



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

Factores de Éxito en Emprendimiento Social de empresas de la Ciudad de
Lima – 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTORA

Cortez Urcia, Karem Leonor

ASESORA METODÓLOGA

Dra. Olenka Espinoza Rodríguez

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Waldo Caballero Mujica

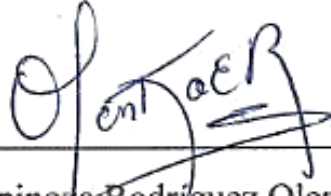
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2018

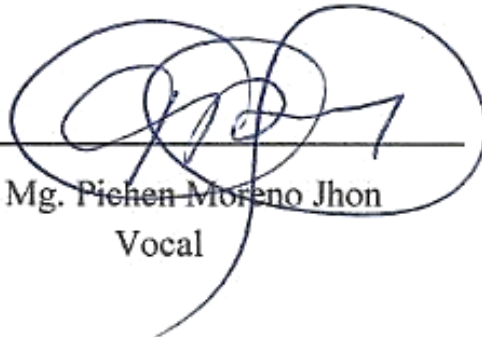
Página del Jurado



Dr. Espinoza Rodríguez Olenka
Presidenta



Mg. Caballero Mujica Waldo
Secretario



Mg. Pichen Moreno Jhon
Vocal

Dedicatoria

A Dios por haberme brindado salud para poder seguir adelante con mi sueño de convertirme en una profesional y por haberme guiado en cada paso hacia mi meta.

A mis padres Vicente y María porque con su amor he podido sobrellevar las dificultades, gracias por haberme brindado su apoyo incondicional y por haber confiado en mí. Su ejemplo me ha servido en todo momento para ser una persona de bien y para seguir adelante con todos los objetivos que me he planteado.

A mi hermano Vicente por haberme apoyado siempre en mis decisiones personales y académicas. Por su ejemplo profesional que me han servido para desear lograr lo que él a su corta edad también está logrando.

A mi enamorado y compañero de carrera Manuel, con quien he compartido momentos lindos a nivel personal y en anécdotas en estos cinco años de preparación universitaria, gracias por tu apoyo, tu amor y comprensión que me han hecho sentir una persona especial y sé que lograremos todo lo que nos hemos propuesto.

Karem Leonor Cortez Urcia

Agradecimiento

A Dios por la fortaleza que me brindo en estos cinco años de carrera Universitaria para seguir adelante y por guiar mi camino personal y profesional.

A mi alma mater la Universidad Privada Cesar Vallejo, por albergarme durante 5 años y brindarme los conocimientos necesarios para forjar en mí y en todos los estudiantes el famoso lema de salir adelante.

A mis docentes que durante los 5 años impartieron sus conocimientos y colaboraron en reforzar mi vocación en esta profesión tan interesante e importante. Especialmente a mis Asesores de tesis, Dra. Olenka Espinoza Rodríguez y el Mg. Waldo Caballero Mujica, por su apoyo constante y asesoría profesional y visión crítica para la realización de esta investigación.

A quienes me dieron la oportunidad de formar parte de su empresa y así ejercer laboralmente mi carrera profesional, aportando en ella los conocimientos en las áreas respectivas donde me he podido desempeñar, así mismo aprender más de las experiencias vividas en ésta hermosa profesión.

A todas las personas que, de una u otra manera han colaborado con sus valiosos aportes, los cuales han sido sumamente importantes para poder culminar con el desarrollo de la investigación que he realizado.

La autora.

Declaratoria de Autenticidad

Yo Karem Leonor Cortez Urcia, identificada con DNI N° 42491821, a efecto de poder cumplir a cabalidad con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo. Trujillo, 04 de Julio del 2018



Karem Leonor Cortez Urcia

DNI. N° 42491821

Presentación

De acuerdo a lo determinado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, pongo a disposición y consideración de tan respetable jurado, la presente tesis denominada: Factores de Éxito en Emprendimiento Social de Empresas de la ciudad de Lima - 2018

La presente tesis, pretende identificar y describir cuales son los factores de éxito que han permitido a los emprendimientos sociales su crecimiento y como están siendo sostenibles en el tiempo, durante el año 2018.

El objetivo de esta investigación, esclarezca interrogantes y que sea modelo para que los jóvenes de nuestra generación en adelante puedan crear emprendimientos con responsabilidad e impacto social para mejora y bienestar de la población de aquellas comunidades de nuestro país que más lo necesitan. Además, sirva como referente de investigaciones posteriores que enriquezcan aún más el informe presentado y por consiguiente al desarrollo de nuestra facultad y Alma Mater: Universidad Cesar Vallejo de Trujillo.

Trujillo, 04 de Julio del 2018

Karem Leonor Cortez Urcia

Índice

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
Resumen	1
Abstract.....	2
I. Introducción	3
1.1. Realidad Problemática.....	3
1.2. Trabajos Previos	5
1.3. Teorías Relacionadas.....	9
1.3.1. Emprendimiento Social.....	9
1.3.2. Empresa Social.....	12
1.3.3. Emprendedor Social.....	13
1.3.4. Factores de Emprendimiento Social.....	13
1.4. Formulación del Problema	22
1.5. Justificación.....	22
1.6. Hipótesis.....	23
1.7. Objetivos.....	23
II. Método.....	24
2.1. Diseño de la Investigación.....	24
2.2. Operacionalización de Variables.....	25
2.3. Población y Muestra	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.5. Método de Análisis de Datos.....	28

2.6.	Aspectos Éticos	28
III.	Resultados.....	29
IV.	Discusión	67
V.	Conclusiones.....	70
VI.	Recomendaciones	72
VII.	Propuesta	74
1.1.	Introducción	74
2.1.	Definición de la problemática.....	74
3.1.	Matriz FODA de los Emprendimientos Sociales.....	75
4.1.	Descripción del Programa.....	76
5.1.	Objetivo General.....	76
5.1.1.	Objetivos Específicos.....	76
6.1.	Desarrollo de Programa	77
7.1.	Cronograma	79
9.1.	Medición del Impacto Social	80
9.2.	Recomendaciones	80
9.3.	Apreciación.....	81
	Referencias	82
	Anexos.....	84
	Anexo 1: Matriz de Consistencia	85
	Anexo 2: Validación y Medición del Instrumento	86
	Anexo 2: Ficha Técnica.....	86
	Anexo 3: Constancias de Validación.....	87
	Anexo 4: Instrumento de Medición	91
	Anexo 5: Tablas.....	99

