

OPCIÓN PARA LA FORMACIÓN TEMPRANA EN INVESTIGACIÓN, EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE UN SEMINARIO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

OPTION FOR EARLY TRAINING IN RESEARCH, EXPERIENCE IN THE CREATION OF A SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SEMINAR

Mónica Márquez Pinedo

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo

Centro Universitario del Norte de la Universidad de Guadalajara, México.

E-mail: monicamp@cunorte.udg.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1785-0015>

Francisco Quiñonez Tapia

Profesor e Investigador de Tiempo Completo

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, México.

E-mail: fcoqtapia@cucea.udg.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7371-0690>

Zarina Estela Aguirre Lozano

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, México.

E-mail: zarinaaguirre@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5334-0688>

Antonia Esparza Rodríguez

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo

Centro Universitario del Norte de la Universidad de Guadalajara, México.

E-mail: antonia@cunorte.udg.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5908-8762>

Recepción: 17/09/2019 **Aceptación:** 26/08/2019 **Publicación:** 24/02/2020

Citación sugerida:

Márquez, M., Quiñonez, F., Aguirre, Z. E., y Esparza, A. (2020). Opción para la formación temprana en investigación, Experiencia en la creación de un seminario de emprendimiento social. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 41-65. doi: <http://doi.org/10.17993/3cemp.2020.090141.41-65>

RESUMEN

Este trabajo presenta las líneas generales del diseño de un Seminario de emprendimiento social, retomando las estrategias aplicadas en conjunto para su implementación, así como, la forma en que su planificación e implementación contribuirán con los esfuerzos académicos e institucionales de investigar en forma pertinente y abierta para la comunidad del entorno. Se presentan en este texto, el seminario de emprendimiento social como estrategia formativa, como elemento de captación de recursos humanos para la investigación. Pensado como una estrategia que contribuya en el fortalecimiento del área de investigación del Centro Universitario del Norte, donde se pretende, a través de acciones formativas concretas contribuir con la generación de jóvenes investigadores, para, que en este caso, estos jóvenes puedan contribuir y participar en el proyecto: Desarrollo de un modelo de intervención educativa para la formación de emprendedores sociales en la región Norte del Estado de Jalisco.

Se presentan así, tanto los componentes temáticos relacionados al área del emprendimiento social, como aquellas problemáticas y necesidades que han sido cubiertas a través de este proceso de planificación y formación. En conjunto estas estrategias de formación nos llevan a una reflexión acerca de la necesidad de incorporar en forma cada vez más temprana y práctica el ejercicio investigativo, conformando no sólo a través de sus componentes teóricos, sino sobre todo en el ejercicio del pensar y discutir la forma en que generamos conocimiento y aplicamos este al entorno social que nos rodea.

PALABRAS CLAVE

Investigación, Emprendimiento social, Seminario, Formación.

ABSTRACT

This paper presents the general lines of the design of a Social Entrepreneurship Seminar, taking up the strategies applied together for its implementation, as well as the way in which its planning and implementation will contribute to the academic and institutional efforts to investigate in a relevant and open way for the surrounding community. The social entrepreneurship seminar is presented in this text as a training strategy, as an element of attracting human resources for research. Thought as a strategy that contributes to the strengthening of the research area of the University Center of the North, where it is intended, through concrete training actions to contribute to the generation of young researchers, so that, in this case, these young people can contribute and participate in the project: Development of an educational intervention model for the training of social entrepreneurs in the Northern region of the State of Jalisco.

Thus, the thematic components related to the area of social entrepreneurship are presented, as well as those issues and needs that have been covered through this planning and training process. Together these training strategies lead us to reflect on the need to incorporate the research exercise in an increasingly early and practical way, conforming not only through its theoretical components, but especially in the exercise of thinking and discussing the way we generate knowledge and apply this to the social environment that surrounds us.

KEYWORDS

Research, Social entrepreneurship, Seminar, Training

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo presenta los planteamientos básicos que dieron pie a la creación del Seminario en Emprendimiento Social, desde el cuerpo académico “Educación, psicología y sociedad”, de la Universidad de Guadalajara, como parte del proyecto “Modelo de intervención educativa para la formación de emprendedores sociales en las poblaciones de la región norte de Jalisco”.

