



RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL EMPRENDEDURISMO SOCIAL EN JÓVENES UNIVERSITARIOS

Caldera-González, Diana del Consuelo¹, Ortega-Carrillo, Miguel Agustín², Sánchez-Ramos, Ma. Eugenia³

Universidad de Guanajuato, México

dccaldera@ugto.mx, miguel.ortega@ugto.mx, maru_sanchezr@hotmail.com

Sede Marfil de la Universidad de Guanajuato, Fraccionamiento 1 S/N, El Establo, Guanajuato, Guanajuato, México, 4737332900.

Fecha de envío: 27/Abril/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

La presente investigación es una revisión documental acerca del emprendedurismo social y sus principales características además de una reflexión respecto a los retos y oportunidades que tienen las Universidades para fomentar el espíritu emprendedor con miras a atender retos sociales entre los jóvenes en México. Se analiza el papel protagónico que deben tener las instituciones universitarias en cuanto a la formación de emprendedores sociales. Se concluye con el hecho de que se puede fortalecer la cultura emprendedora con espíritu social desde la formación universitaria, y por qué se apuesta a que en especial sean los jóvenes quienes pueden cambiar su entorno a través del emprendedurismo social, lo cual genera en ellos una doble oportunidad, la creación de empleos y la resolución de problemáticas de índole colectivo.

Palabras Clave: Emprendedurismo Social, Jóvenes Universitarios, México.

Abstract

This research is a literature review about social entrepreneurship and its main features as well as a reflection on the challenges and opportunities with universities to promote entrepreneurship with the goal of take consciousness about the social challenges among youth in Mexico. The leading role that universities should have regarding about the training of social entrepreneurs is analyzed. It concludes with the fact that it can be strengthen the entrepreneurial culture with social spirit from university education, and why the bet is especially focused at youth ones, cause they can change their environment through social entrepreneurship, creating in them a double benefit, generation of jobs and practical solutions to problems of collective nature .

Key Words: Social entrepreneurship, university students, Mexico.

Introducción

Cuando se habla de emprender es común que se piense en una manera de iniciar un negocio propio, con o sin ayuda de otras personas para la obtención de ingresos propios a través del ofrecimiento a la sociedad de un producto o servicio que cubra ciertas necesidades. La diferencia del emprendimiento convencional que la mayoría puede concebir y el emprendimiento social es que en el segundo, según Palacios (2010) existe la habilidad de reconocer oportunidades para crear valor social.

De acuerdo a Enciso, Gómez & Mugarra (2012) se debe hablar de emprendimientos sociales y no únicamente emprendedores sociales, ya que regularmente son un grupo de personas quienes conforman las organizaciones y todas tienen un papel clave dentro de la labor hacia el beneficio social y es a partir de una idea compartida. En este orden de ideas, Guzmán & Trujillo (2008) definen al emprendedurismo social como:

“[...] un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales [...]” (p. 110).

Con estas aproximaciones se hace notoria la importancia que tiene la responsabilidad social. Al respecto Orrego (2009) afirma que un sujeto socialmente responsable es aquél que asume la responsabilidad que conlleva la transformación de la sociedad y cultura, la tarea de poder generar distintas posibilidades humanas a las ya conocidas.

Con respecto a lo anterior, se pretende hacer una revisión documental sobre las características relevantes alrededor del tema del emprendedurismo social así como reflexionar a partir de la idea de enseñar a emprender, esto último con base en el contexto mexicano y las instituciones educativas de nivel superior.

En México el tema del emprendedurismo social es relativamente nuevo y ha comenzado a ser tomado en cuenta e implantarse desde no hace muchos años, esto debido a diversos factores; entre ellos tenemos la creciente falta de oportunidades laborales ante la cual se enfrentan los jóvenes.

En 2013 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su informe acerca de las Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil estableció la premisa de que no resultaba fácil ser joven en el mercado laboral de aquel entonces, aludiendo a la llamada crisis de empleo juvenil y aunque la economía se ha recuperado un poco, esta situación continúa siendo grave, ya que en general dos de cada cinco jóvenes económicamente activos siguen estando desempleados o trabajaban pero aun así viven en condiciones de pobreza, por lo cual, sigue siendo difícil esta situación (OIT, 2015).