Resumen

Ante la incertidumbre de saber si nuestras autoridades tanto del gobierno central como de los gobiernos locales generaran mejoras y atenderán las necesidades básicas de nuestra sociedad, los nuevos emprendedores han analizado que ellos podrían aportar de manera significativa a las comunidades más necesitadas de nuestro país, es por ello que han optado por enfocar sus empresas hacia una misión, donde no solo generen productos o servicios sino que sus utilidades sean invertidas en crear servicios básicos, en brindar servicios de educación, generando también inclusión y una mejora en la nutrición de los niños, los cuales son conocidos como emprendimientos sociales y que con el pasar del tiempo han ido acaparando la atención de los clientes por sus ideas innovadoras y el éxito que han ido teniendo en estos años, es por ello que se formuló como objetivo general de esta investigación determinar los factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la ciudad de Lima – 2018, para lo cual se aplicó un estudio de tipo descriptivo – no experimental de corte transversal. Se seleccionó una población la cual está conformada por 11 representantes de los emprendimientos sociales ubicados en la ciudad de Lima. La información fue obtenida aplicando la técnica que fue el cuestionario; después de ello los resultados se muestran mediante figuras y tablas. En dichos resultados se pudo obtener que los factores de éxito de los emprendimientos sociales en empresas de la ciudad de Lima, radica en el factor del equipo emprendedor, ya que mediante el liderazgo, trabajo en equipo y el compromiso que estos tienen para con la misión social es la base para poder ir construyendo y desarrollando de manera positiva el emprendimiento social, sin dejar de lado los beneficios que estos traerán a las comunidades a quienes les brinden las mejoras necesarias para mejorar su calidad de vida. Se concluye así que el éxito que los emprendimientos sociales han tenido se ha basado en un pilar como su equipo emprendedor.

Palabras clave: Emprendimiento social, equipo emprendedor.

Abstract

Given the uncertainty of know if our authorities, both central government and local governments, would generate improvements and meet the basic needs of our society, the new entrepreneurs have analyzed that they could significantly contribute to the most needy communities in our country. For this reason they have chosen to focus their companies towards a mission, where they not only generate products or services but their profits are invested in creating basic services, in providing education services, also generating inclusion and an improvement in the nutrition of children, which are known as social ventures and that over time have been monopolizing the attention of customers for their innovative ideas and the success they have been having in these years, that is why it was formulated as the general objective of this investigation to determine The success factors of social entrepreneurship of companies in the city of Lima - 2018, for which a descriptive - non-experimental transversal study was applied. A population was selected which is made up of 11 representatives of the social enterprises located in the city of Lima. The information was obtained by applying the technique that was the questionnaire; after that the results are shown by figures and tables. In these results it was possible to obtain that the factors of success of the social enterprises in companies of the city of Lima, lies in the factor of the entrepreneurial team, since through leadership, teamwork and the commitment they have to the mission social is the basis to be able to build and develop positively social entrepreneurship, without neglecting the benefits that these will bring to the communities to those who provide the necessary improvements to improve their quality of life. It is concluded that the success that social enterprises have had has been based on a pillar as their entrepreneurial team.

Key words: Social entrepreneurship, entrepreneurial team.

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En estos últimos tiempos hemos podido observar que la estructura del sistema gubernamental a nivel mundial, nacional, regional y local, está siendo muy ineficiente e incapaz para poder generar un avance ante las necesidades de las comunidades ante este acelerado crecimiento, puesto que hoy en día el futuro de las economías del mundo son en base al conocimiento, la salud, la nutrición de su población además del cuidado de sus reservas ecológicas, etc., sin embargo lo único que tenemos es una sociedad excluida, esta desigualdad se ve reflejado en los altos índices de desnutrición, el desempleo, el escaso beneficio en servicios básicos: educación, vivienda, salud y agua potable, además del uso desmedido de los recursos naturales; creando así un escenario asimétrico en la debida distribución de los bienes para mejorar el bienestar de la población.

Las organizaciones ya no pueden seguir esperando recibir el apoyo del gobierno y tampoco de las ONGs, que tienen cada vez más dificultades para poder financiar los proyectos. Podemos decir que el emprendimiento social es un híbrido de empresa el cual busca poder resolver un problema social y a la vez generar utilidades las cuales destinara para la ayuda. Un país como el nuestro necesita del emprendimiento social, siendo el impacto de éste es la clave. Los proyectos creados a partir de este concepto tienen como primer objetivo generar un impacto positivo en las sociedades en las que se desarrollan. Muchas veces estos emprendimientos también se vuelven empresas rentables, la intención del emprendimiento social es tener fines de lucro, no es caridad, no es filantropía, es un proyecto sustentable del que tienes que poder vivir. La idea de este movimiento es que tengas la capacidad de generar recursos como empresa porque la finalidad de cualquier empresa es contribuir con la sociedad. El emprendimiento social se ve reforzado por el auge de tendencias como la preocupación global por la desigualdad, el comercio justo y el cuidado del medio ambiente. Las empresas de todo tamaño pueden aportar para ayudar a solucionar esos problemas.

El emprendimiento social ha logrado usar de manera innovadora los recursos para satisfacer las necesidades, para ello muchos empresarios con visión, no solo lucrativa, sino con el propósito de brindar mejoras, se está enfocando en poder trabajar también por el emprendimiento social, es así que para que este pueda desarrollarse y alcance resultados óptimos para la comunidad, es justo y necesario constituir varios factores de éxito para poder planear estrategias y ampliar el proyecto que pueda tener una estructura administrativa fuerte que brinde seguridad, tanto a los emprendedores y así mismo a los beneficiados, dichos líderes deben ser capaces de generar convicción, tener alta vocación social, propósito de alcanzar metas, promover alianzas estratégicas necesarios para los proyectos. Según el informe *The 2020 de Workplace* (2012), el 80% de los empleados del futuro quiere trabajar en organizaciones que se preocupan por su impacto social”, añade gerente de Empleabilidad y Emprendimiento de Fundación Telefónica Luis Miguel Olivas. De la problemática planteada surge la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son los factores de éxito de emprendimiento social en empresas de la ciudad de Lima – 2018? Por esta razón he considerado conveniente realizar la presente investigación y lograr como objetivo identificar dichos factores de éxito que propicien e impulsen dicho emprendimiento social, que nos dé así la posibilidad de generar aportes y mejoras de bienestar social, menguando cada vez más la pobreza, manteniendo alianzas y lazos de cooperación. Después de haber evaluado la realidad problemática se han planteado las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social de las empresas de la Ciudad de Lima 2017?

¿Qué factores organizacionales generan un buen emprendimiento social de las empresas de la Ciudad de Lima 2017?

¿Cuáles son los factores del equipo emprendedor que más resaltan en un emprendimiento social de las empresas de la Ciudad de Lima 2017?