A través de una convocatoria para el Fortalecimiento de los Cuerpos Académicos de la Secretaría de Educación Pública, se obtuvo un financiamiento para realizar un proceso de investigación que como fin tenía la creación de una propuesta educativa para emprendedores sociales acorde a la región, sus características y necesidades, con esa intención y buscando resolver algunos problemas prácticos para la operación del mismo, como la formación de recursos humanos en el área de investigación y en el área de emprendimiento social, propusimos un ejercicio de formación básico entre los colaboradores del cuerpo académico, desde profesores de asignatura, becarios y voluntarios.

La intención del ejercicio se encaminó a propiciar una formación en términos teóricos sobre emprendedores sociales y las perspectivas psicosociales, sociales, culturales y económicas que en torno a ello existen. En ese sentido, construimos una propuesta educativa, misma que presentaremos en sus líneas generales en este documento, recuperando sobre todo aquellas necesidades formativas que aparecían en el mismo proceso de diseño.

Entre las primeras interrogantes que surgieron para dar respuesta a la necesidad que encontramos, fue: ¿qué figura resultaría la más adecuada para recoger tanto los componentes teóricos que necesitamos, como una formación significativa y crítica entre los participantes?, toda vez que el proceso de formación en investigación nos demanda personas capaces de valorar e interpretar los resultados de campo en el área de emprendedores sociales.

Así, considerando que el seminario como estrategia de enseñanza aprendizaje, contempla técnicas de trabajo investigativo, y que entre sus principales objetivos puede plantearse el estudio a profundidad en

temas concretos; donde también se busca la contrastación y el debate; lo que finalmente nos permitirá consolidar los primeros acercamientos teóricos y empíricos de este ejercicio investigativo, sería la figura más adecuada. Además, este trabajo, se propone bajo la modalidad de enseñanza-aprendizaje b-learning, dado que nos da el espacio físico y temporal idóneo para un ejercicio de este tipo, los trabajos de investigación que analizaremos, se socializarán en sesiones presenciales, con ayuda de un experto, facilitador o director, quien hará las veces de conductor, y los debates y aproximaciones particulares podremos abordarlos a través de los espacios on-line.

Con el Seminario de Emprendimiento Social, buscamos también pilotear una primera estructura de modelo de formación, que atienda a las características de nuestros participantes, dentro de sus contextos particulares, como estudiantes y docentes, y que en el futuro contemple la diversidad de actores que podrían interesarse en la formación del emprendimiento social.

1.1. SEMINARIO EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL, NECESIDADES BÁSICAS PARA UNA INVESTIGACIÓN Y LAS PROPUESTAS DE ABORDAJE

Abordar un problema de investigación en forma interdisciplinar, y realizarlo además en forma coordinada con colaboradores con distintos grados de experiencia en los procesos de investigación, planteaba un reto en diversas perspectivas, por una parte, implica el consenso de distintos matices disciplinares dentro del mismo problema, la empresa social y sus actores, que de acuerdo con la literatura especializada han sido estudiados desde hace poco tiempo, sobre todo desde las áreas empresariales, y desde la psicología social.

Por otra parte, implicaba la decisión en la implicación de los participantes, grupo que reúne a docentes y alumnos, ya que, este proceso se llevaría a cabo durante el periodo lectivo del curso escolar, lo cual requería un tiempo extra de trabajo en espacios alternos a los mismos escolares. Por ello, retomamos el modelo del aprendizaje mezclado, de cursos presenciales y on-line.

El estudio del emprendimiento social, conlleva la necesidad constante de vislumbrar acciones conjuntas, para que los esfuerzo formativos en esta área concluyan en actores vinculados en forma sólida con su entorno social, sus problemáticas, y con las herramientas necesarias para intervenir en forma adecuada. Así, planteamos de principio las áreas a tratar dentro del seminario, ¿Cuáles serían los ejes a seguir para el proceso de formación? Considerando también que, los participantes provenían de dos áreas principales, la Psicología y la Administración.

Se propuso incluir, desde la base de la actividad emprendedora, aquellas características distintivas del ser emprendedor y la actividad en sí. En forma separada, sería necesario saber dentro de qué campos se aborda el emprendimiento, y dadas las características del grupo, para ello se creó un módulo que revisará las teorías motivacionales dentro del emprendimiento. Los aspectos teóricos del emprendimiento social desde una mirada económica, serían retomados en una segunda parte del curso, en donde, se propone por principio una revisión general de la literatura, para después incursionar sobre todo del sector ibérico que hasta ahora es puntero en estudios sobre el tema, finalizando con casos concretos de estudio, sobre emprendedores sociales alrededor del mundo.

