

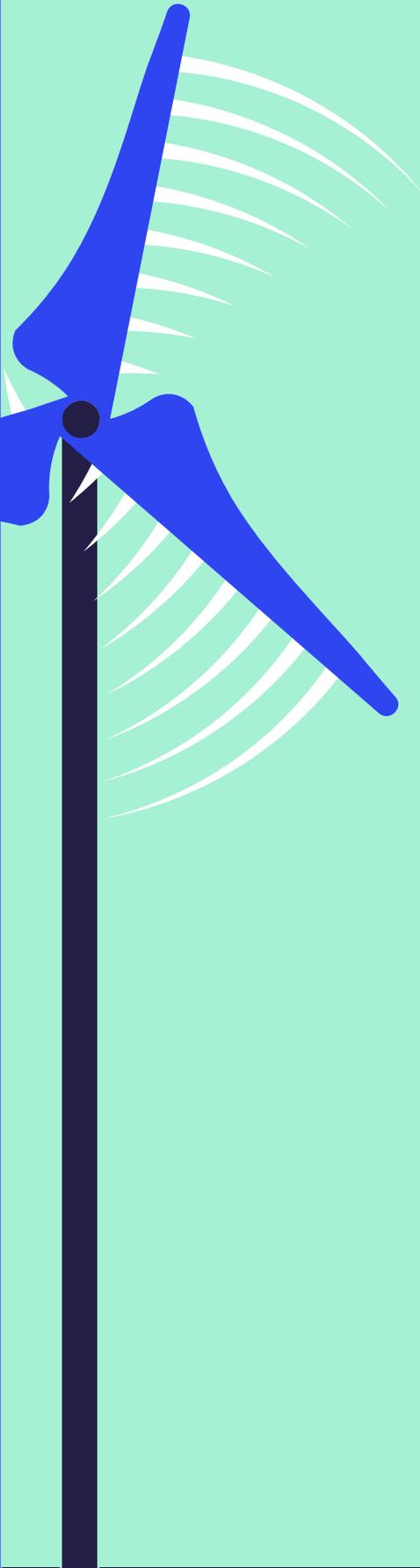


Encuentro Internacional de
Investigación en Emprendimiento

MEMORIAS 2020



ÍNDICE



01

Emprendimiento social..... 1

- El movimiento B corp: revisión sistemática de literatura..... 2
- Perceptions towards entrepreneurship in youth: A state level analysis of Queretaro..... 3
- Formación de emprendedores sociales: análisis del capital humano en la intención emprendedora..... 4

02

Educación emprendedora..... 5

- Análisis de la percepción del impacto de los cursos transversales de emprendimiento universitario en el tecnológico de monterrey..... 6
- El efecto del profesor de emprendimiento en la mejora del modelo clásico de intenciones empresariales: un estudio cuantitativo a partir de ecuaciones estructurales..... 7
- La educación positiva como una fuerza catalizadora del florecimiento humano y de la autoeficacia emprendedora en el entorno universitario..... 8
- Ecosistema de Emprendimiento Virtual Universitario..... 9
- Estrategia para la Implementación de las Líneas de Acción Institucionales Universitarias en el Marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz - UTEPSA de Bolivia, para una Educación Emprendedora, Integral, Inclusiva y de Calidad..... 10
- El impacto en la formación emprendedora de la experiencia de aprendizaje digital en el contexto COVID-19..... 11
- Networks around men and women entrepreneurs: Embedded in Latin American and European culture..... 12
- La creatividad y la autoeficacia detonantes en la intención emprendedora de los universitarios: un estudio empirico en la región de sonora méxico..... 13
- ¿Se puede aprender algo más en el estudio de los rasgos del emprendedor? Revisitando la literatura para desarrollar un modelo tentativo integrador e implicaciones para el desarrollo de competencias..... 14
- Análisis de la evolución de la investigación en educación en emprendimiento y well-being..... 15

03

Emprendimiento social..... 16

- El movimiento B Corp: Revisión sistemática de literatura..... 17
- Perceptions towards entrepreneurship in youth: A state level analysis of Queretaro..... 18
- Formación de emprendedores sociales: análisis del capital humano en la intención emprendedora..... 19