Los jóvenes universitarios, quienes son los que están próximos a integrarse al mundo laboral, representan una población atractiva a la cual fomentar e informar acerca del tema, propiciando así la cultura del emprendedurismo en dicha población como una alternativa a las ofertas laborales comunes y preestablecidas. Sin embargo, el emprendedurismo social representa una opción de interés tanto para las personas que se deseen auto emplear como para los distintos grupos de la sociedad que pueden resultar beneficiados como consecuencia de las acciones llevadas a cabo, ya que quien emprende puede percibir ganancias económicas y a su vez puede beneficiar ya sea empleando a personas de un sector necesitado o que las acciones que realice la

organización aporten cambios positivos en la vida de las personas o en el contexto en que se desenvuelvan.

El tema del emprendedurismo, ya sea social o no, toma una importancia sobresaliente debido a la situación laboral y económica a nivel internacional, ya que cada vez es más complejo que las personas puedan insertarse en el mundo laboral y, si llegan a hacerlo, incluso puede ser en un ámbito distinto al de su especialización educativa.

Tan sólo en el 2015 se registró una tasa de desempleo juvenil mundial del 13% lo que corresponde a 73.4 millones de jóvenes desempleados (OIT, 2015), los cuales incluyen profesionistas y no profesionistas.

Ahora bien, el panorama no resulta alentador para los próximos años, ya que de acuerdo con cifras de la OIT (2016), a consecuencia de la desaceleración económica en 2015, se prevé un aumento de la tasa de desempleo mundial para 2016 y 2017, y las economías emergentes serán las más afectadas.

Específicamente y haciendo referencia a la situación de México, además de estar viviendo una situación de desempleo y falta de plazas suficientes para todos los trabajadores, se está pasando por un momento en que los problemas que aquejan a la sociedad a lo largo y ancho del país han incrementado, tanto en número como en amplitud de ámbitos.

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), muestran que en 2014 se registró en México la existencia de más de 200,000 jóvenes desempleados que egresaron de alguna carrera profesional, lo cual representa casi el 20% del total de jóvenes desempleados (INEGI, 2014a, 2014b), siendo la tasa de desocupación juvenil de profesionistas jóvenes del 6.2% (INEGI, 2014a).

Así, por este mero hecho el tema del emprendedurismo social resulta atractivo e importante, ya que es necesario diseñar nuevos escenarios para que los jóvenes generen sus propias opciones de empleo, y no sólo eso, sino también que contribuyan en la solución de los problemas de su entorno a través de acciones que emprendan en beneficio de otros integrantes de la sociedad, con lo cual se generarán nuevas oportunidades de empleo para otras personas a la vez que se destensan conflictos sociales, convirtiéndose así en un círculo virtuoso de ayuda mutua.

El presente estudio busca hacer visible esta prometedora práctica, pero desde el punto de vista universitario, para así poder dar cuenta de los alcances y beneficios que se pueden obtener como resultado de la acción y unión ciudadana que pretenda lograr cambios en la sociedad y también generar ingresos propios. Si bien para alcanzar dicha finalidad, primero se debe fomentar la cultura emprendedora, y una vía para ello son las aulas.

Marco teórico

Se puede hablar de emprendedurismo siempre que se inicie algo nuevo que implique una idea de negocio y beneficio personal, grupal o social. Sin embargo, hay un tipo de emprendedurismo – que no es precisamente un modelo novedoso, pero que en México hasta hace poco se ha empezado a hablar al respecto–, y este es el emprendedurismo social, el cual busca un bienestar en un sector de la sociedad, solucionar ciertos problemas que aquejan a la población y transformar el entorno o aspectos específicos de la sociedad, todo esto a través de la oferta de productos o servicios que se crean necesarios para atender las demandas y necesidades sociales.