Como un apartado distinto se pensó en abordar aquellos elementos que componen la mirada psicosocial, social y cultural, en donde ubicamos la revisión de las formas en que se han acercado a la actividad de emprendimiento social, en busca de su entendimiento, la psicología social, los estudios sobre economía social, y las relaciones interculturales en el marco del emprendimiento. Todos estos enfoques presentan también métodos de trabajo, para su comprensión y estudio, con ello, obtenemos también herramientas de evaluación y análisis para los participantes.

Con un total de cinco facilitadores (miembros del cuerpo académico), dos alumnos becarios, dos profesores y seis alumnos colaboradores, se planteó la posibilidad de que en los diferentes módulos, cada uno de los facilitadores tuviera el liderazgo y al mismo tiempo lleve el resto de los módulos como participante. Una primera revisión del documento de diseño se presentó ante el grupo, y se acordó que sobre esas primeras

propuestas se retroalimentará, a manera de evaluación, contemplando sobre todo los tiempos de lectura y participación, tanto en las sesiones presenciales como en aquellas diseñadas *on-line*.

El resultado que hemos obtenido de esta concentración de contenidos, y la lógica de abordaje que se realizará, se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Contenido temático.

CONTENIDO TEMÁTICO
Tópico I. Emprendimiento. 1. El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. 2. Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano.
Tópico II. Teorías motivacionales. 1. Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento.
Tópico III. Emprendimiento social. 1. Emprendimiento social- revisión de la literatura. 2. Emprendedor social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. 3. Estudio de casos: emprendedores sociales.
Tópico IV. Emprendimiento social, la psicología y la economía social. 1. El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. 2. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación.
Tópico V. Emprendimiento social y la cultura. 1. El emprendimiento social desde una mirada intercultural. 2. La medición cultural de Hofstede.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CURSO

Si bien se habían trazado en forma general los acercamientos al tema, se desarrollaron algunos objetivos de aprendizaje concretos. Entre los cuales se destaca con énfasis, distintas consideraciones sobre este tema, que van desde el reconocimiento e identificación de los conceptos básicos del estudio del emprendimiento social, hasta el análisis de casos concretos en donde puede estudiarse desde los sujetos

y sus intenciones de emprendimiento social, hasta la forma en que las redes y lazos sociales y culturales permiten en los grupos el desarrollo de empresas de orden social.

Considerando que, el emprender, por el gran índice de desempleo, y que, el escaso trabajo que hay es de calidad limitada, se considera fundamental para alcanzar estabilidad y en ocasiones lograr independencia económica, y ha fundado en las personas necesidad de iniciar negocios para generar sus propios recursos.

Teniendo en mente lo anterior, se puede interpretar que el emprendimiento se ha vuelto una manera de pensar y actuar, que se encamina a mejorar la calidad de vida, generar riqueza o simplemente el aprovechamiento de oportunidades que traen como resultado beneficios, no solo de quien emprende, sino también a la sociedad.

Menciona Shapero (1985), que cada fundación de empresa o evento empresarial es el resultado de dos decisiones principales: por un lado, la decisión de un cambio de vida y por el otro, la decisión de iniciar una empresa, las cuales comienzan por la manifestación de los valores de cada individuo, sus habilidades personales y empresariales, su propia personalidad y por diversas motivaciones.

Reflexionando, hay que tener en cuenta que dentro de las diferentes motivaciones que existen de un emprendedor social coinciden en la conciencia de un problema social que se refiere a una preocupación constante por el bienestar de las personas, el entorno, etc., y voluntad para hacer frente a esta problemática para cambiarlo o erradicarlo.

Vemos como existen diferentes definiciones de emprendimiento social según el enfoque o la mirada que tenga, regularmente todas pueden contener elementos relacionados con la creación de empresas que generen un cambio o beneficio social, la creación de valor social, la búsqueda de soluciones innovadoras a problemas sociales mediante herramientas y principios empresariales.

Entonces, al emprender e involucrar al sector social en este proceso podría fortalecer los niveles de competitividad de las empresas y al mismo tiempo arrojar un beneficio, como ya mencionábamos con anterioridad, no solo particular si no de la sociedad en su conjunto y el entorno.

