

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**

ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MENCIÓN: GESTIÓN
PÚBLICA Y DESARROLLO EMPRESARIAL**



CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR SOCIAL Y SU RELACIÓN
CON EL TIPO DE EMPRENDIMIENTO QUE POSTULA AL PROGRAMA
YOUTH ACTION NET EN LATINOAMÉRICA PERIODO 2014-2018

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN: GESTIÓN
PÚBLICA Y DESARROLLO EMPRESARIAL**

AUTOR

Br. Claudia Iracema Loayza Lucero

ASESOR

Dra. Miriam Gil Fernández Baca

CUSCO- PERÚ

2022

AGRADECIMIENTOS.

Primero a Dios por guiar mis pasos y abrir camino. A mis padres, por enseñarme con sus vidas la pasión por emprender y tomar riesgos, por su valentía, nobleza y creatividad, con la que me inspiran todos los días.

A mi hermana Massiel, por sus valiosos consejos y constante aliento. A mis amigos y autoridades, por su permanente ánimo y apoyo.

Claudia Iracema Loayza Lucero

Reconocimiento

A mis asesores, quienes, con vasto conocimiento y paciencia, me compartieron sus saberes y me alientan a desarrollar este trabajo con empeño y diligencia. A mis maestros, líderes y guías, que me retroalimentan con generosidad y me retan a crecer y mejorar permanentemente.

Claudia Iracema Loayza Lucero

PRESENTACIÓN

Señor:

Dr. Julio Ortega Loayza

Director de la Unidad de Postgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Me es grato poner a vuestra disposición el presente trabajo de investigación denominado: “Características del Emprendedor Social y su relación con el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica. Periodo 2014-2018”, estudio que he realizado siendo parte de esta red internacional, gracias al Premio Protagonistas del Cambio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas el año 2017, a raíz de un proyecto que gesté en mi alma máter, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, durante mis estudios de postgrado.

El campo del emprendimiento es un área muy apasionante, donde me he podido desenvolver varios años y lo he podido complementar desde mi formación en los campos de comunicación y administración, que me han servido de gran manera para tomar mejores decisiones y ampliar mi visión para la gestión empresarial.

Así, espero que mi trabajo, sea un aporte que enriquezca la mirada del emprendimiento social y sea considerado para la generación de nuevos trabajos que puedan ampliar la perspectiva teórica y práctica para poner el conocimiento al servicio del desarrollo de soluciones que nuestra sociedad, en permanente cambio, demanda.

RESUMEN

En un contexto donde el emprendimiento juega sin duda, un papel preponderante en el progreso, pues lleva a la humanidad a estar en permanente estado de alerta detectando nuevas oportunidades y formas de resolver los problemas que van surgiendo a medida de la historia del hombre, se ha fundamental estudiar su dinámica y sus tendencias.

Hoy por hoy, el complejo escenario a nivel económico, político y social demanda la intervención no solo del estado y de las organizaciones estructuradas, sino también de toda la ciudadanía, mediante un activismo que haga que cada persona tome su rol y sea consciente de su impacto en la producción o consumo de los recursos, una perspectiva que aborda el emprendimiento social, tema fundamental del presente estudio.

Esta investigación, titulada “Características del Emprendedor social y el Tipo de Emprendimiento que postula al Programa Youth Action Net en Latinoamérica. Periodo 2014-2018”, tiene como objetivo general determinar la relación entre las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento, es decir, se centra en el quién y su relación con su quehacer en el emprendimiento social, utilizando el método cuantitativo y el diseño no experimental.

Dentro de los resultados, se ha logrado validar la hipótesis general 1- HG1, que afirma que sí existe relación de las características del emprendedor social en el tipo de emprendimiento que lidera. Así mismo, a raíz de la investigación, se ha desarrollado una propuesta que busca mejorar los programas dirigidos a emprendedores sociales en Latinoamérica.

Cabe destacar que Perú, Chile, Brasil, Costa Rica, Honduras y México son los países que forman parte de esta investigación con data histórica.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendimiento social, emprendedor social.

ABSTRACT

In a context where entrepreneurship undoubtedly plays a leading role in progress, since it leads humanity to be in a permanent state of alert, detecting new opportunities and ways to solve the problems that arise throughout the history of man, it is essential to study its dynamics and trends.

Today, the complex scenario at an economic, political and social level demands the intervention not only of the state and structured organizations, but also of all citizens, through an activism that makes each person take their role and be aware of their impact on the production or consumption of resources, a perspective that addresses social entrepreneurship, the fundamental theme of this study.

This research, entitled "Characteristics of the Social Entrepreneur and the Type of Entrepreneurship that applies to the Youth Action Net Program in Latin America. Period 2014-2018", its general objective is to determine the relationship between the characteristics of the social entrepreneur and the type of entrepreneurship, that is, it focuses on who and their relationship with their work in social entrepreneurship, using the quantitative method and the non-experimental design.

Within the results, it has been possible to validate the general hypothesis 1-HG1, which affirms that there is a relationship between the characteristics of the social entrepreneur and the type of enterprise he leads. Likewise, as a result of the investigation, a proposal has been developed that seeks to improve the programs aimed at social entrepreneurs in Latin America.

It should be noted that Peru, Chile, Brazil, Costa Rica, Honduras and Mexico are the countries that are part of this research with historical data.

Keywords: Entrepreneurship, social entrepreneurship, social entrepreneur.

RESUMEN.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN.....	xvi
I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Situación problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	10
1.2.1. Problema general	10
1.2.2. Problemas específicos.....	10
1.3 Justificación de la investigación.....	11
1.4 Objetivos de la investigación.....	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos	12
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	13
2.1 Bases teóricas	13
2.1.1 Los fines de las organizaciones desde el análisis causal de Aristóteles	13
2.1.2 Desarrollo del espíritu emprendedor.....	13
2.1.3 Emprendimiento y caracterización del emprendedor	14
2.1.4 Emprendedor e intraemprendedor:	16
2.1.5 Emprendimiento social:	17
2.1.6 Emprendedor social	19
2.1.7 Tipos de emprendimiento social.....	20
2.1.8 El plan de negocios en el emprendimiento	22
2.1.9 Estrategias de marketing para el crecimiento de los emprendimientos	23
2.1.10 El emprendimiento en Latinoamérica.....	23

2.2 Marco conceptual	25
2.2.1 Características del emprendedor social (X):.....	25
2.2.2 Tipo de emprendimiento social (Y):.....	66
2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	85
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	97
3.1 Hipótesis.....	97
3.2 Hipótesis estadística	97
3.3 Hipótesis específicas.....	97
3.4 Identificación de variables.....	98
3.5 Operacionalización de variables.....	99
IV. METODOLOGÍA	102
4.1 Ámbito geográfico y temporalidad.....	102
4.2 Tipo de investigación	102
4.3 Nivel de investigación	103
4.4 Unidad de análisis.....	103
4.4.1 Antecedentes y filosofía	103
4.4.2 Misión.....	104
4.4.3 Enfoque.....	106
4.4.4 Impacto	107
4.4.5. Alianzas	108
4.4.6. Modelo operacional	109
4.5 Unidades de observación.....	110
4.6 Método de investigación.....	113
4.7 Obtención de la información	114
4.8 Procesamiento y análisis de la información	114

4.9 Población de estudio.....	115
4.10 Muestra.....	115
4.11 Limitaciones.....	116
4.12 Técnica para demostrar la verdad o falsedad de la hipótesis planteada.....	117
V. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	117
5.1 Esquema de captura de datos en cada observación para X i Y.....	117
5.2 Relación entre las características del emprendedor y tipo de emprendimiento.....	117
5.3 Relación género y tipo de emprendimiento.....	122
5.4 Relación edad y tipo de emprendimiento.....	127
5.5 Relación grado instrucción y tipo de emprendimiento.....	133
5.6 Relación factores motivacional y tipo de emprendimiento.....	138
5.7 DAI: Propuesta de mejora para los programas dirigidos a emprendedores sociales en Latinoamérica.....	143
CONCLUSIONES.....	150
RECOMENDACIONES.....	154
BIBLIOGRAFÍA.....	156
ANEXOS.....	161

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Aliados globales YouthActionNet.....	5
Tabla 2 Lugar de residencia	33
Tabla 3 Género	36
Tabla 4 Edad.....	40
Tabla 5 Grado de instruccion.....	47
Tabla 6 Factor formativo	55
Tabla 7 Fuente de información.....	65
Tabla 8 Grado de autonomia	70
Tabla 9 Area de impacto.....	77
Tabla 10 Modelo de organizacion	80
Tabla 11 Fuente de finaciamiento	84
Tabla 12 Datos X i Y.....	118
Tabla 13 Correlación X i Y	119
Tabla 14 Correlación de Pearson de X i Y.....	120
Tabla 15 Grado de correlación entre X i Y	120
Tabla 16 Datos x2 i Y.....	122
Tabla 17 Correlación x2 i Y	124
Tabla 18 Correlación de Pearson x2 i Y.....	125
Tabla 19 Grado de correlación x2 i Y	125
Tabla 20 Datos x3 i Y.....	128
Tabla 21 Correlación x3 i Y	129
Tabla 22 Correlación de Pearson x3 i Y.....	130
Tabla 23 Grado de correlación de x3 i Y.....	131

Tabla 24 Datos x_4 i Y	133
Tabla 25 Correlación x_4 i Y	135
Tabla 26 Correlación de Pearson x_4 i Y	136
Tabla 27 Grado de correlación de x_4 i Y	136
Tabla 28 Datos x_5 i Y	139
Tabla 29 Correlación x_5 i Y	140
Tabla 30 Correlación de Pearson x_5 i Y	141
Tabla 31 Grado de correlación de x_5 i Y	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Informe del global entrepreneurship monitor	3
Figura 2 Características del emprendedor	26
Figura 3 Lugares de residencia	27
Figura 4 Cantidad de residentes en Perú	28
Figura 5 Cantidad de residentes en Chile	29
Figura 6 Cantidad de residentes en Brasil	30
Figura 7 Cantidad de residentes en Costa Rica	30
Figura 8 Cantidad de residentes en Honduras	31
Figura 9 Cantidad de residentes en México.....	32
Figura 10 Género.....	35
Figura 11 Género masculino	35
Figura 12 Género femenino.....	36
Figura 13 Género de otras opciones	37
Figura 14 Grupo etario.	38
Figura 15 Grupo Etario entre 18 y 23 años	39
Figura 16 Grupo etario entre 24 y 25 años	39
Figura 17 Grupo etario de otras edades	40
Figura 18 Nivel de instrucción	42
Figura 19 Nivel de instrucción sin educación formal.....	43
Figura 20 Nivel de instrucción de primaria.....	43
Figura 21 Nivel de instrucción de secundaria	44
Figura 22 Nivel de instrucción de preparatoria	45
Figura 23 Nivel de instrucción de estudios técnicos vocacionales.....	45

Figura 24 Nivel de instrucción de estudios universitarios.....	46
Figura 25 Nivel de instrucción de Postgrado.....	47
Figura 26 Factores motivacionales	49
Figura 27 Factor motivacional de los conocimientos adquiridos por medio de la educación	50
Figura 28 Factor motivacional por la experiencia personal con un problema social	51
Figura 29 Factor motivacional del contacto con un problema	51
Figura 30 Factor motivacional por parte de amigos	52
Figura 31 Factor motivacional por parte de la familia	52
Figura 32 Factor motivacional por parte de un mentor o persona ejemplar.....	53
Figura 33 Factor motivacional de sentimiento de empatía en relación al otro.....	54
Figura 34 Factor motivacional de inspiración de fe o religión.....	54
Figura 35 Fuente de información	57
Figura 36 Fuente de información por parte de amistades.....	58
Figura 37 Fuente de información	59
Figura 38 Fuente de información radio/TV	60
Figura 39 Fuente de información periódico/revista.....	61
Figura 40 Fuente de información.	62
Figura 41 Fuente de información del ganador del premio.....	63
Figura 42 Fuente de información de la organización	63
Figura 43 Fuente de información	64
Figura 44 Fuente de información de otra fuente de información	65
Figura 45 Tipo de emprendimiento	67
Figura 46 Por su grado de autonomía.....	68

Figura 47	Por su grado de autonomía del proyecto independiente	69
Figura 48	Por su grado de autonomía del proyecto dentro de una organización	69
Figura 49	Por área en que impacta en el área de impacto	71
Figura 50	Por área en la que impacta	72
Figura 51	Por su área en el que impacta en la educación	73
Figura 52	Por su área en el que impacta en la inclusión social	73
Figura 53	Por el área en el que impacta en el medio ambiente	74
Figura 54	Por el área en el que impacta en la participación ciudadana	75
Figura 55	Por el área en que impacta en la salud	76
Figura 56	Por sus fines	78
Figura 57	Por sus fines de lucro y misión social (y3.1)	79
Figura 58	Por sus fines de lucro y misión social (y3.2)	79
Figura 59	Por sus fines de combinación de ambas estrategias	80
Figura 60	Por sus mecanismos de financiamiento	81
Figura 61	Por generación y utilización de ingresos propios de la organización	82
Figura 62	Por subvenciones y donaciones.....	83
Figura 63	Por estrategia mixta.....	83
Figura 64	Modelo operacional.....	109
Figura 65	Enfoque de desarrollo personal.....	110
Figura 66	Método de investigación	113
Figura 67	Regresión problema general.....	118
Figura 68	Nivel de significancia objetivo general.....	119
Figura 69	Género y tipo de emprendimiento.....	123
Figura 70	Nivel de significancia E1	124

Figura 71 Regresión problema E2.....	128
Figura 72 Nivel de significancia E2	130
Figura 73 Regresión problema E3	134
Figura 74 Nivel de significancia E2	135
Figura 75 Regresión problema E3	139
Figura 76 Nivel de significancia E3	140
Figura 77 Subfase: Establecimiento de objetivos.....	146
Figura 78 Subfase: Diseño de contenidos	147
Figura 79 Sub fase: Foco en el procesamiento y utilización posterior de data	148
Figura 80 Acciones sugeridas para la fase de acompañamiento	149

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación “Características del Emprendedor Social y su relación con el tipo de emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica. Periodo 2014-2018” es una investigación correlacional con data histórica de seis países de Latinoamérica: Perú, Chile, Brasil, Costa Rica, Honduras y México.

El interés en desarrollar este estudio nace en la necesidad de contribuir al estudio formal en este campo, que abre muchas opciones para la resolución de problemas sociales. El conocimiento del grado de relación de las variables e incluso la relación también de la variable independiente y las dimensiones de la variable dependiente, permitirán tener una mirada más completa de la dinámica del emprendimiento social, sus actores y su actividad, complementando la perspectiva de los programas sociales enfocados en el desarrollo de este campo.

Dentro de la teoría utilizada, se considera los fines de las organizaciones desde el análisis causal de Aristóteles, desarrollo del espíritu del emprendedor, emprendimiento y caracterización del emprendedor, tipos de emprendimiento, entre otras.

El presente trabajo, es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental. El método utilizado ha sido el método hipotético deductivo. Cabe resaltar que la data histórica recogida es de cinco años: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018. Al ser uno de los programas con más alcance de forma descentralizada a nivel internacional y trabajar de la mano de universidades en todo el mundo, el acceso a más de cuatro mil postulaciones de jóvenes de seis países de Latinoamérica, se hizo clave no perder la oportunidad desarrollar un estudio que enriquezca el conocimiento del emprendimiento social y el análisis sirva para realizar mejoras en este y otros programas.

La presente investigación, está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I.- Planteamiento del problema

Capítulo II.- Marco teórico conceptual

Capítulo III.- Hipótesis y variables

Capítulo IV.- Metodología

Capítulo V. – Presentación y discusión de resultados

I.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

El emprendimiento toma cada vez más vigencia en el ámbito de la administración de empresas y políticas públicas, por su permanente contribución a la dinámica económica - social y por el alto índice de personas a nivel global que proyectan emprender en su vida. A través del emprendimiento, se logra reducir brechas, aumentar la generación de empleos, la mejora de la calidad de vida de las personas, interacciones que permiten el cambio de forma sistémica y el incremento de tecnología e innovación.

Estudiar el emprendimiento desde su carácter filosófico, nos lleva a entenderlo como: “Un reconocimiento de la voluntad en la búsqueda del sentido humano, actividad que ha enriquecido el mundo y la cultura, además de ser importante motor del progreso humano” (Orrego, 2009).

Según informes de la Oficina de la Pequeña Empresa de Estados Unidos- Small Business Administration: “Las pequeñas empresas representaron el 99.7% de todas las empresas con empleados, generando entre el 60 y 80% de nuevos puestos de trabajo (netos) durante la década del año 2000” (citado por Longenecker et al., 2012), cifra que se asemeja a la realidad de diversos países año tras año.

Desde una perspectiva global, la Unión Europea realiza esfuerzos por investigar el fenómeno emprendedor en el viejo continente y surge la necesidad de establecer políticas claras para el cambio del paradigma empresarial, mientras que Estados Unidos y Canadá, países que ya tienen una cultura de emprendimiento en su población, las organizaciones tienen esfuerzos segmentados para lograr ventaja de forma articulada. (Kantis, 2004)

Kantis (2004) quien se desempeña como director de Prodem, un programa pionero sobre emprendimiento e innovación en América Latina, señala que, en Estados Unidos y

Canadá, las fundaciones, universidades y centros de enseñanza e investigación privados, mantienen y difunden una ‘mentalidad emprendedora’, mientras que el rol que asume el estado, es establecer políticas públicas que mejoren las condiciones del entorno y el financiamiento de las nuevas empresas.

Según Amoros (2011) en el estudio de Global Entrepreneurship Monitor, el más prestigioso estudio sobre emprendimiento en el mundo, Europa es la región más representativa (por la cantidad de países que son parte de esta evaluación), mientras que América Latina y el Caribe, ocupan el segundo lugar y a pesar de que cuenta con dos grandes economías mundiales como Brasil y México, se detecta complicaciones para crecer; sin embargo por su gran potencialidad para mejorar significativamente el desarrollo social y económico, los países de la región están esforzándose por fomentar la creación de nuevas empresas.

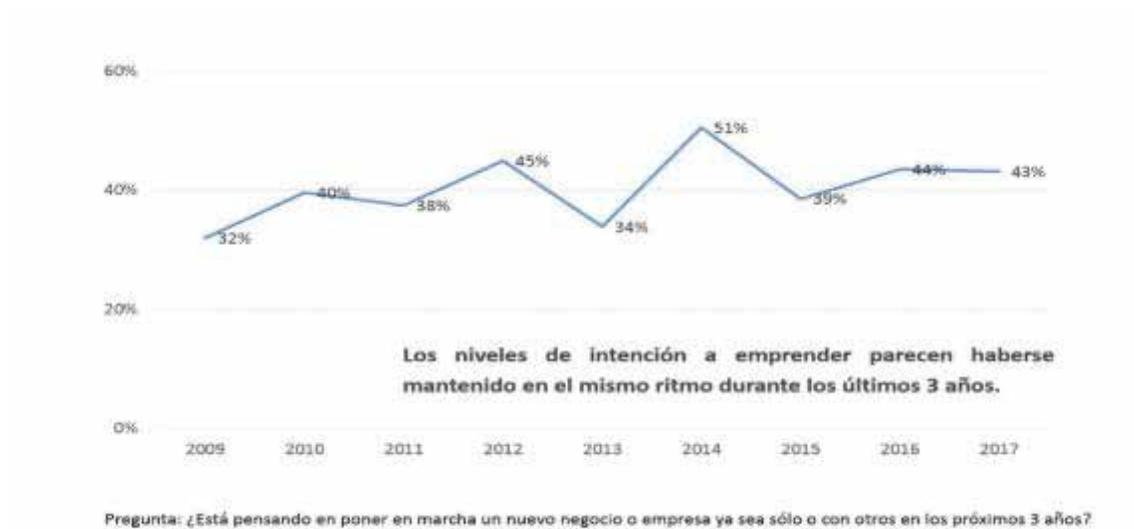
A raíz de que en Estados Unidos hace ya más de 25 años se inició a incorporar cursos de emprendimiento en todas las escuelas profesionales, Latinoamérica también ha seguido este ejemplo y cada vez son más las universidades que implementan esta acción en sus estructuras curriculares y trabajan en la promoción del espíritu empresarial para fortalecer una cultura donde se aprecie la actividad del emprendimiento, esta sin duda un avance que va dando resultados y es necesario la respuesta de los gobiernos para crear las mejores condiciones y se efectivice los esfuerzos y el impacto. (Kantis, 2004)

Cabe destacar que, en una revisión del emprendimiento en Perú, a través del estudio del GEM, observamos que es uno de los países con el mayor espíritu emprendedor del mundo (se sitúa en el quinto puesto), así el país es reconocido en primer lugar con esta característica a nivel de América Latina con un valor de 0.37. Así mismo, la Universidad ESAN evaluó la intención emprendedora de los peruanos desde el 2009 al 2017, revelando

que está evolucionando en los últimos años, el estudio indica que un 43% de peruanos tienen la disposición de iniciar un negocio en los próximos tres años.

Figura 1

Informe del global entrepreneurship monitor



Informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y ESAN.

A pesar de estos índices que van en incremento, es necesario pensar en generar las condiciones para crear un ecosistema que permita apoyar a los emprendimientos y fomentar el trabajo articulado a nivel público - privado.

Hasta aquí, vemos que través del emprendimiento, las sociedades resuelven problemas, generan cambios y dinamizan sus economías, esto último, algo prioritario desde una perspectiva de desarrollo económico, lo cual es correcto; sin embargo, en los últimos años emerge un nuevo concepto aún más prometedor desde una mirada integral: el emprendimiento social.

El mundo avanza cada vez más rápido, con todos los cambios y el ajetreo de las modernas ciudades, se avanza en decisiones que comprometen los recursos del mundo a

corto plazo, acrecentando la brecha en la distribución de la riqueza y llegando incluso a comprometer la existencia humana del planeta. (Román, 2017)

En la actualidad se requiere pensar y promover negocios éticos, que trabajen por una verdadera sostenibilidad y estén conectados, al sentido filosófico de toda organización, que es la trascendencia, entendido como consecuencia de su misión.

El crecimiento económico y demográfico, trae diversos problemas que los gobiernos no pueden solucionar y en este sentido, la acción ciudadana a través del emprendimiento se consolida como una solución, donde a su vez que resuelve una necesidad social, también hay beneficios al lograrlo. (Arcila, 2013)

Así, nacen los llamados emprendimientos sociales, como una respuesta contundente frente al llamado “capitalismo salvaje”, que afecta y degrada los recursos, contraponiéndose al crecimiento en términos de sostenibilidad a largo plazo. Debido a los diversos cambios que nuestras sociedades afrontan, es necesario centrar nuestra mirada en soluciones que tengan un impacto sistémico.

A nivel mundial, se destaca esfuerzos académicos, el sector público y privado por promover este tipo iniciativas. Por ejemplo, hay facultades de prestigiosas universidades que cuentan con programas de estudio y fomento del emprendimiento social, como la iniciativa de Harvard, el Centro Canadiense para el emprendimiento social de la Universidad de Alberta, el Centro Skoll de la Universidad de Oxford y el Centro para la Innovación Social de Stanford. (Nicholls, 2006 citado por Arcila, 2013)

También destacan organizaciones como Ashoka, Hult Prize, Makesense, Nesst y Youth Action Net, que tienen acciones permanentes para fomentar el emprendimiento social como un enfoque innovador para hacer frente a necesidades sociales complejas (Johnson, 2000).

Cabe resaltar que Youth Action Net- YAN, nace el 2001 como una sólida apuesta por el trabajo de los jóvenes a nivel mundial y actúa de la mano con Laureate International Universities, una prestigiosa red global de universidades que agrupan más de un millón de estudiantes en 24 países del mundo.

Según la información que Youth Action Net obtuvo en el tiempo, los jóvenes cuentan con la creatividad e impulso para hacer un cambio positivo, pero carecen del apoyo que necesitan para traducir su pasión en soluciones prácticas. Las alianzas desarrolladas por Youth Action Net, garantizan el buen desarrollo del programa y óptimo acompañamiento a los jóvenes que están inmersos en este, los cuales a la fecha suman alrededor de 2000.

En Latinoamérica, Youth Action Net realiza acciones en seis países: Perú, Chile, Brasil, Costa Rica, Honduras y México. Desde su creación, ha recibido alrededor de 14 mil postulaciones, donde Latinoamérica representa aproximadamente el 40% de las mismas.

Tabla 1

Aliados globales YouthActionNet

Nombre del programa	Aliado	País
School of Social Entrepreneurship	Association of Social Entrepreneurs of Kyrgyzstan	Kyrgyzstan
Jovem Empreendedor Social – Centro Universitário do Norte	Centro Universitário do Norte – Uninorte	Brazil
Young Social Pioneers	Foundation for Young Australians	Australia
Badir	International Youth Foundation – Jordan	Jordan

BİLGİ Genç Sosyal Girişimci Ödülleri	Istanbul Bilgi University	Turquía
King Abdullah II Award for Youth and Achievement	King Abdullah II Fund for Development	Saudi Arabia, United Arab Emirates, Egypt, Iraq, Algeria, Qatar, Kuwait, Morocco, Libya, Oman, Syria, Sudan, Tunisia, Lebanon, Yemen, Jordan, Bahrain, Palestine, Mauritania, Somalia, Djibouti, Comoros.
Social Innovators Program & Awards	LEAP Africa	Nigeria
Social Entrepreneurs Transforming Africa (SET Africa)	Makerere University Business School	Botswana, Cameroon, Ethiopia, Gambia, Ghana, Kenya, Lesotho, Liberia, Malawi, Mauritius, Mozambique, Namibia, Nigeria, Rwanda, Seychelles, Sierra Leone, South Africa, South Sudan, Sudan, Swaziland, Tanzania, Uganda, Zambia, Zimbabwe.
MSA LEAD	Monash South Africa	Sudáfrica
Innove4Africa	Synapse Center	Democratic Republic of the Congo, Madagascar, Cameroon, Ivory Coast, Burkino Faso, Niger, Senegal, Mali, Rwanda, Guinea, Chad, Burundi, Benin, Togo, Central African Republic, Gabon, Comoros, Equatorial Guinea, Djibouti, Seychelles
Jovem Empreendedor Social – Universidade Salvador	UNIFACS - Universidade Salvador	Brazil
YouthActionNet Chile	Universidad Andres Bello & Instituto Profesional AIEP	Chile
Premio UVM	Universidad del Valle de México	México
Premios Jóvenes Emprendedores Sociales	Universidad Europea	España
Premio Yo Creo	Universidad Latina de Costa Rica	Costa Rica

Premio Protagonistas del Cambio UPC	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas- UPC	Perú
Premio Yo Emprendo	Universidad Tecnológica Centroamericana	Honduras
Premio UNITEC a la Innovación Tecnológica para el Desarrollo Social	Universidad Tecnológica de México	México
Jovem Empreendedor Social – Universidade Anhembi Morumbi	Universidade Anhembi Morumbi	Brazil
Programa Jovens Empreendedores Sociais	Universidade Europeia	Portugal
Jovem Empreendedor Social – Universidade Potiguar	Universidade Potiguar	Brazil
Entrepreneurs en Mouvement	Université Internationale de Casablanca	Morocco
JETS	West African Research Center	Senegal

Nota: Información obtenida de la web de YouthActionNet- Elaboración propia

Para el director de Capacitación y Aprendizaje de Youth Action Net, Joel Adriance; si bien es cierto que el emprendimiento social es un concepto del que cada vez se habla por ser un fenómeno emergente que ayuda a agregar valor a las sociedades, es necesario aclarar que es y que no es un emprendimiento social, aproximarnos desde la academia a una conceptualización mucho más clara que enmarque límites para su mejor comprensión.

Adriance fundamenta la importancia de este problema en relación con la conceptualización y entendimiento. Así como, del desarrollo del emprendimiento social

para que permita generar mejores políticas públicas, marcos legales y métodos de financiamiento. Además, el material puede servir de análisis para que los propios emprendedores sociales puedan identificar la dimensión de los problemas que intentan resolver y someter las soluciones planteadas a una evaluación para mejorar, alcanzar la innovación y la replicabilidad de sus propuestas.

Las organizaciones que tienen a su cargo el diseño de políticas de desarrollo empresarial centran su atención en la identificación de los perfiles que aporten a políticas específicas para la generación de nuevas empresas, es por esta razón la importancia de que la academia contribuya al estudio de este fenómeno y alcancen información precisa sobre quiénes son y que hacen los emprendedores sociales. (Kantis, 2004)

En este sentido, Herrera y Montoya (2012) indican a raíz de la revisión de la literatura científica y la retroalimentación de diversos actores del ecosistema social, se ha podido identificar los siguientes problemas:

- Falta de conceptualización clara sobre el emprendimiento social.
- No existe una investigación acerca de la situación del emprendimiento social considerando diversos países de América Latina.
- Los estudios de emprendimiento se centran en su mayoría en el “qué” hacen los emprendedores sociales, pero no en el “quién”, analizando la persona y destacándola como protagonista de todo el proceso
- Se carece de estudios de medición de impacto de los emprendimientos sociales de América Latina.
- Falta información sobre propuestas exitosas de emprendimiento social en América Latina.

- No se conoce la relación que existe entre quiénes son los emprendedores sociales y qué hacen, por lo que existe una brecha de conocimiento para poder plantear herramientas de apoyo y promoción.

A través de un proceso reflexivo, análisis de factibilidad e interés profesional y académico, el objetivo principal del presente estudio será determinar la relación entre las Características del Emprendedor social y el Tipo de Emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet en Latinoamérica. Periodo 2014-2018, debido a la representatividad del programa en la región.

En la investigación, también se resolverán otros problemas de forma específica, así como se conocerá las características del programa Youth Action Net.

Actualmente no se conoce el grado de relación entre las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net. A través de esta investigación, se contribuirá desde la academia al estudio de este fenómeno, alcanzando data para mejores diseños de políticas, procesos de convocatoria, acompañamiento y acciones para que los programas sociales puedan considerar y ser más efectivos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la relación que existe entre las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica, periodo 2014- 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre género y tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica, periodo 2014-2018?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la edad del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica, periodo 2014-2018?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el grado de instrucción y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica, periodo 2014-2018?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el factor motivacional y el tipo emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica, periodo 2014-2018?
- ¿Cuál es la factibilidad de diseñar una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación?

1.3 Justificación de la investigación

Explicar la relación de las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net- YAN en el periodo 2014-2018, es conveniente y relevante socialmente, debido a la carencia de este tipo de estudios en el campo del emprendimiento, sobre todo en la categoría social y no necesariamente enfocado en la intención emprendedora, como se centra la mayoría de estudios en este campo, sino significa un gran aporte considerando que la información recabada es de emprendedores que ya vienen realizando sus acciones y se analiza desde una mirada histórica de cuatro años.

Diversos estudios señalan la necesidad de este tipo de estudios para hacer los ajustes necesarios desde las políticas públicas y planes de acciones de las organizaciones involucradas, con información más precisa para fortalecer una cultura de promoción del espíritu emprendedor, en un contexto de grandes retos por resolver, más aún en una mirada post pandemia, donde las brechas sociales se han incrementado aún más, por lo que el estudio tiene implicaciones teóricas y prácticas.

Realizar la investigación mediante la data histórica del programa YAN, uno de los programas más prestigiosos y descentralizados a nivel global, es una gran oportunidad, para que a través de la investigación académica, se logre contribuir al conocimiento en este ámbito y sentar las bases para el diseño de nuevas políticas públicas y organizacionales, permitiendo a los tomadores de decisiones, manejar mejor los conceptos y centrarse en los grupos que tengan perfiles acorde a los objetivos que buscan lograr a nivel global.

La presente investigación, podría reforzar el cumplimiento de los objetivos prioritarios de desarrollo, generar ecosistemas de apoyo y cumplir con resultados

específicos en determinados campos, consolidando la sostenibilidad y efectividad de estos en el tiempo.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Determinar estadísticamente la relación entre las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica, periodo 2014-2018.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el género y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net, periodo 2014-2018.
- Determinar la relación entre la edad del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net, periodo 2014-2018.
- Determinar la relación entre el grado de instrucción y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net, periodo 2014-2018.
- Determinar la relación entre el factor motivacional y el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net, periodo 2014-2018.
- Determinar la factibilidad de una propuesta de mejora para que los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Los fines de las organizaciones desde el análisis causal de Aristóteles

Aristóteles, enuncia las causas del ser a través de cuatro causas: La causa material formal, causa eficiente, causa formal extrínseca y causa final.

En palabras de Preziosa (2006) la causa final puede ser entendida como la misión, en el caso de una empresa, entendida como la contribución de la empresa a la comunidad para poder generar riqueza: Fin - término; sin embargo, la misión depende del tipo de organización que se crea y en ambos casos, después de haber cumplido este propósito específico, hay un: Fin - meta, que es la generación del bien común.

En este sentido, es necesario entender que las organizaciones, definen su ‘misión’, en torno a las causas formales intrínsecas, esos elementos distintivos que harán que sean conformadas como empresas, organizaciones no gubernamentales u con otro tipo de estructura, pero sus acciones siempre resultarán en una consecuencia más amplia que de un sentido pleno a su actividad.

2.1.2 Desarrollo del espíritu emprendedor

El espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar que se fundamenta en una obsesión por la oportunidad (Timmons, 2004, citado por Herrera y Montoya, 2012).