¿Cuáles son los factores de solución al problema social a los que el emprendimiento social más se enfoca?

¿Cuáles son las estrategias para realizar un emprendimiento social exitoso que se propondrán a los jóvenes de la generación “Y”?

1.2. Trabajos Previos

Bargsted (2013) en su artículo: realiza una revisión teórica del emprendimiento social como una iniciativa que genere un negocio, con o sin fines de lucro, donde su objetivo primordial es la que permite generar un valor social. En la actualidad este tema se ha convertido en un campo de investigación novedoso y atractivo, que a su vez vaya paso a paso y que obtenga recopilación de información, que, aunque sea empírica es muy valiosa, para de esta manera identificar, desde la psicología social, preguntas de investigación relevantes sobre emprendimiento social. Debido a este estudio, diversas investigaciones han identificado posibles variables psicosociales que se requieren para este tipo de emprendimiento, entre ellas están las características individuales, motivos sociales y una identidad laboral. Además, se han incorporado aspectos de la sociedad, los objetivos de las organizaciones y factores psicosociales del comportamiento organizacional. Se llegó a la conclusión de que existe una diversidad de formas para poder desarrollar algunos emprendimientos sociales siempre teniendo como pilar el hacer prevalecer los objetivos sociales, la existencia de estrategias para la obtención de los recursos económicos necesarios, la presencia infaltable de la innovación y la participación del sector, ya sea en empresas públicas o privadas.

Ferrada (2016) en su estudio: Tiene como principal objetivo el poder evaluar la idea de emprendimiento social y de esta manera promover una fuente de ingresos que sustenten los requerimientos básicos de los pobladores de la comunidad El Monte quienes viven en situación precaria y que están dentro de la población que se encuentran en edad de poder laborar. La prueba tendrá un enfoque privado y social, con la finalidad de determinar su propia sustentabilidad y su rentabilidad social. Uno de los instrumentos que se utilizó para gestionar resultados y que fueron utilizadas, es la Metodología del Marco Lógico, lo cual permitirá recoger lo planteado por criterios de la Escuela Conductual, la cual a fijado resultados y a su vez ha dejado actuar además lo combina con el análisis de objetivos. Básicamente el análisis plantea generar una solución a un determinado problema y de esta manera explorar todas las causas inmediatas que lo puedan propiciar. Por ello este método está enfocado en la solución de problemas específicos mediante la generación de un programa o proyecto que se inicia con la ubicación de problemas u oportunidades, así mismo de las vías de intervención. Finalmente, como resultado de esta

investigación se concluyó que, si bien el emprendimiento no será una solución definitiva para el desempleo, de todas maneras contribuye en gran proporción a la mejora de la calidad de vida, al proveer a los beneficiarios de una buena capacitación, mejora de la autoestima, promoviendo así un espíritu de superación, relación social y evidentemente una mejora significativa en los ingresos monetarios.

Calero y Cárdenas. (2014) en su tesis de investigación: Tuvo como objetivo analizar como incide el número de emprendimientos en las condiciones socioeconómicas del cantón Milagro, a través de una investigación de campo, para desarrollar una propuesta que permita contribuir al desarrollo social y económico de los habitantes del cantón Milagro. El diseño de su investigación fue cuantitativo, además con el fin de establecer la estructura o comportamientos de las variables de una manera clara y que tenga precisión, además se determinó que es de tipo descriptiva y correlacional ya que se desea determinar la relación existente entre las variables a estudiar y la cual explicara las posibles causas de la problemática existente. La población a estudiar es finita, según el censo del INEC en el Milagro – Ecuador en el año 2010 fue de 166,634 habitantes, el cual filtrando por edades de 18 y 64 años de edad obtendremos una cantidad de habitantes de 90,715 habitantes. El tipo de muestra será no probabilística. Los métodos teóricos que se utilizan en esta investigación son inductivo, deductivo, síntesis, comparativo, estadístico, analítico e hipotético. Las técnicas e instrumentos que se aplicaran son bibliográficas, documentales y encuestas. Al aplicarse dicho estudio generó los siguientes resultados y conclusiones se ha comprobado a través de encuestas, que los habitantes del Cantón Milagro tienen alto grado de predisposición a emprender. Sin embargo, la oferta de valor agregado. La mayoría de encuestados considera que la condición económica mejoraría si se tuviera un mayor número de negocios. Una problemática en relación a los emprendimientos, es la escasa innovación. Como consecuencia se ha comprobado que el 79.8% de los encuestados que han emprendido, han cerrado sus negocios, siendo el bajo nivel de ingresos la principal causa.

Lorca y Mesina (2013) en su investigación: Tiene como objetivo determinar los factores que inciden en el éxito de los emprendimientos sociales en Chile y el resto de América Latina. En el desarrollo de la investigación exploratoria se utilizaron fuentes de información como la revisión de datos secundarios, entrevistas en profundidad a personas

directamente relacionadas con el emprendimiento social y se compararon los casos estudiados por CEPAL. El procedimiento muestral es no probabilística por juicio, el cual recae en 7 personas que trabajan directamente con los emprendimientos. Dicha investigación concluyó que se detectó que los factores contextuales obtuvieron mayor rechazo en el modelo ya que no existen y no estuvieron presentes en las fases del inicio del emprendimiento. Se identificó como una de las claves del éxito de los emprendimientos en todas las experiencias evaluadas se encuentran dos categorías resaltantes que son el equipo emprendedor y la iniciativa de solución al problema social, los cuales hacen que se pueda alcanzar el objetivo social.

Nchama y Pérez (2015) en la investigación que realizó: Tuvo como objetivo el de identificar el papel que tiene el emprendedor social en la sociedad, conocer con aproximación los tipos de empresas con fines sociales existentes en España y por Comunidades Autónomas. Así como analizar los diferentes tipos de emprendimiento y emprendedores sociales que existen en la actualidad. Por último, nos proponemos analizar un colectivo específico vinculado de alguna manera al emprendimiento social, como son las asociaciones, Para ello haremos un boceto del tipo de asociaciones que operan en la isla de Tenerife, su ámbito de actuación, procedencia y destino de los fondos con los que se financian, así como el área en que desarrolla su actividad. Los resultados que se han obtenidos a través de la encuesta que aplico, se puede decir que la mayoría de las asociaciones, a pesar de ser de reciente creación, prestan una importante ayuda y servicio a la isla de Tenerife, centrándose en su mayoría en ayudas a los discapacitados y otras, aunque en menor medida, combinan distintas áreas, como pueden ser juventud, medioambiente, cultura, y otras. Por lo que es importante considerar la gran labor que están realizando, teniendo en cuenta que, para prestar estas ayudas, asumen riesgos que se presentan sin embargo tienen que tener pronta reacción y adaptación a los cambios las empresas económicas, pero sin tener el retorno económico que estas últimas reciben por su actividad, siendo su principal dificultad la obtención de los recursos económicos.