Desde esta mirada, los elementos que movilizan a las personas a emprender agregan valor social de manera significativa.

Ahora bien, al emprendimiento social y cultural se le puede entender como un nuevo modelo de emprendimiento que a través de la creación de empresas está a favor de la economía social, que con su acción, trata de forjar un impacto real sobre un problema de todos, además de hacer uso de la creatividad e innovación para atacar y parar los problemas sociales y culturales, teniendo siempre como principal objetivo el servicio social y cultural mediante el uso de métodos innovadores que puedan evaluar el crecimiento no sólo económico, sino también social, cultural e incluso medioambiental.

De tal manera, y de acuerdo con las áreas a estudiar que hemos señalado, planteamos algunos objetivos concretos de trabajo:

- Identificar las diferentes concepciones de emprendimiento.
- Describir las distintas teorías de la motivación que abordan el estudio del emprendimiento.
- Reconocer las diferentes concepciones de emprendimiento social.
- Identificar una propuesta teórica para determinar emprendedores sociales.
- Analizar casos específicos de empresas sociales.
- Reconocer la perspectiva psicosocial y económica para el estudio del emprendimiento social.
- Reconocer la perspectiva cultural para el estudio del emprendimiento social.

Estrategias para el trabajo del curso

Como se ha señalado brevemente, se contempló que durante el desarrollo del seminario los participantes ingresarán al curso por medio de la plataforma Moodle de manera regular, ya que ahí se tendrían las lecturas, así como actividades en línea, mismas que proporcionarían las bases adecuadas para la discusión y retroalimentación del grupo de participantes.

Si bien, la participación online se propone en forma libre, y con una medición temporal abierta, se sugería el curso asincrónico de la plataforma en un periodo máximo de cinco semanas, en donde, se tendrían diseñadas cinco actividades en línea, y cinco actividades diseñadas para las sesiones presenciales. Se considera que es indispensable acudir a las cinco sesiones presenciales, para lo cual se debe cumplir con dos requisitos: previo a la sesión, haber realizado las lecturas correspondientes y llevar los productos que se solicitarán en Moodle.

En las sesiones presenciales junto con los miembros y colaboradores del cuerpo académico, se discutirán cada uno de los temas e intercambiarán ideas a manera de debate, es necesario, en grupo, ir reconociendo las diferentes perspectivas que existen en el ámbito de estudio del emprendimiento social, para así realizar un estudio profundo de la problemática que abordaremos. Finalmente, se contempla que es necesario cumplir con el cien por ciento de las actividades en línea y entregarlas en tiempo y forma, atendiendo las instrucciones de cada una, de esta forma, los participantes podrían también obtener un reconocimiento curricular de este ejercicio de formación.

En resumidas cuentas esta es una propuesta de un Seminario de Emprendimiento Social que nos permitirá como grupo de investigación preparar al equipo de colaborados, becarios y voluntarios para el desarrollo de las actividades del proyecto: Desarrollo de un modelo de intervención educativa para la formación de emprendedores sociales en la región Norte del Estado de Jalisco y los dotará del conocimiento necesario para entender el Emprendimiento Social desde varias perspectivas.

A continuación se muestra el diseño del programa y curso en línea del seminario de Emprendimiento Social:

1. DATOS GENERALES	
Tipo de curso	Seminario
Nombre del Seminario	Emprendimiento Social
PONENTES	Miembros y colaboradores del cuerpo académico UDG-CA- 763 "Educación, psicología y sociedad"
Objetivo	Reconocer los aspectos teóricos del emprendimiento social desde una mirada psicosocial, social, cultural y económica.
Duración	40 horas: 10 presenciales y 30 en línea
Modalidad	B-learning
Dirigido a	Estudiantes y docentes que pertenecen al semillero de investigación.
Sede	Centro Universitario del Norte de la Universidad de Guadalajara

2. REQUISITOS	
• Pertenercer al semillero de investigación.	
• Contar con computadora portátil.	

3. FORMA DE EVALUACIÓN	
Asistencia, participación y envío de actividades en línea 100%.	

4. METODOLOGÍA GENERAL DE TRABAJO	
• Durante el desarrollo del seminario los participantes deberán ingresar a la plataforma Moodle en donde tendrán actividades en línea basadas en lecturas que se les proporcionarán y podrán acceder a ellas desde el primer día del seminario.	