De acuerdo con Bornstein & Davis (2012), el emprendedurismo social es “un proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman las instituciones para avanzar en soluciones a problemas sociales como la pobreza, las enfermedades, el analfabetismo, la destrucción del medio ambiente, la falta de vivienda y todo el catálogo de la miseria humana” (p. 25).

Como puede observarse, en esta definición se observan términos clave como la transformación y la solución de problemas de índole colectivo.

Otra de las razones por las que en la actualidad el tema en torno al emprendimiento social es de sumo interés, es que las políticas de gobierno y el desarrollo económico de las sociedades presentes parecen encontrarse ante un estancamiento e incluso algunos modelos de desarrollo ya se encuentran en declive, y donde antes las políticas de Estado o los dictados del Mercado quienes tomaban un rol preponderante, ahora son los ciudadanos y su interés por transformar la realidad social quienes toman un papel central para la generación del cambio.

Evolución y características del emprendedurismo social

El tema del emprendedurismo social no siempre ha sido concebido de la misma manera. Así como las sociedades se han desarrollado y sus necesidades han cambiado, también el tipo de emprendimiento que necesitan ha evolucionado.

Seguendo a Bornstein & Davis (2012), podemos encontrar 3 etapas en esta evolución, que van desde la ubicación de los emprendedores a nivel individual, la creación de organizaciones y la acción colectiva.

De acuerdo a esta clasificación, las propuestas de otros autores ya mencionados, sitúan el emprendedurismo social en la tercera etapa –la acción colectiva-, en la cual no sólo existe un solo líder o un solo emprendedor, sino que existe un grupo de personas que comparten ideas, sueños y capacidades para hacer del cambio algo posible.

Figura 1. *Etapas de evolución del emprendedurismo social*



Fuente: Elaboración propia con base en Bornstein& Davis, 2012.

El emprendedurismo social cuenta con diversas características, entre las que destacan la sostenibilidad, ya sea con fines o sin fines de lucro, la promoción de la participación de las personas, la atención a problemas sociales con diversidad de objetivos, la búsqueda de un beneficio económico y una transformación social (Bargsted, 2013; Duarte & Ruíz, 2009; Guzmán & Trujillo, 2008).

Hay un debate acerca de si el emprendedurismo social debiera perseguir ganancias económicas o por el contrario ser organizaciones más altruistas. Con base en la literatura revisada y transportando las opiniones teóricas a la realidad, se puede decir que en la sociedad actual es necesario percibir ganancias económicas, independientemente de la labor que se esté realizando, ya que sin el apoyo monetario sería casi imposible mantener y hacer crecer cualquier

emprendimiento en acción a largo plazo. En este tenor, la finalidad debería ser alcanzar la sostenibilidad y no el explotar el proyecto únicamente esperando remuneraciones económicas o apoyos gubernamentales, sino que sea un proyecto auto sustentable, autónomo con compromiso social y de beneficio a terceros.

Perfil del emprendedor social

Algunos autores mencionan que los emprendedores sociales poseen ciertas características y cualidades que los definen. Se trata de personas benevolentes, empáticas, que poseen un deseo de auto trascendencia y autodirección, son innovadores, proactivos y arriesgados (Arboleda & Zabala, 2011; Curto, 2012; Orrego, 2008).

Si bien dichas características ayudan a formarnos una idea de la manera en que son las personas emprendedoras actualmente, no podemos generalizar o limitar a las personas a dichas características; cada individuo podrá cumplir con varios de esos puntos, pero también cabe la posibilidad de que posea otros que son igualmente valiosos para la labor realizada. Cabría decir que dicho perfil antes mencionado podría conformar cierto ideal esperado en los emprendedores sociales, pero el cual puede adquirirse y no necesariamente ser algo inherente y nato en las personas.

Características de la generación actual de jóvenes

Según Gutiérrez (2014), la generación *Millennials* define a las personas nacidas entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que se hicieron adultos con el cambio de milenio (en plena prosperidad económica antes de la crisis). También conocidos como “Generación Y”, “Generación del Milenio”, “Generación 2001”, “Nativos digitales” o como la “Generación

NET”, etiquetas utilizadas para hacer alusión a la importancia que tiene en sus vidas el uso de Internet y la llegada del tercer milenio (Monteferrante, 2010).