Benjumea (2012) en su tesis: Presenta la metodología para poder valorar del impacto que tienen los emprendimientos sociales. En primera instancia se procedió analizar los distintos enfoques y aquellas teorías relacionadas. También se identificaron criterios que colocan el objeto de conocimiento: el cumplimiento de propósitos, la generación de valor

a nivel económico y a nivel social. Se utiliza una metodología cuantitativa en la cual se establecen los instrumentos para recolectar la información y así poder sintetizar los resultados. Los instrumentos se aplicaron a los emprendedores sociales y la metodología se analizó por un grupo de expertos en la materia. Dicha investigación se basa en un aporte a la actividad emprendedora que permite a los emprendedores analizar y calificar sus propios cambios. También será útil para que pueda ser aplicada en futuras investigaciones y así puedan orientar el conocimiento a la evaluación de impacto.

Almeida, Carlos, Espinoza y Sánchez. (2017) en su investigación: Ha tenido como finalidad el poder entender como es el funcionamiento de los emprendimientos sociales, así mismo la manera cómo fueron creados y si el diseño con el que cuenta les permite avanzar hacia su futura sostenibilidad. Se utilizó metodología cualitativa, la cual se basó en la investigación de diversos casos, seleccionando un conjunto de emprendimientos sociales, los cuales fueron escogidos sobre la plataforma de criterios que les permitiesen contar con un grupo variado pero que tengan elementos comunes, además se revisó fuentes secundarias como páginas Web y perfiles de Facebook de cada uno de los emprendimientos sociales y así poder ponernos en contacto con sus fundadores o miembros de sus respectivos equipos directivos, la muestra fue no probabilística con selección intencional de los casos. Cuando ya se establecieron las fechas de reunión con los representantes se procedió a la aplicación de la entrevista a profundidad, debido a esto se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas (no estructurado), a través del cual se llegó a la conclusión que hoy en día existe un importante interés por los emprendimientos sociales ya que, además de generar un buen valor económico, produce un efecto de valor social que permite abordar los problemas sociales de las comunidades obteniendo los mejores resultados que los provenientes desde el Estado. La sostenibilidad de los emprendimientos sociales implica un conjunto de factores, pero el aspecto que más preocupa a los emprendedores es el aseguramiento de un flujo de ingresos constante que financie la intervención social. El modelo del diseño del emprendimiento social no ha seguido una metodología formal lo que ha llevado a que en algunos casos existan debilidades en la propuesta de generación de valor social o en la estrategia de ingresos.

1.3. Teorías Relacionadas

1.3.1. Emprendimiento Social.

El emprendimiento social en la actualidad es un tipo de empresa que hoy es algo nuevo. Es por eso que debemos tener conocimiento de los tipos de empresa que ya han existido antes de las nuevas empresas enfocadas al apoyo social. Las cuales por mucho tiempo han sido tres entre las cuales están las empresas públicas, que fueron creadas para poder atender las necesidades y las exigencias de la ciudadanía y que a su vez están relacionadas con el gobierno, así mismo tenemos las empresas privadas que están enfocadas a generar utilidades brindando algún productos y servicios. En este mismo grupo de tipos de empresas tenemos a las organizaciones que no tienen fines de lucro y que son aquellas a las cuales conocemos como fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles u organizaciones de la sociedad civil, su finalidad es resolver los problemas de la sociedad y no tienen fines de lucro. Estos modelos de empresa ya existen desde hace mucho tiempo, pero estas no han sido lo suficientemente eficaces y eficientes para poder resolver las problemáticas sociales que existen actualmente y aquellas que se presentaran a futuro. (Del Cerro, 2017, p 13)

La búsqueda del avance social, mediante la eliminación de barreras que generan que los proyectos de inclusión sean cada vez más escasas, la ayuda a aquellos que por el momento se encuentran aminorados o que carecen de voz propia y la atenuación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica. (Guzmán (2008, citado por Almeida, 2017, p 14)

La inclusión social hoy en día es una de las opciones más importantes para el progreso social y que es un factor para que se dé el emprendimiento social el cual busca beneficiar a aquellos a quienes aún no se les ha permitido una mejora en su calidad de vida y se ven relegados por nuestro sistema de gobierno carente de estrategia para llegar a ellos.

Inicialmente se entendió como emprendimiento social a cualquier iniciativa capaz de generar valor social, especialmente en el sector de bajos recursos. Se calificaría como emprendimiento social a propuestas hechas por organizaciones privadas o públicas, cuya

acción está encaminada a solucionar un problema social. Todo esto genera un rango amplio entre los proyectos sociales o el activismo social de las organizaciones no gubernamentales (ONG), las acciones de responsabilidad social del empresariado, pueden ser calificadas de emprendimiento social, pero ello no es correcto. (Roa María, 2005, citado por Almeida, 2017, p 15)

Se considera que el denominar emprendimiento social debe ser calificado aquellas empresas que tienen un enfoque social es decir que generan utilidades en base a su producción o venta de un producto o servicio, los cuales les permite obtener rentabilidad, pero a su vez genere un impacto en alguna comunidad, diferenciando que la responsabilidad social no siempre es considerada como empresas de emprendimiento.

El proceso del emprendimiento social reconoce las oportunidades para establecer valor social utilizando métodos diversos. Los emprendedores sociales tienen habilidades, son ingeniosos y siempre están orientados a los resultados. Se encargan de aprovechar las mejores ideas, en los negocios como en el de las organizaciones sin fines de lucro, para de esta manera poder desarrollar estrategias que puedan maximizar el impacto social. (Rodríguez y Ojeda, 2013, p 65)

Ser emprendedor no es solo realizar un negocio sino también crear la oportunidad de poder generar un impacto social en la población que lo necesita. El emprendedor social tiene no solo una orientación a la creatividad sino también que sus valores le permiten desear apoyar a quienes más lo necesitan.

Los emprendedores sociales son personas que están contribuyendo de maneras diversas a la sociedad y desarrollan modelos de negocios para poder ofrecer soluciones innovadoras a problemas sociales complejos y algunos persistentes. (Rodríguez y Ojeda, 2013, p 51)

Considero que el aporte de un emprendedor social a su comunidad en general, es poder generar una mejora en sus habitantes ya que a veces sus problemas sociales no son atendidos debidamente por el ente gubernamental.