5. CRONOGRAMA		
Sesión	Periodo	Clases presenciales*
1	Una semana	Se define un día de la semana
2	Una semana	Se define un día de la semana
3	Una semana	Se define un día de la semana
4	Una semana	Se define un día de la semana
5	Una semana	Se define un día de la semana

*El horario de las sesiones presenciales será de 12:00 a 14:00 horas en el aula por definir.

6. PRESENTACIÓN

Un seminario se puede considerar como una técnica de trabajo investigativo, en donde la principal actividad u objetivo es el estudio de ciertos temas, en este caso, el tema de estudio es el Emprendimiento Social, donde, el principal objetivo es el de debatir ideas y contrastarlas, de modo que nos permita alinear, corregir, aprobar o reafirmar lo que se presente en los documentos que se analizarán. Estos trabajos de investigación que analizaremos, se socializarán en sesiones presenciales, con ayuda de un experto, que harás las veces de facilitador en el seminario.

Con el Seminario de Emprendimiento Social, se busca que los participantes reconozcan los aspectos teóricos del emprendimiento social desde una mirada psicosocial, social, cultural y económica.

7. CONTENIDO TEMÁTICO	8. OBJETIVOS PARTICULARES
<p>Tópico I. Emprendimiento.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización.2. Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano.	Identificar las diferentes concepciones de emprendimiento.
<p>Tópico II. Teorías motivacionales.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento.	Describir las distintas teorías de la motivación que abordan el estudio del emprendimiento.
<p>Tópico III. Emprendimiento social.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Emprendimiento social- revisión de la literatura.2. Emprendedor social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores.3. Estudio de casos: emprendedores sociales.	Reconocer las diferentes concepciones de emprendimiento social. Identificar una propuesta teórica para determinar emprendedores sociales. Analizar casos específicos de empresas sociales.
<p>Tópico IV. Emprendimiento social, la psicología y la economía social.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El emprendimiento social desde una mirada psicosocial.2. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación.	Reconocer la perspectiva psicosocial y económica para el estudio del emprendimiento social.
<p>Tópico V. Emprendimiento social y la cultura.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El emprendimiento social desde una mirada intercultural.2. La medición cultural de Hofstede.	Reconocer la perspectiva cultural para el estudio del emprendimiento social.

9. REFERENCIAS

- Herrera, C., y Montoya, L. A.** (2013). El emprendedor una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 10-31.
- Montoya, M., Correa, J., y Mejía, L. F.** (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Escuela de administración de negocios*, 66, 153-168.
- Vélez Restrepo, J. M., Marulanda Valencia, F. Á., y Montoya Restrepo, I. A.** (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 206-238.
- Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A.** (2008). Emprendimiento social revisión de literatura. Social Entrepreneurship Literature Review. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123.
- Sanchis Palacio, J. R., Melián Navarro, A., y Campos Climent, V.** (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 150-172.
- Bargstedt, M. A.** (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial; Social Entrepreneurship from a Psychosocial look. *Civilizar*, 13(25), 121-132.
- Salinas Ramos, E., y Osorio Bayter, L.** (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 75, 129-151
- Ribeiro, D., Mas Tur, A., Apetrei, A., y Roig, S.** (2013). El emprendedor social una explicación intercultural. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17429865004> [Fecha de consulta: 16 de febrero de 2016].
- Hofstede, G.** (1994). The Business of International Business is Culture. *International Business Review*, 3(1), 1-14.
- BIBLIOGRAFÍA ANEXOS:**
- Chliova, M., García, R., Iglesias, M., Navarro, C., y Rodríguez, E.** (2011). *Aprendiendo de las empresas, seis casos de emprendimientos sociales en Europa*. ESADE.
- Vernis, A., y Iglesias, M.** (2010). *Empresas que inspiran futuro, ocho casos de emprendedores sociales*. ESADE.

10. ELABORADO POR:

Mónica Márquez Pinedo

Francisco Quiñonez Tapia

Zarina Estela Aguirre Lozano

Antonia Esparza Rodríguez

11. RECORTE DE CONTENIDO

Tópico I	
Título	Emprendimiento.
Objetivo	Identificar las diferentes concepciones de emprendimiento.