A diferencia de la generación de sus padres y abuelos, esta generación ha vivido cambios drásticos y veloces en distintos ámbitos, en especial el tecnológico, los cuales repercutieron directamente tanto en su vida académica como personal.

Dentro de sus características se encuentra que son individuos que tienen una inclinación a elegir realizar las cosas más por gusto que por deber, siendo esta una diferencia con generaciones anteriores quienes estaban fuertemente influenciados por lo que se esperaba de ellos y enfocaban sus acciones hacia aquello que fuera socialmente aceptado y bien remunerado económicamente.

Cristiani(2010) define a esta generación como la generación Einstein, moldeados por lo digital y acostumbrados a poseer un acceso ilimitado a la información.

Así, los cambios tecnológicos y el cúmulo de información disponible han propiciado en los *Millenials* cierta individualidad y rapidez en su vida cotidiana, ya que en sus dispositivos electrónicos pueden tener todo lo necesario para realizar tareas, trabajo, compras, obtener información, entretenimiento, direcciones, etc., y todo ello en tiempo real, algo que era impensable años atrás en donde la dependencia del otro era mayor y tomaba más tiempo hacer ciertas actividades.

Lo anterior influye en la vida personal de los jóvenes en el aspecto de que no son propicios a mantenerse en una empresa o ámbito laboral en donde el ascenso, el éxito o el reconocimiento sea algo por lo que deba esperar mucho tiempo, sino que buscarán obtener experiencia, contactos personales y conocimientos que consideren útiles para su vida laboral futura y seguirán su camino en otros ámbitos profesionales, ya que a diferencia de sus padres y abuelos, ellos ya no aspiran a “hacer carrera” en una empresa, debido a la inestabilidad laboral creciente y

generalizada que vieron cuando iban creciendo y que ahora les está tocando vivir (Tagliabue & Cuesta, 2011).

Estas características en los jóvenes hacen al emprendedurismo social una materia atractiva para lograr la trascendencia y la innovación pero de tipo social, aprovechando las nuevas tecnologías de información y comunicación para lograr mayor impacto.

Enseñar a ser un emprendedor social

Un debate inacabable es aquel referente a si el emprendedor nace o se hace, es decir, si resulta posible enseñar a emprender. De acuerdo con algunos autores, en un nivel educativo superior se pueden implementar currículos enfocados hacia el emprendimiento, con la finalidad de sumergir a los estudiantes en dicha cultura y brindarles los conocimientos y herramientas necesarias para que posteriormente puedan emprender (Olivos, Álvarez & Díaz, 2013; Peñaherrera & Cobos, 2012), es decir que sí se puede lograr esto desde la Universidad.

Sin embargo, existe una fuerte crítica respecto a la ineficiencia de la búsqueda de profesionistas emprendedores desde las Universidades, ya que éstos son considerados jóvenes ya formados y educados; y el fomento de la cultura del emprendedurismo debiese darse desde edades más tempranas, quizá incluso desde un nivel de educación básica, esto con el fin de poder formar personas con un perfil emprendedor, cimentando esas ideas y valores en ellos, apostando incluso por el hecho de que una persona consciente y preocupada de su entorno puede llegar a ser un miembro activo y de provecho socialmente, incluso aunque no llegue a emprender un proyecto como tal.

Ahora bien, puede considerarse como posible el hecho de poder formar emprendedores en la generación joven actual, ya que éstos tienen una predisposición casi natural de adquirir nuevos

conocimientos que consideren útiles para su vida, tanto en el ámbito personal como profesional. Resulta beneficioso el hecho de que en una generación activa como lo son los *Millenials* se pueda sembrar la semilla de la responsabilidad social, el deseo del cambio y la proactividad en cuanto a los problemas sociales se trate, ya que serán ellos quienes transmitan lo mismo a las generaciones posteriores y quienes pueden empezar a implementar dichas transformaciones en el presente.