“La fiebre del espíritu emprendedor” ha generado mayor investigación sobre el tema y promoción de una cultura emprendedora, pero para entender el espíritu emprendedor, es necesario distinguir al empresario del emprendedor (Longenecker et al., 2012).

Para (Jennings, 1993, citado por Kantis, 2004, pg. 22), empresario es quien funda una empresa, sin duda, un concepto muy funcional y pragmático; sin embargo, no es aplicable para el término “emprendedor”, pues puede haber, quienes inicien con una

actividad que cree valor, a través de una empresa o de una iniciativa dentro de esta (intra emprendedores), a través de diferentes estructuras, ya sea de una empresa propiamente dicha (con fines de lucro) o una organización sin fines de lucro o una franquicia. Como menciona Longenecker et al. (2012) vemos que el espíritu emprendedor se caracteriza por su diversidad, por lo que quienes tienen una disposición a emprender, no deben tratar de encajar en un tipo de emprendimiento específico, sino más bien reconocerse en un campo de diferentes alternativas.

En este sentido, en el desarrollo de un espíritu emprendedor, tampoco debe buscarse un perfil psicológico único sino entender las diversas variables a la hora de emprender (Ronsadt, 1985).

2.1.3 Emprendimiento y caracterización del emprendedor

El emprendimiento se considera como el origen del crecimiento de una sociedad. Su actividad, ayuda a dinamizar la economía a través de nuevas fuentes de empleo, a mejorar la calidad de vida de las personas, gracias a las soluciones que plantean acorde a los problemas del mercado, esto genera una dinámica de creación y transferencia de nuevo conocimiento que facilita la innovación y el desarrollo, además tienen la potencialidad de rejuvenecer al conjunto de las economías regionales. (Capelleras et al, 2010, citado por Amoros, 2011)

Acorde al entendimiento de la administración desde una concepción humana, “el emprendimiento es una actividad propia del ser humano, una práctica social que conforma su esencia y puede entenderse según la expresión de la conducta humana” por otro lado, desde un enfoque sociológico es entendido como un fenómeno cultural donde ocurren conductas, modos de actuación y está constituido por valores y creencias que dan tangibilidad en un campo de acción, “donde el individuo va creando significados que lo

motivan a superar la visión objetivista e instrumentalista del mundo, formando relaciones basadas en reciprocidad y solidaridad compartida por los procesos estructurales de la sociedad'' (Orrego, 2009, pág. 238).

Según el origen francés de la palabra emprender, se entiende el significado de esta palabra como un desafío, por lo que los emprendedores son considerados como personas que asumen estas actividades a través de un proceso que implica reconocer oportunidades, aprovecharlas, y llevar a cabo diversas acciones con el fin de resolver estos retos y necesidades. (Longenecker et al., 2012)

Herrera y Montoya (2012) señalan:

Los autores coinciden que significado de la palabra originaria ''entreprende'', significa ''encargarse de'' y en esa misma línea a través de la revisión de la literatura especializada, destaca que Cantillón define que el emprendimiento es la representación de la voluntad o capacidad de enfrentar la incertidumbre, siendo los emprendedores, principalmente tomadores de riesgos, en esta afirmación cabe aclarar, que la mayoría de autores coincide en que los emprendedores, toman riesgos calculados.

Este concepto se ve complementado con la perspectiva de Schumpeter (1934), quien plantea dos puntos principales más: Las invenciones e innovaciones, atribuyéndole al emprendedor la característica de ser un innovador de productos y servicios y gracias a la rentabilidad que genera, aporta al crecimiento económico. Además, lo caracteriza como una persona brillante, imaginativa, atrevida, llena de recursos, iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. (Schumpeter, 1934, citado por Herrera y Montoya, 2012)

A la teoría Schumpeteriana, a su vez, suma Kirzner (1999), quien conceptualiza al emprendedor como ''la persona que detecta oportunidades que otros no han percibido''.

La creatividad, también es una característica relevante en los emprendedores y se debe tener un grado de empatía con los inconvenientes propios y ajenos, así como fluidez y flexibilidad de ideas para alcanzar más eficiencia (Alcaraz 2011).

En general los escritos de la academia destacan al emprendedor como innovador y tomador de riesgos, que cuando tiene éxito, contribuye fundamentalmente a crear valor económico (Tan et al., 2003).

Con el fin analizar las motivaciones de un emprendedor, se puede tomar los aportes del Dr. David McClelland (considerado por el Global Entrepreneurship Monitor), teniendo tres tipos de necesidad motivacional: n- afiliación, n-poder y n- logro; así mismo Longenecker et al. (2012), considera que hay cinco recompensas del espíritu emprendedor: La satisfacción personal, auto realización, riqueza financiera, independencia y libertad.

Es importante caracterizar al emprendedor, a la vez que se realizan estudios sobre la actividad emprendedora, pues quien inicia esta actividad, es principalmente y el desempeño de cada organización varía por el componente humano que trabaja en estas, en este entender, estudios como el GEN ponen especial énfasis en el estudio de las personas. (Amoros, 2011)

2.1.4 Emprendedor e intraemprendedor:

La palabra Entrepreneur, habría sido usado por primera vez en el texto: “Essai Sur la Nature du Commerce en General” (Cantillón, 1974, citado por Pereira, 2003), haciendo referencia a una persona que compra productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos en el mercado”.

Según Longenecker et al (2012) el emprendedor puro es considerado como aquel que funda una empresa; es decir, crean una empresa que ofrece productos o servicios nuevos (creación) o mejorados (innovación) al mercado.

Pereira (2003) propone una categorización para los emprendedores: El emprendedor- implementador, que desarrolla su proyecto y si fracasa, genera uno nuevo; el emprendedor-diseñador, quien se enfoca en la creación de ideas novedosas, y el emprendedor- empresario, quien trabaja en el proyecto con una visión a largo plazo.

En esta misma línea, se puede entender a un intraemprendedor como la persona que crea o mejora productos o servicios dentro de una empresa ya existente.

2.1.5 Emprendimiento social:

El emprendimiento social toma importancia para innovar en la forma de hacer negocios, bajo un enfoque de sostenibilidad y triple impacto: A nivel económico, ambiental y social.

La importancia de estudiar, entender y fomentar el emprendimiento social, se basa fundamentalmente en los resultados que pueden generarse a raíz de su desarrollo y de la creación de ambientes propicios y redes de apoyo para su crecimiento.

La academia, concibe al emprendimiento social como una actividad económica que agrega ‘valor social’, que desde la perspectiva de la Social Enterprise Knowledge Network (citado por Guzmán y Trujillo, 2008) señala que es ‘la búsqueda del progreso social mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica’.

Indican que el emprendimiento social es la construcción, la evaluación y la búsqueda de oportunidades para el cambio social transformador llevado a cabo por personas visionarias apasionadamente dedicadas. (Roberts y Woods, 2005, citado por Jiménez, Hernández y Pitre, 2018, p.47)

Según Peredo y Murdith (2005) son diversos autores los que han abordado este concepto desde enfoques distintos, el acuerdo general que hay entre todos los estudiosos del emprendimiento social es que estos están impulsados por objetivos sociales, entendidos como los fines alineados a contribuir a la sociedad; el principal desacuerdo se refiere al lugar que ocupan los objetivos sociales en la razón y los esfuerzos de la organización.

Arcila (2013) indica que “El emprendimiento social nace para integrar intereses financieros / económicos y valor social”, siendo una solución híbrida destinada a solucionar los desafíos de la comunidad. Arcila; muestra como el enfoque de lo que se considera y no, emprendimiento social, cambia según la territorialidad de los países, por ejemplo, en Norteamérica se tiende a asociar más las organizaciones que generan ingresos, mientras tanto en Europa, la posición va mucho más inclinada a la esencia de las organizaciones sin fines de lucro.

Para esta investigación, se tomará en cuenta el concepto manejado por YouthActionNet, que básicamente se enfoca en tres elementos:

El primero es el emprendimiento social, cuando la medición de éxito clave es el impacto social, es decir el impacto social es la definición del éxito del emprendimiento.

El segundo elemento clave es la innovación, que puede ser a nivel de innovación es decir haciendo algo distinto, algo nuevo que no se ha probado antes y puede ser a nivel del modelo, de sistema al que llega a sus beneficiarios o a nivel de contexto.

El tercer elemento es que la meta final sea cambiar sistemas y el statu quo, puede ser que los emprendedores sociales aun estén en camino de lograrlo, pero no solamente están mejorando un aspecto mínimo de dar servicios sociales, sino están tratando de cambiar el sistema para que no se necesite los mismos servicios sociales en el tiempo, están tratando de cambiar las reglas de juego en el mercado.

A diferencia de los conceptos que establecen el emprendimiento social en el sentido de su modelo de negocio, Youth Action Net concibe que el modelo de negocio es una opción estratégica que depende del contexto, la decisión del emprendedor y otras variables. Según Herrera y Montoya (2012), este enfoque seguiría una visión sistémica, donde diversas variables como el contexto cultural, redes del ecosistema y otros factores del entorno ‘definen la actuación de cada uno’.

La organización, está de acuerdo en que todo emprendedor tiene que enfrentarse a la sostenibilidad financiera; sin embargo, no lo considera como un elemento determinante del concepto de emprendimiento social, como sí el impacto.

2.1.6 Emprendedor social

Los emprendedores sociales son considerados como una nueva generación de innovadores y empresarios que utilizan enfoques y herramientas del mercado para resolver problemas sociales logrando impacto, escala y sostenibilidad; es decir crean valor social a través de la innovación y el aprovechamiento de los recursos financieros, independientemente de sus fuentes. (Reis, 1999)

Los objetivos que buscan estos emprendedores, son predominantemente sociales y aceptan correr una serie de riesgos, buscando no solo la rentabilidad económica, sino sobre todo la creación del valor social.

De hecho, hay quienes consideran, las características que aportan al concepto de emprendimiento otros teóricos, que “los emprendedores sociales son una especie en el género emprendedor” (Dees, 1998, citado por Peredo y Murdith, 2005, p.3)

Peredo y Murdith (2005) señalan que, desde el sentido minimalista, se ve al emprendedor social como alguien que organiza y / opera una empresa que presenta los objetivos sociales mientras que, desde el enfoque de los métodos de negocios, se parte de

que: “La clave de la empresa social, implica adoptar un enfoque innovador y de tipo empresarial para la misión de brindar servicios comunitarios”.

Para Alcaraz (2011), el emprendedor social busca a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población.

A través de un estudio que realizó la fundación WKKellog, un cambio que se experimentó en el ámbito de la filantropía y el voluntariado, y se conecta con el perfil de los emprendedores sociales, son que estos están enfocados en resultados, consideran que la inversión es más efectiva que la caridad, la creación de riqueza debe estar equilibrada con la responsabilidad pública y la importancia de la sostenibilidad a través de ingresos por donaciones y generados por la misma organización. (Reis, 1999)

2.1.7 Tipos de emprendimiento social

El emprendimiento social se puede definir como el desarrollo de emprendimientos innovadores, que generan impacto, ganancias y creación de empleos, estos pueden ser realizados de forma individual o colectiva.

Entorno a estos tipos de emprendimiento según sus fines, hay tres posturas que se identifican en el debate académico: Una postura sostiene que el emprendimiento social no necesita de ningún intercambio comercial (venta de productos o servicios) para cumplir con su propósito, sino más bien, estos emprendimientos solo requerirían ‘una serie de esfuerzos para lograr objetivos sociales’ (Dees, Emerson y Economy, 2002).

De hecho, Peredo y Murdith (2005) señalan que una gran cantidad de la literatura sobre emprendimiento social, ubica a estos negocios en la categoría de organización sin fines de lucro.

La segunda posición señala que un emprendimiento social si puede recurrir a la venta de productos o servicios para su sostenibilidad; más no en un sentido de lucro, sino

en la reutilización de los fondos obtenidos para la creación de valor social (Reis, 1999 y Fowler 2000), en esta segunda postura también se contempla emprendimientos sociales complementarios, que son empresas con otras actividades generadoras de ingresos con el fin de apoyar a la de la misión central. Una organización defensora de este concepto es por ejemplo el Instituto Northland.

Por último, otro grupo de estudiosos, sustentan que los emprendedores sociales también pueden generar productos y servicios para vender, cumplir con un fin social y, además, distribuir las ganancias entre sus miembros, disponiendo de forma independiente sus utilidades como cualquier empresa.

Tras este análisis de diversos enfoques, Peredo y Murdith (2006) , arriban a un concepto flexible y útil de emprendimiento social, señalan : “El emprendimiento social se ejerce cuando una persona o grupo tiene como objetivo crear valor social, ya sea exclusivamente o al menos de alguna manera prominente, además muestre una capacidad para reconocer y aprovechar las oportunidades para crear ese valor, que emplee innovación, que va desde la invención abierta hasta la adaptación de la novedad de otra persona, en la creación y distribución de valores sociales, busca y disemina el valor social y son inusualmente ingeniosos en ser relativamente redundantes en el seguimiento de esfuerzos sociales”.

Un aporte valioso de la revisión crítica del concepto de emprendimiento social de Peredo y Murdith, también es la reflexión en torno a idealizar al emprendedor social e identificar este tipo de emprendimientos por la motivación de sus miembros entorno a ponderar un objetivo social en lugar de ver los resultados de impacto, algo sustancial para promover un ecosistema inclusivo y de fácil acceso para empresarios que por desconocimiento del concepto a veces ven limitado su acceso al ecosistema.

2.1.8 El plan de negocios en el emprendimiento

El plan de negocios es necesario para tener claro el rumbo de la organización y poder medir los resultados, evidentemente, sin tener ninguna consideración respecto a donde se quiere llegar, no se tendrá una reflexión asertiva si se está o no por el camino correcto. Según Longenecker (2012) para redactar un plan de negocios, que es un documento que albergará el concepto del negocio y la forma de materializarse en el mercado, primero se debe tener en claro el propósito y los objetivos.

El plan de negocios, no solo sirve como un material de revisión y guía para el emprendedor, sino también para poder mostrarlo a potenciales socios, inversionistas o programas de apoyo que tienen como fin incentivar organizaciones con los mismos objetivos del emprendedor. Así mismo, puede facilitar la transferencia y gestión de conocimiento, pues al ser conocimiento documentado, será más fácil de compartirlo para recibir retroalimentación de expertos que pueden aportar significativamente al emprendimiento con su bagaje de experiencias. Respecto a si tener un plan de negocios o no, es determinante del éxito, los estudiosos han encontrado resultados contradictorios; sin embargo, se está de acuerdo es que solo el hecho de redactar el plan, no es lo más importante, sino más bien, se reconoce este instrumento, en la medida que aportará al momento de implementarlo. (Longenecker, 2012)

En los últimos años, la figura del plan de negocios extenso y lleno de análisis previos del mercado, cada vez son menos utilizados, debido al reconocimiento de los vertiginosos cambios en un mercado cada vez más competitivo, por lo que es más frecuente, la utilización de herramientas ágiles, como el conocido ‘Modelo Canvas’, que permite tener en todas las acciones mapeadas en un solo documento desde un enfoque

integral y tener reacciones rápidas que permitan adaptar la información a medida de cómo cambia y responde el mercado.

2.1.9 Estrategias de marketing para el crecimiento de los emprendimientos

Longenecker et al. (2012), señala que las acciones de marketing tienen base en las filosofías del marketing, pudiendo los emprendedores optar por una de estas perspectivas: Orientado a la producción, orientado a las ventas y orientado al consumidor, donde todos los “procesos y esfuerzos”, empiezan y terminan en el consumidor, calificado este último, como el enfoque correcto para el crecimiento sostenible de las pequeñas empresas. Señala que las principales actividades de marketing son el análisis de mercado, fijación de precios, promoción y distribución (marketing mix).

A diferencia de las corporaciones, los emprendimientos tienen recursos limitados para desarrollar sus acciones, por lo que la estrategia será clave para lograr el éxito y en esta etapa, la creatividad del emprendedor y su equipo, así como la experiencia en el sector para desarrollar con mayor juicio cada actividad, será un factor que distinga a un emprendimiento de otro del rubro en el mercado o a nivel de impacto en la comunidad.

2.1.10 El emprendimiento en Latinoamérica

Según la investigación: El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano, hay un acuerdo en que América Latina y el Caribe tiene potencial económico y debido a esto muchos países latinoamericanos han impulsado reformas que les han permitido aumentar el rol de las empresas privadas; sin embargo, en comparación con otras regiones en el mundo, la actividad latinoamericana parece escalar de forma más lenta en términos de crecimiento y desarrollo económico.

En un estudio realizado en los países de Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, Costa Rica y El Salvador, liderado por Hugo Kantis (2004) sobre empresas dinámicas (que

registran alto crecimiento en poco tiempo), se detectó que la mayoría de empresas de este tipo están situadas en áreas metropolitanas, a excepción de México, donde la mitad de las empresas operan al interior del país.

La característica de las empresas en América Latina es la producción y comercialización de manufacturas tradicionales; las empresas que basan sus productos o servicios en conocimientos, representan un tercio del total, teniendo Chile y Argentina estrategias de diferenciación comercial, más que el resto de países. Acorde a la investigación, el emprendedor latinoamericano promedio de una empresa dinámica es una persona joven, en su mayoría, del género masculino con un nivel elevado de educación, donde los chilenos y peruanos son los más instruidos.

Las motivaciones para emprender tienen que ver principalmente con el deseo de realización personal, poner en práctica conocimientos y mejorar el ingreso personal. El Salvador, Costa Rica y Perú, países con economías más pequeñas, afirmaron que su motivación inicial fue contribuir a su sociedad. Así, las motivaciones en su mayoría tienen que ver con motivaciones basadas en factores positivos.

Respecto a la educación, en casi todos los países el nivel de instrucción es elevado. Sobre el financiamiento, se distingue que los emprendedores lograron la generación de sus empresas con ahorros personales y de su familia, esto además coincide con otros estudios a nivel internacional (Masos, 1998, citado por Kantis, 2004).

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Características del emprendedor social (X):

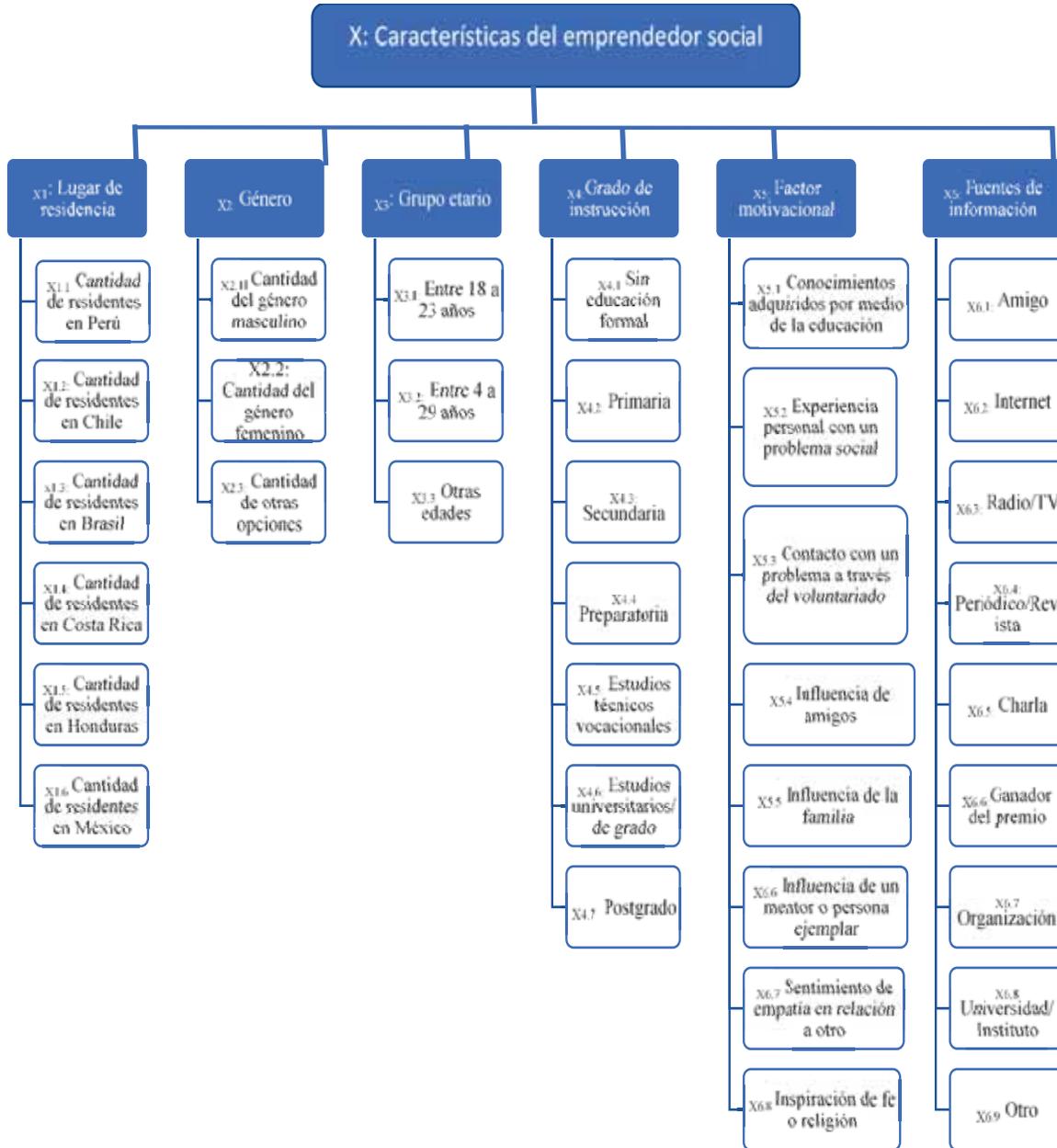
- **Definición conceptual**

Las características del emprendedor social constituyen todos los rasgos que distinguen a este agente económico de otro grupo de estudio. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es considerado el más prestigioso y extenso estudio en el mundo sobre emprendimiento, considera entre las dimensiones de las características del emprendedor la nacionalidad, el género, la edad, la formación académica, el factor motivacional, entre otros.

Con base en este sólido estudio de emprendimiento que a través de una metodología común a la fecha ha evaluado más de 100 países, la presente investigación se centrará las características del emprendedor social, en función de en qué país reside, si es del género femenino o masculino, a qué grupo etario pertenece, cuál es su nivel de instrucción respecto a la educación que alcanzó, cuáles son los factores motivacionales que fueron claves a la hora de emprender y qué fuentes de información utiliza principalmente, con el fin de diseñar diversas estrategias que permitan efectivizar los procesos de convocatoria y alcance a los emprendedores sociales.

- **Definición operacional:**

Figura 2
Características del emprendedor



2.2.1.1 Lugar de residencia (X.1)

- **Definición conceptual**

Se trata del territorio donde una persona habita. Cada país tiene condiciones distintas respecto a su población, costumbres, contexto político, entre otros. Aspectos que pueden representar una ventaja o desventaja para emprender.

- **Definición operacional**

Figura 3

Lugares de residencia



2.2.1.1.1 Cantidad de residentes en Perú (X1.1)

- Definición conceptual

Perú está ubicado al Oeste de América del Sur. Al norte limita con Ecuador y Colombia, al este con Brasil y al sureste con Bolivia y Chile.

El país, tiene más de 32 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 5 970 dólares y una desigualdad de 43,8 según los datos del Banco Mundial (2017).

El índice del espíritu emprendedor en Perú, según el reporte global del Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 es de 0.37.

- Definición operacional

Figura 4

Cantidad de residentes en Perú



2.2.1.1.2 Cantidad de residentes en Chile (X1.2)

- Definición conceptual

Chile está ubicado en el extremo sudeste de América del Sur. Al norte limita con Perú, al este con Argentina y Bolivia y al sur con el mar de Hoces, que divide América del Sur de la Antártida.

El país tiene más de 18 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 13 610 dólares y una desigualdad de 47,7, según los datos del Banco Mundial (2017).

El índice del espíritu emprendedor en Chile, según el reporte global del Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 es de 0.28.

- **Definición operacional**

Figura 5

Cantidad de residentes en Chile



2.2.1.1.3 Cantidad en residentes en Brasil (X1.3)

- **Definición conceptual**

Brasil es el país más grande de América Latina y está ubicado al noreste de América del Sur. Al norte limita con Venezuela, Colombia, Guyana, Surinam y Guayana Francesa; al sur con Argentina, Uruguay y Paraguay y al este con Bolivia y Perú.

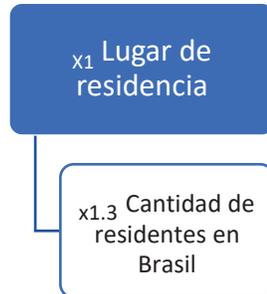
El país tiene más de 209 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 8 580 dólares y una desigualdad de 51,3, según los datos del Banco Mundial (2017).

El índice del espíritu emprendedor en Brasil, según el reporte global del Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 es de 0.11.

- **Definición operacional**

Figura 6

Cantidad de residentes en Brasil



2.2.1.1.4 Cantidad de residentes en Costa Rica (X1.4)

- **Definición conceptual**

Costa Rica está ubicado en el centro del istmo Centroamericano. Al norte limita con Nicaragua, al sureste con Panamá y al este y noreste con el Mar Caribe.

El país tiene más de 4 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 11, 040 dólares y una desigualdad de 48,7, según los datos del Banco Mundial (2017).

- **Definición operacional**

Figura 7

Cantidad de residentes en Costa Rica



2.2.1.1.5 Cantidad de residentes en Honduras (X1.4)

- Definición conceptual

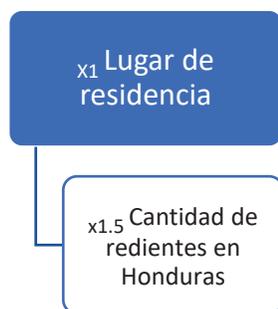
Honduras está ubicado en el centro- norte de América Central. Al norte limita con el Mar Caribe, al este con El Salvador, al oeste con Guatemala y al sur con la República de El Salvador y el Golfo de Fonseca.

El país tiene más de 9 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 2 250 dólares y una desigualdad de 50,0. Según los datos del Banco Mundial (2017).

- Definición operacional

Figura 8

Cantidad de residentes en Honduras



2.2.1.1.6 Cantidad de residentes en México (X1.5)

- Definición conceptual

México está ubicado en la parte meridional de América del Norte. Al norte limita con Estados Unidos de América, al sur con Guatemala y Belice, al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Golfo de México y el Mar Caribe.

El país tiene más de 129 millones de habitantes, un Ingreso Nacional Bruto Per Cápita- INB de 8 610 dólares y una desigualdad de 43,4, según los datos del Banco Mundial (2017).

El índice del espíritu emprendedor en Brasil, según el reporte global del Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 es de - 0.03.

- **Definición operacional**

Figura 9
Cantidad de residentes en México



Tabla 2*Lugar de residencia*

País	Año	Cantidad
Perú	2014	282
	2015	291
	2016	233
	2017	233
	2018	208
Chile	2014	259
	2015	204
	2016	238
	2017	151
Brasil	2018	158
	2014	50
	2015	96
	2016	113
Costa Rica	2017	156
	2018	177
	2014	50
	2015	29
Honduras	2016	55
	2017	00
	2018	39
	2014	110
México	2015	110
	2016	127
	2017	148
	2018	163
México	2014	180
	2015	176
	2016	175
	2017	140

2.2.1.2 Género (X.2):

- Definición conceptual:

Es el conjunto de roles asumidos por una persona a nivel social y determina su comportamiento. A diferencia del sexo, que es una condición biológica que determina la masculinidad o feminidad de una persona por su condición física, el género tiene que ver con una construcción social y un reconocimiento de la persona por este factor (Fisher et al. 1993). Conocer el género de emprendedores sociales en Latinoamérica, representa un dato importante en un contexto donde se requiere avanzar hacia la igualdad de oportunidades y equidad de género.

La mayoría de investigaciones respecto al género en emprendimiento, develan que la mayoría de emprendedores son del género masculino; sin embargo, no se trata de brechas muy amplias, sino por el contrario, que poco a poco se van acortando con el tiempo, además afirman que no se ha encontrado diferencias significativas en las características del emprendimiento. (Fisher et al). Por ejemplo, la variabilidad en la relación género-educación, entre hombres y mujeres, no son relevantes, pero sí lo son en el factor experiencia, el único dato significativo que encontraron los autores de “Un resumen teórico ejecutivo y ampliación de la investigación en sexo, género y emprendimiento”, es que los hombres tienen más capacitación en producción.

Así mismo, develan que las mujeres tendrían una motivación financiera más fuerte, esto refuta lo que comúnmente se cree; sin embargo, los autores argumentan que podría deberse a que, a mayores ingresos, se puede cuidar mejor a los dependientes.

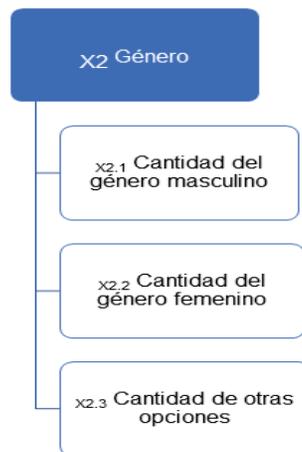
En la investigación realizada por Herrera y Montoya (2012), se arriba a que los factores que influyen a la hora de emprender en relación al género, tienden a ser igual.

Diversos autores muestran además una diferenciación respecto a sectores, estilos, tipos y formas de líder un emprendimiento según la variable género.

- **Definición operacional:**

Figura 10

Género



2.2.1.2.1 Cantidad del género masculino (X2.1)

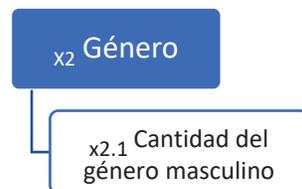
- **Definición conceptual**

El género masculino hace referencia a los roles que una persona asume como varón y estos roles, mayormente estas conductas se toman en función al sexo del individuo.

- **Definición operacional**

Figura 11

Género masculino



2.1.1.2.2 Cantidad del género femenino (X2.2)

- Definición conceptual

El género femenino hace referencia a los roles que una persona asume como mujer y estos roles, mayormente estas conductas se toman en función al sexo del individuo.

-Definición operacional

Figura 12

Género femenino

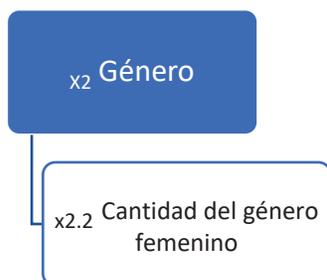


Tabla 3

Género

Género	Año	Cantidad
Masculino	2014	452
	2015	432
	2016	487
	2017	392
	2018	448
Femenino	2014	299
	2015	332
	2016	376
	2017	351
	2018	416
Otras opciones y nulos	2014	217
	2015	142
	2016	78
	2017	85
	2018	54

2.1.1.2.3 Cantidad de otras opciones (X2.2)

-Definición conceptual

Son las orientaciones sexuales distintas que una persona asume y relativas a la identidad ‘masculino’ y ‘femenino’.

-Definición operacional

Figura 13

Género de otras opciones



2.2.1.3 Grupo etario (X.3):

- Definición conceptual:

Se trata del grupo según un rango de edad al que la persona pertenece. En el estudio, se contará con una gran cantidad de ‘milenarios’, esto debido a que la edad de postulación aceptada está enfocada al grupo etario de ‘18 a 29 años’, que corresponde al promedio de lo que significa la ‘población joven’ en un país.

Según Longenecker et al. (2012), los milenarios son la generación más numerosa, educada, y diversa de la historia estadounidense, caracterizándose por su alta disposición al uso de tecnología, idealismo, optimismo y compromiso por un mundo mejor, adaptabilidad y flexibilidad respecto a las horas y espacios de trabajo, hiper conectividad, preparación, disposición a emprender y a cambiar diversos sectores. Entre otros rasgos característicos que corresponden a este grupo que nació entre 1982 y 2004, llamados como la ‘gran generación’ (Strauss y Howe, 2000).

La literatura, muestra algunas consideraciones respecto a qué edad se considera la mejor para emprender, en qué edad se da con mayor frecuencia en América Latina y cuál se asocia a un cierto grado de éxito. Es necesario aclarar que este indicador no es asociado a una edad correcta para emprender y automáticamente esto conllevaría a ciertos resultados, sino se explica a través de lo que en promedio se tiene a un determinado grado de edad (disposición, confianza, apertura al riesgo, educación, experiencia, recursos).

Por ejemplo, investigaciones como las de Paul Reynolds (citado por Longenecker et al., 2012) evidenciaron que el grupo de edades de entre 25 y 35 años fue el mayoritario en generar iniciativas de negocios, a menor edad, habría más miedo al fracaso (Herrera y Montoya, 2012).

Los cuestionarios de YouthActionNet fueron diseñados para mostrar la “fecha de nacimiento”, por lo que se toma este dato para determinar la edad actual de los postulantes y se agrupa para una mayor comprensión a nivel estadístico.

- **Definición operacional:**

Figura 14
Grupo etario.



2.2.1.3.1 Entre 18 y 23 años (X3.1)

- Definición conceptual (X3.2)

El grupo etario “entre 18 y 23 años” hace referencia a las personas que están entre las edades de dicho grupo (18, 19, 20, 21, 22 y 23 años), este dato se calcula en relación a la fecha de nacimiento.

- Definición operacional

Figura 15

Grupo Etario entre 18 y 23 años



2.2.1.3.2 Entre 24 y 29 años (X3.2)

- Definición conceptual

El grupo etario “entre 24 y 29 años” hace referencia a las personas que están entre las edades de dicho grupo (24, 25, 26, 27, 28 y 29 años), este dato se calcula en relación a la fecha de nacimiento.