EMPRENDIMIENTO SOCIAL



Encuentro Internacional de
Investigación en Emprendimiento
Emprendimiento para el florecimiento humano
[Entrepreneurship for human flourishing]

El movimiento B Corp; Revisión sistemática de literatura

Diez-Busto Elsa. Universidad de Cantabria
Sánchez-Ruiz, Lidia. Universidad de Cantabria
Fernandez-Laviada, Ana. Universidad de Cantabria

Resumen:

Descripción general del trabajo (antecedentes/justificación): El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 supone una gran inversión que no puede obtenerse únicamente a través de recursos públicos. Sin embargo, para que el sector privado se alinee con los ODS y los integre en su modelo de negocio, deben obtener un beneficio de ello. En un intento por alinear los intereses privados con los ODS, en los últimos años han surgido diversas iniciativas de medición del impacto. Sin embargo, ninguna de ellas se ha aceptado de forma universal y común, en parte, porque aún presentan debilidades. Como alternativa, algunas empresas han optado por certificarse. En este ámbito, las cifras muestran que la certificación B Corp es una de las que más importancia está adquiriendo internacionalmente. Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de este trabajo es realizar una revisión sistemática de literatura sobre el movimiento B Corp para ofrecer una visión del estado de esta temática de investigación. Para ello, se realiza una búsqueda en las principales bases de datos (Web of Science y Scopus) en todos los años disponibles, tanto en español como en inglés. Finalmente, se identifican 36 artículos para ser analizados en la revisión. Los principales resultados muestran que se trata de un campo incipiente, pero con un gran potencial de crecimiento. En lo que a temáticas se refiere, hay dos temas tratados repetidamente en las publicaciones analizadas, estas son: el análisis de las motivaciones de las empresas para certificarse, y los efectos económicos y sociales que se producen tras la certificación.



Perceptions towards entrepreneurship in youth: A state level analysis of Queretaro

Ján Rehak, Tecnológico de Monterrey
Niyam Kwame Omari Fraser, Tecnológico de Monterrey
Mildred Daniela Berrelleza Rendón, Tecnológico de Monterrey
Patricia Esther Alonso Galicia, Tecnológico de Monterrey

Resumen:

Young people possess several characteristics that have the potential to positively affect their participation in business development. Also, they have a greater development of individual cognitive attributes compared to older age groups, due to factors such as education and adaptability to new technologies (Minola et al. 2014). The importance of understanding not only national, but also local differences between the characteristics of the age groups of potential entrepreneurs, can be attributed to the development of more precise and effective programs to foster entrepreneurship in different age groups. In order to analyze these differences we use data from the Adult Population Survey for the Global Entrepreneurship Study (GEM) in Mexico. At a state level, in Queretaro, there are several significant differences in perceptions towards entrepreneurship between youth and older adults, compared to the older adults, they have a greater probability to start a business at an early stage. As for perceptions, young people know more entrepreneurs who have recently started a business. Also young people consider starting a business to be a good career choice and perceive those who have been successful in starting a business with high status and respect. Finally, young adults also perceive more stories in the media about successful entrepreneurs. We believe that through the understanding of the different perceptions of entrepreneurship on a local level, academics, public institutions and entrepreneurs can generate better programs to involve young individuals in entrepreneurial activity.



Formación de emprendedores sociales: análisis del capital humano en la intención emprendedora

Abel García-González. Tecnológico de Monterrey
María Soledad Ramírez-Montoya. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

La educación en emprendimiento social ofrece oportunidades de florecimiento humano al formar jóvenes universitarios como agentes de cambio. El objetivo de la ponencia fue identificar la existencia de diferencias significativas en la percepción del nivel de dominio de la CES de acuerdo con el capital humano de estudiantes universitarios. El enfoque de la investigación fue a través del método cuantitativo con la aplicación de pruebas estadísticas de análisis de varianzas para identificar diferencias significativas. Se abordó desde la concepción del emprendimiento social como una meta competencia cuyo desarrollo se incentiva a través de comunidades de práctica con estrategias pedagógicas activas, donde influyen una serie de factores externos relacionados con el capital humano de los individuos: experiencia personal, familiar y expectativas familiares respecto al emprendimiento social. El estudio encontró que la experiencia previa aumenta el desempeño en emprendimiento social, además se observó cómo la experiencia y expectativas familiares se relacionan de manera diferente cuando se habla de emprendimiento social y no de emprendimiento tradicional.