11. RECORTE DE CONTENIDO	
Contenido	1. El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. 2. Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano.
Producto	Esquema de los temas y discusión y estudio profundo en la sesión presencial.
Duración	1 semana

Actividad 1

1. Título o nombre de la actividad: Actividad 1. Emprendimiento.
2. Objetivo. Conocer los diferentes conceptos de emprendimiento y poder así formar una concepción propia.
3. Introducción. Hablar de emprendimiento es pensar en una forma de vida, una manera de pensar o hacer las cosas, con el objetivo de generar beneficios económicos por medio de ideas u oportunidades que se presentan, lo cual genera como resultado en el ser humano motivantes para emprender y buscar un beneficio propio y el mejoramiento de la sociedad, entre otros.
4. Instrucción. Como primera actividad de este seminario leerán la lectura El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización, y la lectura Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano, que están cargadas en este tópico, y elaborarán un esquema de cada uno en formato libre y finalmente te pido que expreses tu propia definición de Emprendedor.

Recuerda que un esquema consiste en la expresión gráfica de las ideas fundamentales, sirve para captar toda la estructura de un solo golpe de vista y que la definición que obtengas de Emprendedor debe ser con tus propias palabras.

5. Bibliografía

Herrera, C., y Montoya, L. A. (2013). El emprendedor una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 10-31.

Montoya, M., Correa, J., y Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Escuela de administración de negocios*, 66, 153-168.

6. Fecha y espacio de entrega del producto. La presente actividad estará disponible hasta el día XX de XXXX del 20XX en el espacio Actividad 1. Emprendimiento.
7. Evaluación. El envío de tu producto en tiempo y forma y acudir a la sesión presencial con las lecturas realizadas y el esquema de cada lectura, ya sea digital o impreso.

Sesión presencial 01: Revisar, discutir y estudiar los temas.

12. RECORTE DE CONTENIDO	
	Tópico II
Título	Teorías motivacionales.
Objetivo	Describir las distintas teorías de la motivación que abordan el estudio del emprendimiento.
Contenido	1. Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento.
Producto	Mapa conceptual del tema y discusión y estudio profundo en la sesión presencial.
Duración	1 semana

Actividad 2

1. Título o nombre de la actividad: Actividad 2. Teorías motivacionales.
2. Objetivo. Conocer las teorías motivacionales del emprendimiento.
3. Introducción. La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad. (Angélica Aguirre)

Menciona Shapero (1985), que cada fundación de empresa o evento empresarial es el resultado de dos decisiones principales: por un lado, la decisión de un cambio de vida y por el otro, la decisión de iniciar

una empresa, las cuales comienzan por la manifestación de los valores de cada individuo, sus habilidades personales y empresariales, su propia personalidad y por diversas motivaciones.

Considerando lo anterior, hay que tener en cuenta que dentro de las diferentes motivaciones que existen de un emprendedor social coinciden en la conciencia de un problema social que se refiere a la preocupación por el bienestar humano y no humano y el mantenimiento de la capacidad de la tierra de sustentar ese bienestar y por otro lado la voluntad de cambiarlo.

4. Instrucción. En esta actividad te pido leas el artículo Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento que adjunto en este espacio y elaboras un mapa conceptual.

En el siguiente enlace encontrarás una propuesta de cómo puedes elaborar un mapa conceptual: http://www.tecnicas-de-estudio.org/aprendizaje/como_realizar_un_mapa_conceptual.htm

5. Bibliografía

Vélez Restrepo, J. M., Marulanda Valencia, F. Á., y Montoya Restrepo, I. A. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 206-238.

6. Fecha y espacio de entrega del producto. La presente actividad estará disponible hasta el día XX de XXXX del 20XX en el espacio Actividad 2. Teorías motivacionales.
7. Evaluación. El envío de tu producto en tiempo y forma y acudir a la sesión presencial con la lectura realizada y el mapa conceptual, ya sea digital o impreso.

Sesión presencial 02: Revisar, discutir y estudiar los temas.