- Definición operacional

Figura 16

Grupo etario entre 24 y 29 años



2.2.1.3.3 Otras edades (X3.3)

- Definición conceptual

Son las edades que no corresponden al grupo de “entre 18 a 23 años” ni al grupo “entre 24 y 29 años”, sino a otras edades biológicas.

- Definición operacional

Figura 17

Grupo etario de otras edades



Tabla 4

Edad

Ítem: edad		
Grupo etario	Año	Cantidad
	2014	293
	2015	232
	2016	248
Entre 18 a 23 años	2017	209
	2018	232
	2014	542
	2015	577
	2016	562
	2017	501
Entre 24 a 29 años	2018	528
	2014	104
	2015	100
Otras edades y nullos	2016	128

2017	118
2018	163

2.2.1.4 Nivel de instrucción (X4)

- **Definición conceptual:**

Se refiere al grado de estudios que una persona ha completado.

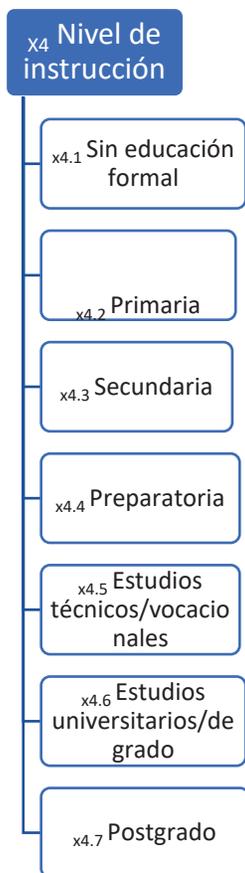
Este factor puede determinar si el emprendedor es de tipo artesanal u oportuno la diferencia está entre el profesionalismo y estilos gerenciales que manejan; en el primero, predomina el conocimiento técnico, principalmente a través de la experiencia, mientras que el segundo, presenta conocimiento técnico y académico, factores que distinguen su forma de actuar y conducir sus organizaciones. (Longenecker et al., 2012)

Es importante conocer el nivel de instrucción, pues está asociado a la capacidad analítica para la toma de decisión; sin embargo, los estudios también deben considerar la autoformación o el ser autodidacta, pues hay personas que no necesariamente han adquirido conocimientos en instituciones formales, pero sí han aprendido de otras formas, por lo que más allá de los grados obtenidos, sería interesante que desde la academia se empiece a evaluar, el nivel de conocimiento y grado de experiencia de los emprendedores según su campo de acción.

- **Definición operacional:**

Figura 18

Nivel de instrucción



2.2.1.4.1 Sin educación formal (X4.1)

- **Definición conceptual**

Se refiere a que no se tiene ni un grado de instrucción que cumple con la educación reglada por el estado.

- Definición operacional

Figura 19

Nivel de instrucción sin educación formal



2.2.1.4.2 Primaria (X4.2)

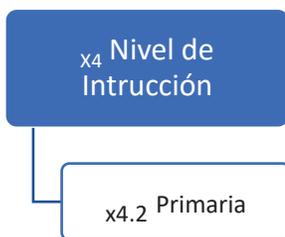
- Definición conceptual

Es conocida como la enseñanza básica, donde en cada nivel de este grado, los individuos se alfabetizan y aprenden lo elemental para desarrollar competencias académicas básicas.

- Definición operacional

Figura 20

Nivel de instrucción de primaria



2.2.1.4.3 Secundaria (X4.3)

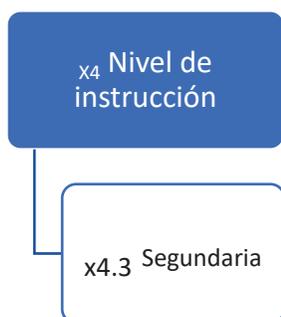
- Definición conceptual

Es conocida como la enseñanza media, se realiza de forma posterior a los estudios de nivel primario. En esta etapa de la educación formal, los individuos consolidan los aprendizajes logrados en la primaria y es un nivel educativo idóneo para detectar e impulsar los talentos más variados (Delors,1997, citado por Ducoing, p, 2017).

- Definición operacional

Figura 21

Nivel de instrucción de secundaria



2.2.1.4.4 Preparatoria (X4.4)

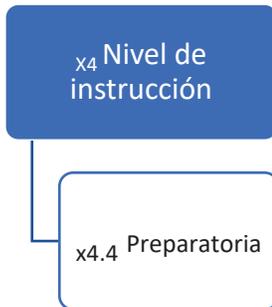
- Definición conceptual

Son los estudios posteriores al nivel secundario y anteriores a la formación técnico/vocacional o universitarios. La obligatoriedad de este nivel, varía según cada país.

- Definición operacional

Figura 22

Nivel de instrucción de preparatoria



2.2.1.4.5 Estudios técnicos vocacionales (X4.5)

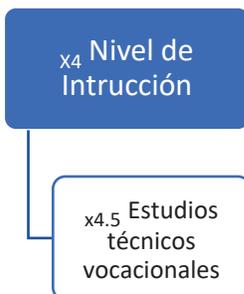
- Definición conceptual

Los estudios técnicos se dan luego de la enseñanza media con el fin de dotar al estudiante de capacidades y herramientas para actuar en el mercado laboral, este tipo de estudios tiene una naturaleza más práctica, que teórica. Según (Fretwell, 2004, citado por Velasco, 1998), la educación técnica debe dar a los jóvenes una plataforma para el aprendizaje permanente, generando a través de este tipo de educación, más condiciones para la empleabilidad.

- Definición operacional

Figura 23

Nivel de instrucción de estudios técnicos vocacionales



2.2.1.4.6 Estudios universitarios/de grado (X4.6)

- Definición conceptual

Son los estudios post secundaria que se desarrollan en una universidad. Los estudios universitarios o de grado, tienden a tener procesos previos para la selección de los alumnos que desarrollarán este nivel y seguirán una ‘carrera universitaria’, donde la oferta educativa, varía según cada universidad según el contexto y la demanda socioeducativa.

En este tipo de estudios, suele predominar un enfoque hacia la investigación constante que tiene como fin el desarrollo social.

- Definición operacional

Figura 24

Nivel de instrucción de estudios universitarios



2.2.1.4.7 Postgrado (X4.7)

- Definición conceptual

El postgrado es considerado como la última etapa de educación formal que puede recibir un individuo. Se siguen estudios de postgrado, después de haber concluido una carrera universitaria y conforman este tipo de estudios: las especializaciones, diplomados, maestrías y doctorados.

- Definición operacional

Figura 25

Nivel de instrucción de Postgrado



Tabla 5

Grado de instrucción

Pregunta # 1: ¿Cuál fue el grado de instrucción más alto que recibiste?		
Grado de instrucción	Año	Cantidad
Sin educación formal	2014	No se registró a nadie sin educación formal
	2015	
	2016	
	2017	
	2018	
Primaria	2014	3
	2015	4
	2016	2
	2017	2
	2018	1
Secundaria	2014	107
	2015	109
	2016	123
	2017	92
	2018	118
Preparatoria	2014	No se registró a nadie con el nivel de preparatoria
	2015	
	2016	
	2017	
	2018	
	2014	53

	2015	52
Estudios técnicos vocacionales	2016	52
	2017	33
	2018	58
	2014	416
Estudios universitarios de grado	2015	407
	2016	448
	2017	391
	2018	486
Estudios de post grado	2014	66
	2015	79
	2016	80
	2017	82
	2018	99

Factor motivacional (X5)

Definición conceptual:

Son los elementos que influyen para tomar una acción. En el emprendimiento, los factores que intervienen como elementos motivadores para tomar la decisión de emprender se dividen entre factores positivos o negativos. (Kantis, 2004), los positivos tiene que ver con que se emprende bajo una lógica de oportunidad, mientras los factores negativos, surgen de la necesidad, estos varían según las experiencias y el contexto.

Dentro de los factores más señalados por los investigadores, está el reconocimiento o status, el deseo de independencia, el deseo de contribuir con la sociedad o auto realización, necesidad de ganar dinero, el sistema educativo, un mentor o persona que inspira, la experiencia directa con un problema, la familia, los medios de comunicación, entre otros.

El estudio desarrollado por Herrera y Montoya (2012), titulado: Aproximación a la caracterización de emprendedores avalados por el Fondo Emprender Sincelejo, revela, por

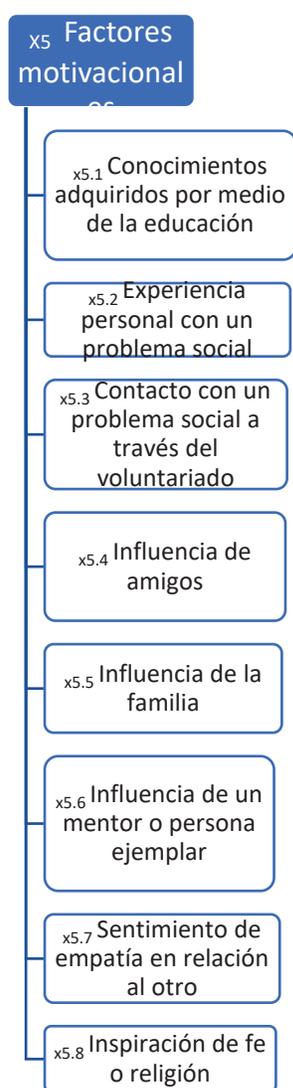
ejemplo, uno de los factores más resaltantes que intervino a la hora de crear un negocio es la formación recibida durante los estudios académicos.

Así mismo, el conocer a alguien con gran experiencia empresarial, la familia y los amigos, son los porcentajes más elevados en la influencia de la decisión de crear una empresa.

- **Definición operacional:**

Figura 26

Factores motivacionales



2.2.1.5.1 Conocimientos adquiridos por medio de la educación (X5.1)

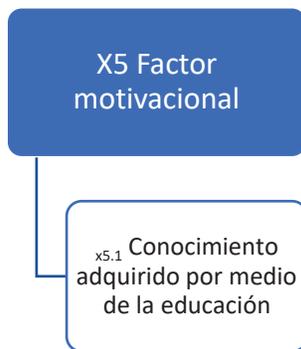
- Definición conceptual

Es el conjunto de saberes que se tiene a través de los procesos formales de enseñanza- aprendizaje regidos por la educación formal.

- Definición operacional

Figura 27

Factor motivacional de los conocimientos adquiridos por medio de la educación



2.2.1.5.2 Experiencia personal con un problema social (X5.2)

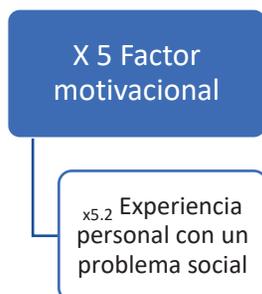
- Definición conceptual

Hace referencia a una situación específica donde el individuo toma conciencia de algo mejorable en la sociedad por un grado de significancia que asigna por sus concepciones, interpretaciones y contexto.

- Definición operacional

Figura 28

Factor motivacional por la experiencia personal con un problema social



2.2.1.5.3 Contacto con un problema social a través del voluntariado (X5.3)

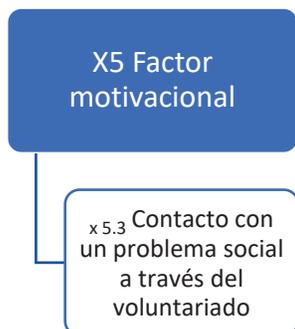
- Definición conceptual

Es el primer conocimiento sobre algo, en este caso sobre un problema social, a raíz de una experiencia de voluntariado, es decir, actividades que se realizan por decisión propia y libre, que en su mayoría no tienen una retribución económica y son de un fin social.

- -Definición operacional

Figura 29

Factor motivacional del contacto con un problema



2.2.1.5.4 Influencia de amigos (X5.4)

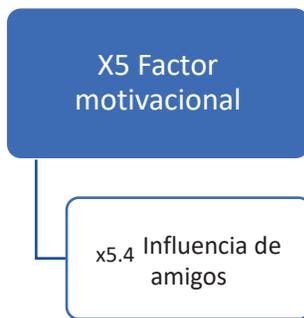
- Definición conceptual

Se entiende como la capacidad de una persona frente a otra, para que, con su intervención de forma directa o indirecta, logre una determinada acción.

- Definición operacional

Figura 30

Factor motivacional por parte de amigos



2.2.1.5.5 Influencia de la familia (X5.5)

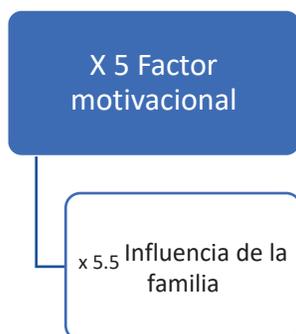
- Definición conceptual

Se entiende como la capacidad de la familia frente a una persona, para que, de forma directa o indirecta, logre una determinada acción.

- Definición operacional

Figura 31

Factor motivacional por parte de la familia



2.2.1.5.6 Influencia de un mentor o persona ejemplar (X5.6)

- Definición conceptual

Se entiende como la capacidad de una persona que ha logrado algo y por ende es admirada o reconocida como una persona ejemplar, frente a otra, Con su intervención de forma directa o indirecta, la segunda logre una determina acción.

- Definición operacional

Figura 32

Factor motivacional por parte de un mentor o persona ejemplar



2.2.1.5.7 Sentimiento de empatía en relación al otro (X5.7)

- Definición conceptual

Hace referencia a la capacidad de entender las necesidades o problemas otra persona.

- Definición operacional

Figura 33

Factor motivacional de sentimiento de empatía en relación al otro



2.2.1.5.8 Inspiración de fe o religión (X5.8)

- Definición conceptual

Es la concepción de ideas a raíz de convicciones o un sistema de creencias que una persona asume para su vida.

- Definición operacional

Figura 34

Factor motivacional de inspiración de fe o religión



Tabla 6
Factor formativo

Pregunta #2: ¿Cuál fue el factor motivacional más significativo que te inspiró a involucrarte en el cambio social?		
Factor motivacional	Año	Cantidad
Conocimientos adquiridos por medio de la educación	2014	120
	2015	110
	2016	132
	2017	146
	2018	152
Experiencia personal con un problema social	2014	192
	2015	243
	2016	217
	2017	192
Contacto con un problema social a través del voluntariado	2018	260
	2014	0
	2015	0
	2016	4
Influencia de amigos	2017	134
	2018	135
	2014	145
	2015	101
Influencia de la familia	2016	122
	2017	24
	2018	30
	2014	33
Influencia de un mentor o persona ejemplar	2015	30
	2016	40
	2017	23
	2018	32
Sentimiento empático hacia el otro	2014	28
	2015	18
	2016	24
	2017	25
Inspiración de fe o religión	2018	27
	2014	61
	2015	60
	2016	88
	2017	0
	2018	5
	2014	8
	2015	16
	2016	20
	2017	22
	2018	26

2.2.1.6 Fuentes de información (X6)

- Definición conceptual

Para la presente investigación, son los medios que el emprendedor social consume para conocer determinados mensajes e informarse.

Cabe indicar que el rol de los medios de comunicación masiva en los países del continente asiático, donde hay emprendimientos con alto dinamismo e innovación, es fundamental. En estos países, los medios tienen un papel activo en el fomento del emprendimiento, representando un elemento influyente a la hora de incentivar la actividad emprendedora, mientras que en América Latina más bien los medios tienden a mostrar un lado negativo de la empresa (Kantis, 2004).

Esto también se ve reflejado en el sentir de los emprendedores, por ejemplo, los emprendedores del Fondo Sincelejo- Colombia, opinan en su mayoría que los medios de comunicación prestan poca atención a los nuevos emprendedores.

Hoy en día, la forma de interactuar con la información ha cambiado, el internet ocupa un importante lugar en la comunicación de los jóvenes, esto debido a la facilidad para recibir información trascendiendo las barreras del tiempo y el espacio.

La red de contactos también es prioritaria a la hora de entregar información de valor, en este sentido, a una mayor red que conozca sobre el emprendedor y el emprendimiento, mayor será la información clave que el emprendedor reciba entorno a oportunidades y alertas, que le permitirán tener una actuación para eficaz frente a la competencia.

Debido a la importancia de las redes de contacto para los emprendedores, los programas dedicados al fomento del emprendimiento, están enfocados en generar comunidades de aprendizaje para la interacción y el soporte.

- **Definición operacional:**

Figura 35

Fuente de información



2.2.1.6.1 Amigo (X6.1)

- **Definición conceptual:**

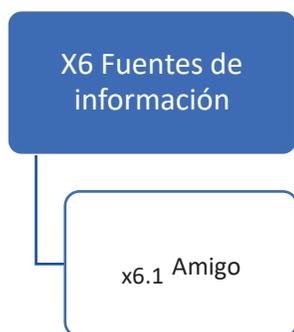
Es la relación amical que mantiene una persona con otra. Desde un enfoque de análisis de fuentes de información, sería considerado como una fuente directa del entorno

más cercano, donde el día a día comparte información de diverso tipo en espacios informales.

- **Definición operacional:**

Figura 36

Fuente de información por parte de amistades



2.2.1.6.2 Internet (X6.2)

-Definición conceptual:

Hoy en día, vivimos en la era digital o denominada también, era informática, donde las tecnologías de la información y comunicación son cada vez más, parte más importante de nuestras vidas. El internet, entendido como "una red mundial de redes de ordenadores, que permite a éstos comunicarse en forma directa y transparente, compartiendo información y servicios a lo largo de la mayor parte del mundo" (Essebbag y Llovet, 1995, p.15, citado en Cabero et al., 1999, citado por Madrid, 2001), tiene la capacidad de masificar la información a un nivel sorprendente que trasciende tiempo y espacio.

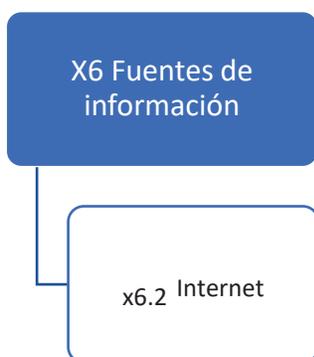
Sobre todo, los jóvenes, pasan más tiempo cada vez conectados a través de diferentes plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Vimeo y WhatsApp, entre las más usadas en Latinoamérica. Es a través de estas redes que reciben y comparten información todo el tiempo, convirtiéndose como señala Madrid (2001) en una gran enciclopedia universal, que se actualiza cada segundo.

En la investigación ‘‘Futuro Digital Latinoamérica 2013’’ realizado por ComScore, los usuarios de internet de Latinoamérica pasan en promedio 26.1 horas mensual conectados a internet, donde la mayoría de los usuarios son jóvenes, con una edad entre 15 y 34 años. Así mismo, el estudio revela que Latinoamérica es la región que más crece nivel mundial (incremento de internautas) (Fosk, 2013).

- Definición operacional:

Figura 37

Fuente de información



2.2.1.6.3 Radio/ TV (X6.3)

-Definición conceptual:

La radio, entendida como un medio de comunicación masivo, se define según Romo (1987) como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.

La radio usa principalmente recursos acústicos para la emisión de los mensajes que se transmiten a través de este medio, contando con diversos programas propios o concesionados en las compañías dueñas de estos medios de comunicación, los programas emitidos y sus contenidos, dependen de la línea del medio, el perfil del programa y los integrantes del equipo periodístico.

La radio, constituye un medio de gran alcance, principalmente en el ámbito periférico, logrando llegar a zonas donde hay poco uso del internet y otros medios masivos. La facilidad de su uso, la inmediatez y la gran cantidad de contenido contextual y general que presenta, hace que siga siendo un medio de información fundamental en la vida de muchas personas.

Por otro lado, la televisión también constituye una importante fuente de información, sobre todo en un público adulto que está acostumbrado a su uso, a diferencia del público joven que cada vez más, va migrando al internet, por poder tener una comunicación bidireccional y presentar multiplataformas que agrupan contenidos audiovisuales, sonoros, escritos, entre otros.

- Definición operacional:

Figura 38

Fuente de información radio/TV



2.2.1.6.4 Periódico/ Revista (X6.4)

- Definición conceptual

El periódico es un medio de comunicación escrito que tiene como principal objetivo informar sobre los acontecimientos relevantes en el ámbito local, nacional e internacional, generando una corriente de opinión en su público (Domínguez, pág. 24, citado por Salas, 2016).

Los géneros periodísticos usados en el periódico, está la noticia, como género principal, y contiene también reportajes, crónicas, entrevistas y columnas de opinión. Sus secciones están conformadas por actualidad, especiales, local, nacional, internacional, entretenimiento, entre otros. Su distribución se da de forma diaria.

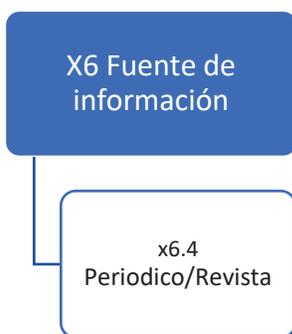
Una revista también es una publicación impresa que, a diferencia del periódico, el principal género que utiliza no es la noticia, sino otros que permitan tratar la información de forma más exhaustiva, por lo que utiliza formatos más largos, como reportajes y crónicas.

Los temas, dependen de su línea editorial y la frecuencia de publicación mayoritariamente es semanal, quincenal, mensual, bimensual.

- **Definición operacional:**

Figura 39

Fuente de información periódico/revista



2.2.1.6.5 Charla (X6.5)

-Definición conceptual:

Se entiende una charla como una disertación que congrega a dos o más personas y se organiza con el fin de dar a conocer información e intercambiar ideas.

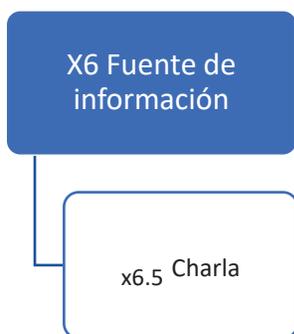
La cantidad de participantes depende de la capacidad del lugar donde se desarrolla la charla y la convocatoria al evento.

Se considera una actividad importante dentro de las actividades de difusión de una organización por el nivel de cercanía que se logra con el público objetivo y la interacción directa que se logra.

- **Definición operacional:**

Figura 40

Fuente de información.



2.2.1.6.6 Ganador del premio (X6.6)

-Definición conceptual:

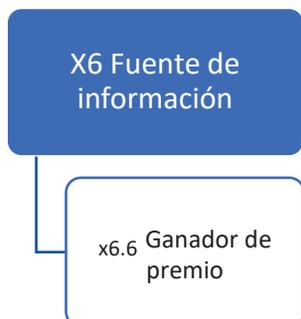
El “ganador del premio” para YouthActionNet, es un emprendedor social que ha sido parte del proceso de selección del programa, una formación y ha logrado ser parte de los ganadores de la red.

El ganador del premio constituye una fuente de información para otros emprendedores de la red, pues a través de su propia experiencia, comunica las ventajas de pertenecer al premio y su testimonio constituye una información de valor para la comunidad.

- Definición operacional:

Figura 41

Fuente de información del ganador del premio



2.2.1.6.7 Organización (X6.7)

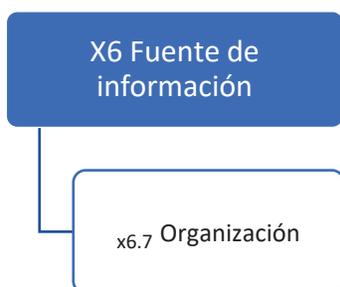
-Definición conceptual:

Para YouthActionNet, enterarse del premio por esta fuente, es hacerlo a través de cualquier organización que hizo llegar el mensaje, por ejemplo, Cámaras de Comercio, asociaciones que agrupan jóvenes emprendedores y otras instituciones aliadas.

- Definición operacional:

Figura 42

Fuente de información de la organización



2.2.1.6.8 Universidad/ Instituto (X6.8)

-Definición conceptual:

La universidad y el instituto representan organizaciones del nivel superior. Estas instituciones pueden ser parte de la Red de Laureate International Universities u otras universidades e institutos aliados en todas las ciudades donde YouthActionNet tiene alcance.

- Definición operacional:

Figura 43

Fuente de información



2.2.1.6.9 Otro (X6.9)

-Definición conceptual:

Hace referencia a cualquier fuente de información que no contemple alguna de las mencionadas en este ítem, es decir amigo, internet, radio/tv, periódico, revista, charla o ganador del premio.

- Definición operacional:

Figura 44*Fuente de información de otra fuente de información***Tabla 7***Fuente de información*

Pregunta #3: ¿A través de que fuente de información te enteraste sobre este programa?		
Fuente información	Año	Cantidad
Amigo	2014	151
	2015	144
	2016	174
	2017	125
	2018	170
Internet	2014	324
	2015	311
	2016	324
	2017	278
Radio/Tv	2018	308
	2014	7
	2015	15
	2016	7
Periódico/Revista	2017	4
	2018	10
	2014	35
	2015	21
Charla	2016	32
	2017	37
	2018	41
	2014	11
Charla	2015	4
	2016	8
	2017	4
	2018	12

	2014	32
	2015	24
Ganador del premio	2016	52
	2017	59
	2018	68
	2014	14
	2015	15
Universidad/Instituto	2016	8
	2017	14
	2018	13
	2014	51
	2015	50
Organización	2016	47
	2017	43
	2018	66
	2014	17
	2015	49
Otro	2016	30
	2017	20
	2018	51

2.2.2 Tipo de emprendimiento social (Y):

Definición conceptual:

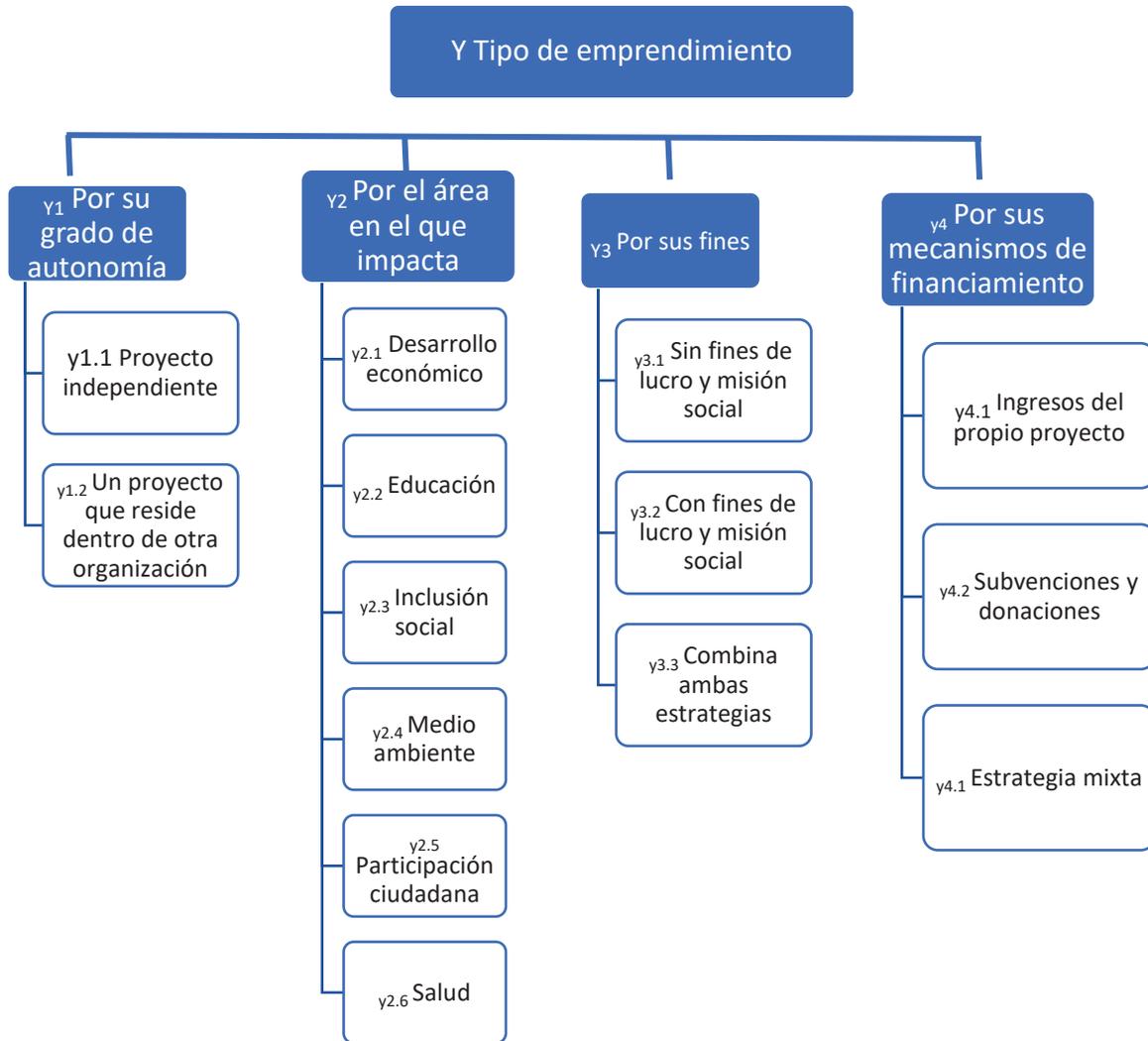
Son los caracteres que clasifican y distinguen a emprendimientos sociales según diversos criterios. En la presente investigación, se analizará el grado de autonomía del emprendimiento, el área de impacto, los fines que tiene y sus fuentes de financiamiento.

El Fondo de Desarrollo Empresarial (citado por Reis, 1999), ha hecho un cambio en el lenguaje de muchos términos utilizados en el ámbito social, por ejemplo, llama al financiador: inversor, subsidios: equidad de la subvención, medición: evaluación, gran propuesta: plan de negocios, entre otros, un cambio importante desde la perspectiva de roles, relación y responsabilidades.

- Definición operacional:

Figura 45

Tipo de emprendimiento



2.2.2.1 Por su grado de autonomía (Y1)

- Definición conceptual

Es entendida como la facultad para actuar con independencia y tomar decisiones organizacionales acorde a su estructura. Los emprendedores analizados desde esta dimensión difieren de su grado de independencia (Longenecker et al., 2004).

Es importante analizar este punto, pues define los acuerdos contractuales que guían el desarrollo del emprendimiento.

- Definición operacional:

Figura 46

Por su grado de autonomía



2.2.2.1.1 Proyecto independiente (Y1.1)

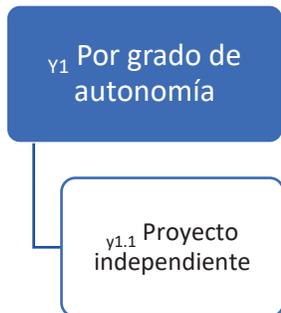
- Definición conceptual

Es entendido como un proyecto que tiene total independencia y no pertenece a otro macro, por lo que tiene libertad para tomar decisiones y acciones.

- Definición operacional

Figura 47

Por su grado de autonomía del proyecto independiente



2.2.2.1.2 Un proyecto que reside dentro de otra organización (Y1.2)

- Definición conceptual

Un proyecto que reside dentro de otra organización es aquel que tiene una estructura que responde a una organización más grande, por lo que sus objetivos y decisiones se ven sujetos a la organización a la que pertenecen.

- Definición operacional

Figura 48

Por su grado de autonomía del proyecto dentro de una organización

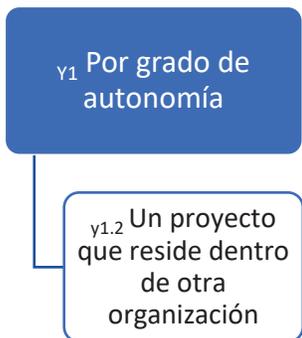


Tabla 8
Grado de autonomía

Pregunta #4: ¿Cuál de las siguientes categorías corresponde a tu emprendimiento?		
Grado de autonomía	Año	Cantidad
Proyecto independiente	2014	472
	2015	458
	2016	563
	2017	486
	2018	626
Un proyecto que reside dentro de una organización	2014	196
	2015	181
	2016	166
	2017	143
	2018	155

2.2.2.2 Área de impacto (Y.2)

- Definición conceptual

Es el campo en el que se tiene acciones directas y se logra resultados. Según los Objetivos del Desarrollo Sostenible, según el Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (2018), las áreas prioritarias para trabajar son: ‘poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad’.

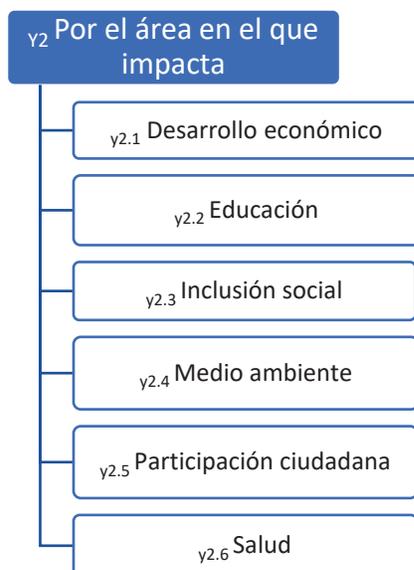
Solano (2017), menciona cuatro ejes de desarrollo: económico, social, ambiental e institucional, donde se hace necesario trabajar en las capacidades de todos los actores

participantes con el fin de generar mayor impacto. El autor, concluye con que evidentemente el desarrollo no significa más ingresos, sino mejor calidad de vida.