Un emprendimiento social viene siendo la creación de estructuras con bases fuertes las cuales permiten las relaciones con instituciones, organizaciones, que permitirán prácticas socioeconómicas viables que organizan y sustentan beneficios sociales. (Fowler, 2000, citado por López, 2014, p 22)

Se entiende que aquella organización que crea una idea de negocio que generará un beneficio para la sociedad debe ser sostenible. Que pueda permitir que sean una mejora y no solo paliativos. La gratificación de dichas organizaciones es crear bienestar a quienes verdaderamente lo necesitan.

El emprendimiento social incluye actividades y procesos realizados para determinar, puntualizar y aprovechar las oportunidades para mejorar la riqueza social mediante la creación de empresas que brinden ideas de innovación y por ende aporten a la mejora de la calidad de vida de las personas. (Zahra et al, 2009, citado por López, 2014, p 26)

La innovación no solo debe verse reflejada en la creación de nuevos productos sino también debe ser canalizado en el hecho de lograr la innovación en la gestión de actividades que brinden oportunidad de mejora a la población que se ve excluida o a aquellos que aún no les llega un beneficio en la mejora de sus servicios básicos.

Destacan que una de las características de los emprendimientos sociales es que permiten la gestión participativa dentro de la comunidad. Además, vinculan el concepto de emprendimiento social con el fenómeno de la economía social, como motivación ideológica que provoca el surgimiento de dicho fenómeno (Roberts et al, 2005, citado por Vidal y Jiménez, 2015, p 206)

El emprendimiento social debe realizar también una gestión participativa con la comunidad para que pueda así generar un vínculo importante entre la organización y sus fines con la población beneficiada de esta forma permitirá motivarlos y hacerlos sentir que no están solos.

El emprendimiento social es específicamente una tipología de organización que pretende buscar soluciones a problemáticas sociales, edificando pilares que brinden

resultados positivos mediante una evaluación y la obtención de recursos que permitan generar y brindar un valor social sostenible. Los autores revisan 50 definiciones y destacan que el emprendimiento social es una actitud bondadosa, que esta generada por una necesidad radicada de poder ayudar, pero que sin embargo va más allá de la caridad (Guzmán y Trujillo, 2008, p. 108)

El emprendimiento social debe ser visto como una generación de valor social sostenible, es decir q no sea solo un momento, sino que sea difundido para que nuevos empresarios visionarios creen empresa pensando no solo en el beneficio personal y empresarial sino también comunitario.

Los emprendimientos sociales son las organizaciones que se están encargando de desarrollar una misión social, el cual tiene como propósito el de poder crear beneficios para la comunidad independientemente de su estructura legal. (Brouard, 2010, p 11)

La conformación de la empresa debería ser enfocada en crear beneficios de misión social, es importante cambiar la ideología empresarial en no solo crear utilidades sino también que tenga un fin de importante para la comunidad.

1.3.2. Empresa Social.

Es una organización que se dedica a actividades de producción, mercantiles, prestación de servicios las cuales buscan brindar un impacto ambiental y social positivo además se pueda medir. Dicho impacto debe ser de forma sostenible el cual debe generar sus propios recursos para seguir desarrollando sus actividades. (Según Del Cerro, 2017, p 13)

Se considera que una empresa que tiene como finalidad producir, vender o brindar un servicio pero que a su vez brindara un aporte a la sociedad destinando parte de sus recursos para poder desarrollar sus actividades siendo así sostenible en el tiempo.

1.3.3. Emprendedor Social.

Se conoce como emprendedor social a la persona que busca resolver los problemas sociales o ambientales más apremiantes de manera innovadora y con un enfoque de impacto sistémico, el cual les permite poder brindar a las personas de una determinada comunidad tener acceso a servicios básicos que mediante otro medio hasta el momento no les ha permitido tener. (Según Del Cerro, 2017, p 13)

La empresa no solo depende de sus fines productivos o de servicio, sino que además debe tener como líder a una persona que sea emprendedor pero que además tenga una visión social, haciendo de su empresa un ente que se preocupe por el desarrollo de su comunidad.

1.3.4. Factores de Emprendimiento Social.

1.3.4.1. Factores Contextuales.

Estos factores pertenecen a la parte externa de la organización y a las operaciones que ésta realiza. Es decir, es de origen independiente al emprendimiento social, pero que influyen en los resultados que la empresa pueda obtener en términos legales, políticos, regulatorios, entre otros. (Lorca y Mesina, 2013, p 76)

Aquellos factores contextuales son los que están externamente a la organización, pero los cuales definen también como se desarrollaran las actividades y que de cierta manera pueden también cambiar a favor o en contra los resultados. Las organizaciones que tienen por fin el apoyo a las comunidades a través de su buen manejo de recursos deben contar con facilidades por parte de los entes regulatorios del estado y así poder brindar un óptimo trabajo en beneficio de quienes lo necesitan.

1.3.4.1.1. Incentivos

La temática en cuanto a incentivos dentro de las empresas privadas es muy amplia, sin embargo, en el sector público se proyecta una aplicación limitada. Existe un conflicto

para poder aplicar los incentivos el cual radica en los desacuerdos entre ambos sectores. En el sector privado las empresas promueven la maximización de beneficios mientras que en las entidades públicas tienen tantos objetivos que al final son difíciles de poder medir. El sector privado relaciona los incentivos con el incremento en el nivel de las ventas objetivos, estos mismos han llevado a desarrollar conceptos sobre calidad del servicio, satisfacción y fidelización de los clientes en la teoría de administración de negocios. La otra cara de la moneda es el sector público, el cual tiene dificultad en la medición, pues el empleado público no está necesariamente vinculado a la satisfacción del cliente ya que las entidades públicas no tienen un auto-sostenimiento, además no generan ganancias y no tienen la opción de que puedan quebrar. Debido a ello el empleado público no genera una motivación necesaria para hacer esfuerzos y lograr así los resultados esperados. (Espinoza, 2012, p 3)

Se aduce que los incentivos del gobierno son factores muy importantes para el desarrollo de las entidades de emprendimientos social ya que los exonera de algunos tributos, pudiendo así destinar ese dinero al emprendimiento social de alguna comunidad a la que se necesita desarrollar. Se sabe además que las empresas privada puede desarrollar muchos conceptos que brinden una importante satisfacción en sus colaboradores y también en el desempeño de cada una de las actividades, como contraria a lo que sucede con en las entidades públicas quienes no tienen la posibilidad de poder generar y destinar ingresos directos para la ayuda social.