13. RECORTE DE CONTENIDO	
Tópico III	
Título	Emprendimiento social.

Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las diferentes concepciones de emprendimiento social. • Identificar una propuesta teórica para determinar emprendedores sociales. • Analizar casos específicos de empresas sociales.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emprendimiento social- revisión de la literatura. 2. Emprendedor social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. 3. Estudio de casos: emprendedores sociales.
Producto	Notas de los temas y discusión y estudio profundo en la sesión presencial.
Duración	1 semana

Actividad 3

1. Título o nombre de la actividad: Actividad 3. Emprendimiento social.
2. Objetivo. Conocer las diferentes concepciones de emprendimiento social y la propuesta teórica para determinar emprendedores sociales.
3. Introducción. Existen diferentes definiciones de emprendimiento social según el enfoque o la mirada que tenga, regularmente todas pueden contener elementos relacionados con la creación de empresas que generen un cambio o beneficio social, la creación de valor social, la búsqueda de soluciones innovadoras a problemas sociales mediante herramientas y principios empresariales.
4. Instrucción. Para esta actividad tendrás que leer el Emprendimiento social- revisión de la literatura y la lectura de Emprendedor social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores, una vez realizadas las lecturas crearás un archivo de notas referente a cada lectura que has leído, resaltando lo más importante de cada una.
5. Bibliografía

Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Social Entrepreneurship - Literature Review. Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123.

Sanchis Palacio, J. R., Melián Navarro, A., y Campos Climent, V. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 150-172.

6. Fecha y espacio de entrega del producto. La presente actividad estará disponible hasta el día XX de XXXX del 20XX en el espacio Actividad 3. Emprendimiento social.
7. Evaluación. El envío del archivo de notas en tiempo y forma y acudir a la sesión presencial con las lecturas realizadas y el llevar tus notas digitalmente o impresas.

Sesión presencial 03: Revisar, discutir y estudiar los temas.

Analizar un caso de emprendimiento social para alcanzar el objetivo planteado de “Analizar casos específicos de empresas sociales”.

Bibliografía:

Chliova, M., García, R., Iglesias, M., Navarro, C., y Rodríguez, E. (2011). *Aprendiendo de las empresas, seis casos de emprendimientos sociales en Europa*. ESADE.

Vernis, A., y Iglesias, M. (2010). *Empresas que inspiran futuro, ocho casos de emprendedores sociales*. ESADE.

14. RECORTE DE CONTENIDO	
	Tópico IV
Título	Emprendimiento social, la psicología y la economía social.
Objetivo	Reconocer la perspectiva psicosocial y económica para el estudio del emprendimiento social.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. 2. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación.

14. RECORTE DE CONTENIDO	
Producto	Mapa mental de los temas y discusión y estudio profundo en la sesión presencial.
Duración	1 semana

Actividad 4

1. Título o nombre de la actividad: Actividad 4. Emprendimiento social, la psicología y la economía social.
2. Objetivo. Conocer la perspectiva psicosocial y económica para el estudio del emprendimiento social.
3. Introducción. Al involucrar el sector social en procesos de emprendimiento, según Francisco Salinas y Lourdes Osorio, se fortalecen los niveles de competitividad empresarial, contribuyendo al desarrollo de la región o del país, así queda demostrado, que las empresas creadas desde el enfoque social generan no sólo una forma de empleo y de concepción de la empresa, también brinda bienestar a la comunidad involucrada reduciendo los niveles de exclusión social.

Desde esta mirada, los elementos que movilizan a las personas a emprender agregan valor social de manera significativa.

4. Instrucción. Para este tópico te pido leer las dos lecturas adjuntas de: El emprendimiento social desde una mirada psicosocial y Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación y después de leerlas elaborarás un mapa mental de cada una, con las ideas principales.

En el siguiente link encontrarás qué es y cómo puedo desarrollar un mapa mental: <http://www.cuadrosinoptico.com/mapa-mental>

5. Bibliografía

Bargsted, M. A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial; Social Entrepreneurship from a Psychosocial look. *Civilizar*, 13(25), 121-132.

Salinas Ramos, F., y Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 75, 129-151.

6. Fecha y espacio de entrega del producto. La presente actividad estará disponible hasta el día XX de XXXX del 20XX en el espacio Actividad 4. Emprendimiento social, la psicología y la economía social.
7. Evaluación. El envío de tu producto en tiempo y forma y acudir a la sesión presencial con las lecturas realizadas y el mapa mental, ya sea digital o impreso.

Sesión presencial 04: Revisar, discutir y estudiar los temas.