Sin embargo un gran reto es la transformación del tipo de enseñanza tradicional que se les brinda a los jóvenes en las Universidades, el cual privilegia el conocimiento semántico y no el desarrollo de habilidades las cuales son imprescindibles para emprender. A este respecto existe evidencia empírica que muestra que en las Universidades que sí fomentan este espíritu, si hay una mayor cantidad de egresados dispuestos a tomar el riesgo de emprender en comparación de aquellas que no lo consideran más que como una parte acaso periférica o complementaria de sus planes de formación.

Método

Esta investigación es de corte exploratorio, fundamentado en análisis documental de fuentes primarias y secundarias de información. Dichas fuentes se categorizaron de acuerdo a dos líneas temáticas que fueron el tema del emprendedurismo social en jóvenes universitarios y aquellos que trataban en términos generales sobre las características creativas y perfil del emprendedor social.

El objetivo general de este trabajo fue realizar un análisis documental respecto al tema del emprendedurismo social y sus principales características, que sirviera de base para reflexionar respecto a los retos y oportunidades que tienen las Universidades para fomentarlo en los jóvenes.

Lo anterior en el entendimiento de que resulta viable y oportuno en el actual contexto, la formación de emprendedores sociales que logren transformar y mejorar su entorno.

Resultados

El presente trabajo proporciona una visión general y un acercamiento al tema del emprendedurismo social en jóvenes universitarios, puesto que en México no es un tema ampliamente abordado pero que consideramos necesario debatir puesto que representa una oportunidad para el desarrollo social y económico en el país.

Si bien la limitación de dicho estudio es el hecho de que se encuentra mayormente basado en una revisión documental y la experiencia empírica de los autores; consideramos que la presente investigación aporta una visión integral respecto al tema del emprendedurismo social y la oportunidad de tomar consciencia que desde las Universidades es posible y deseable formar a personas emprendedoras con consciencia social, enseñarles acerca del tema y poder fomentar en ellos una consciencia social y de ayuda mutua.

Este ejercicio no es utópico. Para muestra basta mencionar a la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social (REDUNES) creada en agosto de 2011 para favorecer la promoción, difusión y sensibilización acerca del emprendimiento social en Latinoamérica a través de la colaboración regional en torno al intercambio de nuevos aprendizajes, investigaciones y buenas prácticas. Actualmente a esta Red pertenecen 19 universidades de México, materia de otra investigación podrá ser descubrir qué actividades están realizando estas universidades mexicanas en cuanto al tema del emprendedurismo social con los jóvenes, así como el impacto que han tenido.

Conclusiones

El reto con los jóvenes universitarios no es menor, ya que nos encontramos con personas que han recibido cierta formación y han completado su educación en los niveles básico y medio superior, educación que la mayoría de las veces es opuesta a las características que posee el emprendedor.

En México predomina un tipo de educación tradicional, que ha sido sumamente criticada puesto que ha puesto énfasis en la memorización y la obediencia y no en la reflexión y la creación. Esto crea una verdadera paradoja para el tema del emprendedurismo, puesto que el perfil que permitirá llevar al éxito los emprendimientos tiene que ver con la iniciativa, la imaginación, la creatividad e inclusive la insolencia y rebeldía.

No obstante observamos una oportunidad para poder sensibilizar, informar y acompañar a aquellos jóvenes interesados en emprender y en cambiar el entorno en el cual viven. Lograr que sean conscientes del impacto de las acciones humanas en el entorno y que tomen la responsabilidad que eso conlleva.

Por otra parte, otro reto que enfrentamos no es simplemente lograr o conseguir que su perfil sea lo más apegado a lo deseado, sino que ellos tengan los conocimientos de cómo formar, desarrollar, conformar y administrar un proyecto u organización, el cual necesita de ciertas reglas, bases, trabajo humano tanto intelectual como físico y, por supuesto, saber definir y hacer posible (y sustentable económicamente) su emprendimiento social.

Consideramos así pues, que el mayor reto lo tenemos las Universidades quienes albergamos a millones de jóvenes estudiantes, en los cuales podríamos sembrar la inquietud de desarrollar proyectos viables económicamente y responsables socialmente.