1.3.4.1.2. Apoyo de agentes externos.

Los agentes externos comprenden el apoyo de otras instituciones privadas, públicas o sin fines de lucro, cuyo apoyo puede ser financiero, de redes o de asesoría. Los cuales se convierten en aliados importantes en muchas ocasiones para el desarrollo de distintos proyectos. (Lorca y Mesina, 2013, p 76)

El apoyo que pueden brindar las instituciones públicas es importante sin embargo se puede considerar que por los esquemas burocráticos que pueda tener, influye en el tiempo y forma en que el apoyo se hace llegar al emprendimiento que lo requiera.

1.3.4.1.3. Sector Privado.

El sector privado ha generado al crecimiento y desarrollo de los lugares en donde realiza sus actividades, ya que contribuyen de manera importante a la generación de empleo, en la mejora sanitaria, en brindar un excelente servicio y en la viabilidad de los espacios físicos en los que se instalan. Su participación indirecta establece todas las aportaciones en forma de donaciones en dinero a las diversas organizaciones de la sociedad civil, en muchas ocasiones se intercambian por un recibo de donativos que emiten las organizaciones civiles y que son de gran utilidad en la contabilidad de la empresa privada que busca esquemas de deducciones fiscales. Otro lado de la moneda es la participación directa, es aquella que activa el sector privado en el proceso de los programas sociales, donde se comprende la concepción de la idea social, el desarrollo del plan estratégico de marketing social, la organización, la programación, su control y evaluación en el entorno social (Pérez, 2004, p 70)

En su mayoría en nuestra sociedad son las empresas privadas aquellas que han contribuido y que aún continúan haciéndolo de manera activa con resultados más resaltantes que en comparación a las entidades del estado. Muchas veces han participado de manera directa o también basándose no solo en destinar sus recursos, sino que cuentan con el apoyo de otras entidades que se unen a la causa.

1.3.4.1.4. Sector Público.

El sector gubernamental ha venido participando como impulsor de organizaciones orientadas a problemas sociales, su finalidad ha sido llamar la atención de la comunidad con el fin que también contribuya con problemas sociales que se presentan. Es una excelente forma para mostrarle a la sociedad que “el bienestar social es un derecho y un deber de todos los ciudadanos”. Es así que se favorece el crecimiento del Tercer Sector. (Pérez, 2004, p 75)

En pocas ocasiones los entes de gobierno han hecho lo posible por generar impulso en el apoyo a las organizaciones que tienen como fin el emprendimiento social. Es importante que el gobierno demuestre un interés por brindar el derecho que toda persona

tiene de tener una calidad de vida aceptable, que le pueda permitir acarrear sus dificultades. Este sector de nuestra sociedad debe ser primordial para el gobierno, teniendo siempre en cuenta que de ellos depende el desarrollo y crecimiento de nuestro país.

1.3.4.2. Factores Organizacionales.

Los factores organizacionales pertenecen a todo lo interno a la organización y que rige la manera en que evolucionaran las actividades, a su vez permitirán conservar segmentadas y alineadas las acciones buscando así mantener la misión social y de esta forma se transforman en la base para que el emprendimiento social sea exitoso, facilitando así la obtención y administración de los recursos. (Lorca y Mesina, 2013, p 77)

La parte interna de la organización es de suma importancia puesto que todo lo planificado debe estar alineado con los objetivos y estrategias, ya que de esto dependerá la obtención de los recursos y su debida distribución para que estas se puedan llevar a cabo de manera completa y que se obtenga así los mejores resultados.

1.3.4.2.1. Alianzas Estratégicas.

Son un grupo de acuerdos voluntarios con un enfoque temporal desde mediano y largo plazo que existe entre dos o más empresas que son independientes pero que intercambian el comportamiento de parte de sus recursos, incluso se puede desarrollar nuevos recursos. Las alianzas se realizan por diferentes motivos que pueden ser estratégicos generándose así cierto grado de interrelación entre las empresas lo que permitirá mejorar en última instancia su posición competitiva ya que juntas realizarán el trabajo de forma más eficiente y aprovecharán mejor las oportunidades que se puedan presentan en el entorno que es hoy tan competitivo. (Gulati, 1998, p 2)

Las alianzas organizacionales también son de gran importancia para la realización del objetivo de emprendimiento social puesto que pueden facilitar los recursos necesarios. Las organizaciones pueden ser más eficaces y eficientes trabajando en conjunto por un mismo fin.

1.3.4.2.2. Fuentes de Financiamiento.

Son la obtención de recursos o formas de pago, que son destinadas a adquirir bienes que la organización necesita para poder llevar a cabo el cumplimiento de sus metas. Las fuentes financieras se agrupan en financiación interna y externa. Existe la financiación interna o propia la cual es la que proviene de la parte que no fue repartida entre accionistas sea en una sociedad anónima o en una sociedad colectiva de los ingresos. También constituyen fuentes internas las amortizaciones, las provisiones y las provisiones, a su vez está la financiación externa o ajena que es la que proveniente del uso del financiamiento ajeno. Si la duración de la deuda es menor a un año, se dice que es a corto plazo y se utiliza para poder financiar el activo corriente. (Domínguez, 2005, p 33)

Las fuentes de financiamiento también son de suma importancia para que la organización que lleva como finalidad un emprendimiento social pueda cumplir con ello. Buscar importantes empresas de financiamiento que además de brindarle una buena suma para que cumpla con sus obligaciones también tenga tasas de intereses especiales para el tipo de empresa que lo solicita puesto que tiene un fin determinado del cual también puede ser partícipe de manera indirecta.

1.3.4.2.3. Adaptación al Cambio.

Mientras exista el cambio y la adaptación van a ser la garantía de que el entorno se actualice y se modernice. Una organización crece y continúa vigente en la medida en que combine la estabilidad y la adaptación al cambio. Una empresa inestable y cambiante tiene mucho riesgo de desaparecer del mercado catalogada como rígida e inmutable. Toda empresa debe tener estabilidad y debe tener como complemento al cambio. El hecho de cambiar por hacerlo, sin tener en cuenta la estabilidad, casi siempre genera caos y tensión entre los integrantes de la organización. (Chiavenato, 2009, p 130)

Es muy importante que la organización esté siempre dispuesta al cambio puesto que el mundo globalizado y el tiempo tan cambiante en el que nos encontramos conlleva a que las empresas estén en constante reingeniería, es por ello que deben estar preparados

para adaptarse a ellos. Una organización que no se adapta o se limita a acceder está condenada al fracaso.