- **Definición operacional:**

Figura 49

Por área en que impacta en el área de impacto



2.2.2.1 Desarrollo económico (Y2.1)

- **Definición conceptual**

Acorde a los objetivos que tiene la Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL, el desarrollo económico se trata de la generación y asignación eficiente de recursos financieros, que deben ser un mecanismo para lograr el desarrollo y la igualdad.

Para la CEPAL, el desarrollo económico en la región se logra a través de tres estrategias: Seguimiento sistemático de políticas y reformas macroeconómicas, evaluación de incidencia en términos de sustentabilidad, eficacia y equidad y un apoyo sustancial de los gobiernos para la formulación e implementación de dichas políticas y reformas.

En los Objetivos de Desarrollo Sostenible, este eje estaría representado en el ODS 8: “Trabajo decente y crecimiento económico”.

- Definición operacional

Figura 50

Por área en la que impacta



2.2.2.2 Educación (Y2.2)

- Definición conceptual

Según la Organización de las Naciones Unidas- ONU, la educación es un tema prioritario para lograr el desarrollo, es el objetivo de desarrollo número 4: “Educación de calidad”. Para la ONU, es un eje trascendental para mejorar la calidad de vida de las personas y desarrollar soluciones innovadoras para los problemas del mundo.

Los datos de la ONU, dan a conocer que 265 millones de niños y niñas no están escolarizados (sobre todo en África y zonas de conflicto), es decir no asisten a una escuela primaria y los niños que asisten, en su mayoría no tienen conocimientos básicos de lectura y aritmética, un problema que se extiende hasta la edad joven, donde 617 millones de jóvenes presentan esta carencia.

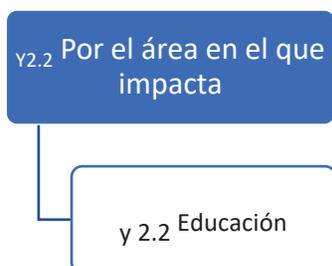
Es importante destacar, que la información mostrada por la ONU señala que en la última década se registran avances respecto a la inclusión y el acceso a la educación, por ejemplo, el 91% de niños en etapa de edad escolar, tienen registrada una matrícula; sin

embargo, es necesario hacer más esfuerzos por mejorar la educación a nivel global y lograr que todos los países cumplan con sus objetivos.

- Definición operacional

Figura 51

Por su área en el que impacta en la educación



2.2.2.3 Inclusión social (Y2.3)

- Definición conceptual

Es un enfoque que permite la integración de políticas para favor de todos los grupos sociales, permitiendo alcanzar soluciones a todas las personas de una sociedad, sin distinguir aspectos como el género, poder adquisitivo, zona de residencia, entre otros, dejando de lado políticas residuales e incrementando la inversión social e innovaciones en la protección social (Muñoz- Pogossian y Barrantes, 2016).

- Definición operacional

Figura 52

Por su área en el que impacta en la inclusión social



2.2.2.4 Medioambiente (Y2.4)

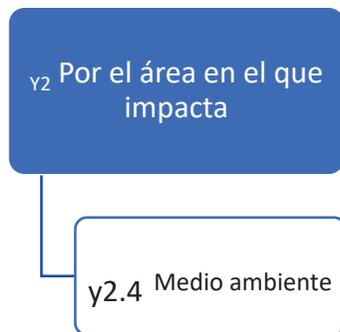
- Definición conceptual

Acorde a la definición de Real Academia de la Lengua Española medio ambiente es el 'Conjunto de circunstancias o condiciones exteriores a un ser vivo que influyen en su desarrollo y en sus actividades', así mismo desde la biología se entiende al medio como “un conjunto de factores físicos, biológicos y humanos que condicionan la presencia, la supervivencia o la proliferación de una determinada especie” (Giolitto, 1984 citado por Montoya, 2010). Según Montoya, J. actualmente el concepto de medio ambiente trasciende la relación físico- biológica humana para relacionarse también con el aspecto social natural, cultural que determina la existencia del hombre y sus formas de vida. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2018), el medio ambiente es indispensable para el desarrollo sostenible.

- Definición operacional

Figura 53

Por el área en el que impacta en el medio ambiente



2.2.2.5 Participación ciudadana (Y2.5)

- Definición conceptual

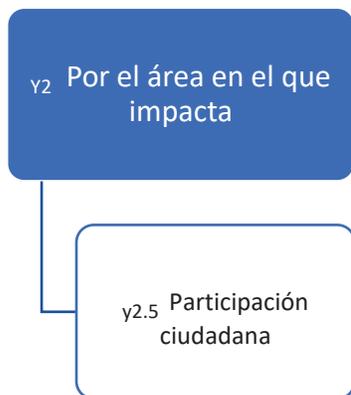
Según el proyecto ‘‘Fortalecimiento de la participación ciudadana y gobernanza ambiental para la sustentabilidad 2014-2019’’ del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, la participación ciudadana es entendida como un fenómeno donde los ciudadanos toman acción en temas públicos, es decir, la sociedad civil se involucra de forma voluntaria y activa en diversos temas comunitarios, más allá de hacerlo solamente a través de las elecciones.

La participación ciudadana incluye cualquier forma de acción colectiva con el fin de incidir en las decisiones de política pública. (Pares,2009, citado por Díaz, 2017)

- Definición operacional

Figura 54

Por el área en el que impacta en la participación ciudadana



2.2.2.6 Salud (Y2.6)

- Definición conceptual

El Preámbulo de la Constitución de la Organización Mundial de la Salud Organización Mundial de la Salud señala que ‘‘la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades’’ y es una definición que entró en vigencia desde 1948, vigencia y hasta la fecha, no ha sido cambiada.

- Definición operacional

Figura 55

Por el área en que impacta en la salud

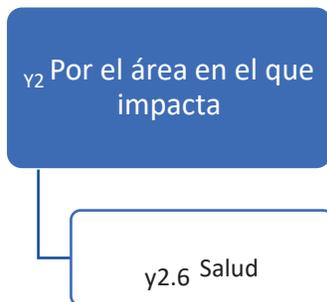


Tabla 9
Area de impacto

Pregunta 5: ¿Cuál es la principal área de impacto de tu organización?		
Área de impacto	Año	Cantidad
Desarrollo económico	2014	63
	2015	56
	2016	83
	2017	74
	2018	96
Educación	2014	158
	2015	174
	2016	195
	2017	162
	2018	191
Inclusión social	2014	153
	2015	134
	2016	184
	2017	161
	2018	176
Medio Ambiente	2014	121
	2015	113
	2016	139
	2017	102
	2018	119
Participación ciudadana	2014	88
	2015	76
	2016	75
	2017	62
	2018	92
Salud	2014	33
	2015	75
	2016	65
	2017	55
	2018	83

2.2.2.3 Por sus fines (Y3)

- Definición conceptual

Se refiere a qué objetivos se proyecta, en el caso del emprendimiento, puede ser organizaciones con fines de lucro y misión social, sin fines de lucro y misión social o combinar ambas estrategias.

- Definición operacional:

Figura 56

Por sus fines



2.2.2.3.1 Con fines de lucro y misión social (Y3.1)

- Definición conceptual:

Es una organización que tiene objetivo la rentabilidad, pero a su vez, lograr un impacto social. En este tipo de organizaciones los socios o fundadores distribuyen los excedentes de los ingresos menos los egresos cada mes, el lucro es legítimo y uno de los objetivos que busca cumplir la organización.

- Definición operacional:

Figura 57

Por sus fines de lucro y misión social (y3.1)



2.2.2.3.2 Sin fines de lucro y misión social (Y3.2)

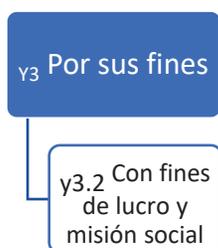
- Definición conceptual:

Entendemos por una organización sin fines de lucro y misión social, a una organización que no tiene como fin generar y distribuir ganancias entre sus miembros, sino exclusivamente cumplir un fin social. En caso se generen ganancias a través de una unidad de negocio de este tipo de organizaciones, las ganancias no se distribuyen, sino se reinvierte en el propósito exclusivo de la organización.

- Definición operacional:

Figura 58

Por sus fines de lucro y misión social (y3.2)



2.2.2.3.3 Combina ambas estrategias (Y3.3)

- Definición conceptual:

Las organizaciones que combinan ambas estrategias, son mixtas, es decir, tienen servicios con fines de lucro y servicios sin fines de lucro, que lo llevan como acciones voluntarias y no retribuidas.

- Definición operacional:

Figura 59

Por sus fines de combinación de ambas estrategias

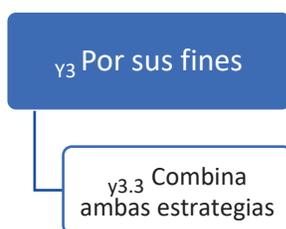


Tabla 10

Modelo de organizacion

Pregunta #6: ¿Cuál de las siguientes modelos sigue tu organización?		
Modelo	Año	Cantidad
Con fines de lucro y misión social	2014	111
	2015	106
	2016	135
	2017	129
	2018	170
Sin fines de lucro y con misión social	2014	191
	2015	354
	2016	366
	2017	358
	2018	369
Combina ambas estrategias	2014	127
	2015	137
	2016	166
	2017	135
	2018	188

2.2.2.4 Por sus mecanismos de financiamiento (Y4)

- **Definición conceptual**

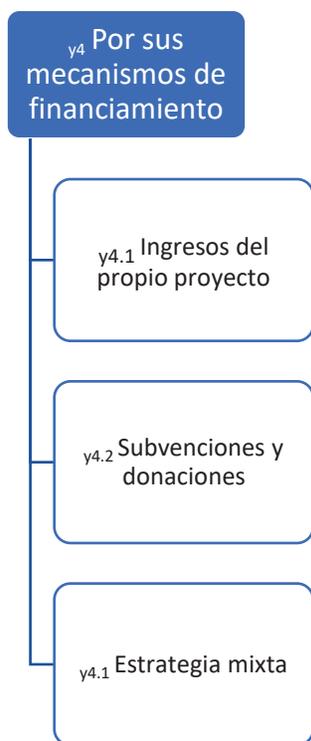
Son el conjunto de formas que se utiliza para obtener recursos financieros. Los emprendedores en un primer momento, principalmente son financiados por sus amigos, familia y personas que apuestan por ellos (family, Friends and fools).

La literatura académica muestra que los emprendedores buscan aprovechar al máximo los recursos, lo que significa, aprovechar también los recursos de otros, como trabajar a plazos con proveedores, comprar equipos usados, entre otros (Winborg, 1997, citado por Kantis, 2004).

- **Definición operacional:**

Figura 60

Por sus mecanismos de financiamiento



2.2.2.4.1 Generación y utilización de ingresos propios de la organización (Y4.1)

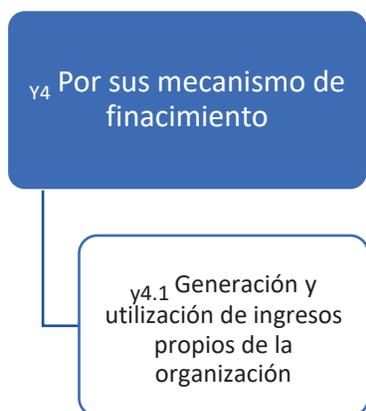
- Definición conceptual

Se trata de que el dinero que utiliza la organización, proviene de los servicios o productos vendidos por esta y no tiene necesidad de recurrir a otros mecanismos de financiamiento externos.

- Definición operacional

Figura 61

Por generación y utilización de ingresos propios de la organización



2.2.2.4.2 Subvenciones y donaciones (Y4.2)

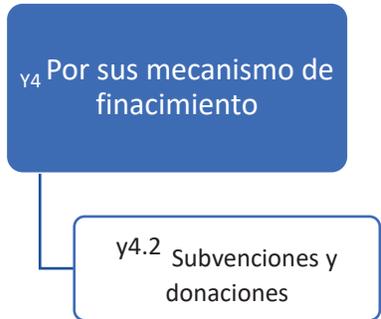
- Definición conceptual

Para el programa las subvenciones y donaciones, son entendidas como el dinero que da una persona o institución a otra sin que este tenga que ser reembolsado, sino más bien destinado al fin para el que se solicita este apoyo.

- **Definición operacional**

Figura 62

Por subvenciones y donaciones



2.2.2.4.3 Estrategia mixta (Y4.3)

- **Definición conceptual**

Es entendida como la forma de percibir ingresos ya sea de forma propia o por subvenciones y donaciones, lo que hace que su mecanismo de financiamiento es mixto.

- **Definición operacional**

Figura 63

Por estrategia mixta

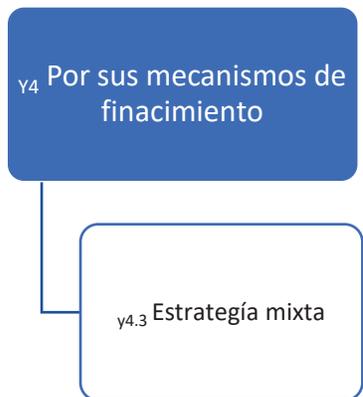


Tabla 11*Fuente de financiamiento*

Pregunta #7: ¿Cuál de los siguientes mecanismos de financiamiento aplica a la forma de sostenerse económicamente tu organización?

Fuentes de financiamiento	Año	Cantidad
Ingresos del propio proyecto	2014	71
	2015	80
	2016	112
	2017	108
	2018	162
Subvenciones y donaciones	2014	201
	2015	198
	2016	218
	2017	168
	2018	225
Estrategia mixta	2014	297
	2015	296
	2016	316
	2017	277
	2018	312

2.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

“Emprendimiento social: una revisión crítica del concepto” Facultad de Negocios- Universidad de Victoria. Ana María Peredo & Murdith McLean- Editorial Elsevier- 2005

Peredo y Murdith realizan un examen sobre el concepto de “Emprendimiento Social” en su uso común, arribando a un concepto flexible a raíz del análisis de las diversas propuestas de otros autores. Peredo & Murdith tienen un objetivo claro con la investigación: Conocer qué es el emprendimiento social, llegando a las siguientes conclusiones:

- El emprendimiento social se ejerce cuando alguna persona o personas, apuntan fundamentalmente a crear un tipo de valor social.
- Se crea valor social reconociendo y explotando oportunidades, empleando innovación, tolerando el riesgo y aceptar las limitaciones que se tiene con los recursos disponibles.
- El análisis del concepto de emprendimiento social tiene que ir entorno a no “idealizar” al emprendedor social, por ejemplo Mort Weerawardena y Carnegie (2003) proponen que los empresarios sociales tienen un “equilibrado juicio”, dando a entender que es un emprendedor virtuoso; sin embargo, tendría que utilizar conceptos que permitan todos los casos posibles en el emprendimiento acorde a la realidad, en este sentido, el concepto de emprendimiento social debe acoger en esta categoría emprendedores que sean infructuosos, inconsistentes y menos ejemplares.
- Hay muchos estudios e investigaciones que van entorno a categorizar cuales son emprendimientos sociales y cuáles no, según la motivación de sus creadores; sin

embargo, esta discusión no tiene consecuencias prácticas. Lo que merece resaltarse y analizar son los resultados socialmente valiosos.

- El emprendimiento social se ejerce cuando una persona o grupo tiene como objetivo crear valor social, ya sea exclusivamente o al menos de alguna manera prominente, además muestre una capacidad para reconocer y aprovechar las oportunidades para crear ese valor, que emplee innovación, que va desde la invención abierta hasta la adaptación de la novedad de otra persona, en la creación y distribución de valores sociales, busca y disemina el valor social y son inusualmente ingeniosos en ser relativamente redundantes en el seguimiento de esfuerzos sociales”.
- No hay una forma exacta de fijar el límite de la importancia de los objetivos sociales para ver que emprendimientos califican, y cuales no para ser entendidos como sociales.
- Debido a la diversidad de enfoques, los programas, estudios y cualquier persona u organización que haga referencia a ‘’ emprendimiento social’’ debe dejar en claro el sentido que le atribuye, para la total comprensión de la información.
- El emprendimiento social no es solo ejercido por un individuo, sino también por un equipo o grupo de personas (Thompson 2002). Una comunidad puede ejercer un espíritu emprendedor social; es decir, un individuo, un miembro de un grupo o una organización, pueden llevar a cabo acciones que persigan objetivos sociales. (Peredo y Chrisman 2006).

**Aproximación a la caracterización de emprendedores avalados por el Fondo
Emprender Sincelejo. Universidad Nacional de Colombia- Carmen Estela Herrera
Guerra y Luz Alexandra Montoya Restrepo- 2012**

Herrera y Montoya realizaron esta investigación que se desarrolló desde un enfoque cualitativo y descriptivo. Tuvo como objetivo realizar una aproximación a la caracterización de los emprendedores financiados por el Fondo Emprender Sincelejo, utilizando como fuente bibliográfica, libros y revistas indexadas por Colciencias. Las investigadoras, quienes también contrastaron su estudio con el reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia Caribe 2010 para validar la información, arribaron a las siguientes conclusiones:

- Hay más emprendedores del género masculino (52.94%).
- La mayoría de los emprendimientos analizados, se encuentra en la etapa de empresas nuevas, se detecta también un incremento de emprendedores.
- Los emprendedores potenciales se encuentran en un rango de 18 a 35 años.
- La mayoría de los emprendedores, no tienen una dedicación exclusiva a su empresa, sino que sus recursos vienen de sus ingresos generados por su profesión.
- La gran mayoría conoció a una persona que la inspiró a crear su propia empresa.
- La motivación para crear una empresa obedeció principalmente a dos factores: Oportunidad y generar empleo a otros, seguido de generar autoempleo, como consecuencia de la necesidad.
- La percepción de poseer habilidades y conocimientos para emprender la empresa, fue confirmada por los resultados.
- La creación de empresas es considerada como una elección de carrera (principalmente en los recién graduados).

- Ingresos bajos (aproximadamente tres salarios mínimos, diferente a la expectativa que se tenía al crear la empresa y razón por lo que no tienen dedicación exclusiva a sus negocios).
- Los emprendedores son tomadores de riesgos y están permanentemente atentos a oportunidades.
- Los emprendedores encuestados, estuvieron en su mayoría de acuerdo que quienes estén interesados en formar su propia empresa deben tener conocimiento del negocio y formación académica, así como tener innovación en el producto y motivación.
- Un alto porcentaje de los emprendedores del grupo de estudio, tienen formación en pre grado (podría explicarse por las condiciones que pide el programa). Sin embargo, también se contrasta con los datos del GEM, que reportan que los profesionales universitarios tienen un mayor índice de emprendimiento y el nivel educativo es una variable determinante en la calidad del emprendimiento.

Las autoras de la investigación recomiendan seguir investigando este campo, donde es fundamental seguir sumando a su construcción teórica. También es importante no diseñar y promover un “perfil de éxito”, pues cada persona actúa de forma particular según las oportunidades que se le presentan y en correspondencia a múltiples variables.

El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. Universidad Autónoma de Asunción- Paraguay- Sebastián Il Sung Park y Sergio Duarte Masi- 2015.

Los doctores Sung y Duarte exploraron teorías relacionadas con el perfil del emprendedor e investigaciones sobre el tema en Iberoamérica, destacando algunas características y variables contextuales, las conclusiones a las que se arribaron fueron:

- Las principales cualidades del emprendedor son: Innovación, creatividad, proactivos, tolerancia al fracaso, perseverancia, necesidad de logro, motivación, optimismo, trabajo arduo, concentración y disfrute por la actividad de emprender.
- En un estudio de emprendimiento femenino en España se observó que “el conocimiento de otros emprendedores facilita el proceso emprendedor y la red de contactos en tamaño y diversidad; es más intenso en el colectivo masculino; presenta una menor tendencia al endeudamiento que en los hombres; tiene menor presencia en actividades intensivas en capital; y una menor propensión a asumir riesgos”.
- Un estudio realizado a emprendedores en Brasil, se reveló que “los rasgos psicológicos inciden en la supervivencia de un proyecto empresarial; los emprendedores con más creatividad, capacidad de innovación, liderazgo y respaldo por parte de familiares, amigos e instituciones son aquellos cuyos proyectos tienen más posibilidades de sobrevivir; es de suma importancia la formación y experiencia; Cuanto antes ha empezado el emprendedor a tener experiencias profesionales, mayor es la posibilidad de que su proyecto sobreviva”.
- Los autores señalan que “la cantidad y la calidad de las investigaciones tienen una relación directa con el nivel de desarrollo de cada país. Inclusive la infraestructura para fomentar al emprendimiento tendría la misma relación”.

Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional- Banco Interamericano de Desarrollo- IDB y Fundes Internacional. Editor Hugo Kantis y colaboradores: Pablo Angelelli y Virginia Moori Koenig- IDB Bookstore 2004.

La investigación, publicada en el libro Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia Internacional, cuenta con dos partes: La primera, constituida por el análisis

del emprendimiento en América Latina, Este de Asia y Sur de Europa y la segunda referente a programas exitosos de promoción de nuevos emprendimientos. A su vez, el contenido abarca una revisión teórica, análisis del contexto emprendedor de cada país, características de emprendimientos más dinámicos, factores de influencia, fuentes de financiamiento, entre otros. Además, arriva a las siguientes conclusiones:

- Los países incluidos en el estudio fueron Argentina, Brasil, México, Perú, Chile, Costa Rica y El Salvador, en América Latina; Taiwán, Corea, Japón y Singapur en el este de Asia, y España e Italia en el sur de Europa.
- América Latina está apostando por incrementar el fomento del espíritu empresarial y la creación de nuevas empresas como eje de desarrollo económico y social.
- Las universidades en América Latina, están teniendo un rol más activo para fomentar una cultura emprendedora y las generaciones de emprendimientos, esto se ve reflejado en la creación de números programas que tienen este objetivo.
- Los municipios están desarrollando un papel más activo respecto a procesos de acompañamiento de las iniciativas locales nacientes.
- Resulta fundamental que las empresas privadas estén vinculadas en la ejecución de los programas, esto para el cambio de mentalidad y difusión de la cultura emprendedora, como para apoyos específicos a los emprendimientos y consolidar relaciones con otras instituciones.
- Los emprendimientos de todos los países analizados, prioritariamente se financian con recursos propios; sin embargo, América Latina se encuentra en desventaja de para el acceso a capital privado y crédito bancario.
- Según el GEM, el porcentaje de personas que emprenden por falta de oportunidades laborales, es mucho mayor que en el resto del mundo.

- Las empresas dinámicas fueron en su mayoría creadas en la edad promedio de 36-37 años.
- México es la región que aporta más nuevos emprendedores, mientras que, en Chile, por ejemplo, los empresarios dinámicos, ya habían tenido dos o tres experiencias previas generando negocios, posiblemente empiezan más tarde que en otros lugares, por los costos de oportunidad para emprender.
- Los emprendedores no valoran significativamente el rol de la universidad en sus procesos de crecimiento, lo que evidencia una necesidad de la academia de proponer mejores programas y cambios curriculares.
- El dinamismo de las empresas latinoamericanas es inferior comparados con otros países del mundo; sin embargo, se debe reconocer el esfuerzo de desarrollar empresas de estas características con condiciones adversas.
- En países asiáticos la mayor fuente de motivación, son los medios de comunicación mientras en Europa, la tradición familiar. En el caso latinoamericano se debe superar esas variables socio contextuales para poder fomentar la vocación emprendedora.
- Las redes de los equipos de emprendedores de Latinoamérica, se limita sobre todo a su contexto más cercano.
- Las empresas dinámicas se componen por equipos de socios con funciones complementarias, lo que se contrapone a tener “héroes individuales”.
- Las motivaciones para emprender, están constituidos por factores económicos, principalmente por la necesidad de desarrollo, satisfacción personal y contribuir a la sociedad.

- En países asiáticos y europeos, la empresa constituye un elemento fundamental para la transferencia de conocimientos técnicos, en América Latina, son sobre todo las universidades.
- Los emprendimientos dinámicos latinoamericanos son los que cuentan con condiciones de entorno menos favorables.
- La difusión de casos de éxitos de emprendimientos, contribuye a fortalecer la cultura empresarial, y es común en países de Asia, Europa y América; en Latinoamérica debería realizarse esto para contribuir a la generación de nuevas iniciativas.

**Visión general de los datos de la aplicación global del 2015- Youth Action Net-
Centro de Opinión Pública Laurete México 2016**

El objetivo de la investigación desarrollada por el Centro de Opinión Pública Laurete México, tuvo como fin evaluar las postulaciones de doce países a nivel global (conformado por 101 ciudades) y determinar las tendencias de desarrollo social en los negocios de los jóvenes emprendedores en el mundo.

Los países de los cuales se analizó la data, fueron Brasil, Costa Rica, Chile, Honduras, Jordania, México, Morocco, Perú, África, España y Turquía.

En total se analizaron 1433 postulaciones y las conclusiones fueron las siguientes:

- La mayoría de postulaciones fueron registradas por varones (un 61%, seguido de un 39% de mujeres).
- Un 62% de postulantes tienen estudios universitarios, seguidos por postulantes que cuentan con estudios de postgrado. Por otro lado, los estudiantes de educación regular, son más que los que tienen estudios técnicos- vocacionales.
- Los postulantes que cuentan con estudios de postgrado reconocen como principal factor motivacional el conocimiento adquirido por la educación.

- La mayoría de postulaciones provienen de Sudamérica, seguido por África y Norteamérica, en los últimos lugares está Oceanía y El Caribe.
- En África, hubo más postulaciones de mujeres entre los países analizados, mientras que hubo una mayor presencia de postulantes varones en Europa.
- Las áreas de impacto que sobresalen es educación con un 29% e inclusión social con un 23% las áreas de menor predominancia son salud y medio ambiente, ambas con 11%.
- La principal motivación para iniciar su emprendimiento es una experiencia personal con el problema social, seguido de un sentimiento de empatía por el otro. El último lugar, es ocupado por el factor motivacional “fe o religión”.
- La mayoría de emprendimientos son sin fines de lucro, le siguen organizaciones que combinan ambas estrategias y finalmente las organizaciones con fines de lucro, con un 15%.
- El tipo de financiamiento de estas postulaciones es en su mayoría mixto, seguido por un 28% de organizaciones que se financian por subvenciones o donaciones.
- Hay más emprendimientos que dependen de ingresos propios en Europa, mientras los que dependen de subvenciones y donaciones, tienen presencia mayoritaria en Oceanía. Norteamérica presenta más emprendimientos que tienen una estrategia mixta.
- En Sudamérica, se observa más emprendimientos con una estrategia mixta de financiamiento, seguida por emprendimientos que captan subvenciones, donaciones, y finalmente, quienes dependen de los ingresos propios del proyecto.

El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica- ¿Están las universidades haciendo lo suficiente? – Universidad San Martín de Porres y Accreditation Council for Business Schools and Programs- Dr. Wilfredo A. Giraldo-Mejía, Dr. Arístides A. Vara Horna. Lima, Perú 2018.

La Universidad San Martín de Porres alcanza esta investigación que se desarrolla de forma regional con otras universidades que pertenecen a la Accreditation Council for Business Schools and Programs- ACBSP, con el fin de ayudar a otras instituciones a hacer su labor más efectiva, dando información sobre la prevalencia de estudiantes que están liderando emprendimientos sociales así como profundiza en la información de las variables que constituyen la formación de los estudiantes con un sentido de enfoque social.

En el estudio, participaron 5243 estudiantes de facultades de ciencias administrativas de 26 universidades de América Latina que son parte del Consejo de Acreditación de Escuelas y Programas de Negocios- ACBSP. La población de estudiantes de 46 universidades de Latinoamérica acreditadas o en proceso de acreditación por el ACBSP 2017, suman un total de 25,830 estudiantes.

Las preguntas que se respondieron a través de esta investigación son: ¿Cuál es la prevalencia de estudiantes que lideran emprendimientos sociales?, ¿qué tan satisfechos están con los servicios y programas ofertados por las universidades?, ¿existe una demanda insatisfecha de emprendedores sociales potenciales?, ¿qué tanto ha influido la universidad en el comportamiento emprendedor social de sus estudiantes?, ¿existen diferencias de género en estas relaciones?

Las principales conclusiones a las que se arriban son:

- El 15% de estudiantes de Latinoamérica ha sido parte de algún emprendimiento social en la región, ya sea como fundador (3.4%), colaborador (8.2%), practicante (3.4%).
- Los líderes de emprendimientos sociales presentan una clara influencia familiar, mayor experiencia laboral y mayor presencia de mujeres.
- Un 62% de estudiantes tiene el deseo de iniciar un emprendimiento social; sin embargo, cada cien estudiantes que tiene una intención de emprender en el campo social, solo tres lo han logrado.
- Las principales variables que influyen en la intención emprendedora son: Sentirse competente, tener una buena imagen del emprendedor social y contar con apoyo social. Se debe reenfocar las estrategias pedagógicas para la formación universitaria del emprendimiento social.
- La mayoría de estudiantes encuestados señalan que la universidad brinda los recursos necesarios para iniciar un emprendimiento social. Existe una fuerte correlación entre el soporte universitario y la intención emprendedora, mas no entre el soporte universitario y el comportamiento emprendedor.
- No existe una influencia directa del soporte universitario hacia el comportamiento del emprendimiento social, pero si hay una ruta de influencia del soporte universitario en la intención emprendedora.
- Es necesario mejorar la percepción de los estudiantes sobre los emprendedores sociales, visibilizando casos de éxito e intercambio de experiencias.
- Se requieren más estudios especializados para seguir entendiendo el fenómeno del emprendimiento social, los estudios comparativos, por ejemplo, facilitarían la

comprensión de la influencia de las variables contextuales, así mismo se precisa de investigaciones longitudinales o cuasiexperimentales.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

HG1: Existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

3.2 Hipótesis estadística

Ho: "NO existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

H1: "SI existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

3.3 Hipótesis específicas

HE1

Ho: "No existe relación entre el género del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

H1: "SI existe relación entre el género del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

HE2

Ho: "No existe relación entre la edad del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

H1: "SI existe relación entre la edad del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica.

HE3

Ho: "No existe relación entre el grado de instrucción del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

H1: "SI existe relación entre el grado de instrucción del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

HE4

Ho: "No existe relación entre factor motivacional del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

H1: "SI existe relación entre el factor motivacional del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica.

HE5

Ho: "No es factible el diseño de una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación."

H1: "SI es factible el diseño de una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación."

3.4 Identificación de variables

- Variable independiente: Características del emprendedor social.
- Variable dependiente: Tipo de emprendimiento que postula.

Se considera que las características del emprendedor social, es una variable independiente debido a que está conformado por atributos propios del ser que anteceden al comportamiento del mismo en la actividad que realice (tipos de emprendimiento). Así, en el análisis de regresión lineal se predice el tipo de emprendimiento según el valor de la variable características.

3.5 Operacionalización de variables

Variable independiente (X): Características del emprendedor social

Factor X1: Lugar de residencia

Indicadores:

X1.1. Cantidad de residentes en Perú

X1.2. Cantidad de residentes en Chile

X1.3. Cantidad de residentes en Brasil

X1.4. Cantidad de residentes en Costa Rica

X1.5. Cantidad de residentes en Honduras

X1.6. Cantidad de residentes en México

Factor X2: Género

Indicadores:

X2.1. Cantidad del género masculino

X2.2. Cantidad del género femenino

X2.3. Cantidad de otras opciones

Factor X3: Nivel etario

Indicadores:

X3.1. Entre 18 a 23 años

X3.2. Entre 24 a 29 años

X3.3 Otras edades

Factor X4: Grado de instrucción

Indicadores:

X4.1 Sin educación formal

X4.2 Con educación primaria

X4.3 Con educación secundaria

X4.4 Con estudios técnicos/vocacionales

X4.5 Con estudios universitarios

X4.6 Con estudios de postgrado

Factor X5: Factor motivacional

Indicadores:

X5.1. Conocimientos adquiridos por medios de la educación

X5.2. Experiencia personal con un problema social

X5.3. Contacto con un problema social a través del voluntariado

X5.4. Influencia de amigos

X5.5. Influencia de familia

X5.6. Influencia de un mentor o persona ejemplar

X5.7. Sentimiento de empatía en relación con el otro

X5.8 Inspiración de fe o religión

Factor X6: Fuentes de información

Indicadores:

X6.1 Amigo

X6.2 Internet

X6.3 Radio/TV

X6.4 Periódico/Revista

X6.5 Charla

X6.6 Ganador del premio

X6.7 Organización

X6.8 Universidad/Instituto

X6.0 Otro

Variable independiente (Y): Tipo de emprendimiento que postula

Factor Y1: Por el grado de autonomía

Indicadores:

Y1.1. Proyecto independiente

Y1.2. Proyecto que reside dentro de otra organización

Factor Y2: Por el área de impacto

Indicadores:

Y2.1. Desarrollo económico

Y2.2. Educación

Y2.3. Inclusión social

Y2.4. Medioambiente

Y2.5. Participación ciudadana

Y2.6. Salud

Factor Y3: Por sus fines

Indicadores:

Y3.1. Con fines de lucro

Y3.1. Sin fines de lucro

Y3.3. Combina fines

Factor Y4: Por sus fuentes de financiamiento

Indicadores:

Y4.1 Generación y utilización de ingresos propios de la organización

Y4.2 Subvenciones y donaciones

Y4.3 Estrategia mixta

IV. METODOLOGÍA

4.1 Ámbito geográfico y temporalidad

El estudio se hizo en base a la data de seis países del ámbito latinoamericano, compuesto por Perú, Chile, Brasil, Costa Rica, Honduras y México con información histórica obtenida de las estadísticas del programa YouthActionNet en el periodo comprendido entre los años 2014-2018. La investigación formalmente tuvo una duración de dos años.