Es necesario fortalecer la tarea de fomentar desde nuestras aulas el compromiso social en nuestro alumnado y el interés de ser sustentables. El emprender socialmente es un área en la cual se obtiene un doble valor, el cual se potencia al generar beneficios sociales y no el mero autobeneficio. Además de lo anterior, es apremiante la tarea de realizar diseños y rediseños curriculares cuyo eje transversal sea el emprendedurismo donde paralelamente al contenido de disciplinar de la profesión que se trate, se favorezcan temas tales como prácticas de negocios, creatividad e innovación, negociación en ámbitos diferentes al de la disciplina base, y fomento al apoyo activo de causas sociales.

Ahora bien, qué tan viable es dicha labor para las instituciones educativas del país, puesto que en México sigue siendo hasta cierto punto utópico hablar de un negocio propio y es más improbable aún poder hablar de que, a través de tu trabajo, puedas aportar a un beneficio social antes que personal. El asunto podría ser visto desde la situación nacional, siguiendo con las instituciones públicas y privadas, llegar hacia las instituciones educativas y al final con los universitarios.

Y desde la misma Universidad puede crearse conciencia de que cambiando normativas y reglas se pueden abatir obstáculos que innecesariamente se presentan para que los jóvenes emprendan. Si este esfuerzo se realiza al interior de las universidades, los alumnos egresados de ellas van a salir con la mentalidad y, aún mejor, herramientas prácticas para lograr ese mismo cambio en otras instancias de la sociedad

Siguiendo la línea anterior, consideramos que es posible apostar por esta causa, creando redes de apoyo para quienes deseen emprender, informar a quienes no sepan de qué se trata, conformar grupos para compartir conocimientos, ideas y experiencias.

Es a partir de la concientización, la unión, el trabajo y la organización que se podría avanzar, generando empatía con las autoridades universitarias, impactando en los sectores o ámbitos

poblacionales que busquen beneficiarse, lo que conllevará a una aproximación con otras organizaciones en el país que persigan objetivos similares, pudiendo hacer eco en las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales; así fortalecer las distintas propuestas con la ayuda que se pueda brindar desde dicho nivel.

El emprendedurismo social implica movilizarse desde donde te encuentres y con lo que puedas aportar, si bien es necesaria ayuda externa en algunos aspectos, el hecho de que se esté dispuesto a realizar una transformación social es muchas veces el empuje para empezar a avanzar; así que para promover la cultura del emprendedurismo en los jóvenes no se debería esperar a que las instituciones educativas o de gobierno sean quienes se encarguen de ella, sino que desde la sociedad misma se puede empezar a trabajar para alcanzar ese objetivo, o bien desde el aula el docente tiene la oportunidad de hacerlo. Los jóvenes universitarios son parte estratégica de esta sociedad y es necesario concientizarlos al respecto.

Se apuesta a que los jóvenes tomen un papel activo en su vida laboral, así como lo han venido haciendo desde años atrás gracias a la influencia de su contexto y los avances tecnológicos y culturales que les ha tocado vivir y los cuales ya forman parte fundamental de su vida. Se espera, por otro lado, que se logre fomentar en la generación *Millennial* el compromiso y la consciencia social que esté acorde con el potencial con el que se les ha idealizado, que puedan tener la voluntad de generar transformaciones en su entorno a partir de los conocimientos y habilidades adquiridas previamente en el ámbito educativo.

Desde la acción ciudadana se puede escalar para alcanzar el objetivo del cambio social a beneficio tanto de grupos vulnerables como de la población en general; es desde la acción individual y posteriormente fortalecida grupalmente que es posible concientizar a toda la

comunidad universitaria respecto a las bondades fomentar una cultura más integral de emprendedurismo, considerando por supuesto, al emprendedurismo social.