1.3.4.3. Factores de Equipo Emprendedor.

El equipo emprendedor tiene elementos importantes que se dan y conforman el emprendimiento social, incrementando así el éxito. Las habilidades gerenciales son las que reúne una parte importante dentro del equipo emprendedor además se refiere a la aplicación de conocimientos y herramientas vinculados a los negocios hacia la realidad social que enfrenta la iniciativa. El segundo cuenta con características de motivación que tenga el equipo que se encarga de desarrollar el emprendimiento social. (Lorca y Mesina, 2013, p 78)

El equipo emprendedor debe tener habilidades y características que cumplan con los fines de un emprendimiento social, debido a que ellos serán los gestores directos de las actividades relacionadas. Hay puntos importantes que nos permitirán saber cuáles son aquellas cualidades más resaltantes y que hacen del proyecto un éxito.

1.3.4.3.1. Compromiso.

El compromiso es el grado en que un colaborador se identifica con la organización para la cual labora y su compromiso con las metas y la relación que lleva con ésta. El trabajo es símbolo de identificarse con una tarea específica, en tanto que el compromiso es la identificación del individuo con la organización que lo emplea. El compromiso organizacional se divide en tres componentes entre los cuales está el compromiso afectivo que es el vínculo emocional con la organización y la creencia en de los valores que la empresa mantiene, así mismo el compromiso para continuar el que se considera como el valor económico que se brinda a los colaboradores por permanecer en la organización. Una trabajadora muchas veces se compromete con su empleador porque se beneficia positivamente con el pago y siente que si renuncia su familia se vería perjudicada y por último el compromiso normativo con el que se siente una obligación de mantenerse en la organización por razones éticas (Robbins, 2009, p 80)

En este tipo de organización lo más conveniente es que el colaborador este sumamente comprometido con los fines de la empresa pero además con los objetivos que están direccionados al emprendimiento social que plantea, sabemos que el factor económico y los estímulos son importantes para el trabajador y el desarrollo de su familia, pero el líder de la empresa de emprendimiento social tiene que saber enfocar y dirigir a todos sus empleados a cumplir un mismo fin pero con el debido respeto y consideración a las persona de las comunidades a las que se les favorecerá.

1.3.4.3.2. Liderazgo.

Liderazgo es un proceso no coercitivo el cual interviene en las actividades de los integrantes de un equipo o también a nivel personal, influyendo así sobre las habilidades de nivel perceptivo, sus creencias, motivación, actitudes o conductas las cuales conllevan a cumplir metas establecidas. (Griffin y Moorhead, 2010, p 308)

El liderazgo como tal afirma que dentro de una organización el líder debe ser una persona que tenga la capacidad de poder llegar al colaborador y comunicarle de manera efectiva aquello que desea lograr con su labor sin poner presiones. Esto no solo debe ser de manera personal sino también debe ser motivador para todo el grupo al que tiene a su cargo. El buen desempeño del líder conllevara a que se logren las metas.

1.3.4.3.3. Trabajo en Equipo.

Los empleados realizan tareas operativas, pero de la misma forma se agrupan en pequeños grupos donde sus actividades deben unirse como piezas de un rompecabezas. Cuando el trabajo es interdependiente desarrollan una situación de colaboración. Un equipo de tareas tiene contacto regular y participa de acciones coordinadas. La constante interacción entre los integrantes del equipo distingue con claridad a un equipo de un grupo de toma de decisiones de corto plazo (Newstrom, 2011, p 331)

El trabajo en equipo de manera colaborativa hace que las tareas destinadas sean más efectivas y que los resultados sean óptimos. Un equipo tiene que tener claras las ideas y los objetivos a donde su líder les indique que tienen que llegar. Es interesante ver como

los integrantes del equipo se comunican y relacionan, de tal manera que desarrollan así sus capacidades y conocen quien puede realizar mejor determinada actividad y quien puede realizar mejor otra.

1.3.4.3.4. Comunicación.

No existe ningún equipo sin comunicación: el intercambio de información tiene que darse entre sus miembros, a través de la transmisión de significado entre una persona a otra. En un equipo en el que solo uno de los integrantes hable otro lenguaje y los demás no, dicho individuo no será comprendido. Por ello, la comunicación debe transferir y la comprender el significado. (Robbins, 2009, p 351)

Dentro de toda organización la comunicación entre los colaboradores de un equipo o entre departamentos tiene que ser claro, la información que se transmite tiene que llegar de manera consistente a todo el equipo de trabajo, puesto que de eso dependerá la buena realización de las actividades.

1.3.4.3.5. Motivación.

La motivación es un determinado proceso el cual incide de manera intensa además direcciona y persiste en el esfuerzo que una determinada persona o un grupo de ellas realiza con la finalidad de conseguir un objetivo (Robbins y Jufge, 2009, p 175)

La motivación que debe plantear los directivos en cada una de sus organizaciones es fundamental, puesto que existen ciertos indicadores que hacen que los colaboradores realicen de mejor forma sus actividades si son motivados de manera adecuada, que les permita poder tener el ánimo suficiente para poder cumplir con cada tarea planteada.

1.3.4.4. Factores de Solución al Problema Social.

Pertencen a los factores que son fuente de la organización, pues determinan como se desarrollará el problema social, de esta manera se van estructurando en el tiempo para dar respuesta a las carencias detectadas, los cuales son claves para poder determinar la

efectividad que cumplirá con el objetivo final, donde la satisfacción de una necesidad social afecta de manera positiva a la comunidad. (Lorca y Mesina, 2013, p 78)

La solución a un problema social es importante tanto para la comunidad como para aquellos que realizaran el emprendimiento social puesto que tienen que tener claro a donde irá destinado parte de sus utilidades y el problema al que darán solución. Es importante conocer la zona y saber las carencias que tienen en dicha comunidad

1.4. Formulación del Problema

¿Cuáles son los Factores de Éxito de Emprendimiento Social en empresas de la Ciudad de Lima – 2017?

1.5. Justificación

Conveniencia: Permitirá determinar cuáles son aquellos factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la ciudad de Lima. Para así poder promoverlos en los jóvenes estudiantes que tengan iniciativa y ganas de poder llevar a cabo una idea empresarial con sentido social.

Relevancia Social: Los resultados de esta investigación beneficiarán a la comunidad y empresarios motivando en ellos un compromiso social, el cual permitirá tomar conciencia sobre el desarrollo de nuestro país, reconociendo a las organizaciones no solo con un fin de lucro sino también como un fin de cambio y optimizar la calidad de vida del entorno.

Implicancias prácticas: Es importante para las organizaciones ya que la investigación busca determinar qué factores de éxito pueden ser los más resaltantes y que generan que los emprendimientos sociales sean bien enfocados y direccionados hacia el bien social que busca.