4.2 Tipo de investigación

4.1.1 En cuanto a su finalidad

Es una investigación aplicada, pues se aporta a dar luces sobre un problema, en este caso a cuál es la relación que existe entre las características del emprendedor social y el tipo de emprendimiento al que postula al programa YAN en Latinoamérica, pudiendo usarse para diversos fines de forma práctica.

4.1.2 En cuanto al diseño de investigación

Es una investigación no experimental, porque no se pueden manipular deliberadamente las variables (Hernández et al., 2014), sino más bien observamos, analizamos y medimos la relación de variables categóricas en base a la información que los postulantes al programa Youth Action Net han registrado en cuatro años, sin alterar el contexto natural.

4.1.3 En cuanto a la naturaleza de los datos manejados

La naturaleza es cuantitativa porque la sistematización de los datos analizados responde al problema general, por lo cual se recurrió al índice de correlación a partir del procesamiento de la información estadística.

4.1.4 En cuanto a la prolongación en el tiempo de estudio

Es longitudinal, pues se tuvo cinco observaciones anuales, considerando los años 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 (Linares, 2016, p.59).

4.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación del presente estudio es correlacional, porque el objetivo es conocer el grado de relación de las variables: “Características del emprendedor social” y “tipo de emprendimiento” que postula al PYAN en Latinoamérica, “para cuantificar y analizar su relación”. Al ser correlacional, presenta estudios descriptivos como base para las investigaciones de este alcance (Hernández, 2010 et al.).

4.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis está conformada por la información obtenida por el programa Youth Action Net de emprendedores sociales de Perú, Chile, Brasil, Costa Rica, Honduras y México en relación a las variables “características del emprendedor social” y el “tipo de emprendimiento que postula”.

Para tener más entendimiento del programa, se presenta la estructura organizacional de Youth Action Net, conformada por la misión y visión, así como su enfoque, impactos, alianzas y otros elementos clave que guían su acción a nivel internacional.

4.4.1 Antecedentes y filosofía

El programa Youth Action Net fue lanzado el 2001 por la International Youth Foundation con el apoyo de Nokia Corporation. La propuesta se basa en que el cambio social ocurre cuando las personas piensan de modo diferente en la resolución de problemas y toman medidas para generar soluciones. Los miembros del programa son pioneros en soluciones innovadoras para algunos de los desafíos más difíciles del mundo.

Según los datos manejados por el programa, en el mundo, más de mil millones de jóvenes, de entre 12 y 24 años, están en transición hacia la edad adulta. Esto representa una población "abultada" dramática con la mayoría de estos jóvenes que viven en países en desarrollo. Estas tendencias demográficas plantean riesgos, así como enormes oportunidades para los jóvenes. Se necesitan políticas e intervenciones apropiadas para aprovechar este potencial humano para el bien. En este entorno, las estrategias innovadoras, el talento y la perspicacia de los jóvenes emprendedores sociales están marcando la diferencia al abordar los problemas sociales y al crear un impulso para el cambio.

A través de todas las actividades de sus programas, IYF busca promover este potencial de los jóvenes y prepararlos para participar plenamente en la vida cívica de sus comunidades. Además, al participar en el servicio a sus comunidades, los jóvenes se desarrollan como individuos y como ciudadanos activos.

Una encuesta de IYF sobre las barreras que enfrentan los jóvenes emprendedores sociales encontró cuatro desafíos principales:

- Muchos jóvenes emprendedores trabajan de forma aislada sin redes de apoyo y mentores profesionales.
- Habilidades y lagunas inadecuadas en el conocimiento para implementar proyectos sostenibles.
- Poco acceso a espacios seguros para el aprendizaje entre pares.
- Brechas crónicas en el financiamiento.

4.4.2 Misión

La misión de Youth Action Net® es fortalecer, apoyar y celebrar el papel de los jóvenes en la creación de un cambio positivo en sus comunidades. Para cumplir esta misión y equipar a los líderes juveniles aspirantes y exitosos con el conocimiento y las habilidades

para llevar a cabo su trabajo de manera más efectiva, más sostenible y con un mayor impacto a largo plazo, Youth Action Net persigue tres objetivos clave:

- **Desarrollar habilidades de jóvenes emprendedores sociales:** Youth Action Net tiene como objetivo desarrollar las habilidades de jóvenes emprendedores sociales a través de dos métodos clave: Fellowship y VirtualLearning Tools. A través de un programa de becas de un año, líderes juveniles seleccionados y empresarios sociales se reúnen para una serie de retiros centrados en el desarrollo de habilidades y el intercambio de información. Estos retiros a menudo incluyen acceso a líderes experimentados, emprendedores sociales exitosos y medios de comunicación para mejorar las experiencias de desarrollo de habilidades de los Fellows. El plan de estudios de Liderazgo YouthActionNet® de IYF, que consta de 60 módulos que se centran en seis aspectos del liderazgo (personal, visionario, político, colaborativo, organizacional y social), proporciona una base para sus experiencias de aprendizaje. Las herramientas de aprendizaje en línea son otros mecanismos que YouthActionNet utiliza para mejorar las habilidades de los jóvenes emprendedores sociales. Estas herramientas incluyen sesiones de aprendizaje en línea, plataformas de redes sociales y orientación / tutoría virtual.

- **Proporciona acceso a redes y recursos para proyectos dirigidos por jóvenes:** Youth Action Net brinda múltiples oportunidades para que los líderes jóvenes y sus proyectos accedan a redes relevantes para aumentar el impacto de su trabajo. Estos incluyen facilitar reuniones de trabajo en red, permitir conexiones con organizaciones interesadas y oportunidades de financiación, tutoría.

- **Construye credibilidad para los jóvenes líderes en innovación social:** Youth Action Net utiliza un enfoque de defensa integral e integrado a través de publicaciones, campañas en los medios, participación de las partes interesadas y ceremonias públicas. Los miembros

de Youth Action Net se dedican a los esfuerzos de promoción para garantizar que el trabajo de los jóvenes emprendedores sociales de hoy sea reconocido y apoyado.

4.4.3 Enfoque

Youth Action Net ofrece un enfoque integral y holístico para abordar las necesidades de los jóvenes sociales empresarios, al mismo tiempo que desarrollan una comunidad global que apoya al sector en su conjunto.

Su trabajo se centra en cuatro estrategias clave:

1. **Apoyar a los jóvenes emprendedores sociales:** aprovechando la investigación sobre los jóvenes emprendedores sociales y sus necesidades, Youth Action Net ofrece servicios integrales, flexibles y adaptables y primeros programas de becas a nivel local y mundial. Combinan entrenamiento avanzado entre pares, aprendizaje entre pares, coaching / mentoring, acceso a redes / recursos y oportunidades de promoción que permiten a los líderes jóvenes profundizar su capacidad de liderazgo y llevar sus empresas al siguiente nivel.
2. **Creación de una red localmente enraizada y conectada globalmente:** el centro de la misión de Youth Action Net es el establecimiento de institutos nacionales / regionales que estén localmente arraigados y globalmente conectados. Estos institutos, están ubicados dentro de universidades, fundaciones y organizaciones no gubernamentales que adaptan sus enfoques para satisfacer las necesidades de los principales cambios dentro de sus países / regiones. Este modelo de franquicia social permite a Youth Action Net escalar su impacto, al tiempo que garantiza la propiedad y sostenibilidad a largo plazo.
3. **Inspira a una nueva generación de creadores de cambio a través de sistemas universitarios:** con el objetivo final de involucrar a una generación emergente de

jóvenes como creadores de cambios, Youth Action Net conecta a los miembros del programa con las universidades. Al compartir sus experiencias de la vida real al dirigirse a la comunidad desafíos, los becarios cierran la brecha entre la teoría y la práctica, mientras inspiran en sus universidades a sus pares sobre cómo ellos también pueden contribuir al cambio positivo. El aprendizaje fluye en ambos sentidos con estudiantes que comparten sus habilidades en mercadotecnia, planificación comercial y comunicaciones con los miembros del programa.

- i. **Proporcionar educación continua y aprendizaje permanente:** Con cientos de los miembros de Youth Action Net avanzando en sus carreras de cambio social, el programa está comprometido a proporcionar un alto impacto en la continuidad de oportunidades educativas en toda la red. El aprendizaje toma muchas formas, ya sea a través de seminarios web, videos, tutorías o el intercambio de recursos valiosos. A través de este completo enfoque, Youth Action Net, en colaboración con una serie de socios comprometidos, está trabajando para fortalecer y expandir el movimiento global actual comprometido con la creación de un cambio positivo.

4.4.4 Impacto

En el 2018, la red global Youth Action Net incluyó a 1.700 jóvenes emprendedores sociales en 90 países. Las empresas sociales dirigidas por los miembros del programa impactan más de 1.7 millones de vidas anualmente. Hasta la fecha, los 24 socios nacionales / regionales del instituto de todo el mundo han involucrado colectivamente a 139 sectores gubernamentales, empresariales y organizaciones cívicas en el logro de sus objetivos. Trabajando en conjunto, se ha alcanzado más de 6,100 estudiantes universitarios de todo el mundo.

4.4.5. Alianzas

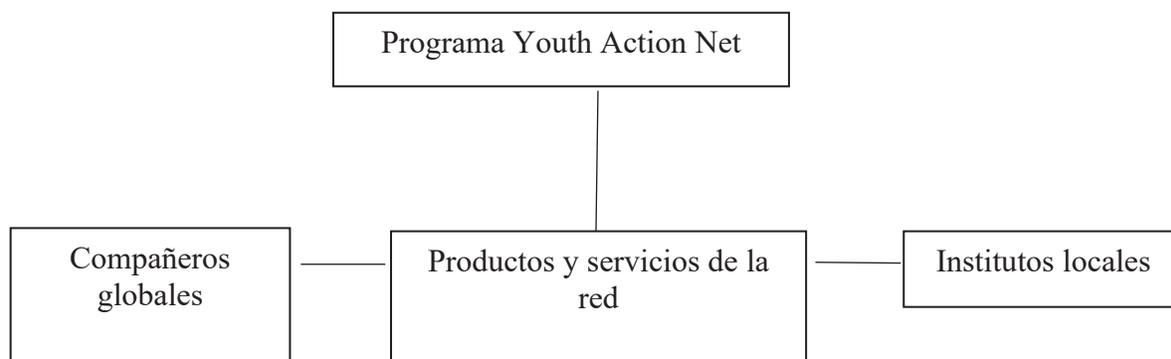
Dentro de las alianzas con las que cuenta el programa, están las organizaciones: Laureate International Universities, American Express Foundation, The MasterCard Foundation, Starbucks Foundation, United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO), U.S. Agency for International Development (USAID), Samsung Electronics.

Las universidades que implementan el programa de YouthActionNet en el mundo, están: Implementing Organizations: Makerere University Business School (Anglophone Africa program), King Abdullah II Fund for Development (Arab regional program), Foundation for Young Australians (Australia), Centro Universitário do Norte–Uninorte (Brazil), Universidade Anhembi Morumbi (Brazil), Universidade Potiguar (Brazil), Universidade Salvador—Unifacs (Brazil), Universidad Andrés Bello (Chile), AIEP (Chile), Universidad Latina (Costa Rica), Synapse Center (Francophone Africa program), Universidad Tecnológica Centroamericana (Honduras), Association of Social Entrepreneurs (Kyrgyzstan), Universidad del Valle de México (Mexico), Universidad Tecnológica de México (Mexico), Université Internationale de Casablanca (Morocco), LEAP Africa (Nigeria), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Peru), West African Research Center (Senegal), Monash South Africa (South Africa), Universidad Europea (Spain), Istanbul Bilgi University (Turkey), Universidade Europeia (Portugal).

4.4.6. Modelo operacional

Figura 64

Modelo operacional

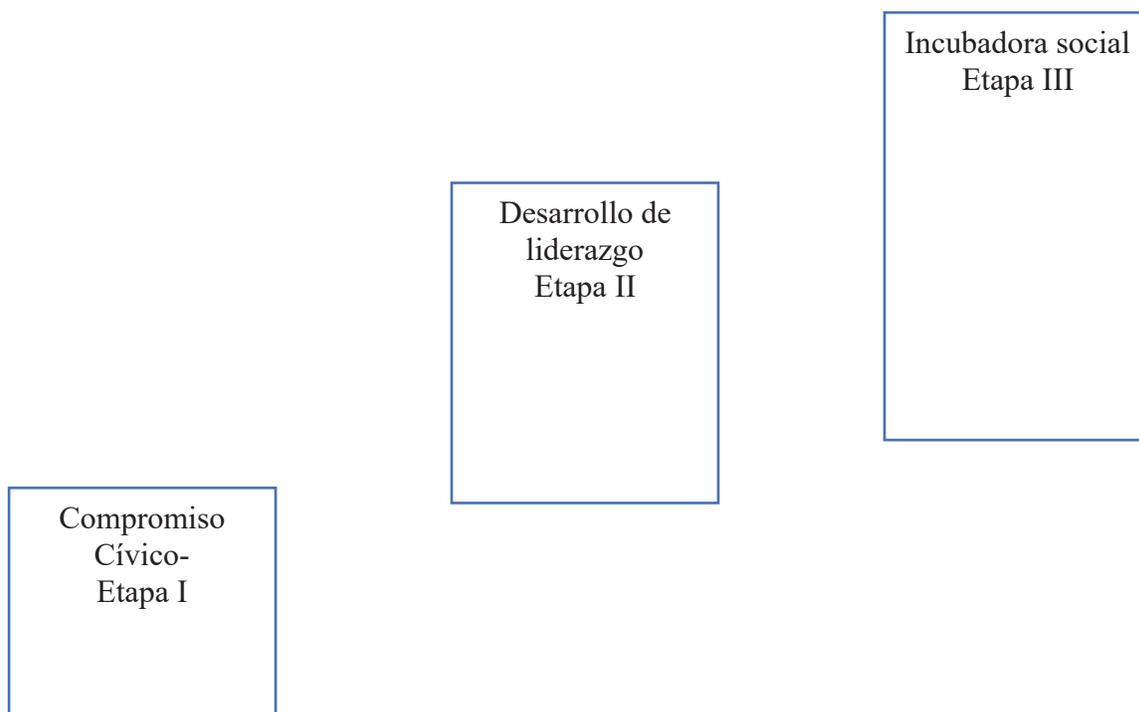


El modelo que usa el programa Youth Action Net para lograr sus objetivos se basa en tres ejes: Los compañeros globales, que se forma cada año en un país que elige el programa, donde son seleccionados 20 becarios a nivel internacional; los productos y servicios de la red, a los cuales, toda la red tiene acceso y garantiza el aprendizaje colectivo, las experiencias compartidas y la comunidad y los institutos locales, que contribuye a la adaptación e implementación del modelo Youth Action Net en un país / región específica asegurando una experiencia local culturalmente relevante y lingüísticamente adecuada.

4.4.7 Programas de liderazgo juvenil y emprendimiento social

Los programas de liderazgo juvenil están diseñados para abordar las necesidades de los líderes jóvenes en diferentes etapas de forma continua. Los programas se basan en tres entradas, de los cuales, las intervenciones de YouthActionNet se centran en la etapa dos y tres.

Figura 65
Enfoque de desarrollo personal



4.5 Unidades de observación

En la variable CES observaré:

- Lugar de residencia
 - Cantidad de residentes en Perú
 - Cantidad de residentes en Chile
 - Cantidad de residentes en Brasil
 - Cantidad de residentes en Costa Rica
 - Cantidad de residentes en Honduras
 - Cantidad de residentes en México
- **Género**
 - Cantidad del género masculino
 - Cantidad del género femenino

- Cantidad de otras opciones
- **Grupo etario**
 - Entre 18 a 23 años
 - Entre 24 a 29 años
- **Grado de instrucción**
 - Sin educación formal
 - Primaria
 - Secundaria
 - Estudios técnicos/ vocacionales
 - Estudios universitarios/ de grado
 - Preparatoria
 - Postgrado
- **Factor motivacional**
 - Conocimientos adquiridos por medio de la educación
 - Experiencia personal con un problema social
 - Contacto con un problema social a través del voluntariado
 - Influencia de amigos
 - Influencia de la familia
 - Influencia de un mentor o persona ejemplar
 - Sentimiento de empatía en relación al otro
 - Inspiración de fe o religión
- **Fuentes de información**
 - Amigo
 - Internet

- Radio/TV
- Periódico/ Revista
- Charla
- Ganador del premio
- Organización
- Universidad/Instituto
- Otro

En la variable TEP observaré:

- Por su grado de autonomía
 - Un proyecto independiente
 - Un proyecto que reside dentro de otra organización
- Por su área de impacto
 - Desarrollo económico
 - Educación
 - Inclusión Social
 - Medioambiente
 - Participación ciudadana
 - Salud
- Por sus fines:
 - Con fines de lucro y misión social
 - Sin fines de lucro y misión social
 - Combina ambas estrategias
- Por sus mecanismos de financiamiento:

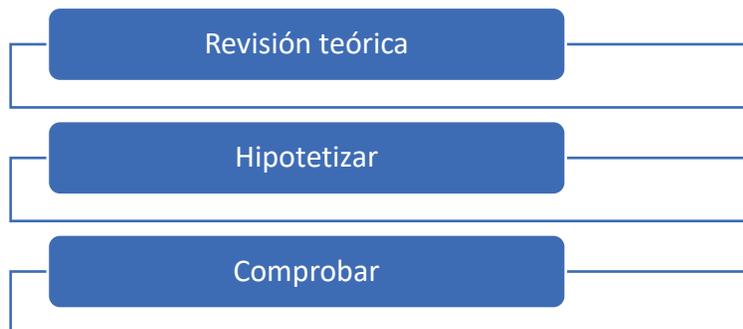
- Ingresos del propio proyecto
- Subvenciones y donaciones
- Estrategia mixta

4.6 Método de investigación

Esta investigación utiliza el método hipotético deductivo planteado por Karl Popper, con este método, iniciaremos la búsqueda del conocimiento científico a través de una revisión teórica previa, deduciendo las consecuencias y contrastando las hipótesis con la realidad para aceptarla en caso se valide o se refute y se rechace, de esta forma entendemos que la teoría nos da leyes y las leyes, consecuencias observables (Alvarado, 2005).

Figura 66

Método de investigación



Nota: Elaboración propia en base a La lógica de la investigación científica- Karl Popper (1977)

Para la formulación de la hipótesis, ‘se formuló hipótesis estadísticas: Ho- hipótesis nula y h1, hipótesis alterna, dentro de un nivel de confianza estadístico- Nivel de Confianza Estadística que determina si se aceptará o rechazará cualquiera de las hipótesis, considerando los errores de tipo 1 y 2’’. (Linares, 2016, pág67).

Esta formulación cumple con los requisitos de la hipótesis: Relevancia explicativa, posibilidad de ser sometida a prueba y contratación (Alvarado, 2005).

4.7 Obtención de la información

Para este estudio, se utiliza fuentes de información primaria, pues los datos se obtienen directamente de la fuente de estudio que constituye principalmente la información brindada por los postulantes al programa Youth Action Net, los mismos que son los datos recabados en el proceso de convocatoria correspondiente al periodo 2014- 2018.

Además, como fuentes secundarias, se usa libros y artículos científicos albergados en diversas bases de datos como Scopus y repositorios como Scielo, Dialnet, Redalyc. Para el marco teórico publicaciones de revistas indexeadas, lo que asegura tener información actualizada y validada por la comunidad científica.

Por último, se consultó al programa Publish or Perish para enriquecer la literatura académica y tener información categorizada y sistematizada, reconociendo fácilmente el número de citas, el año de publicación y diversas métricas que permiten priorizar la información utilizada.

Dentro de los principales libros utilizados están: Desarrollo Emprendedor: América Latina, la Experiencia Internacional del Banco Interamericano de Desarrollo y Administración de pequeñas empresas - lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento; así como la revisión de artículos científicos en torno al fomento del espíritu emprendedor y la conceptualización del emprendimiento y principalmente, del emprendimiento social.

4.8 Procesamiento y análisis de la información

1. Consolidación del valor cuantitativo de cada una de las variables en el ESQUEMA DE OPERACIONALIZACIÓN en cada una de las cinco observaciones.
2. Cuadro resumen que muestre los valores de X i Y en cada una de las observaciones.

3. Representación gráfica en el 1 CUADRANTE CARTESIANO, trasladando los datos a los ejes de las Abscisas y ordenadas e identificando los puntos pares ordenados y así obtener la gráfica de la función matemática.
4. Determinación de la función matemática, que es la expresión algebraica que se constituirá en la “Ley de la investigación”. Por ejemplo, $Y = a + bx$ entonces $TEL + a = b \text{ CES}$

4.9 Población de estudio

La población está constituida 4561 postulantes al programa Youth Action Net provenientes de seis países de Latinoamérica: Perú, Chile, Costa Rica, Honduras, Brasil y México.

4.10 Muestra

Técnicas de selección de muestra.

Se utilizará el método no probabilístico por conveniencia a la investigación, conformando dos grupos:

- Para la variable X: Los datos registrados en el periodo 2014-2018 en relación a las características del emprendedor social que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica.
- Para la variable Y: Los datos registrados en el periodo 2014- 2018 en relación al tipo de emprendimiento que postulan al programa Youth Action Net en Latinoamérica.

Cabe indicar que habrá un trabajo riguroso de selección de información válida, por ejemplo, se diseña una ficha de observación estándar para todos los países en base a la comparación entre todos los instrumentos utilizados cada año en cada país, seleccionando

la data acorde al marco teórico revisado y la fiabilidad del tamaño muestral, considerando un error de 1%, analizando en total las respuestas de los 4561 postulantes.

4.11 Limitaciones

- Limitaciones teóricas: El emprendimiento como herencia de la administración, cuenta con un cuerpo teórico en construcción (Orrego, 2009); la mayoría de investigaciones, son de tipo descriptivo y transversales; sin embargo, hay bases para desarrollar trabajos de investigación y más bien, cualquier esfuerzo en este sentido es bien recibido por la comunidad científica (Burcado, 2015), en este sentido, el desarrollo de este trabajo cobra mayor importancia.
- Limitaciones metodológicas: No hay limitaciones metodológicas, puesto que sí existe metodología para resolver este tipo de investigación y es el método hipotético deductivo y el método estadístico.
- Limitaciones prácticas: Todo trabajo de investigación requiere recursos, principalmente de tiempo y dinero para poder enfocarse por completo en el tema y tener mayor precisión y amplitud en el conocimiento. Al no contar con una subvención para el estudio, se complica la dedicación exclusiva al trabajo.

Así mismo, sería ideal observar más periodos de tiempo con el fin de realizar proyecciones a largo plazo, pero no es posible debido a que la información de años anteriores del programa no está sistematizada para lograr este propósito; sin embargo, se ha considerado toda la información disponible y válida de los periodos de trabajo de YAN en Latinoamérica.

4.12 Técnica para demostrar la verdad o falsedad de la hipótesis planteada

El procedimiento de obtención del coeficiente de correlación del problema general constituye la validación de la hipótesis general.

V. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Esquema de captura de datos en cada observación para X i Y

En este capítulo se analizó los datos obtenidos para conocer la relación que existe entre las características de los emprendedores sociales y los tipos de emprendimiento que postulan al Programa Youth Action Net en Latinoamérica. Periodo 2014-2018.

La base de datos está compuesta por la encuesta que se realizó en 6 países durante el periodo de cinco años, haciendo el análisis correlacional con respecto a la acogida de emprendedores por concurso analizados, llegando a estudiar las respuestas de un total de 4561 emprendedores sociales. Es importante señalar las siguientes consideraciones:

- No se consideran los casos nulos y omisiones.
- Otros géneros no se consideran el estudio por la cantidad mínima de respuestas en esta opción.
- Los datos de la investigación han sido analizados mediante la prueba de correlación Pearson según datos presentados en el anexo N°1.

5.2 Relación entre las características del emprendedor y tipo de emprendimiento.

PG1: ¿Cuál es la relación que existe entre las características del emprendedor y el tipo de emprendimiento que postula al Programa Youth Action Net? Periodo 2014- 2018.

- Ho: no existe relación significativa entre las características del emprendedor y el tipo de emprendimiento
- H1: si existe relación significativa entre las características del emprendedor y tipo de emprendimiento.

- Nivel de significancia Alfa = 0.05, si el valor sig de la prueba de correlación es inferior a Alfa se acepta la hipótesis alterna H1.

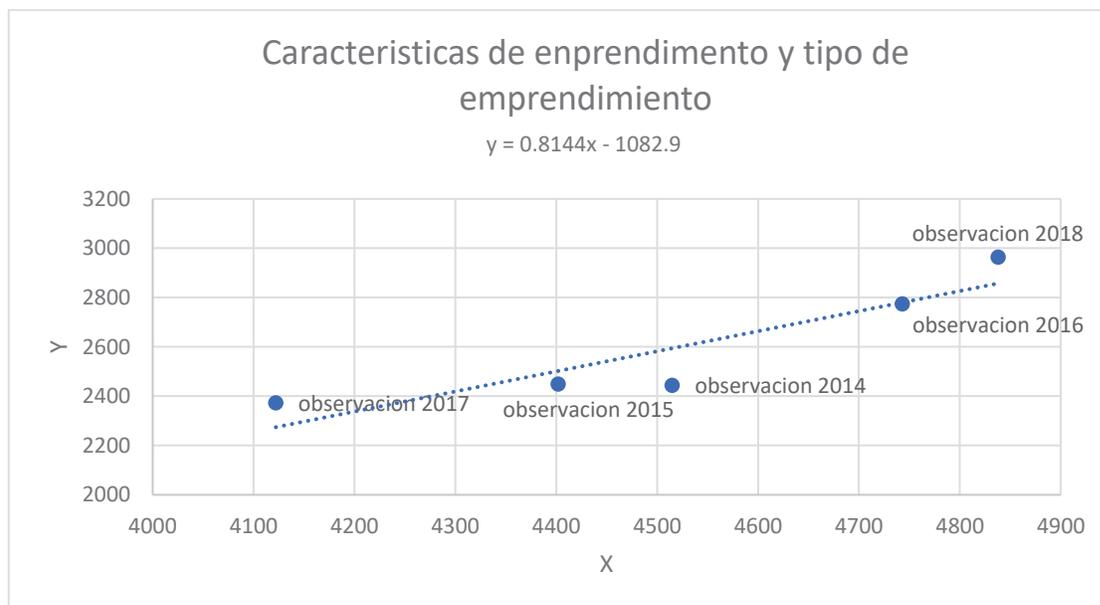
5.2.2 Consolidación de los datos totales para X i Y en cada observación

Tabla 12
Datos X i Y

Número de observaciones	X	Y
Primera observación (2014)	4515	2445
Segunda observación (2015)	4402	2450
Tercera observación (2016)	4743	2775
Cuarta observación (2017)	4122	2374
Quinta observación (2018)	4838	2964

5.2.3 Gráfica de la ecuación de regresión

Figura 67
Regresión problema general



5.2.4 Ecuación de regresión

$$Y = a + bX$$

$$Y = -1082.94 + 0.814X$$

5.2.5 Ley de tesis

(Tipo de emprendimiento) = $-1082.94 + 0.814(\text{Características del emprendedor})$

5.2.6 Cálculo del coeficiente de Pearson

Tabla 13

Correlación X i Y

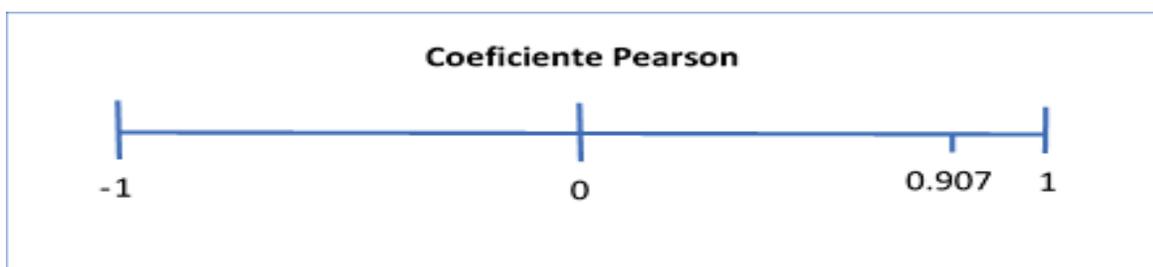
		X	Y
	Correlación de Pearson	1	,907*
x	Sig. (bilateral)		0.034
	N	5	5
	Correlación de Pearson	,907*	1
y	Sig. (bilateral)	0.034	
	N	5	5

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

5.2.7 Nivel de significancia

Figura 68

Nivel de significancia objetivo general



5.2.8 Interpretación y discusión

Con un nivel de significancia de 5% se verifica que el valor 0.907 de coeficiente de correlación de Pearson es cierto con un sig. de 0.03 inferior al nivel de significancia fijado.

Tabla 14
Correlación de Pearson de X i Y

		y
	Correlación de Pearson	,907*
x	Sig. (bilateral)	0.034
	N	5

El coeficiente de Pearson indica que existe una relación entre las variables. Con un valor de 0.90 que según la escala de valoración para el efecto de correlación Pearson según probabilidad y estadística MC Graw Hill edición 2017, la relación entre las características del emprendedor y su tipo de emprendimiento son de tipo positiva muy alta:

Tabla 15
Grado de correlación entre X i Y

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta

0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Esto se explica a raíz de que, en definitiva, el comportamiento del hombre está ligado a la esencia de su ser, donde toda acción se ve delimitada por el sujeto quien lo ejecuta, en una relación estrecha desde el ser y el hacer, estudiada incluso desde la filosofía. En el proceso emprendimiento, se hace crucial evaluar las características del emprendedor, como protagonista que juega un rol clave para las acciones que se generan.

La distribución de los emprendedores en distintos tipos de iniciativas, con una estructura diferente según el tipo de emprendimiento en sus diversas categorías, corresponde a lo señalado por Longenecker cuando menciona que el espíritu emprendedor se caracteriza por la diversidad en un campo con diferentes alternativas, lo que también corresponde a perfiles psicológicos distintos.

Así, en concordancia con otros estudios previos en el campo, se establecen los factores que influyen en el comportamiento no solo del emprendedor, sino también se puede extrapolar a un ecosistema más amplio, disgregando, como se hace en el presente estudio, los factores correspondientes, para dar mayores luces respecto a las características con mayor grado de influencia, atendiendo también de esta manera, los requerimientos de diversas investigaciones, con el fin de profundizar en esta información para el desarrollo de políticas públicas más efectivas, así como acciones que se generen de manera más específica según las necesidades de mayor prioridad.

Este resultado está respaldado por la evidencia de otras investigaciones realizadas anteriormente y muestra nuevas relaciones para sentar las bases de la información académica y se pueda profundizar en las mismas.

5.2.9 Validación de la hipótesis:

En base a los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis H0 y se acepta la H1, pues confirmamos que hay una correlación positiva muy alta entre las características del emprendedor y los tipos de emprendimiento que postula al programa YAN.

5.3 Relación género y tipo de emprendimiento.

PE1: ¿Cuál es la relación que existe entre el género y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? Periodo 2014- 2018.

- Ho: no existe relación significativa entre el género del emprendedor y el tipo de emprendimiento
- H1: si existe relación significativa entre el género del emprendedor y tipo de emprendimiento.
- Nivel de significancia Alfa = 0.05, si el valor sig de la prueba de correlación es inferior a Alfa se acepta la hipótesis alterna H1.