EDUCACIÓN EMPREENDEDORA



Encuentro Internacional de
Investigación en Emprendimiento
Emprendimiento para el florecimiento humano
[Entrepreneurship for human flourishing]

Análisis de la percepción del impacto de los cursos transversales de emprendimiento universitario en el tecnológico de monterrey

Dr. Javier De la Fuente, Tecnológico de Monterrey
Dra. Linda Ruiz, Tecnológico de Monterrey
Mtro. David Xotlanhua, Tecnológico de Monterrey
Edgar García, Tecnológico de Monterrey
Mtra. Itzel Cruz, Tecnológico de Monterrey

Resumen:

El presente estudio tiene la finalidad de analizar la percepción de las fortalezas y áreas de mejora de los cursos de emprendimiento que se imparten en el nivel de pregrado en las universidades con economías emergentes desde la perspectiva de alumnos, profesores, emprendedores egresados y directivos. Partiendo de la determinación de tres enfoques o perspectivas teóricas del emprendimiento: Psicológica, Sociológica y Económica (Busenitz et al., 2003; Murphy, Liao, & Welsch, 2006; Sánchez, 2011). A partir de ellas se busca determinar el impacto en 5 factores: La vinculación con el ecosistema emprendedor de la región de influencia de la Universidad, el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes al tomar dichos cursos, emprendimiento consciente, las herramientas y metodologías para el emprendimiento, así como las competencias asociadas al emprendimiento de autoeficacia: locus de control interno, proactividad, actitud hacia el emprendimiento, control percibido, norma subjetiva, liderazgo y trabajo colaborativo, búsqueda de obtención de recursos e innovación.

A través del análisis mediante PLS-SEM (modelación por ecuaciones estructurales) (F. Hair Jr, Sarstedt, Hopkins, & G. Kuppelwieser, 2014), se realiza un análisis exploratorio para identificar patrones a partir de los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta dividida por los 5 factores antes descritos aplicados como variables latentes o constructos, los cuales se crearán para identificar la relevancia predictiva y un nivel de significancia entre ellos, así como la evaluación de cada uno de los constructos desde la perspectiva de cada grupo de interés evaluado.



El efecto del profesor de emprendimiento en la mejora del modelo clásico de intenciones empresariales: un estudio cuantitativo a partir de ecuaciones estructurales

San-Martín, Paula. Universidad de Cantabria
Pérez, Andrea. Universidad de Cantabria
Palazuelos, Estefanía. Universidad de Cantabria

Resumen:

Descripción general del trabajo (antecedentes/justificación): Los modelos de intenciones han sido ampliamente utilizados para vaticinar la conducta empresarial, siendo la más utilizada la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991). No obstante, Fayolle y Gailly (2015) determinan que existe poco conocimiento con respecto al posible vínculo causal entre algunas variables educativas y el impacto de los programas de educación empresarial en los antecedentes de la intención y/o el comportamiento. Entre estas variables destaca, entre otras, el perfil profesional del profesor. De este modo, a pesar de la solidez de las variables básicas del modelo, dentro del marco teórico de la educación empresarial, son pocos los estudios que analizan el impacto del profesor de emprendimiento sobre dicho modelo. En esta línea, son varios los autores que resaltan la importancia de las actitudes y aptitudes de los profesores, cuya influencia no solo se refleja en el camino académico de los estudiantes sino también, de forma más global, en sus vidas. De hecho, desde la perspectiva académica, los estudiantes relacionan la satisfacción y la preferencia de un curso en particular con un profesor y la forma en que éste lo imparte. Es por ello que estudiar el papel que juegan los profesores en las intenciones empresariales de los estudiantes se convierte en un tema clave de investigación.



