que deben remitirse a continuación:

- Nombre o Razón Social:

- Dirección: (Calle, número, colonia, ciudad, estado y código postal:

-
- Correo electrónico: _____

Bloque 1: Datos Socioeconómicos

1. Nombre completo (opcional)
2. Edad
3. Género
4. Lugar de nacimiento (Municipio y Estado)
5. Lugar de residencia
6. Estado Civil
7. Grado de estudios completado

Bloque 2: Datos generales de la empresa

8. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? (Indique con número) ___ años.

9. ¿Cuál es la actividad económica principal de su empresa? (giro)

10. ¿Qué productos o servicios ofrece?

11. ¿Su empresa está integrada en una sociedad mercantil? Le damos algunas opciones.

Sociedad Anónima (S.A.)

Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.)

Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada (S.A de R.L.)

Sociedad Cooperativa

Asociación de Participación

Sociedad de Producción Rural

12. ¿A qué mercado está dirigido el producto o servicio?

13. ¿Por qué su empresa está considerada como emprendimiento social?

14. Indique el número de empleados con los que cuenta

15. Indique cuantas horas a la semana dedica al manejo de su empresa.

16. ¿Cuáles fueron sus principales fuentes de capital para crear su empresa? Le damos algunos ejemplos.

Ahorros personales

Préstamos bancarios

Apoyo económico familiar o particular

Apoyos gubernamentales

Indique cuales y explique (en caso de tener otra respuesta también indicar)

17. ¿Recibe algún tipo de apoyo de familiares o conocidos que le permita desarrollar de mejor manera su empresa?

Si (¿de que forma?) _____

No _____

18. ¿Pertenece usted a alguna organización o asociación de negocios?

19. Actualmente ¿qué funciones desarrolla dentro la empresa?

20. Explicar la evolución de sus funciones dentro de la empresa

Bloque 3: Estudio de caso

-Motivos para ser un emprendedor social.

21. ¿A qué edad creó la empresa? ___

22. En cuanto al ámbito laboral, ¿Cuál o cuáles fueron las principales razones para crear su propia empresa social ? (se presentan algunas opciones)

Contar con un Horario flexible

Mayores ingresos, Independencia económica

Situación de desempleo, no contar con fuentes de ingresos

Adquirir experiencia laboral

Estatus y poder, Necesidad de un logro personal

Ocupar un tiempo de sobra (combinar otro trabajo y la dirección de su empresa)

No estuve a gusto trabajando en otros lugares

Explicar la(s) respuestas seleccionadas anteriormente (en caso de tener otra opción también explicarla)

23. En cuanto al ámbito del emprendimiento social ¿Cuál o cuáles fueron las principales razones para crear su propia empresa? (se presentan algunas opciones)

Generar fuentes de empleo, (en localidades marginadas)

Mejorar las condiciones del medio ambiente

Conciencia y sensibilidad de las necesidades de la sociedad

Fortalecer el desarrollo de las personas en sus comunidades de origen

Generar cluster de los productos a comercializar

Explicar la(s) respuestas seleccionadas anteriormente (en caso de tener otra opción también explicarla)

24. ¿Se encontraba en descontento en su actividad laboral por la falta de oportunidades de desarrollo? Explique

25. ¿Considera que fue injustamente remunerado o tratado en antiguos empleos?

26. ¿Estas circunstancias tuvieron alguna influencia en su decisión de incursionar en el emprendimiento social ?

27. ¿Si tuviera una oferta interesante de trabajo dejaría su empresa

Si (¿Por qué?)

No (¿Por qué?)

28. ¿Si tuviera una oferta interesante para la venta de su empresa la vendería?

- Si (¿Por qué?) _____
- No (¿Por qué?) _____

29. ¿Si decidiera buscar empleo considera que habría una demanda para las habilidades y experiencia que ha desarrollado en su empresa?

- Si (¿Por qué?) _____
- No (¿Por qué?) _____

30. ¿Tiene ahora más tiempo disponible ahora que cuando tenía su empresa?

Sí (¿Por qué?)

No (¿Por qué?)

31. ¿Tuvo algún apoyo emocional para iniciar su empresa? ¿Quién se lo brindó?

-Obstáculos para ser un emprendedor social.

32. Explicar las complicaciones para las fuentes de capital mencionadas en la pregunta 16 (en caso de existir)

33. ¿Cuáles han sido los mayores retos al dirigir su empresa?

34. ¿Cuáles han sido los mayores retos en cuanto a capacitación al dirigir su empresa?

35. En cual de las siguientes áreas considera que los emprendedores sociales necesitan apoyo para una acción efectiva

- gestión de proyectos / plan estratégico
- Gestión y planificación financiera para empresas sociales
- Gestión de eventos de voluntariado
- Conocimientos sobre políticas y legislaciones a nivel nacional

36. ¿Cuáles fueron los mayores retos en cuanto a recursos económicos se refiere, al iniciar su empresa?

37. ¿Cuáles fueron los mayores retos en cuanto a trámites administrativos se refiere, al iniciar su empresa?

38. ¿Considera que tenía la suficiente experiencia para iniciar su empresa? Explique.

39. ¿Considera que su formación académica fue suficiente para administrar su negocio?

Si (¿Por qué?)

No (¿Por qué?)

40. ¿Qué conocimientos previos considera que le hubieran facilitado el proceso de emprender socialmente?

41. ¿Existe otro aspecto que considere relevante sobre su incursión en el emprendimiento social?