5.3.1 Consolidación de los datos totales para X2 i Y en cada observación

Tabla 16

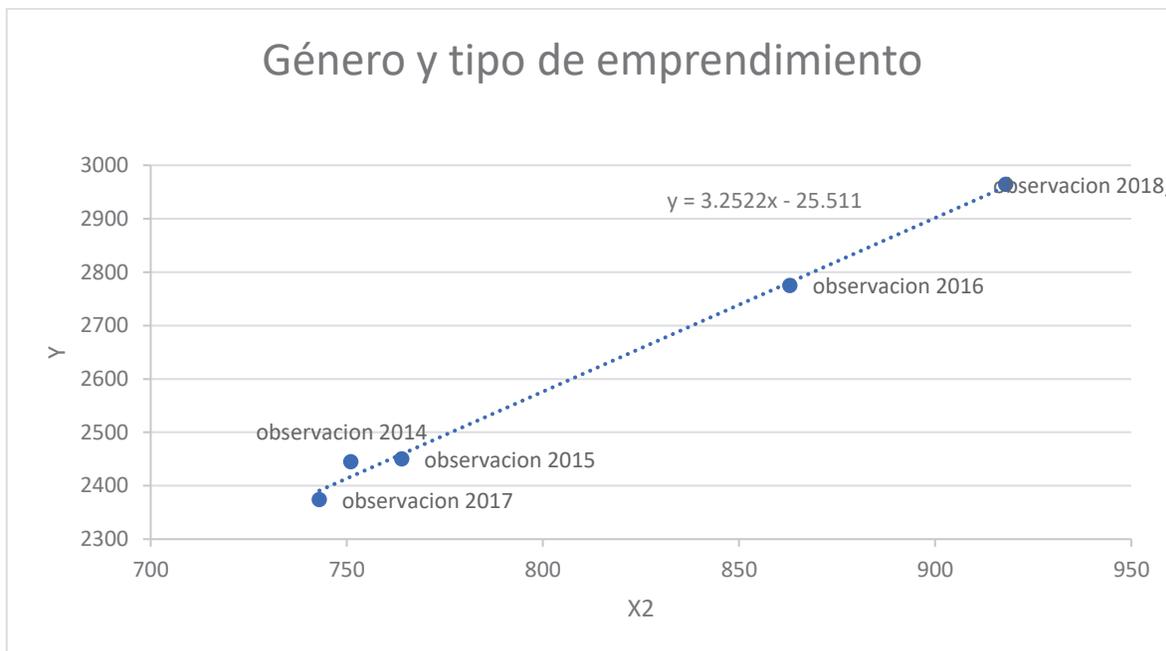
Datos x2 i Y

Número de observaciones	X2	Y
Primera observación (2014)	751	2445
Segunda observación (2015)	764	2450
Tercera observación (2016)	863	2775
Cuarta observación (2017)	743	2374
Quinta observación (2018)	918	2964

5.3.2 Gráfica de la ecuación de regresión

Figura 69

Género y tipo de emprendimiento



5.3.3 Ecuación de regresión

$$Y = a + bX2$$

$$Y = -25.51 + 3.25X$$

5.3.4 Ley de tesis

$$(Tipo\ de\ emprendimiento) = -25.51 + 3.25(\text{género})$$

5.3.5 Cálculo de coeficiente de Pearson

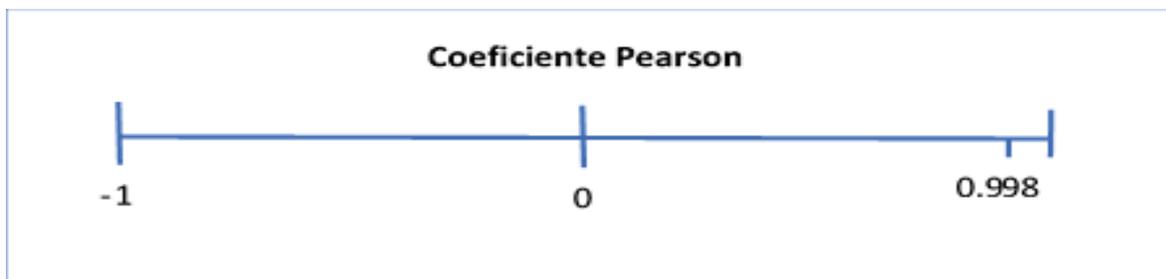
Tabla 17
Correlación x2 i Y

Correlaciones			
		X	Y
x	Correlación de Pearson	1	,998**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	5	5
y	Correlación de Pearson	,998**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	5	5

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

6.3.6 Nivel de significancia

Figura 70
Nivel de significancia E1



5.3.7 Interpretación y discusión

Con un nivel de significancia de 5% se verifica que el valor 0.998 de coeficiente de correlación de Pearson es cierto con un sig. de 0.00 inferior al nivel de significancia fijado.

Tabla 18
Correlación de Pearson x2 i Y

		y
	Correlación de Pearson	,998**
x	Sig. (bilateral)	0.000
	N	5

El coeficiente de Pearson indica que existe una relación entre la variable género del emprendedor y su tipo de emprendimiento. Con un valor de 0.998 que según la escala de valoración para el efecto de correlación Pearson según probabilidad y estadística MC Graw Hill edición 2017, la relación entre las características del emprendedor y su tipo de emprendimiento son de tipo positiva muy alta:

Tabla 19
Grado de correlación x2 i Y

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada

0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Cabe resaltar que la participación, casi homogénea de ambos géneros, guarda relación con los estudios del Global Entrepreneurship Monitor que señala que a pesar de que el género masculino tiene una mayor inclinación por emprender, vemos que el emprendimiento femenino toma gran relevancia los últimos años y con ello, los programas de distintas organizaciones del campo público y privado por impulsar esta tendencia.

Si bien es cierto, no se observa una diferencia significativa en la participación de ambos géneros en las postulaciones de los emprendimientos sociales, si hay una distinción entre los postulantes varones y mujeres frente al tipo de emprendimiento, es decir, al grado de autonomía, su área de impacto, sus fines y sus mecanismos de financiamiento.

Por ejemplo, según su grado de autonomía, se observa que los emprendedores varones tienen una leve inclinación hacia los proyectos de tipo independiente, que requieren más acceso al capital o crédito bancario, una desventaja en los países de Latinoamérica (Kantis, 2004), mientras las mujeres, tienen una tendencia a presentar proyectos que están albergados dentro de una organización. Es importante señalar, que en un estudio previo de los doctores Suang y Duarte, se concluye que las mujeres presentan una tendencia menor al endeudamiento, lo cual va de la mano de los resultados señalados.

Así también, respecto a el área de impacto, según las áreas que maneja el programa YAN, se muestra que los postulantes varones muestran mayor interés por ocuparse de áreas de medio ambiente, mientras que las mujeres en proyectos de participación ciudadana, esto podría deberse a que trabajar proyectos de medio ambiente y el diseño de sus soluciones,

está ligado sobre todo a las áreas de STEM- Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática (siglas en inglés), donde los varones aún tienen mayor participación, mientras que las mujeres, según información del banco mundial, actualmente tienen una brecha por superar en este campo, dedicándose actualmente más a las ciencias sociales.

Según los fines de la organización, entendidos en el estudio en tres fines: mixtos, lucrativos y no lucrativos, todos con misión social, resulta en que tanto mujeres como varones prefieren trabajar con modelos que combinen ambas estrategias, resultado similar al estudio previo realizado por Youth Action Net el 2016. En mecanismos de financiamiento, hay una ligera tendencia de las mujeres por trabajar con ingresos propios mientras que, en el caso de los varones, acceder a subvenciones y donaciones, lo que estaría ligado a calcular el acceso a este tipo de financiamiento a raíz de una mayor red de contactos e información, que facilitaría contemplar y ejecutar este tipo de opciones. Cabe destacar que según la investigación denominada: “Evaluación del impacto de los factores individuales y del contexto en el proceso emprendedor. Un enfoque multinivel entre países”, se establece que las relaciones sociales influyen en la movilización de recursos.

5.3.8 Validación de la hipótesis

En base a los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis H0 y se acepta la H1, pues confirmamos que hay una correlación positiva muy alta entre el género del emprendedor y los tipos de emprendimiento que lidera.

5.4 Relación edad y tipo de emprendimiento

PE2: ¿Cuál es la relación que existe entre la edad del emprendedor y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? Periodo 2014- 2018.

- Ho: no existe relación significativa entre la edad del emprendedor y el tipo de emprendimiento
- H1: si existe relación significativa entre la edad del emprendedor y tipo de emprendimiento.
- Nivel de significancia Alfa = 0.05, si el valor sig e la prueba de correlación es inferior a Alfa se acepta la hipótesis alterna H1.

5.4.1 Consolidación de los datos totales para X3 y Y

Tabla 20

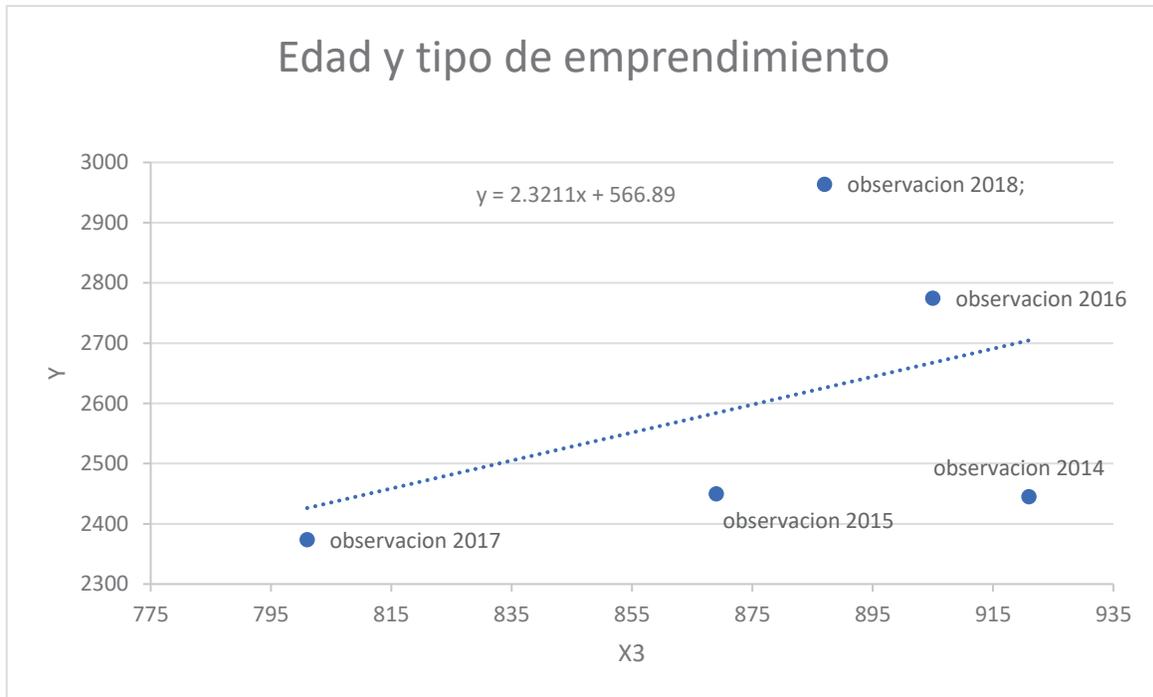
Datos x3 i Y

Número de observaciones	X3	Y
Primera observación (2014)	921	2445
Segunda observación (2015)	869	2450
Tercera observación (2016)	905	2775
Cuarta observación (2017)	801	2374
Quinta observación (2018)	887	2964

5.4.2 Gráfica de la ecuación de regresión

Figura 71

Regresión problema E2



5.4.3 Ecuación de la regresión

$$Y = a + bX$$

$$Y = 566.89 + 2.321X$$

5.4.4 Ley de tesis

$$(Tipo\ de\ emprendimiento) = 566.89 + 2.321(Edad)$$

5.4.5 Cálculo del coeficiente de Pearson

Tabla 21
Correlación x_3 i Y

Correlaciones		
	x	y
Correlación de Pearson	1	,423
x Sig. (bilateral)		0.047
N	5	5

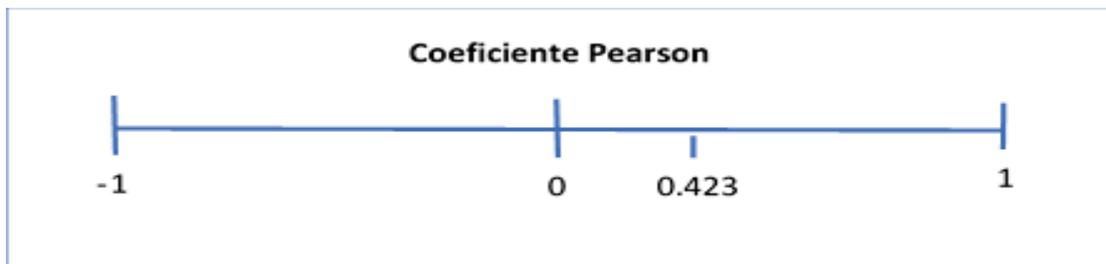
	Correlación de Pearson	,423*	1
y	Sig. (bilateral)	0.0478	
	N	5	5

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

5.4.6 Nivel de significancia

Figura 72

Nivel de significancia E2



5.4.7 Interpretación y discusión

Con un nivel de significancia de 5% se verifica que el valor 0.423 de coeficiente de correlación de Pearson es cierto con un sig. de 0.047 inferior al nivel de significancia fijado.

Tabla 22

Correlación de Pearson x3 i Y

		y
	Correlación de Pearson	,423
x	Sig. (bilateral)	0.478
	N	5

El coeficiente de Pearson indica que existe una relación significativa entre la variable edad del emprendedor y su tipo de emprendimiento. Con un valor de 0.423 que según la escala de valoración para el efecto de correlación Pearson según probabilidad y estadística MC Graw Hill edición 2017, la relación entre las características del emprendedor y su tipo de emprendimiento son de tipo positiva moderada.

Tabla 23
Grado de correlación de x^3 i Y

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

En el grado de autonomía de los emprendimientos presentados, se ve que los emprendedores que pertenecen al rango de edad de entre 23 y 29 años, tienden a desarrollar proyectos independientes, mientras que los postulantes entre 18 y 22 años, prefieren desarrollar emprendimientos dentro de alguna organización. Esto se debería a que en cuanto se tiene más edad, generalmente se tiene más confianza para involucrarse en diversos retos y asumir mayor riesgo para generar proyectos independientes.

Según su área de impacto, se observa una mayor preferencia de los postulantes en la edad de 18 a 22 años, por proyectos en el campo de la educación. En los fines del emprendimiento, se observó que el grupo de 18 a 22 años tiene una mayor preferencia por los emprendimientos sin fines de lucro, los demás grupos etarios prefieren los modelos donde combinan ambas estrategias. Y por mecanismos de financiamiento, la mayoría de los participantes de todas las edades, optan por modelos que combinan ambas estrategias (productos y servicios con y sin fines de lucro).

Para este grupo etario, la decisión de preferir emprendimientos sin fines de lucro, se debería a que ven factible poder permanecer en su principal motivación social, generando un tipo de organización que no contemple la generación del lucro, sin embargo, a medida de incrementarse las responsabilidades y presiones sociales, se permanece en mantener organizaciones sociales, pero que al mismo tiempo, generen beneficios económicos.

5.4.8 Validación de la hipótesis

En base a los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis H0 y se acepta la H1, pues confirmamos que hay una correlación estadística significativa entre la edad y los tipos de emprendimiento que lidera.

5.5 Relación grado instrucción y tipo de emprendimiento

PE3: ¿Cuál es la relación que existe entre el grado de instrucción y el tipo de emprendimiento que postula al Programa Youth Action Net? Periodo 2014- 2018.

- Ho: no existe relación significativa entre el grado de instrucción del emprendedor y el tipo de emprendimiento.
- H1: si existe relación significativa entre el grado de instrucción del emprendedor y tipo de emprendimiento.
- Nivel de significancia Alfa = 0.05, si el valor sig de la prueba de correlación es inferior a Alfa se acepta la hipótesis alterna H1.

5.5.1 Consolidación de los datos totales para X4 i Y en cada observación:

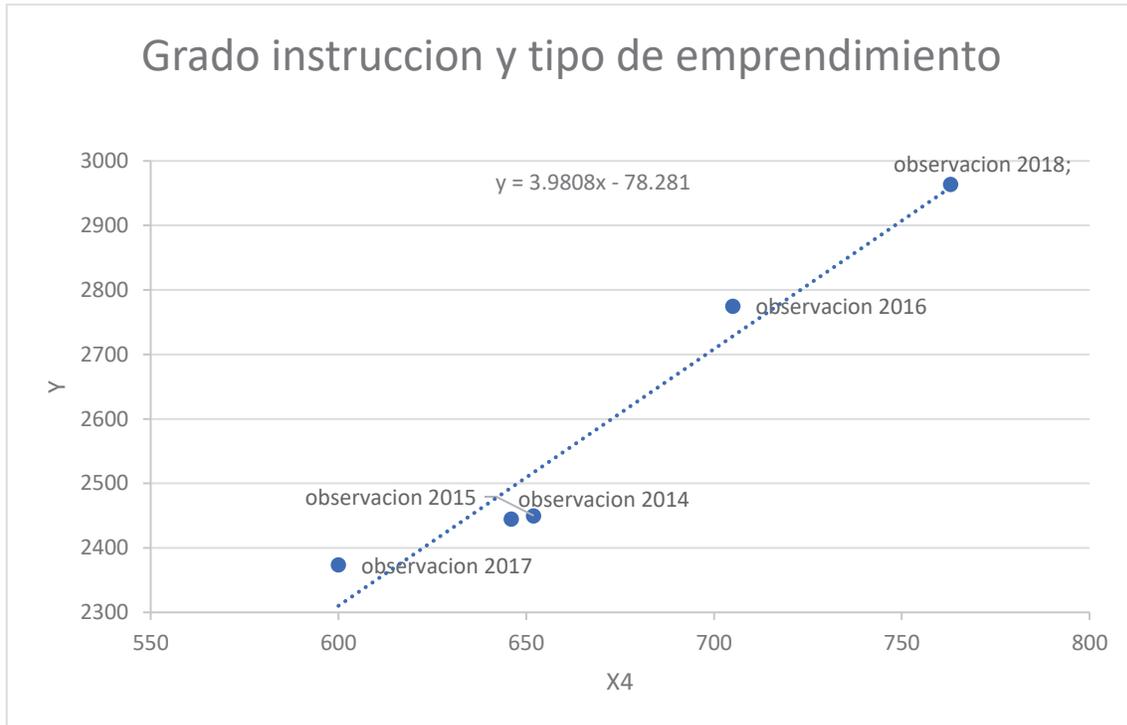
Tabla 24
Datos x4 i Y

Número de observaciones	X4	Y
Primera observación (2014)	646	2445
Segunda observación (2015)	652	2450
Tercera observación (2016)	705	2775
Cuarta observación (2017)	600	2374
Quinta observación (2018)	763	2964

5.5.2 Gráfica de la ecuación de regresión

Figura 73

Regresión problema E3



5.5.3 Ecuación de regresión

$$Y = a + bX$$

$$Y = 78.28 + 3.98 X4$$

5.5.4 Ley de tesis

$$(Tipo de emprendimiento) = 78.28 + 3.98(\text{Grado de instruccion})$$

5.5.5 Cálculo del coeficiente de Pearson

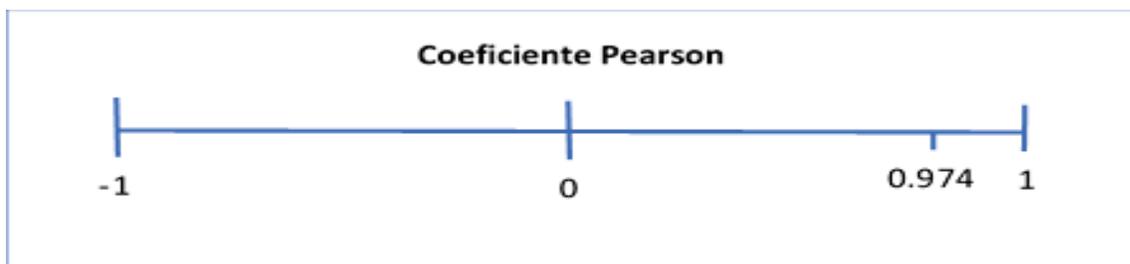
Tabla 25
Correlación x4 i Y

Correlaciones			
		x	y
x	Correlación de Pearson	1	,974**
	Sig. (bilateral)		0.005
	N	5	5
y	Correlación de Pearson	,974**	1
	Sig. (bilateral)	0.005	
	N	5	5

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

6.5.6 Nivel de significancia

Figura 74
Nivel de significancia E2



5.5.7 Interpretación y discusión

Con un nivel de significancia de 5% se verifica que el valor 0.974 de coeficiente de correlación de Pearson es cierto con un sig. de 0.005 inferior al nivel de significancia fijado.

Tabla 26
Correlación de Pearson x4 i Y

		y
	Correlación de Pearson	,974**
x	Sig. (bilateral)	0.005
	N	5

El coeficiente de Pearson indica que existe una relación entre la variable grado de instrucción del emprendedor y su tipo de emprendimiento. Con un valor de 0.974 que según la escala de valoración para el efecto de correlación Pearson según probabilidad y estadística MC Graw Hill edición 2017, la relación entre el grado de instrucción del emprendedor y su tipo de emprendimiento son de tipo positiva muy alta:

Tabla 27
Grado de correlación de x4 i Y

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta

0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Respecto al grado de autonomía del proyecto, los postulantes de todos los grados académicos prefieren tener proyectos independientes, menos los estudiantes universitarios, que optan por apostar por proyectos que están dentro de una organización, lo que podría explicarse en el cálculo de riesgo que realizan los estudiantes que acceden a una formación universitaria y por ende pueden contemplar iniciar sus acciones sociales en un punto medio, hasta lograr tener el suficiente conocimiento y un contexto más adecuado, para contemplar acciones independientes, como en el caso de un estudiante de posgrado.

Según su área de impacto en el estudio, muestra que los postulantes con estudios de secundaria, prefieren trabajar en proyectos de desarrollo económico, lo emprendedores con un nivel de educación técnica, prefieren iniciar proyectos en el ámbito de la participación ciudadana y los que tienen estudios universitarios proyectos de educación, quienes tienen estudios de post grado, proyectos de inclusión social.

En sus fines, vemos que la mayoría de los perfiles (postulantes con diversos grados de instrucción) prefieren combinar estrategias con y sin fines de lucro, siendo solo los estudiantes universitarios con mayor tendencia a la gestión de emprendimientos sin fines de lucro, lo que va ligado con el análisis del grupo de edad, entre 18 a 22 años y su perspectiva en un contexto de que en su mayoría, aún se tiene el apoyo de tutores a cargo de su sustento.

Respecto a sus mecanismos de financiamiento usados se observa que los postulantes de post grado tienden a la generación de ingresos del propio proyecto, lo que se relacionaría con la autoconfianza que desarrollan, vinculado a su grado de instrucción y experiencia,

para evaluar la posibilidad de realizar proyectos con fondos propios y por ende, tener más independencia para la toma de decisiones. Esto se complementa con el estudio “Factores socio-culturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina”, donde se concluye que los emprendedores con un mayor nivel de educación, generan más emprendimientos por oportunidad, que los lleva a desarrollar negocios más sostenibles, con capacidad de escalar, innovar y generar empleo.

Los resultados, se alinean a los estudios del Global Entrepreneurship Monitor, que revela que los profesionales universitarios tienen mayor índice de emprendimiento y el nivel educativo es un factor relevante para medir posteriormente la calidad del emprendimiento.

5.5.8 Validación de la hipótesis

En base a los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis H0 y se acepta la H1, pues confirmamos que hay una correlación positiva muy alta entre el grado de instrucción y los tipos de emprendimiento que lidera.

5.6 Relación factores motivacional y tipo de emprendimiento

PE4: ¿Cuál es la relación que existe entre el factor motivacional y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? Periodo 2014- 2018.

- Ho: no existe relación significativa entre el factor motivacional del emprendedor y el tipo de emprendimiento.
- H1: si existe relación significativa entre el factor motivacional del emprendedor y tipo de emprendimiento.
- Nivel de significancia Alfa = 0.05, si el valor sig de la prueba de correlación es inferior a Alfa se acepta la hipótesis alterna H1.

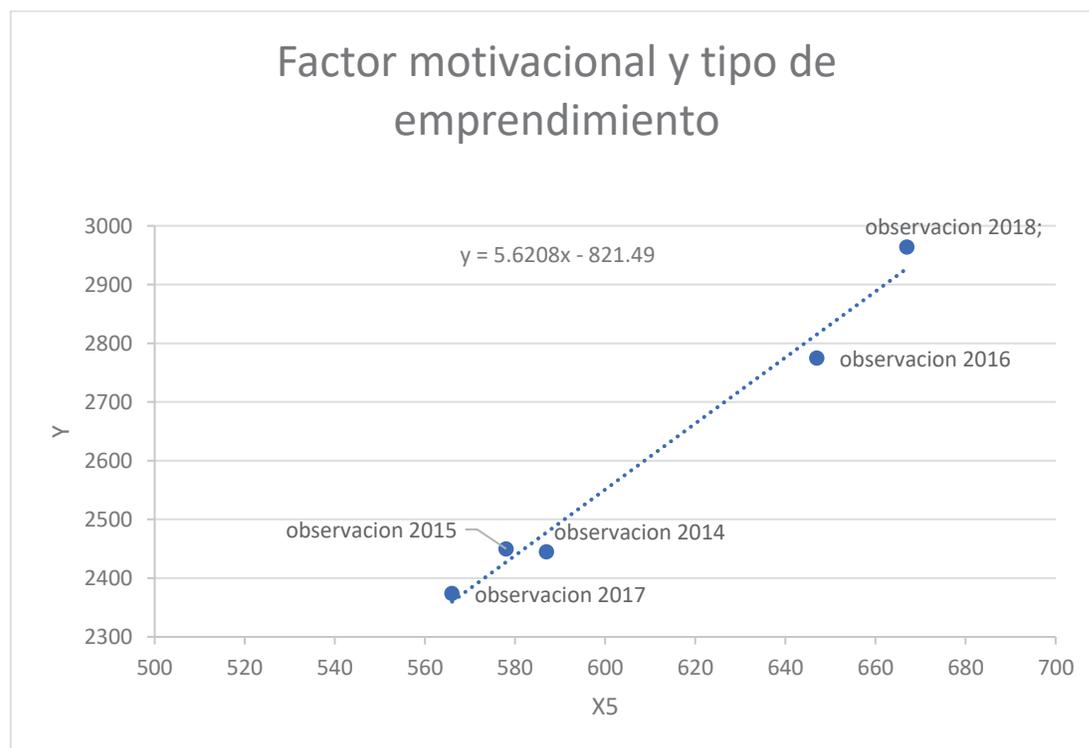
5.6.1. Consolidación de los datos totales para X5 i Y

Tabla 28
Datos x5 i Y

Número de observaciones	X5	Y
Primera observación (2014)	587	2445
Segunda observación (2015)	578	2450
Tercera observación (2016)	647	2775
Cuarta observación (2017)	566	2374
Quinta observación (2018)	667	2964

5.6.2 Gráfica de la ecuación de regresión

Figura 75
Regresión problema E3



5.6.3 Ecuación de regresión

$$Y = a + bX$$

$$Y = 821.49 + 5.620 X5$$

5.6.4 Ley de tesis

$$(Tipo\ de\ emprendimiento) = 821.49 + 5.62(\text{factor motivacional})$$

5.6.5 Cálculo de coeficiente de Pearson

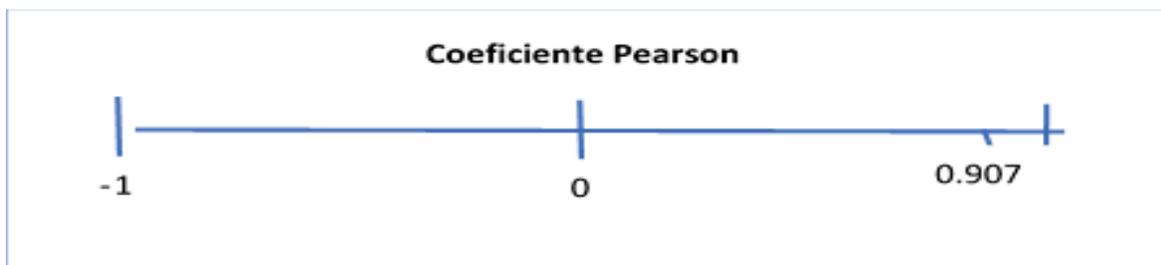
Tabla 29
Correlación x5 i Y

Correlaciones			
		x	y
x	Correlación de Pearson	1	,991**
	Sig. (bilateral)		0.01
	N	5	5
y	Correlación de Pearson	,991**	1
	Sig. (bilateral)	0.01	
	N	5	5

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

5.6.6 Nivel de significancia

Figura 76
Nivel de significancia E3



5.6.7 Interpretación y discusión

Con un nivel de significancia de 5% se verifica que el valor 0.991 de coeficiente de correlación de Pearson es cierto con un sig. de 0.01 inferior al nivel de significancia fijado.

Tabla 30
Correlación de Pearson x5 i Y

		y
	Correlación de Pearson	,991**
x	Sig. (bilateral)	0.01
	N	5

El coeficiente de Pearson indica que existe una relación entre la variable factor motivacional del emprendedor y su tipo de emprendimiento. Con un valor de 0.99 que según la escala de valoración para el efecto de correlación Pearson según probabilidad y estadística MC Graw Hill edición 2017, la relación entre las características del emprendedor y su tipo de emprendimiento son de tipo positiva muy alta:

Tabla 31
Grado de correlación de x5 i Y

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada

0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Herrera y Montoya, dan luces de que la mayoría de los emprendedores, iniciaron sus negocios sintiéndose motivados al conocer a una persona que los inspiró a tomar la decisión de emprender. Para Kantis, las principales motivaciones tienen que ver principalmente por la necesidad de desarrollo, satisfacción personal y contribuir con la sociedad. Por otro lado, el estudio realizado por Giraldo-Mejía y Vara Horna, alcanzan que los líderes de emprendimientos sociales presentan una clara influencia familiar y mayor experiencia laboral. Para ellos, las principales variables que influyen en la intención emprendedora son: sentirse competentes, tener una buena imagen y contar con el apoyo social.

En este estudio, respecto al grado de autonomía, se observó que de tener contacto con los problemas sociales mediante el voluntariado, se tiene una tendencia hacia los proyectos independientes, que se explica en que si se ha experimentado un voluntariado dentro de una organización, el próximo paso para este perfil de emprendedor, puede ser establecer una nueva iniciativa, con alguna otra solución, modelo o propuesta que quisiera iniciar y poner a prueba desde su propia mirada.

En el área de impacto, se observa que los emprendedores quienes han sido motivados por conocimientos adquiridos a través de la educación, prefieren desarrollar proyectos de desarrollo económico y medio ambiente, mientras quienes han sido motivados por el contacto directo con problemas sociales a través del voluntariado, experiencias personales o empatía, tienden a involucrarse en proyectos de educación, lo que está

conectado con uno de los mayores problemas sociales que se vive en Latinoamérica y que actualmente vive una gran crisis, según información del Banco Mundial.

Además, al observar el comportamiento de los emprendedores quienes se han acercado a los problemas sociales a través del conocimiento adquirido por la educación formal, se aprecia que hay una alta asociación con desarrollar proyectos con fines de lucro, mientras que los demás, están orientados a las organizaciones sin fines de lucro. Esto se debe que en el caso de los emprendedores que se acercan a través de una experiencia directa a los problemas sociales, priman con más facilidad, el fin eminentemente social de estos emprendimientos, mientras que quienes han tenido una aproximación desde el lado académico, que cada vez entrega más herramientas de negocios a sus estudiantes desde una perspectiva de emprendimiento en cualquier disciplina, también consideran generar beneficios económicos que los ayude a sustentarse y aportar la generación de riqueza, con mecanismos de financiamientos mixtos.

5.6.8 Validación de la hipótesis

En base a los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis H0 y se acepta la H1, pues confirmamos que hay una correlación positiva muy alta entre el factor motivacional del emprendedor del emprendedor y los tipos de emprendimiento que lidera.

5.7 DAI: Propuesta de mejora para los programas dirigidos a emprendedores sociales en Latinoamérica

La siguiente propuesta de mejora, está centrada en diseñar, articular e inspirar, propuesta denominada DAI, según las iniciales de estas acciones que se proponen a modo de una hoja de ruta para mejorar los programas dirigidos a emprendedores sociales en Latinoamérica, además se incluye acciones de mejora para la etapa de la planificación de los mismos.

1. Diseñar objetivos acorde al contexto de cada nación: Los programas de emprendimiento social de cada región deben hacer énfasis en alinear los objetivos del programa y sus indicadores, en función al desempeño y las necesidades de cada nación, articulándose a los planes y diagnósticos nacionales para lograr acciones que respondan de forma específica a los retos que hay según cada contexto, así como sus canales de información, estrategias diferenciadas y otros elementos acorde al perfil de las características del emprendedor social y las precisiones señaladas en la presente investigación, así como otras informaciones validadas al respecto.

2. Articular esfuerzos con la academia y otras organizaciones del ecosistema emprendedor: Es necesario que se genere una mejor gestión del conocimiento del emprendimiento social para poder tomar decisiones más asertivas en este campo a futuro. Así, se puede tomar ventaja de los instrumentos que usan los programas sociales para la fase de aplicación o seguimiento de los emprendimientos sociales, para poder realizar un trabajo en conjunto permanente. Por ejemplo, sería conveniente poner a disposición de la academia, centro de estudios económicos y/o empresariales, Cámaras de Comercio, Direcciones de Trabajo, entre otras instituciones, estos mecanismos de recojo de información para que sean evaluados y se cuente con una retroalimentación colaborativa para fortalecer los mismos y se genere compromisos por procesar, analizar y difundir los resultados de los hallazgos.

Así mismo, promover alrededor de estas, el emprendimiento social de manera sostenible en el tiempo, promoviendo el fomento de actividades extracurriculares y promoviendo el uso del conocimiento para el servicio y desarrollo social, generando espacios de intercambio de experiencias a nivel teórico y práctico de forma transversal en

todas las carreras universitarias (no generando el sesgo de trabajar solo con las carreras de economía o administración).

Además, es necesario trabajar en conexiones colaborativas con los diversos actores del ecosistema, preferentemente con el diseño de una plataforma tecnológica a disposición que permita la actualización de información constante por parte de tomadores de la cuádruple hélice y emprendedores sociales para efectivizar sus acciones.