La educación positiva como una fuerza catalizadora del florecimiento humano y de la autoeficacia emprendedora en el entorno universitario

Lucía Rodríguez-Aceves, Tecnológico de Monterrey
Humberto Charles-Leija, Universidad Tecmilenio
Geraldina Silveyra, Tecnológico de Monterrey

Resumen:

El fenómeno del emprendimiento va más allá de la creación de nuevas empresas y su crecimiento, así como de la identificación y explotación de oportunidades. Desde una mirada más amplia, el emprendimiento puede empoderar y transformar a las personas que lo experimentan. En un contexto universitario, a través del emprendimiento se invita a los estudiantes a soñar en grande. Se les hace conscientes de que son capaces de cambiar al mundo y que para ello deben alinear su propósito de vida. Para tal fin, se les dan las herramientas necesarias para hacer realidad esos sueños, son desafiados a hacer cosas más grandes que ellos mismos, y se les permite fallar (Kuratko, Morris y Einstein, 2018). En este sentido, investigaciones previas han demostrado que el emprendimiento contribuye al florecimiento humano de los individuos (Ryff, 2018) dado que éste es una fuente potencial de desarrollo personal, crecimiento y bienestar (Wiklund, et al., 2019). Con una muestra de 5,030 estudiantes, se utilizaron ecuaciones estructurales para comparar los niveles de florecimiento humano y autoeficacia de dos grupos de estudiantes de primer ingreso en la universidad. El primer grupo expuesto a educación positiva (Bisquerra, 2012) y el segundo no.

Los resultados muestran que aquellos alumnos que recibieron una formación en emociones (psicología positiva en el currículum) muestran una mayor autopercepción de florecimiento humano y por lo tanto mayores índices de autoeficacia emprendedora que aquellos estudiantes que no la tuvieron.

El estudio del florecimiento humano en el ámbito del emprendimiento es aún incipiente, por lo tanto, esta investigación contribuye al entendimiento del fenómeno al evidenciar la importancia de incluir en la currícula tradicional, además de los contenidos teóricos y el desarrollo de habilidades relacionados con el emprendimiento, otros atributos enfocados en la psicología positiva. Adicionalmente, este estudio demuestra el impacto que tiene la formación de emociones en el florecimiento humano, y cómo este contribuye a un incremento en la autoeficacia emprendedora de los estudiantes. Lo anterior tiene implicaciones prácticas importantes, dado que refleja que individuos plenos, serán profesionistas seguros de sí mismos y virtuosos, que se preocupen no únicamente de sí mismos sino de sus semejantes y su entorno inmediato. En consecuencia, de convertirse en emprendedores, serán conscientes y buscarán iniciativas de emprendimiento sustentable que generen valor económico, social y ambiental, lo que hoy en día se requiere de manera urgente primordialmente en economías emergentes.



Ecosistema de Emprendimiento Virtual Universitario

Antonio Ríos Ramírez

Resumen:

Dada la contingencia, la presente investigación tiene como objetivo mostrar la construcción del ecosistema de emprendimiento universitario en ambientes virtuales, resaltando los elementos del ecosistema, así como las interacciones y las primeras evidencias del funcionamiento de un ecosistema de emprendimiento universitario virtual. Al mismo tiempo se muestra la interacción de la virtualidad con la realidad tendiente hacia un modelo híbrido.



Estrategia para la Implementación de las Líneas de Acción Institucionales Universitarias en el Marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz - UTEPSA de Bolivia, para una Educación Emprendedora, Integral, Inclusiva y de Calidad

Federico Ernesto Viscarra. Universidad Utepsa Santa Cruz – Bolivia
Roger Mario Lino. Universidad Utepsa Santa Cruz – Bolivia
Mónica Graciela Arauco. Universidad Utepsa Santa Cruz – Bolivia

Resumen:

Las Universidades, a través de sus tres funciones sustantivas, tienen un papel protagónico y fundamental en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), propuesto en el 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas. La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, resume su misión en: "Educar para emprender y servir", lo que se refleja en su rol activo tanto en actividades de emprendimiento como de vinculación con la comunidad. Por ello, en consistencia con su filosofía institucional, Utepsa se compromete con la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, integrando en todo el proceso de enseñanza - aprendizaje, programas, proyectos y actividades para aportar al cumplimiento de estos objetivos y promover de manera transversal el emprendimiento. En este artículo, se presentan los resultados de este proceso de implementación a través una recopilación de actividades concretas que se desarrollaron en la Universidad y que además de aportar a la consecución de los ODS, son también acciones que promueven el emprendimiento de los estudiantes y de la comunidad. Se espera que al socializar las experiencias de Utepsa, se impulse un intercambio de aprendizajes con otras universidades e instituciones.