Bibliografía

- Arboleda, O. & Zabala, H. (2011). Condiciones clave para el éxito y sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de Medellín. *Semestre Económico*, (14), 28, pp. 77-94. Consultado el 26 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165022468006>
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, (13), 25, pp. 121-132. Consultado el 25 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100230029007>
- Bornstein, D. & Davis, S. (2012). *Emprendedores sociales. Lo que todos necesitan saber*. México: Debate.
- Cristiani, A. (2010). La Generación EINSTEIN. *Revista de antiguos alumnos del IEEM*, 13(2), pp. 57-61. Consultado el 18 de octubre de 2015 [Disponible en]: <http://eds.b.ebscohost.com.pbidi.unam.mx:8080/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=682eb0bf-d4a2-43ae-b866-6e02a70210cf%40sessionmgr111&hid=121>
- Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 13. Consultado el 25 de junio de 2015 [Disponible en]: http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf
- Duarte, T. & Ruíz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, (15), 43, pp. 326-331. Consultado el 25 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Enciso, M., Gómez, L. & Mugarra, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su

- delimitación contextual. *CIRIEC*, 75, pp. 54-80. Consultado el 25 de junio de 2015
[Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798004>
- García, P., Stein, G. & Pin J. R. (2011). Motivaciones y valores de la generación Y. *Revista de antiguos alumnos del IEEM*, 14(3), pp. 47-49. Consultado el 18 de junio de 2015
[Disponible en]: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3913735>
- Gutiérrez, A. (2014). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. *Forbes*. Consultado el 01 de septiembre de 2015 [Disponible en]: <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Guzmán, A. & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, (24), 109, pp. 105-125. Consultado el 25 de junio de 2015 [Disponible en]: http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/278/276
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2014a). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Consulta interactiva de datos. Consultado el 10 de octubre de 2014[Disponible en]: [http://www.inegi.org.mx/Sistemas/Olap/Proyectos/bd/encuestas/hogares/enoe/2010PE/p12.asp?s=est&c=33702&proy=enoe pe pmay&p=enoe pe](http://www.inegi.org.mx/Sistemas/Olap/Proyectos/bd/encuestas/hogares/enoe/2010PE/p12.asp?s=est&c=33702&proy=enoe%20pe&p=enoe%20pe)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2014b). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Consultado el 10 de octubre de 2014[Disponible en]: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/infoenoe/default.conapo.aspx?s=est&c=26227&p=>
- Llano, D. (2012). *Revisión conceptual: empresas sociales*. Consultado el 25 de junio de 2015
[Disponible en]: <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/culturae/ciudade/Documents/Centro%20de%20>

pensamiento/Revisi%C3%B3n%20conceptual%20sobre%20el%20emprendimiento%20social.pdf

Monteferrante, P. (2010). La generación Net claves para entenderla. *Debates IESA*, 15(4), pp. 58-61. Consultado el 01 de septiembre de 2015 [Disponible en]: <http://eds.b.ebscohost.com.pbidi.unam.mx:8080/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=682eb0bfd4a2-43ae-b866-6e02a70210cf%40sessionmgr111&vid=11&hid=121>

Olivos, F., Álvarez, I. & Díaz, F. (2013). Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad: Una experiencia en Chile con Propensity Score Matching. *Revista Electrónica Educare*, (17), 3, pp. 259-276. Consultado el 26 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194128798013>

Organización Internacional de Trabajo [OIT] (2015). *Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil 2015*. Ginebra. Consultado el 08 de febrero de 2016 [Disponible en]: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_412025.pdf

Organización Internacional de Trabajo [OIT] (2016). *Se prevé un aumento del desempleo mundial en 2016 y 2017*. Consultado el 08 de febrero de 2016 [Disponible en]: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_444114/lang-es/index.htm

Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, (16), 20, pp. 225-235. Consultado el 26 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151312829001>

- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, (17), 21, pp. 21-31. Consultado el 25 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151312820002>
- Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, (16), 4, pp. 579-590. Consultado el 26 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28016613002>
- Peñaherrera, M. & Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, (10), 2, pp. 238-247. Consultado el 26 de junio de 2015 [Disponible en]: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55124596016>
- Tagliabue, R. & Cuesta, M. (2011). Una Nueva Generación en la Universidad y el Trabajo: desafíos y oportunidades. *Gestión de las Personas y Tecnología*, 11, pp. 50-59. Consultado el 02 de julio de 2015 [Disponible en]: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4122530.pdf