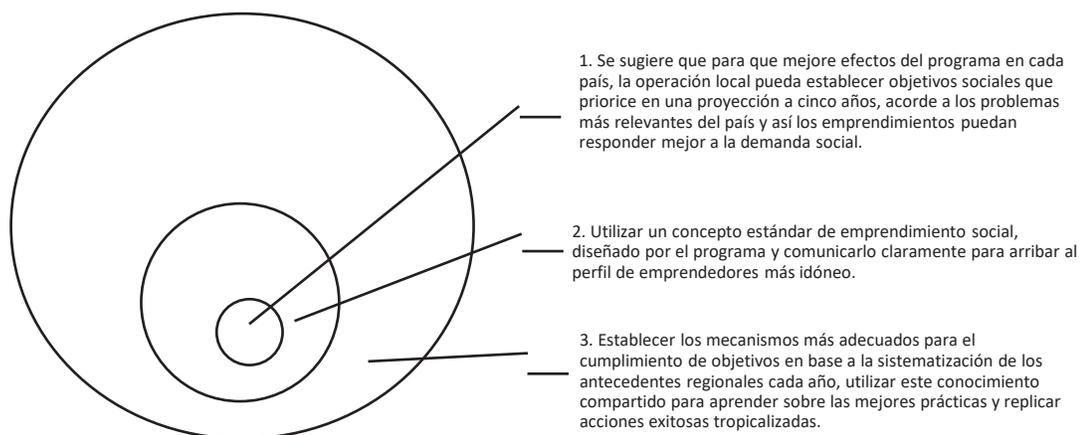
3. Inspirar a través de modelos de éxito del emprendimiento social, centrados en los protagonistas y en las soluciones diseñadas para beneficio de la sociedad, utilizando diversos canales de comunicación a nivel tradicional y digital, aportando a las perspectivas de diagnósticos de problemas, así como el llamado a la acción de cada ciudadano, desde el momento y con los recursos con los que se encuentra, para poder involucrar más a la ciudadanía a sumar a poder resolver problemas sociales desde el emprendimiento. En este punto, será importante contar con un relacionamiento eficaz con los medios de comunicación y un óptimo plan de redes sociales para presentar estas iniciativas y consolidar a sus líderes como fuentes de información en los temas en los que desarrollan.

Acciones de mejora para la etapa de la planificación y acompañamiento de programas dirigidos a emprendedores sociales de Latinoamérica:

- Planificación

Figura 77

Subfase: Establecimiento de objetivos



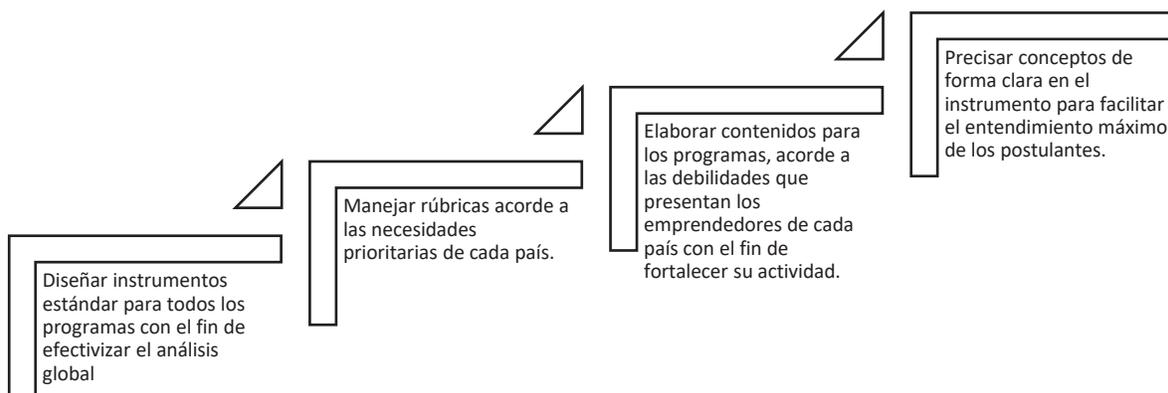
Para la fase de establecimiento de objetivos, se sugiere que, para mejores efectos del programa, en cada país, cada operación local pueda establecer objetivos sociales acorde a cada contexto para elegir los problemas de mayor demanda social en una línea de tiempo (a corto plazo) que permitan seleccionar los emprendimientos sociales que respondan a estas necesidades.

Así mismo, utilizar un concepto estándar y específico que pueda estar en toda comunicación desarrollada por cada operación local con el fin de llegar de mejor forma a los emprendedores sociales más idóneos caracterizados por el programa, bajo un enfoque de proyección de resultados en el tiempo.

Por último, se recomienda para esta subfase, desarrollar una plataforma de sistematización de experiencias regionales con el fin de establecer mejores mecanismos enfocados en el logro de resultados. Por lo que toda acción debe ser evaluada con indicadores estándar y se debe fortalecer la gestión del conocimiento a nivel del programa global.

Figura 78

Subfase: Diseño de contenidos



Actualmente se tiene diversos instrumentos de recolección de datos en cada programa; sin embargo, se sugiere que para una mejor gestión y análisis global, se maneje una ficha estándar para recoger información cuantitativa de forma más ágil en cada programa y así fortalecer la toma de decisiones basada en datos.

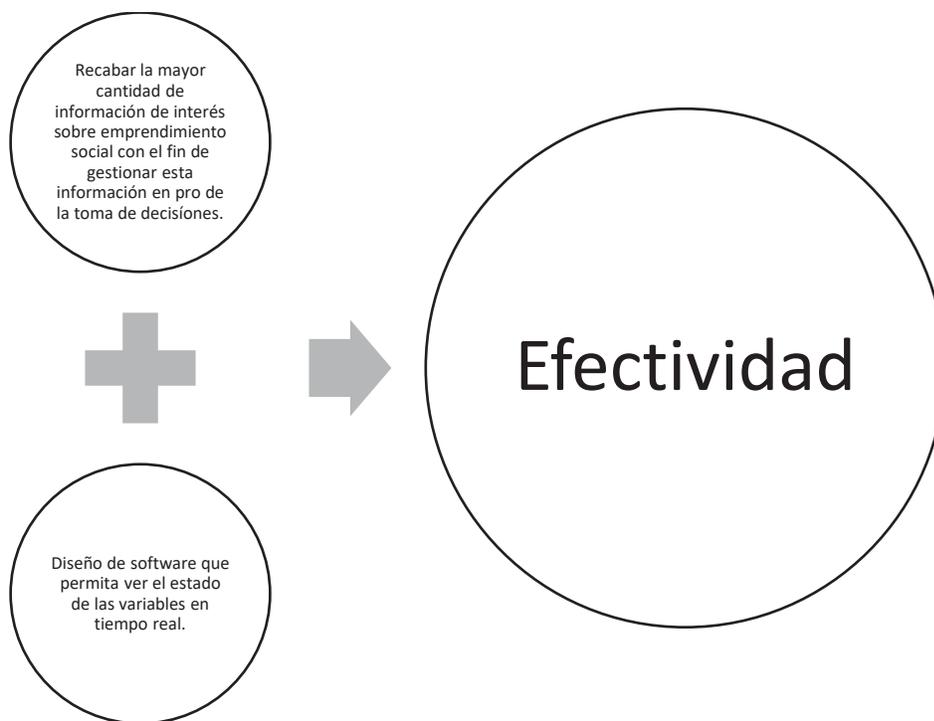
Además, se pone a consideración del programa la posibilidad de manejar diversas prioridades en torno a la selección de emprendimientos, en el sentido de que puedan resolver los problemas más demandantes de cada contexto. De ser así, se necesitaría desarrollar rúbricas que correspondan a estos ítems en cada país.

En esta misma línea, se sugiere recabar información de las necesidades de los emprendedores por cada país y desarrollar acciones de seguimiento con temas específicos a fin de que logren fortalecer sus principales debilidades.

Así mismo, se sugiere tener un glosario de conceptos en referencia a los términos usados en el instrumentos estándar, con el fin de aclarar al máximo el entendimiento de la pregunta en mención y obtener resultados más precisos para la evaluación.

Figura 79

Sub fase: Foco en el procesamiento y utilización posterior de data



El programa tiene una gran oportunidad a fin de recabar la mayor cantidad de información de interés en el campo del emprendimiento social con el fin de gestionar esta información en pro de la toma de decisiones que coadyuven a lograr mejor resultados en el tiempo, así como aportar al ecosistema social de los países donde tiene impacto, con data útil para la creación de otros programas que operen en alguna parte de la cadena que presente debilidades o potencie otra que se requiere para lograr un impacto sistémico.

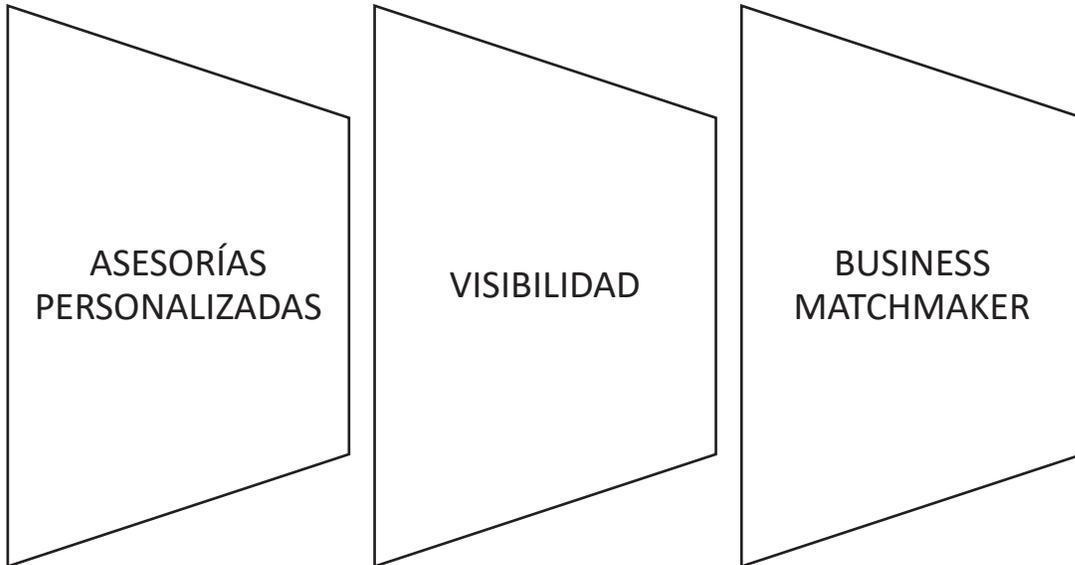
Así mismo, se sugiere el desarrollo de un software que permita identificar el estado de las variables de investigación que el programa considere más útil, en tiempo real, esto con el fin de tener más efectividad en los resultados que se busca alcanzar.

- **Acompañamiento**

Figura

Acciones sugeridas para la fase de acompañamiento

80



Para esta fase, se sugiere implementar asesorías personalizadas para los ganadores del programa, principalmente a cargo de expertos nacionales e internacionales que puedan sumar a la visión y gestión de los emprendimientos sociales que conforman la red. Así mismo, potenciar más la visibilidad de los mismos, teniendo un trabajo de relacionamiento con los medios de comunicación para presentar estas iniciativas y consolidar a sus líderes como fuentes de información en los temas en los que trabajan y finalmente la creación de una plataforma o acciones regionales que permitan el funcionamiento de un business matchmaker, donde los integrantes de la red puedan hacer un networking real, activo y proactivo, no solamente con sus pares sino también con líderes de organizaciones con los que cada país tiene alianzas, pues la colaboración colectiva a raíz de conexiones propositivas y guiadas efectivamente, pueden lograr sinergias importantes que ayude a acelerar el cambio social por el que los líderes trabajan.

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN SOBRE LA HIPÓTESIS GENERAL: Sí existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. La relación más significativa es con el factor género con 92% de seguido del factor edad con un 57%.

CONCLUSIÓN SOBRE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA: Sí existe relación entre el género del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet. En el tipo de emprendimiento según su grado de autonomía, se observa que los postulantes varones tienen una leve inclinación hacia los proyectos de tipo independiente, es decir emprendimientos que no están albergados dentro de una organización ya existente. Respecto a el área de impacto, según las áreas que maneja el programa YAN, se muestra que los postulantes varones muestran mayor interés por ocuparse de áreas de medio ambiente, mientras que las mujeres en participación ciudadana. Ambos muestran un interés similar por trabajar en la educación. Según sus fines de la organización, entendidos en el estudio en tres fines: mixtos, lucrativos y no lucrativos, todos con misión social, resulta en que tanto mujeres como varones prefieren trabajar con modelos que combinen ambas estrategias. En mecanismos de financiamiento, hay una ligera tendencia de las mujeres por trabajar con ingresos propios mientras que, en el caso de los varones, acceder a subvenciones y donaciones.

CONCLUSIÓN SOBRE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA: Sí existe relación entre la edad del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet. En el grado de autonomía de los emprendimientos presentados, se ha visto que los emprendedores que pertenecen al rango de edad de entre 23 y 29 años, tienden a desarrollar proyectos independientes, mientras que los postulantes entre 18 y 22

años, prefieren desarrollar emprendimientos dentro de alguna organización. Según su área de impacto, se observa una mayor preferencia de los postulantes en la edad de 18 a 22 años, por proyectos en el campo de la educación. En sus fines del emprendimiento, se observó que el grupo de 18 a 22 años tiene una mayor preferencia por los emprendimientos sin fines de lucro, los demás grupos etarios prefieren los modelos donde combinan ambas estrategias. Y por mecanismos de financiamiento, la mayoría de participantes de todas las edades, optan por modelos que combinan ambas estrategias (productos y servicios con y sin fines de lucro).

CONCLUSIÓN SOBRE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA: Sí existe relación entre el grado de instrucción del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet. Respecto al grado de autonomía del proyecto, los postulantes de todos los grados académicos prefieren tener proyectos independientes, menos los estudiantes universitarios, que optan por apostar por proyectos que están dentro de una organización. Según su área de impacto en el estudio, muestra que los postulantes con estudios técnicos prefieren iniciar proyectos en el ámbito de la participación ciudadana; los que tienen estudios universitarios proyectos de educación, quienes tienen estudios de post grado, proyectos de inclusión social y quienes presentan estudios de educación secundaria, prefieren trabajar en proyectos de desarrollo económico. En sus fines, vemos que la mayoría de perfiles en este caso (postulantes con diversos grados de instrucción) prefieren combinar estrategias con y sin fines de lucro, siendo solo los estudiantes universitarios con mayor tendencia a la gestión de emprendimientos sin fines de lucro. Respecto a sus mecanismos de financiamiento usados se observa que los postulantes de post grado tienden a la generación de ingresos del propio proyecto, mientras que los

postulantes con estudios secundarios buscan más las subvenciones y donaciones. Los demás postulantes con otros grados académicos, prefieren combinar diversas estrategias.

CONCLUSIÓN SOBRE LA CUARTA HIPÓTESIS ESPECÍFICA: Sí existe relación entre los factores motivacionales del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet. En el grado de autonomía del emprendimiento, vemos una mayor relación entre las personas que fueron motivadas por la experiencia de participar en un voluntariado y a través de este conocer los problemas sociales con emprender proyectos de participación ciudadana. Así mismo, los postulantes motivados por un sentimiento de empatía por el problema de los demás y el desarrollo de proyectos de inclusión social. Por sus fines, hay relación en torno a los conocimientos adquiridos a través de la educación formal, que motivan a los jóvenes a emprender, con gestionar negocios de tipo lucrativo con misión social. En su grado de autonomía, se mostró que quienes manifestaron haberse enterado de la convocatoria por información de su círculo de amigos, tienden a presentar proyectos de tipo independiente por el contrario de quienes se enteran por internet, quienes están más inclinados a tener emprendimientos dentro de una organización.

Así mismo, al evaluar fuentes de información y tipo de emprendimientos por sus fines, se observó una relación entre quienes se enteran por amigos e internet con desarrollar modelos mixtos, es decir que combinan estrategias con fines y sin fines de lucro.

CONCLUSIÓN SOBRE LA QUINTA HIPÓTESIS ESPECÍFICA: Se acepta la hipótesis H1, sí es factible diseñar una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación, debido a que se cuenta con la información suficiente para el diseño de una propuesta, con información histórica y

validada por el método científico, lo cual significaría un aporte práctico para la praxis del emprendimiento social.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES PARA LA CONCLUSIÓN GENERAL:

Se recomienda realizar más estudios especializados según contextos específicos que puedan contribuir más al análisis y explicación de la influencia de las características del emprendedor social y su tipo de emprendimiento, logrando una mayor profundidad del conocimiento y por ende, más efectividad en el diseño de acciones.

RECOMENDACIONES SOBRE LA PRIMERA CONCLUSIÓN

ESPECÍFICA:

Se recomienda generar visibilidad de más modelos de emprendedoras sociales en áreas que no tienen tanta presencia de las mismas, con el fin de incentivar su participación y formación en áreas STEM, es decir de ciencia, tecnología, ingeniería y matemática.

RECOMENDACIONES SOBRE LA SEGUNDA CONCLUSIÓN

ESPECÍFICA:

Se recomienda tener una estrategia diferenciada acorde a cada grupo etario y según los fines que se buscan lograr, implementando acciones en el tiempo oportuno y generando espacios de aprendizaje entre emprendedores sociales de diversas edades para potenciar sus visiones y capacidades de cada uno según su contexto.

RECOMENDACIONES SOBRE LA TERCERA CONCLUSIÓN

ESPECÍFICA:

Se recomienda trabajar de forma más próxima con la academia para incentivar el enriquecimiento de las perspectivas los estudiantes desde una experiencia práctica de los problemas sociales, así como el diseño de sus soluciones desde los centros de producción del conocimiento.

RECOMENDACIONES SOBRE LA CUARTA CONCLUSIÓN

ESPECÍFICA:

Se recomienda que los programas puedan robustecer el conocimiento del factor motivacional para que así se incida en los factores de éxito para la promoción del emprendimiento social a través de los mecanismos correspondientes.

RECOMENDACIONES SOBRE LA QUINTA CONCLUSIÓN ESPECÍFICA:

Se recomienda analizar la propuesta desarrollada y adaptarla a la dinámica de cada programa de emprendimiento social, reevaluando con una mirada crítica sus intervenciones, priorizando los aspectos más urgentes a atender y validando las acciones de la mano de los protagonistas del emprendimiento social, utilizando el conocimiento científico permanentemente para la mejora constante.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (2011) *El emprendedor de éxito*. MccGrawHill.
- Alvarado, C. (2005). *Epistemología*. Editorial Mantaro.
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71617238002.pdf>
- Arcila, A. (2013). Aproximación al Emprendimiento Social. *Repositorio Eafit*. <https://repository.eafit.edu.co/>
- Banco Mundial (15 de diciembre 2017) *Quiénes somos. Resumen del año 2017 en 12 gráficos*. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2017/12/15/year-in-review-2017-in-12-charts>
- Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(3),98-107. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000154>
- Dees, J. G., Emerson, J. y Economy, P. (2002). Herramientas estratégicas para emprendedores sociales: *Mejora el rendimiento de su organización sin fines de lucro*, (207). Nueva York, Nueva York: John Wiley & Sons Inc.
- Ducoing. P. y Rojas, I. (2017). La educación secundaria en el contexto latinoamericano: consideraciones a partir del vínculo política educativa-currículum. *Revista mexicana de investigación educativa*, 22(72), 32-56. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662017000100032&lng=es&tlng=es.

- Fisher, E., Reuber R. y Dicke. L. (1993). A theoretical executive summary overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venture* 8, 151-168.
- Fosk, A. (2013) *Futuro Digital Latinoamérica 2013*. Comscore- www.comscore.com
- Fowler, A. (2000) Las ONGD como momento histórico: más allá de la ayuda al emprendimiento social o la innovación cívica. *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654.
- Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21211518005.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., Baptista, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Interamericana.
- Herrera Guerra, C y Montoya Restrepo, L. (2012). *Aproximación a la caracterización de emprendedores avalados por el Fondo Emprender Sincelejo*. Universidad de Cartagena.
- Hernández Palma, H., Jiménez Coronado, A., & Pitre Redondo, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198–211.
<https://doi.org/10.22335/rlct.v10i2.462>
- Johnson, S. (2000). *Revisión de literatura sobre emprendimiento social*. Centro canadiense para el emprendimiento social.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*, Washington D.C., Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.

- Kirzner, IM (1999). Creatividad y/o estado de alerta: Una reconsideración del emprendedor schumpeteriano. *The Review of Austrian Economics*, (11), 5-17.
<http://dx.doi.org/10.1023/A:1007719905868>
- Linares, D. (2009) Seminario de Investigación, copias de clase, Cusco.
- Longenecker, J., Petty, J., Palich, L. y Hoy, F. (2012) *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. Cengage Learning Editores.
- Madrid, D. (2001) Internet como biblioteca universal en la escuela. *Lenguaje y textos*, 17, 33-42. SEDLL.
- Muñoz- Pogossian, B. y Barrantes, A. (2016) *Equidad e Inclusión Social: Superando desigualdades hacia sociedades más inclusivas*- Organización de los Estados Americanos.
- Orrego, C. I., (2009). *La fenomenología y el emprendimiento*. Pensamiento & Gestión.
- Peredo A.M y Chiriman J.J (2006) *Hacia una teoría de la academia basada en la comunidad de revisión de gestión*. En prensa.
- Peredo A.M y Murdith (2005) Emprendimiento social: Una revisión crítica del concepto. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4) 3689-3714. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2879
- Pereira, F. (2003) Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 353-365.
https://www.academia.edu/184050/Reflexi%C3%B3n_Sobre_Algunas_Caracter%C3%ADsticas_Del_Esp%C3%ADritu_Emprendedor_Colombiano
- Popper, K. (1977) *La Lógica de la investigación científica*. Edit. Techos.

- Preziosa, M. (2006). Agencia moral de la empresa: *El aporte del análisis causal aristotélico*. *Cuadernos de Difusión* 11(21). Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA), Santa María de los Buenos Aires. (2006). <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/2291/1/agencia-moral-empresa-analisis.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2018). *Proyecto 89477*. Fortalecimiento de la Participación Ciudadana y Gobernanza Ambiental para la Sustentabilidad 2014-2019.
- Reis, T. (1999). *Desencadenando los nuevos recursos y el espíritu empresarial para el bien común: un análisis, una síntesis y un escenario para la acción*. Battle Creek.
- Roberts, D., y Woods, C. (2005). *Changing the World on a Shoestring: The Concept of Social Entrepreneurship*. University of Auckland Business Review, 45-51.
- Román C. (2017) *Globalización: quimera y religión*. Theologica Xaveriana
- Romo (1987) *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México D.F.
- Ronstadt, R. (1985) *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*, Lord Publishing, Dover Mass.
- Salas, P. (2016) *Acaparamiento en los medios de prensa escrita: Análisis caso Epena*.
- Solano, D. (2017) Cuadernos de difusión. *ESAN*, 12 (23).
- Schumpeter, J. (1934) *La teoría del desarrollo económico*. Estudios económicos de Harvard.
- Strauss, W. y Howe, N. (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage Books. Reino Unido.
- Tan, W., Williams, J., y Tan, T. (2005). Defining the ‘social’ in ‘social entrepreneurship’: Altruism and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 353-365.

Thompson J.L (2002). El mundo del emprendedor social. Revista internacional de gestión del sector público 15 (5): 412-431

Velasco, C. (1998). *Educación técnica y formación profesional en América latina y el Caribe- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.*

ANEXOS

ANEXO 01: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**Ficha de análisis de data para las características de los emprendedores sociales
y el tipo de emprendimiento que postulan al programa YouthActionNet en
Latinoamérica**

Datos generales

Lugar de residencia:

Perú () Chile () Brasil () Costa Rica () Honduras () México ()

Género

Masculino () Femenino () Otro género ()

Edad

1: ¿Cuál fue el grado de instrucción más alto que recibiste?

- a) Sin educación formal
- b) Con educación primaria
- c) Con educación secundaria
- d) Preparatoria
- e) Con estudios técnicos/ vocacionales
- f) Con estudios universitarios
- g) Con estudios de post grado

2: ¿Cuál fue el factor motivacional más significativo que te inspiro a involucrarte en el cambio social?

- a) Conocimientos adquiridos por la educación formal

- b) Experiencia personal con un problema social
- c) Contacto con el problema social mediante el voluntariado
- d) Influencia de amigos
- e) Influencia de la familia
- f) Influencia de un mentor o persona ejemplar
- g) Sentimiento empático hacia el otro
- h) Inspiración de fe o religión
- i)

3: ¿A través de que fuente de información te enteraste sobre este programa?

- a) Amigo
- b) Internet
- c) Radio/TV
- d) Periódico
- e) Revista
- f) Charla
- g) Ganador del premio
- h) Organización
- i) Universidad/instituto
- j) Otro

4: ¿Cuál de las siguientes categorías corresponde a tu emprendimiento?

- a) Un proyecto independiente
- b) Un proyecto que reside de otra organización

5: ¿Cuál es la principal área de impacto de tu organización?

- a) Desarrollo económico
- b) Educación
- c) Inclusión social
- d) Medio ambiente
- e) Participación ciudadana
- f) Salud

6: ¿Cuál de las siguientes modelos sigue tu organización?

- a) Con fines de lucro
- b) Sin fines de lucro
- c) Combina ambas estrategias

7: ¿Cuál de los siguientes mecanismos de financiamiento aplica a la forma de sostenerse económicamente tu organización?

- a) Ingresos del propio proyecto
- b) Subvenciones y donaciones
- c) Estrategia mixta

ANEXO 02: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición	Factores	Indicadores
X: Características del emprendedor social	Las características del emprendedor social constituyen todos los rasgos que distinguen a este agente económico de otro grupo de estudio. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es considerado el más prestigioso y extenso estudio en el mundo sobre emprendimiento, considera entre las dimensiones de las características del emprendedor la nacionalidad, el género, la edad, la formación académica, el factor motivacional, entre otros.	x1: Lugar de residencia	X1.1. Cantidad de residentes en Perú X1.2. Cantidad de residentes en Chile X1.3. Cantidad de residentes en Brasil X1.4. Cantidad de residentes en Costa Rica X1.5. Cantidad de residentes en Honduras X.1.6. Cantidad de residentes en México
		x2: Género	X2.1. Cantidad del género masculino. X2.2. Cantidad del género femenino X2.3. Cantidad de otras opciones.
		x3: Grado de instrucción	X3.1. Sin educación formal X.3.2. Primaria X.3.3. Secundaria X.3.4. Preparatoria X.3.5. Estudios técnicos vocacionales X.3.6. Estudios universitarios de grado. X.3.7 Postgrado
		x4: Factor motivacional	X.4.1 Conocimientos adquiridos por medio de la educación X.4.2 Experiencia personal con un problema social X.4.3 Contacto con un problema social a través del voluntariado X.4.4. Influencia de amigos X.4.5 Influencia de la familia X.4.6 Influencia de un mentor o persona ejemplar X.4.7. Sentimiento de empatía en relación al otro X.4.8 Inspiración de fe o religión
		x5: Fuentes de información	X6.1. Amigo X6.2. Internet X6.3. Radio/TV X6.4. Periódico/Revista X6.5. Charla X6.6. Ganador del premio X6.7. Organización X6.8. Universidad/Instituto X6.0. Otro
Y: Tipo de emprendimiento	Son los caracteres que clasifican y distinguen a emprendimientos sociales según diversos criterios. En la presente investigación, se analizará el grado de autonomía del emprendimiento, el área de impacto, los fines que tiene y sus fuentes de financiamiento.	y1: Por su grado de autonomía	Y1.1. Proyecto independiente Y1.2. Proyecto que reside dentro de otra organización
		y2: Por su área de impacto	Y2.1. Desarrollo económico Y2.2. Educación Y2.3. Inclusión social Y2.4. Medioambiente Y2.5. Participación ciudadana Y2.6. Salud
		y3: Por sus fines	Y3.1. Con fines de lucro Y3.1. Sin fines de lucro Y3.3. Combina fines
		y4: Por sus mecanismos de financiamiento	Y4.1 Generación y utilización de ingresos propios de la organización Y4.2 Subvenciones y donaciones Y4.3 Estrategia mixta

ANEXO 03: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Factores	Indicadores
P.G. 1 ¿Cuál es la relación que existe entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018?	O.G.1 Determinar estadísticamente la relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	H.G.1. Existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. Ho. No existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	X: Características del emprendedor social	x1: Lugar de residencia	X1.1. Cantidad de residentes en Perú X1.2. Cantidad de residentes en Chile X1.3. Cantidad de residentes en Brasil X1.4. Cantidad de residentes en Costa Rica X1.5. Cantidad de residentes en Honduras X.1.6. Cantidad de residentes en México
				x2: Género	X2.1. Cantidad del género masculino. X2.2. Cantidad del género femenino X2.3. Cantidad de otras opciones.
P.E.1 ¿Cuál es la relación que existe entre el género y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? ¿Periodo 2014- 2018?	O.E.1 Determinar estadísticamente la relación entre el género del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	H.E.1. Existe relación entre el género del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. Ho. No existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.		x3: Grado de instrucción	X3.1. Sin educación formal X.3.2. Primaria X.3.3. Secundaria X.3.4. Preparatoria X.3.5. Estudios técnicos vocacionales X.3.6. Estudios universitarios de grado. X.3.7 Postgrado
				x4: Factor motivacional	X.4.1 Conocimientos adquiridos por medio de la educación X.4.2 Experiencia personal con un problema social X.4.3 Contacto con un problema social a través del voluntariado X.4.4. Influencia de amigos X.4.5 Influencia de la familia X.4.6 Influencia de un mentor o persona ejemplar X.4.7. Sentimiento de empatía en relación al otro X.4.8 Inspiración de fe o religión
P.E.2: ¿Cuál es la relación que existe entre la edad del emprendedor social y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? ¿Periodo 2014- 2018?	O.E.2 Determinar estadísticamente la relación entre la edad del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	H.E.2. Existe relación entre la edad del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. Ho. No existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.		x5: Fuentes de información	X6.1. Amigo X6.2. Internet X6.3. Radio/TV X6.4. Periódico/Revista X6.5. Charla X6.6. Ganador del premio X6.7. Organización X6.8. Universidad/Instituto X6.0. Otro
P.E.3: ¿Cuál es la relación que existe entre el grado de instrucción y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? ¿Periodo 2014- 2018?	O.E.3 Determinar estadísticamente la relación entre el grado de instrucción del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	H.E.3. Existe relación entre el grado de instrucción del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. Ho. No existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	Y: Tipo de emprendimiento	y1: Por su grado de autonomía	Y1.1. Proyecto independiente Y1.2. Proyecto que reside dentro de otra organización
				y2: Por su área de impacto	Y2.1. Desarrollo económico Y2.2. Educación Y2.3. Inclusión social Y2.4. Medioambiente Y2.5. Participación ciudadana Y2.6. Salud
				y3: Por sus fines	Y3.1. Con fines de lucro Y3.1. Sin fines de lucro Y3.3. Combina fines
				y4: Por sus mecanismos de financiamiento	Y4.1 Generación y utilización de ingresos propios de la organización Y4.2 Subvenciones y donaciones Y4.3 Estrategia mixta
P.E.4: ¿Cuál es la relación que existe entre el factor motivacional y el tipo de emprendimiento que postula al Programa YouthActionNet? ¿Periodo 2014- 2018?	O.E. 4 Determinar estadísticamente la relación entre el factor motivacional del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018.	H.E.4. Existe relación entre los factores motivacionales del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento que postula al programa YouthActionNet en Latinoamérica periodo 2014-2018. Ho. No existe relación entre las Características del Emprendedor Social y el Tipo de Emprendimiento			

<p>P.E.5: ¿Cuál es la factibilidad de diseñar una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación?</p>	<p>O.E.5: Determinar la factibilidad de una propuesta de mejora para que los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación.</p>	<p>H.E.5 Es factible el diseño de una propuesta de mejora para los programas de emprendimiento social a raíz de la presente investigación. Ho. No es factible el diseño de una propuesta de mejora para los programas de Emprendimiento Social a raíz de la presente investigación.</p>	<p>_____</p>
--	--	---	--------------

ANEXO 03: Base de datos

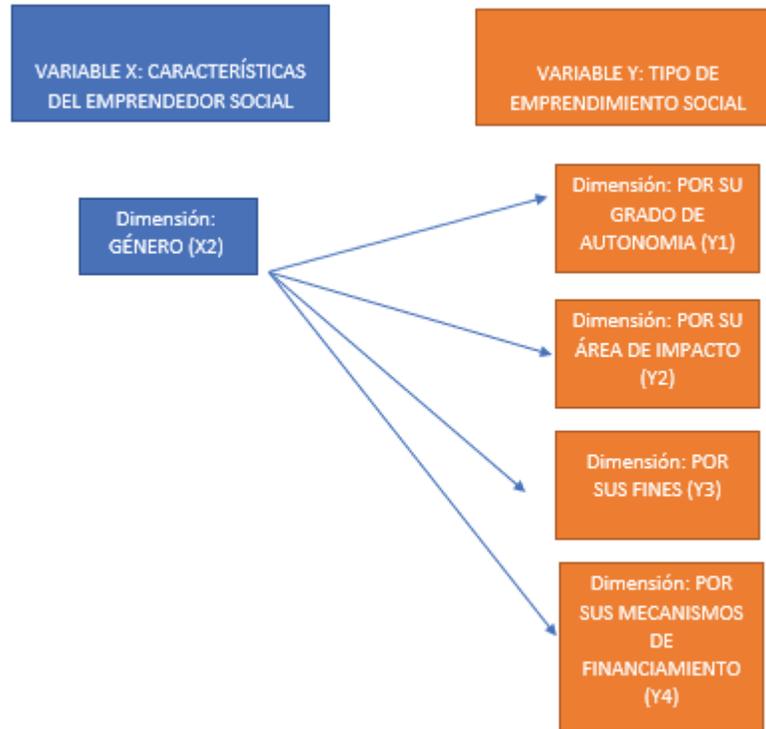
lugar	año	Genero		Edad			Estudios técnicos	Estudios universitarios	Postgrado	Secundaria
		Femenino	Masculino	18 a 23	24 a 29	otras edades				
Brasil	2014	33	54	34	21	29	7	52	11	15
	2015	42	54	29	27	38	2	54	22	13
	2016	41	69	43	30	39	5	78	18	9
	2017	72	80	55	50	51	4	107	28	14
	2018	76	96	71	38	61	2	126	22	22
	2014	84	158	42	89	100	23	126	18	28
	2015	79	122	31	68	92	15	84	21	30
	2016	96	126	32	79	107	19	66	18	27
Chile	2017	58	77	19	35	80	4	50	13	16
	2018	68	77	28	27	90	14	59	12	15
	2014	14	23	15	17	18	4	17	2	8
Costa Rica	2015	16	13	8	11	10	4	12	1	3
	2016	27	28	14	10	29	6	18	6	9
	2017
	2018	25	12	13	11	15	7	10	2	9
	2014	27	41	42	32	35	1	29	5	21
	2015	27	41	25	41	43	1	29	5	21
Honduras	2016	58	69	58	29	36	4	56	10	37
	2017	60	82	50	41	56	8	56	7	39
	2018	76	86	38	43	79	9	76	12	43
	2014	65	89	49	67	60	6	106	23	18
México	2015	85	80	48	61	63	11	114	21	21
	2016	75	85	53	50	66	10	121	14	17