El impacto en la formación emprendedora de la experiencia de aprendizaje digital en el contexto COVID-19

Jaime Guillermo Arau. Tecnológico de Monterrey
Roberto Arturo James. Tecnológico de Monterrey
Margarita Herrera. Tecnológico de Monterrey
Giselle Rentería. Tecnológico de Monterrey
María Alejandra Peña. Tecnológico de Monterrey
Luis Miguel Beristain. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

La pandemia del COVID-19 supuso un desafío de alcance global para mantener la continuidad de los programas educativos en todos los niveles. El propósito del presente artículo es compartir las dificultades, diseño y ejecución de una unidad formativa diseñada bajo el enfoque de aprendizaje basado en retos, cuya naturaleza demanda un elevado nivel de interacción entre participantes y un alto contenido de actividades de aprendizaje de orientación práctica en sesiones plenarias y de trabajo en pequeños equipos. Dentro de las restricciones propias de transformar un curso de emprendimiento planeado para actividades presenciales a un formato digital, se recurrió al diseño de una experiencia flexible mientras se mantenía o se mejoraba la satisfacción de los fines de aprendizaje, los contenidos, la metodología del curso y el plan de evaluación, prestando particular atención a la experiencia de aprendizaje de los alumnos y de los profesores participando. Un desafío adicional en las unidades formativas con base en retos es la selección del socio formador, una empresa con la disposición para contribuir en la formación de los alumnos a través de seleccionar y compartir una situación problemática a cambio de ideas de solución, ofreciendo retroalimentación a las distintas propuestas de los estudiantes en varios momentos a lo largo del curso.

Se decidió, dadas las circunstancias, contar con un solo socio formador para los grupos de cuatro Campus del Tecnológico de Monterrey, siendo necesario recurrir a todos los medios disponibles para transmitir a los estudiantes la experiencia del servicio ofrecido por la empresa, presencial por naturaleza, sin vivirlo de primera mano. Las soluciones creativas empleadas para la impartición de la unidad formativa, el despliegue de los recursos pedagógicos y tecnológicos disponibles, y los resultados obtenidos durante el semestre febrero-junio 2020, ofrecen orientación empírica para reinventar la educación emprendedora durante circunstancias sin precedente.



Networks around men and women entrepreneurs: Embedded in Latin American and European culture

Lizette Huezo-Ponce, Tecnológico de Monterrey, Business School.
Thomas Schøtt, University of Agder, Norway, University of Southern Denmark.

Abstract

Purpose. – An entrepreneur gets advice on their business from family, professionals, and others. Latin America has a traditional culture with a family orientation that makes entrepreneurs listen to the family. Europe has a secular-rational culture that makes entrepreneurs draw advisors from the public sphere. Networking also depends on gender. Family is salient in networks around women, whereas men draw advisors more from the public sphere. This study accounts for the gendered networks around entrepreneurs as embedded in Latin American and European culture. **Research design.** – A representative sample of 32,871 entrepreneurs in 32 countries in Latin America and in European culture reported their networking to the Global Entrepreneurship Monitor, amenable to hierarchical linear modeling focusing on Latin America. **Findings.** – Both culture and gender shapes entrepreneurs networking, as expected, in that the family is especially salient in networks around female entrepreneurs in Latin America, whereas professionals are particularly prominent in networks around male entrepreneurs in European culture. **Contribution.** – The findings contribute to a cultural contextualization of gendering of entrepreneurship, specifically networking. **Practical challenge.** – The findings suggest that entrepreneurship in Latin America can gain from including more professional advisors in the networks around entrepreneurs, especially women.