15. RECORTE DE CONTENIDO	
	Tópico V
Título	Emprendimiento social y la cultura.
Objetivo	Reconocer perspectiva cultural para el estudio del emprendimiento social.
Contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. El emprendimiento social desde una mirada intercultural. 2. La medición cultural de Hofstede.
Producto	Cuadro sinóptico o mapa mental de los temas y discusión y estudio profundo en la sesión presencial.
Duración	1 semana

Actividad 5

1. Título o nombre de la actividad: Actividad 5. Emprendimiento social y la cultura.
2. Objetivo. Conocer perspectiva cultural para el estudio del emprendimiento social.

3. Introducción. ¿Qué es el emprendimiento social y cultural?

Podemos entender que es un nuevo modelo de emprendimiento que a través de la creación de empresas está a favor de la economía social, que con su acción, trata de forjar un impacto real sobre un problema de todos, además de hacer uso de la creatividad e innovación para atacar y parar los problemas sociales y culturales, teniendo siempre como principal objetivo el servicio social y cultural mediante el uso de métodos innovadores que puedan evaluar el crecimiento no sólo económico, sino también social, cultural e incluso medioambiental.

4. Instrucción. Para finalizar las actividades en línea te pido realices las lecturas de este tópico: El emprendimiento social desde una mirada intercultural y la medición cultural de Hofstede y elaborarás un cuadro sinóptico o un mapa conceptual de ambas lecturas.

En el siguiente link encontrarás que es cada una de estas herramientas de aprendizaje o técnicas de estudio para que te apoyes y realices tu actividad: <http://www.cuadrosinoptico.com/cuadro-sinoptico>

5. Bibliografía

Ribeiro, D., Mas Tur, A., Apetrei, A., y Roig, S. (2013). El emprendedor social - una explicación intercultural. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17429865004> [Fecha de consulta: 16 de febrero de 2016]

Hofstede, G. (1994). The Business of International Business is Culture. *International Business Review*, 3(1), 1-14.

6. Fecha y espacio de entrega del producto. La presente actividad estará disponible hasta el día XX de XXXX del 20XX en el espacio Actividad 5. Emprendimiento social y la cultura.
7. Evaluación. El envío de tú producto en tiempo y forma y acudir a la sesión presencial con las lecturas realizadas y el mapa conceptual o el cuadro sinóptico, según tú elección, ya sea digital o impreso.

Sesión presencial 05: Revisar, discutir y estudiar los temas.

Se realiza una conclusión general del seminario y finalizando esta sesión se hace entrega de constancias y se procede a la clausura.

16. REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL SEMINARIO

- Aula.
- Espacio en Moodle para curso en línea.
- Impresiones del material para los alumnos.
- Constancias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., y Mas, A.** (2013). El emprendedor social - una explicación intercultural. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17429865004>
- Bargsted, M. A.** (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial; Social Entrepreneurship from a Psychosocial look. *Civilizar*, 13(25), 121-132. <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
- Chliova, M., García, R., Iglesias, M., Navarro, C., y Rodríguez, E.** (2011). *Aprendiendo de las empresas, seis casos de emprendimientos sociales en Europa*. ESADE. <http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/publicaciones/2012-AprendiendoEmpresasSociales.pdf>
- Guzmán Vásquez, A. y Trujillo Dávila, M. A.** (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. Social Entrepreneurship-Literature. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0123-59232008000400005
- Herrera, C. E., y Montoya, L. A.** (2013). El emprendedor una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 10-31. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4776922>
- Hofstede, G.** (1994). The Business of International Business is Culture. *International Business Review*, 3(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/0969-5931\(94\)90011-6](https://doi.org/10.1016/0969-5931(94)90011-6)
- Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A., y Vélez Restrepo, J. M.** (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 206-238. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762014000100008

Marulanda, J. A., Correa, G., y Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de administración de negocios*, (66), 153-168. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20620269008>

Salinas Ramos, F., y Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, (75), 129-151. http://base.socioeco.org/docs/_pdf_174_17425798008.pdf

Sanchis Palacio, J. R., Melián Navarro, A., y Campos Climent, V. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 150-172. https://doi.org/10.5209/rev_REV.2011.v106.37377

Vernis, A., y Iglesias M. (2010). *Empresas que inspiran futuro, ocho casos de emprendedores sociales*. ESADE. <http://www.esade.edu/esocialhub/centro-de-conocimiento/recursos/empresas-que-inspiran-futuro-ocho-casos-de-emprendedores-sociales>