	20									
	17	62	66	35	48	56	3	92	21	13
	20									
	18	77	83	46	56	69	8	117	22	17
<hr/>										
	20									
	14	76	87	111	91	69	12	86	7	17
	20									
	15	83	122	91	79	104	19	114	9	21
	20									
	16	79	110	48	73	109	8	109	14	24
	20									
	17	99	87	50	72	103	14	86	13	10
	20									
Perú	18	94	94	36	66	100	18	98	29	12
<hr/>										

lugar	año	Conocimientos adquiridos por la educación formal	Contacto con el problema social mediante el voluntariado	Experiencia personal con un problema social	Factor motivacional					Fuente de información					Periódico /Revista
					Influencia de amigos	Influencia de la familia	Influencia de un mentor o persona ejemplar	Inspiración de fe o religión	Sentimiento empático hacia el otro	Amigo	Ganador	Internet	Organización		
Brazil	2014	17		13	25	9	3	1	15	18	5	42	14	2	
	2015	35		8	31	6		2	10	17	11	27	5	1	
	2016	28		10	34	10	1	4	23	27	13	34	8		
	2017	26	26	82	3	2	10	4		31	23	64	6	3	
	2018	32	36	77	5	5	8	10		32	23	57	12	5	
Chile	2014	62		11	96	10	1	2	11	58	7	102	12	16	
	2015	49		16	57	11	1	8	10	49	5	84	12	3	
	2016	50		6	51	11	1	4	11	42	6	75	6	2	
	2017	23	25	27	1	2	3	1		24	7	38	8	6	
	2018	36	22	33	1	3	3	2		24	13	41	18	3	
Costa rica	2014	10		3	11	4		1	4	13	6	9	4		
	2015	1		15					1	6	1	10	3	1	
	2016	16		3	12	3	1	3	2	10	3	17	2	7	
	2017														
	2018	9	4	10		1	2	2		14	1	8	4	1	
Honduras	2014	24		3	9	8		4	7	11	3	26	6	8	
	2015	24		3	9	8		4	7	11	3	26	6	8	
	2016	36	4	9	23	13	2	8	10	23	19	34	15	13	
	2017	44	9	12	17	14	4	13		19	13	49	11	21	
	2018	42	25	20	21	20	3	9		30	11	63	11	25	
México	2014	2		73	2	1	10		14	32	1	101	7	5	
	2015			80	2	1	6		12	21		108	16	2	
	2016	1		78	1	2	6		18	33		100	11	7	
	2017	22	29	33	1	3	4	3		28		72	11	5	
	2018	4		49	2	1	8		5	37		76	13	6	
Perú	2014	5		89	2	1	14		10	19	10	44	8	4	
	2015	1		121	2	4	11	2	20	40	4	56	8	6	
	2016	1		111	1	1	13	1	24	39	11	64	5	3	
	2017	31	45	38	2	2	4	1		23	16	55	7	2	
	2018	29	48	71	1	2	3	3		33	20	63	8	1	

ANEXO 04: Correlaciones

Grupo de correlaciones de X y dimensiones de Y



Género (X2) - Tipo de emprendimiento por su grado de autonomía (Y1):

		Femenino	Masculino
Independiente	Correlación de Pearson	,839**	,923**
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00
Otra organización	Correlación de Pearson	,647**	,648**
	Sig. (bilateral)	0.00	0.00

El coeficiente de relación de Pearson expresa un valor mayor respecto a la preferencia de los varones por los proyectos independientes con un 0,923; sin embargo, las mujeres con un

0,839, también muestran su inclinación por emprendimientos autónomos que no están albergados dentro de una organización.

El valor en ambos casos, es mayor a 0,7, por lo que existe una relación directa entre el género del emprendedor y el grado de autonomía del emprendimiento.

Género (X2)- Tipo de emprendimiento por su área de impacto (Y2):

		Femenino	Masculino
Desarrollo económico	Correlación de Pearson	,526**	,558**
	Sig. (bilateral)	0.003	0.002
Educación	Correlación de Pearson	,844**	,853**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Inclusión Social	Correlación de Pearson	,690**	,740**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,692**	,800**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Participación Ciudadana	Correlación de Pearson	,727**	,737**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Salud	Correlación de Pearson	,681**	,623**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000

El coeficiente de correlación de Pearson para la muestra entregó un valor alto en la inclinación de los varones por emprendimientos que tengan un área de impacto en educación y medio ambiente. En el caso de las mujeres, los valores predominantes son en el ámbito de la educación y la participación ciudadana.

El valor en ambos casos, es mayor a 0,7, por lo que existe una relación directa entre el género del emprendedor y el área de impacto.

Género (X2) y Tipo de emprendimiento por los fines de la organización (Y3):

		Femenino	Masculino
Combinación de ambas estrategias	Correlación de Pearson	,853**	,837**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Con fines de lucro y misión social	Correlación de Pearson	,506**	,675**
	Sig. (bilateral)	0.005	0.000
Sin fines de lucro y misión social	Correlación de Pearson	,842**	,814**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000

Los valores expresados en la tabla, muestran que tanto varones como mujeres prefieren trabajar con modelos que combinen ambas estrategias, es decir contemplan acciones con fines y sin fines de lucro.

En los modelos con fines de lucro y misión social, hay una predominancia del género masculino con un 0,675, mientras en el caso de las mujeres, se ve un valor mayor, con 0,842, en los modelos sin fines de lucro y misión social.

El valor en ambos casos, es mayor a 0,7, por lo que existe una relación directa entre el género del emprendedor y el área de impacto.

Género (X2) y Tipo de emprendimiento por sus mecanismos de financiamiento (Y4):

		Femenino	Masculino
Estrategia mixta	Correlación de Pearson	,845**	,913**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Ingresos propios del proyecto	Correlación de Pearson	,797**	,736**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000
Subvenciones y donaciones	Correlación de Pearson	,645**	,859**

Sig. (bilateral)

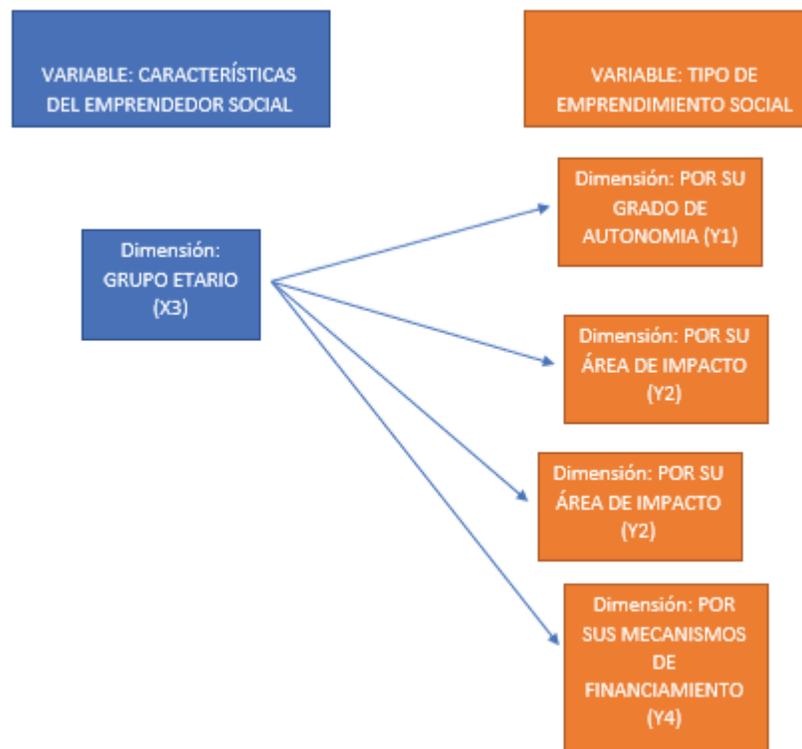
0.000

0.000

El coeficiente de Pearson muestra un valor mayor tanto para varones y mujeres respecto a que para sostener sus proyectos, ambos géneros prefieren utilizar una estrategia mixta, es decir, contempla ingresos propios del proyecto y subvenciones y donaciones.

En la tabla se puede ver una ligera inclinación de las mujeres por financiar sus emprendimientos con ingresos propios, mientras que los varones, tienden a hacerlo por subvenciones y donaciones.

Grupo de correlaciones grupo etario y tipo de emprendimiento



Grupo etario (X3) y Tipo de emprendimiento por su grado de autonomía (Y1):

		18 a 22	23 a 29	Otras edades
Independiente	Correlación de Pearson	0.296	,736**	,856**
	Sig. (bilateral)	0.119	0.000	0.000
Otra organización	Correlación de Pearson	,639**	,734**	,532**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.001

Según los datos analizados, existe una relación significativa entre el grupo etario de 23 a 29 años con realizar proyectos independientes.

Las personas con edades de 18 a 22 prefieren proyectos dentro de otras organizaciones.

Grupo etario (X3) y Tipo de emprendimiento por su área de impacto (Y2):

		18 a 22	23 a 29	Otras edades
Desarrollo económico	Correlación de Pearson	0.120	,403*	,652**
	Sig. (bilateral)	0.537	0.030	0.000
Educación	Correlación de Pearson	,619**	,800**	,790**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000
Inclusión Social	Correlación de Pearson	,482**	,560**	,542**
	Sig. (bilateral)	0.008	0.002	0.003
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	0.142	,698**	,739**
	Sig. (bilateral)	0.463	0.000	0.000
Participación Ciudadana	Correlación de Pearson	,465*	,759**	,746**
	Sig. (bilateral)	0.011	0.000	0.000
Salud	Correlación de Pearson	0.300	,402*	,632**
	Sig. (bilateral)	0.113	0.031	0.000

Se observa una asociación significativa entre la preferencia por los grupos etarios de 23 a 29 años por los proyectos de educación y proyectos de participación ciudadana

Las personas de edad de 18 a 22 prefieren los proyectos educativos. De edades mayores a estos dos grupos prefiere los proyectos de participación ciudadana.

Grupo etario (X3) y Tipo de emprendimiento por sus fines (Y3):

		18 a 22	23 a 29	Otras edades
Combinación de ambos	Correlación de Pearson	0.276	,706**	,766**
	Sig. (bilateral)	0.148	0.000	0.000
Con fines de lucro	Correlación de Pearson	0.018	,398*	,666**
	Sig. (bilateral)	0.926	0.032	0.000
Sin fines de lucro	Correlación de Pearson	,736**	,848**	,722**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000

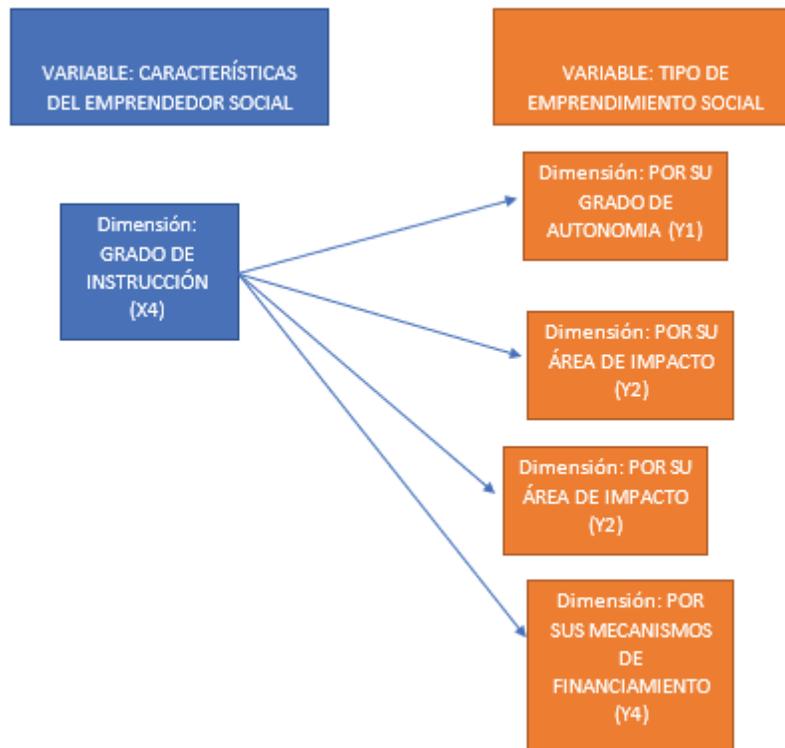
Se observa una predominancia por los proyectos sin fines de lucro en el grupo etario de 18 a 22 años, mientras que los otros grupos muestran preferencia por combinar ambas estrategias.

Grupo etario (X3) y Tipo de emprendimiento por sus mecanismos de financiamiento (Y4):

		18 a 23	24 a 29	Otras edades
Combino ambas estrategias	Correlación de Pearson	,433*	,845**	,846**
	Sig. (bilateral)	0.019	0.000	0.000
Ingresos del propio proyecto	Correlación de Pearson	,440*	,622**	,813**
	Sig. (bilateral)	0.031	0.001	0.000
Subvenciones y donaciones	Correlación de Pearson	0.317	,583**	,699**
	Sig. (bilateral)	0.093	0.001	0.000

En la tabla, se observa una relación significativa entre el grupo etario mayor a 29 años y la combinación de ambas estrategias para financiar sus acciones.

Grupo de correlaciones grado instrucción tipo de emprendimiento



Grado de instrucción (X4) y Tipo de emprendimiento por su grado de autonomía (Y1)

	Estudios técnicos	Estudios universitarios	Post grado	Secundaria
	,729		,53	,54
Correlación de Pearson	**	,654**	9**	8**
Independiente	0,00	0,000	0,03	0,02
Sig. (bilateral)				
	,372		,48	0,2
Correlación de Pearson	*	,819**	7**	83
Otra organización	0,04	0,000	0,07	0,1
Sig. (bilateral)	7			37

En la tabla se observa que quienes prefieren realizar emprendimientos independientes de una organización, son los postulantes que presentan estudios técnicos. Por otro lado, quienes cuentan con estudios universitarios, prefieren los emprendimientos que son parte de alguna organización.

Además, se muestra que los postulantes que tienen estudios de post grado también apuestan por emprendimientos independientes, al igual que los postulantes que registraron tener estudios de secundaria.

Grado de instrucción (X4) y Tipo de emprendimiento por su área de impacto (Y2)

		Estudios técnicos	Estudios universitarios	Post grado	Secundaria
Desarrollo económico	Correlación de Pearson	0.301	0.266	0	,670*
	Sig. (bilateral)	0.112	0.162	0	0.00
				.485	0
Educación	Correlación de Pearson	,604**	,809**	,586**	,379
	Sig. (bilateral)	0.001	0.000	0	0.04
				.001	3
Inclusión Social	Correlación de Pearson	0.361	,725**	,700**	,430
	Sig. (bilateral)	0.054	0.000	0	0.02
				.000	0
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,707**	,488**	,415*	,394
	Sig. (bilateral)	0.000	0.007	0	0.03
				.025	4

				0	0.30
	Correlación de Pearson	,741**	,663**	.277	7
Participación Ciudadana		0.000	0.000	0	0.10
	Sig. (bilateral)			.146	6
				0	,444
	Correlación de Pearson	,491**	,530**	.358	*
Salud		0.007	0.003	0	0.01
	Sig. (bilateral)			.057	6

El coeficiente de correlación de Pearson para la muestra, indica que los emprendedores con estudios técnicos prefieren iniciar proyectos en el ámbito de la participación ciudadana; los que tienen estudios universitarios proyectos del sector educación, quienes tienen estudios de post grado, proyectos de inclusión social y quienes presentan estudios de educación secundaria, prefieren trabajar en proyectos de desarrollo económico.

Grado de instrucción (X4) y Tipo de emprendimiento por sus fines (Y3)

		Estudios técnicos	Estudios universitarios	Postgrado	Secundaria
Combinación de ambos	Correlación de Pearson	,629**	,744**	,630**	,558**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.002
Con fines de lucro	Correlación de Pearson	,563**	0.268	0.273	,405*
	Sig. (bilateral)	0.001	0.159	0.152	0.029
Sin fines de lucro	Correlación de Pearson	,551**	,910**	,552**	,399*
	Sig. (bilateral)	0.002	0.000	0.002	0.032

En los datos obtenidos, se revela que los emprendedores con estudios técnicos, de post grado y con educación secundaria, prefieren gestionar emprendimientos que combinen estrategias con fines y sin fines de lucro, mientras que solo los postulantes que cuentan con estudios universitarios eligen desarrollar sus organizaciones con modelos sin fines de lucro.

Grado de instrucción y Tipo de emprendimiento por sus mecanismos de financiamiento

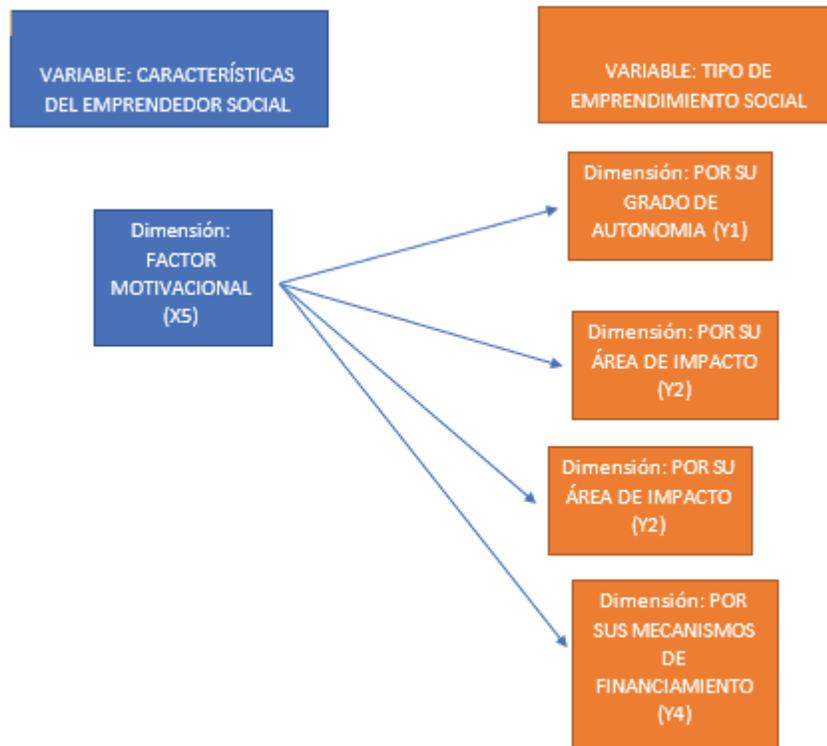
(Y4)

		Estudios técnicos	Estudios universitarios	Postgrado	Secundaria
Combino ambas estrategias	Correlación de Pearson	,737**	,762**	,502**	,520**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.006	0.004
Ingresos del propio proyecto	Correlación de Pearson	,542**	,669**	,545**	0.199
	Sig. (bilateral)	0.006	0.000	0.006	0.351
Subvenciones y donaciones	Correlación de Pearson	,607**	,505**	,382*	,585**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.005	0.041	0.001

El coeficiente de Pearson muestra que los emprendedores sociales con educación secundaria prefieren trabajar con subvenciones y donaciones, mientras que los que cuentan con estudios de postgrado con ingresos que genera el propio proyecto.

Por su parte, los emprendedores sociales con estudios técnicos y estudios universitarios muestran inclinación por combinar ambas estrategias, es decir, trabajar con ingresos del propio proyecto, así como subvenciones y donaciones.

Grupo de correlaciones factor motivacional tipo de emprendimiento



Factor motivacional (X5) y tipo de emprendimiento por su grado de autonomía (Y1)

		Conocimientos adquiridos por educación formal	Contacto con los problemas sociales mediante el voluntariado	Experiencia personal con un problema social	Influencia de amigos	Influencia de la familia	Influencia de mentor o persona ejemplar	Inspiración de feo religión	Sentimiento empático hacia el otro
Independientes	Correlación de Pearson	.556**	.600	.260	.469*	.234	0.083	.227	.305
	Sig. (bilateral)	.002	.051	.173	.014	.230	.701	.298	.205
Otra organización	Correlación de Pearson	0.190	.431	.689**	0.114	0.230	.651**	.074	.537*
	Sig. (bilateral)	.333	.185	.000	.572	.238	.001	.737	.018

La relación más fuerte existente es entre los emprendimientos independientes y el contacto con los problemas sociales mediante el voluntariado, como por influencia de familia y conocimiento adquirido por la educación.

El tipo de emprendimiento dependiente de otra organización está relacionado directamente con las experiencias personales con problemas sociales e influencias de mentores.

Factor motivacional (X5) y tipo de emprendimiento por área de impacto (Y2)

		Conocimientos adquiridos por la educación formal	Contacto con los problemas sociales mediante el voluntariado	Experiencia personal con un problema social	Influencia de amigos	Influencia de la familia	Influencia de un mentor o persona que ejemplar	Inspiración de fe o religión	Sentimiento empático o hacia el otro
Desarrollo económico	Correlación de Pearson	.419*	.047	.037	.123	.356	0.053	.301	.168
	Sig. (bilateral)	.027	.891	.848	.540	.063	.806	.163	.492
Educación	Correlación de Pearson	.255	.726*	.621**	.147	.055	.356	.155	.691**
	Sig. (bilateral)	.191	.011	.000	.465	.782	.087	.480	.001
Inclusión Social	Correlación de Pearson	.350	.340	.415*	.258	.244	.237	.243	.619**
	Sig. (bilateral)	.068	.307	.025	.194	.210	.264	.265	.005
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	.411*	.306	.124	.498**	.100	0.143	.062	.153
	Sig. (bilateral)	.030	.360	.521	.008	.613	.504	.779	.533

Participación Ciudadana	Correlación de Pearson	0	,623*	,467*	.151	0.129	.181	.051	.280
	Sig. (bilateral)	0	.041	.011	.452	.514	.396	.817	.246
Salud	Correlación de Pearson	0	0	,425*	.072	.035	.110	.342	.357
	Sig. (bilateral)	0	.870	.021	.721	.859	.610	.110	.134

Los datos obtenidos, señalan que quienes han sido motivados por conocimientos adquiridos a través de la educación formal, tienen preferencia por desarrollar proyectos de desarrollo económico y medio ambiente; por su parte, quienes resaltan en el ámbito de la educación, son los emprendedores sociales que su motivación ha estado centrada por el contacto con los problemas sociales a través del voluntariado, experiencia personal con un problema social y sentimiento empático hacia el otro, por este último indicador, también están quienes se desenvuelven en proyectos del campo de la inclusión social.

Así mismo, la influencia de amigos, ha sido un factor importante para quienes han desarrollado proyectos medioambientales y la experiencia de participar en un voluntariado y a través de este conocer los problemas sociales, tiene una alta asociación con emprender proyectos de participación ciudadana.

Factor motivacional (X5) y tipo de emprendimiento por sus fines (Y3)

		Conocimientos adquiridos por la educación formal	Contacto con el problema social mediante el voluntariado	Experiencia personal con un problema social	Influencia de amigos	Influencia de la familia	Influencia de un mentor o personaje ejemplar	Inspiración de fe o religión	Sentimiento empático hacia el otro
Combinación de ambos	Correlación de Pearson	.414*	.457	.342	.320	.154	.022	.321	.288
	Sig. (bilateral)	.028	.157	.069	.103	.434	.919	.136	.232
Con fines de lucro	Correlación de Pearson	.719**	.430	0.041	.542**	.325	0.311	.138	.186
	Sig. (bilateral)	.000	.187	.832	.004	.091	.138	.530	.447
Sin fines de lucro	Correlación de Pearson	.014	.630*	.737**	0.024	0.096	.582**	.184	.574*
	Sig. (bilateral)	.943	.038	.000	.905	.626	.003	.400	.010

El coeficiente de correlación de Pearson muestra en los datos analizados, que hay una alta asociación entre los emprendedores que han sido motivados por conocimientos adquiridos por la educación formal en relación a desarrollar emprendimientos con fines de lucro, así como emprendimientos que combinan ambas estrategias. Por su parte, quienes han sido motivados por su contacto con problemas sociales a través del voluntariado, experiencia personal con un problema

social, influencia de un mentor o persona ejemplar y por un sentimiento empático hacia el otro, tienden más a desarrollar proyectos sin fines de lucro.

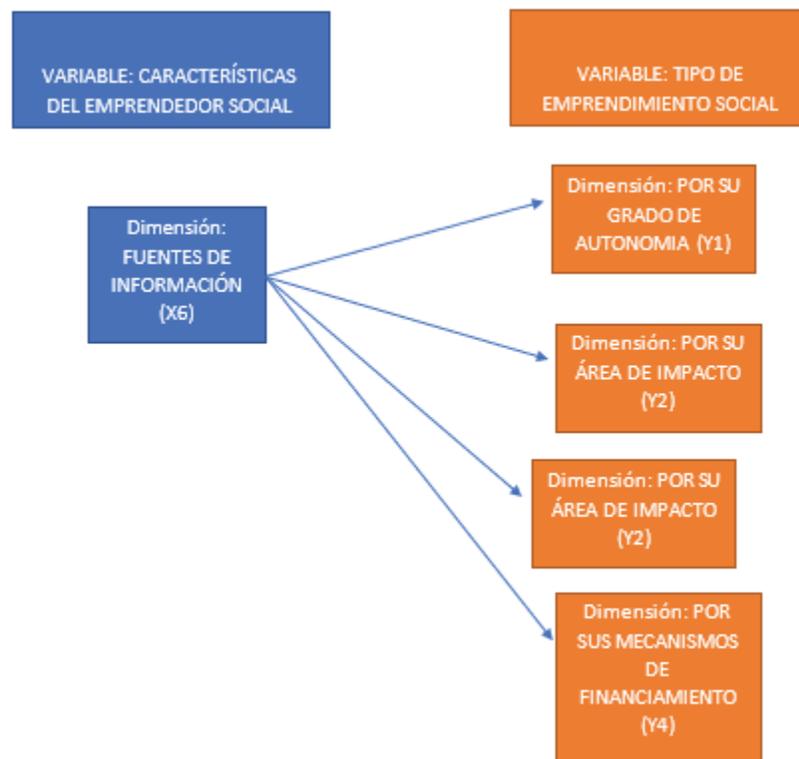
Factor motivacional (X5) y Tipo de emprendimiento por sus mecanismos de financiamiento (Y4)

		Conocimientos adquiridos por la educación formal	Contacto con el problema social mediante el voluntariado	Experiencia personal con un problema social	Influencia de amigos	Influencia de la familia	Influencia de un mentor o persona ejemplar	Inspiración de fe o religión	Sentimiento empático hacia el otro
Combinando ambas estrategias	Correlación de Pearson	0.337	0.509	,451*	0.350	0.091	0.172	0.128	0.437
	Sig. (bilateral)	0.080	0.110	0.014	0.074	0.647	0.422	0.561	0.061
Ingresos del propio proyecto	Correlación de Pearson	0.174	,866**	,631**	-,504*	-	0.289	0.132	,589*
	Sig. (bilateral)	0.428	0.003	0.001	0.017	0.437	0.229	0.601	0.016
Subvenciones y donaciones	Correlación de Pearson	,633**	0.057	0.099	,629**	,392*	-	0.288	0.287
	Sig. (bilateral)	0.000	0.868	0.609	0.000	0.039	0.642	0.183	0.233

En el cuadro se observa que los emprendedores motivados por los conocimientos adquiridos por la educación formal así como los motivados por la influencia de amigos, prefieren financiar sus proyectos por subvenciones y donaciones, mientras que los que han sido motivados por el contacto con problemas sociales mediante el voluntariado,

experiencias personales con los problemas sociales y sentimientos empáticos hacia el otro, se ven inclinados por financiar sus emprendimientos por ingresos del propio proyecto.

Grupo de correlaciones fuente de información tipo de emprendimiento



Fuentes de información (Y6) y Tipo de emprendimiento por su grado de autonomía (Y1)

		Amigo	Ganador	Internet	Organización	Periódico /Revista
Independiente	Correlación de Pearson	,899**	0.328	,679**	,399*	0.268
	Sig. (bilateral)	0.000	0.110	0.000	0.032	0.177
Otra organización	Correlación de Pearson	,580**	0.053	,814**	,374*	0.019
	Sig. (bilateral)	0.001	0.803	0.000	0.045	0.927

Los datos analizados revelan que los emprendedores sociales que se enteraron del programa YouthActionNet por amigos, tienen preferencia por desarrollar proyectos independientes, mientras que los que se enteraron por internet, son emprendedores sociales que tienen proyectos que residen dentro de una organización.

Fuentes de información (X6) y Tipo de emprendimiento por el área en el que impacta (Y2)

		Amigo	Ganador	Internet	Organización	Periódico/Revista
Desarrollo económico	Correlación de Pearson	,457*	0.213	0.314	0.318	,461*
	Sig. (bilateral)	0.013	0.306	0.098	0.092	0.016
Educación	Correlación de Pearson	,769**	,523**	,620**	0.24	0.077
	Sig. (bilateral)	0.00	0.007	0.00	0.209	0.701
Inclusión Social	Correlación de Pearson	,702**	,589**	,577**	0.29	0.241
	Sig. (bilateral)	0	0.002	0.001	0.127	0.226
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,807**	-0.065	,689**	0.312	0.076
	Sig. (bilateral)	0.00	0.758	0.00	0.099	0.707
Participación Ciudadana	Correlación de Pearson	,661**	0.118	,682**	,446*	0.175
	Sig. (bilateral)	0.00	0.576	0.00	0.015	0.383
Salud	Correlación de Pearson	,570**	0.361	,496**	,455*	0.059
	Sig. (bilateral)	0.001	0.077	0.006	0.013	0.772

El coeficiente de Pearson de los datos analizados, nos muestra que los emprendedores sociales que se enteraron de la convocatoria de YouthActionNet por un amigo, tienen más inclinación por desarrollar emprendimientos en el campo del medio ambiente y la educación.

Fuentes de información (X6) y Tipo de emprendimiento por sus fines

		Amigo	Ganador	Internet	Organización	Periódico /Revista
Combinación de ambos		,871	0.3	,820	,45	0.2
	Correlación de Pearson	**	53	**	4*	66
		0.00	0.0	0.00	0.0	0.1
	Sig. (bilateral)	0	84	0	13	80
Con fines de lucro		,636	0.3	0.24	0.2	0.2
	Correlación de Pearson	**	43	0	15	18
		0.00	0.0	0.21	0.2	0.2
	Sig. (bilateral)	0	93	0	62	74
Sin fines de lucro		,727	0.3	,795	,39	0.1
	Correlación de Pearson	**	50	**	9*	50
		0.00	0.0	0.00	0.0	0.4
	Sig. (bilateral)	0	86	0	32	55

En la tabla, se aprecia una relación significativa entre quienes se enteraron de la convocatoria del programa YouthActionNet a través de un amigo con el tipo de emprendimiento que lideran, en torno a sus fines, que en este caso resalta la combinación de acciones con fines de lucro y sin fines de lucro, al igual que los emprendedores que se enteraron por internet.

Fuentes de información (X6) y Tipo de emprendimiento por sus mecanismos de financiamiento (Y4)

		Amigo	Ganador	Internet	Organización	Periódico /Revista
Combino ambas estrategias		,868	0.25	,779	,39	0.2
	Correlación de Pearson	**	8	**	4*	78
		0.00	0.21	0.00	0.0	0.1
	Sig. (bilateral)	0	3	0	34	60
Ingresos del propio proyecto		,711	,670	,435	0.1	0.0
	Correlación de Pearson	**	**	*	52	06
		0.00	0.00	0.03	0.4	0.9
	Sig. (bilateral)	0	1	4	79	77
Subvenciones y donaciones		,809	0.20	,518	,44	0.2
	Correlación de Pearson	**	2	**	1*	59
		0.00	0.33	0.00	0.0	0.1
	Sig. (bilateral)	0	3	4	17	93

En la tabla se observa una relación significativa entre la fuente de información ‘‘amigo’’ e ‘‘internet’’ con el mecanismo de financiamiento de ‘‘combinación de ambas estrategias’’.