La creatividad y la autoeficacia detonantes en la intención emprendedora de los universitarios: un estudio empírico en la región de sonora México

Luis Enrique Valdez Juárez, Instituto Tecnológico de Sonora
Elba Alicia Ramos Escobar
José Alonso Ruiz Zamora
Joselinne Gabriela Ramírez Campa

Abstract

El propósito de este artículo es analizar el efecto de la creatividad y la autoeficacia en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON). El estudio está focalizado en una muestra de 733 estudiantes de las áreas de ingeniería, ciencias administrativas y ciencias sociales. El trabajo de campo se realizó durante los meses de mayo a septiembre del año 2018. La técnica estadística utilizada para el análisis de los datos fue el modelado de ecuaciones estructurales (SEM), a través de Partial Least Square (PLS) con el apoyo del software SMARTPLS versión 3.3.2. Los resultados han revelado que la producción de ideas creativas y útiles ejercen efectos significativos sobre la autoeficacia y las intenciones emprendedoras. Y a la vez, la autoeficacia influye de manera positiva sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios del ITSON. Por otro lado, los resultados han expuesto que los estudiantes que provienen de familias emprendedoras no necesariamente tendrán una mayor autoeficacia e intención hacia el emprendimiento. La investigación contribuye al desarrollo de la literatura del emprendimiento desde el área de la psicología a través de la teoría del comportamiento planeado y la teoría social cognitiva.



¿Se puede aprender algo más en el estudio de los rasgos del emprendedor? Revisitando la literatura para desarrollar un modelo tentativo integrador e implicaciones para el desarrollo de competencias

Beristain, Luis M. Tecnológico de Monterrey
Peña, M. Alejandra. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

La investigación sobre los rasgos personales del emprendedor ha explorado múltiples definiciones, características, relaciones y metodologías, sin alcanzar a explicar por qué una persona se convierte en emprendedor. El proceso del reconocimiento de la oportunidad hasta su desarrollo se encuentra bien establecido, con características idiosincrásicas según la industria y la tecnología de la solución, sin embargo, el contexto particular y la personalidad del emprendedor, influyen sobre el proceso. Se propone tentativamente un modelo integrador para lograr el ajuste entre el emprendedor y la oportunidad, partiendo de las evidencias documentadas por los investigadores en los últimos veinte años y adecuándose a las diferentes etapas de un proceso complejo, iterativo y evolutivo. Los resultados tienen implicaciones relevantes para el desarrollo de las competencias emprendedoras.



Análisis de la evolución de la investigación en educación en emprendimiento y well-being

Cinthya Flores Rivera
Cynthia Lorena Franco Rodríguez

Resumen:

La educación superior representa una oportunidad para que los estudiantes visualicen su crecimiento personal y profesional, considerando el desarrollo de competencias enfocadas a la creatividad, innovación y emprendimiento (Peña-Ayala & Villegas-Berumen, 2020). Esta investigación cualitativa analiza el trabajo desarrollado por distintos autores en los últimos tres años (2018, 2019, y 2020) mediante un enfoque en el vínculo entre la educación superior, el emprendimiento, y el término de Well-being considerando los análisis desarrollados por distintos autores. Por tanto, se diseñó un método de análisis bibliométrico para recopilar la información de los estudios desarrollados, así mismo identificar las características de cada uno para conocer con mayor detalle la profundidad de los estudios y su alcance (Rafael, Rodr, & Navarro, 2008) Como resultado, se descubren diferentes hallazgos que pueden ser útiles para emprendedores, educadores e investigadores. Los emprendedores pueden aprovechar la conciencia de la importancia de desarrollar competencias alineadas al término de Well-Being. Los educadores pueden aprender de este estudio que el contexto educativo, además de enseñar el espíritu empresarial y empujar a los estudiantes a convertirse en emprendedores, puede ayudar a los estudiantes emprendedores a obtener resultados de sus actividades con enfoque de emprendimiento. Finalmente, en el caso de los investigadores, este análisis les otorga una perspectiva de los tipos de análisis desarrollados en los últimos años y el enfoque que han propuesto los distintos autores.



EMPRENDIMIENTO SOCIAL



El movimiento B Corp: Revisión sistemática de literatura

Diez-Busto, Elsa. Universidad de Cantabria
Sánchez-Ruiz, Lidia. Universidad de Cantabria
Fernandez-Laviada, Ana. Universidad de Cantabria

Resumen:

Descripción general del trabajo (antecedentes/justificación): El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 supone una gran inversión que no puede obtenerse únicamente a través de recursos públicos. Sin embargo, para que el sector privado se alinee con los ODS y los integre en su modelo de negocio, deben obtener un beneficio de ello. En un intento por alinear los intereses privados con los ODS, en los últimos años han surgido diversas iniciativas de medición del impacto. Sin embargo, ninguna de ellas se ha aceptado de forma universal y común, en parte, porque aún presentan debilidades. Como alternativa, algunas empresas han optado por certificarse. En este ámbito, las cifras muestran que la certificación B Corp es una de las que más importancia está adquiriendo internacionalmente. Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de este trabajo es realizar una revisión sistemática de literatura sobre el movimiento B Corp para ofrecer una visión del estado de esta temática de investigación. Para ello, se realiza una búsqueda en las principales bases de datos (Web of Science y Scopus) en todos los años disponibles, tanto en español como en inglés. Finalmente, se identifican 36 artículos para ser analizados en la revisión. Los principales resultados muestran que se trata de un campo incipiente, pero con un gran potencial de crecimiento. En lo que a temáticas se refiere, hay dos temas tratados repetidamente en las publicaciones analizadas, estas son: el análisis de las motivaciones de las empresas para certificarse, y los efectos económicos y sociales que se producen tras la certificación.

Perceptions towards entrepreneurship in youth: A state level analysis of Queretaro

Ján Rehak, Tecnológico de Monterrey
Niyam Kwame Omari Fraser, Tecnológico de Monterrey
Daniela Berrelleza Rendón , Tecnológico de Monterrey
Esther Alonso Galicia, Tecnológico de Monterrey, México

Resumen:

Young people possess several characteristics that have the potential to positively affect their participation in business development. Also, they have a greater development of individual cognitive attributes compared to older age groups, due to factors such as education and adaptability to new technologies (Minola et al. 2014). The importance of understanding not only national, but also local differences between the characteristics of the age groups of potential entrepreneurs, can be attributed to the development of more precise and effective programs to foster entrepreneurship in different age groups. In order to analyze these differences we use data from the Adult Population Survey for the Global Entrepreneurship Study (GEM) in Mexico. At a state level, in Queretaro, there are several significant differences in perceptions towards entrepreneurship between youth and older adults, compared to the older adults, they have a greater probability to start a business at an early stage. As for perceptions, young people know more entrepreneurs who have recently started a business. Also young people consider starting a business to be a good career choice and perceive those who have been successful in starting a business with high status and respect. Finally, young adults also perceive more stories in the media about successful entrepreneurs. We believe that through the understanding of the different perceptions of entrepreneurship on a local level, academics, public institutions and entrepreneurs can generate better programs to involve young individuals in entrepreneurial activity.



Formación de emprendedores sociales: análisis del capital humano en la intención emprendedora

Abel García-González. Tecnológico de Monterrey
María Soledad Ramírez-Montoya. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

La educación en emprendimiento social ofrece oportunidades de florecimiento humano al formar jóvenes universitarios como agentes de cambio. El objetivo de la ponencia fue identificar la existencia de diferencias significativas en la percepción del nivel de dominio de la CES de acuerdo con el capital humano de estudiantes universitarios. El enfoque de la investigación fue a través del método cuantitativo con la aplicación de pruebas estadísticas de análisis de varianzas para identificar diferencias significativas. Se abordó desde la concepción del emprendimiento social como una meta competencia cuyo desarrollo se incentiva a través de comunidades de práctica con estrategias pedagógicas activas, donde influyen una serie de factores externos relacionados con el capital humano de los individuos: experiencia personal, familiar y expectativas familiares respecto al emprendimiento social. El estudio encontró que la experiencia previa aumenta el desempeño en emprendimiento social, además se observó cómo la experiencia y expectativas familiares se relacionan de manera diferente cuando se habla de emprendimiento social y no de emprendimiento tradicional.