Utilidad Metodológica: Mediante la investigación se logrará desarrollar un interés por empresarios, profesionales e investigadores que realicen estudios y deseen evaluar la variable emprendimiento social como tal o relacionarla con alguna variable de importancia. Además, contribuirá a contrastar resultados a nivel Perú en comparativo con otros países.

1.6. Hipótesis

H_i: Los factores del equipo emprendedor son los más determinantes en el éxito del Emprendimiento Social.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar los factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la ciudad de Lima – 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

O₁: Identificar los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social.

O₂: Reconocer los factores organizacionales que generan un buen emprendimiento social.

O₃: Distinguir los factores del equipo emprendedor que resaltan dentro del emprendimiento social.

O₄: Determinar qué factores de solución al problema social existen en el emprendimiento social.

O₅: Proponer estrategias para realizar emprendimiento social en jóvenes de la generación “Y”.

II. Método

2.1. Diseño de la Investigación

El método a utilizar será:

No Experimental:

Hernández, et al (2014) Indicó que “son estudios que se establecen sin la manipulación de las variables y donde solo se observan los acontecimientos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

La variable a investigar no se manipulará.

Transversal:

Hernández, et al (2014) dice que “se recogen datos en un solo momento, su intención es la descripción de la variable y analizar su incidencia e interrelación en un solo momento” (p. 154).

Se detallará los factores de éxito de emprendimiento social, por lo que en esta investigación la recolección de información se dará en una sola ocasión, por lo cual no existirán tiempos de alcance.

Descriptiva:

Hernández, et al (2014) nos explica que “se busca especificar las propiedades, las particularidades y los perfiles significativos de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.117).

En este sentido se elegirá una variable y se medirá de forma independiente para poder lograr describir lo que se desea saber de dicha variable en estudio. Siendo su principal objetivo medirla con la mayor precisión posible.

Esquema de Diseño:

M → Ox

Donde:

M = Muestra

Ox = Observación de la variable Emprendimiento Social

2.2. Operacionalización de Variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Emprendimiento Social	Guzmán y Trujillo, (2008, citado por Lorca, 2013), definen que: Emprendimiento Social es un tipo de emprendimiento que busca generar soluciones para los problemas sociales a través de proyectos que generen oportunidades las cuales puedan permitir la propiciación de valor social sostenible en relación con las condiciones de vida, a través de la acción directa realizada por las organizaciones”.	La medición de la variable será a través de la técnica de la encuesta donde se aplicará un cuestionario, el cual se realizarán a los representantes de las empresas de emprendimiento social de la ciudad de Lima – 2018.	Factores contextuales	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del estado y entidades privadas 	Nominal
			Factores organizacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas • Fuentes de financiamiento • Adaptación al cambio del entorno 	
			Factores del equipo emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Innovación • Liderazgo • Apoyo del equipo • Comunicación • Motivación 	
			Factores de solución al problema social	<ul style="list-style-type: none"> • Nutrición • Educación • Cuidado del Ambiente • Cultura • Desarrollo Personal 	

Nota: Dimensiones de Emprendimiento Social por Guzmán y Trujillo, (2008, citado por Lorca, 2013).

2.3. Población y Muestra

Población.

La población estará constituida por los empresarios que pertenecen a 11 emprendimientos sociales, los cuales se desarrollan en la ciudad de Lima – 2018. Se tomaron como criterios de inclusión a los emprendimientos sociales con 8 años en el mercado, ganadores del concurso Kunan (incubadora y generadora de desarrollo de los emprendimientos sociales más innovadores) y que realicen sus operaciones en la ciudad de Lima. Y como criterios de exclusión aquellos que no hayan llegado a los 8 años en el mercado, que no hayan participado en el concurso Kunan y que realicen operaciones en otros departamentos del Perú a excepción de Lima.

Muestra:

Se realizó mediante un Muestreo No Probabilístico por Conveniencia, debido a que existen más emprendimientos, pero no cumplen con los criterios de inclusión antes mencionados. Por lo tanto, serán los 11 empresarios de los emprendimientos sociales seleccionados.

Emprendimiento Social	Entrevistado
Niña Valiente	Mayra Guzmán – Accionista y Fundadora
Yaqua	Fernando Tamayo - Gerente General
CREA+	Luis Miguel Starke - Gerente General
Ruwasunchis	Juan Diego Calisto - Fundador
Nutrishake	Carlos Noceda – Accionista y Fundador
Laboratoria	Mariana Costa - Fundadora
Reciclando	Daniela Osoreo– Accionista y Fundadora
Un millón de Niños Lectores	Teresa Boullon – CEO
Minka Audiovisual	Edgar Flores - Fundador
Empanacombi	Cinthy Rodríguez - Gerente General
Evea Ecofashion	Cristian Gutiérrez - Fundador

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica.

Encuesta

Se utilizará como técnica la encuesta a los que pertenecen a la muestra, los cuales son los representantes de los emprendimientos sociales de la ciudad de Lima – 2018.

2.4.2. Instrumento.

Cuestionario

El instrumento que se utilizará será el cuestionario, los cual serán aplicados a los 11 representantes de los emprendimientos sociales de la ciudad de Lima – 2018. La información recolectada permitirá determinar los factores de éxito en emprendimiento social de empresas. El cuestionario consta de 34 preguntas, las cuales pertenecen a cada indicador que son 16 indicadores, las cuales tendrán preguntas abiertas, dicotómicas y de acuerdo a la conveniencia del investigador.

2.4.3. Validez de Contenido

Vara (2014) indica que:

La validez es el nivel en que el instrumento mide la variable en cuestión, muestra el grado de evidencia acumulada sobre lo que verdaderamente mide el instrumento. Es el nivel en que la evidencia acumulada justifica la particular interpretación que se va a hacer del instrumento. La validez de contenido se establece a través el juicio de expertos en el tema. Se realiza una consulta con especialistas para corroborar si la variable a medir tiene un contenido profundo; es decir, si los indicadores que integran cada variable son suficientes. El número de expertos consultados debe oscilar entre 3 y 10. (p 302).

El presente estudio se validó por:

- Dos especialistas
- Un metodólogo.

2.5. Método de Análisis de Datos

Estadística Descriptiva:

La distribución de los datos será mediante tablas y gráficos de barras con sus respectivas frecuencias y porcentajes, realizando su descripción e interpretación, para ello se elaborará una base de datos en Excel.

2.6. Aspectos Éticos

Se respetará los derechos de autor tal cual se va desarrollando la investigación.

Se evitará manipular resultados por conveniencia para presentar así datos verídicos y auténticos.

Se evitará algún tipo de plagio de información durante el desarrollo de dicha investigación.

III. Resultados

Objetivo 1: Identificar los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social.

Figura 3.1. Apoyo brindado por alguna entidad

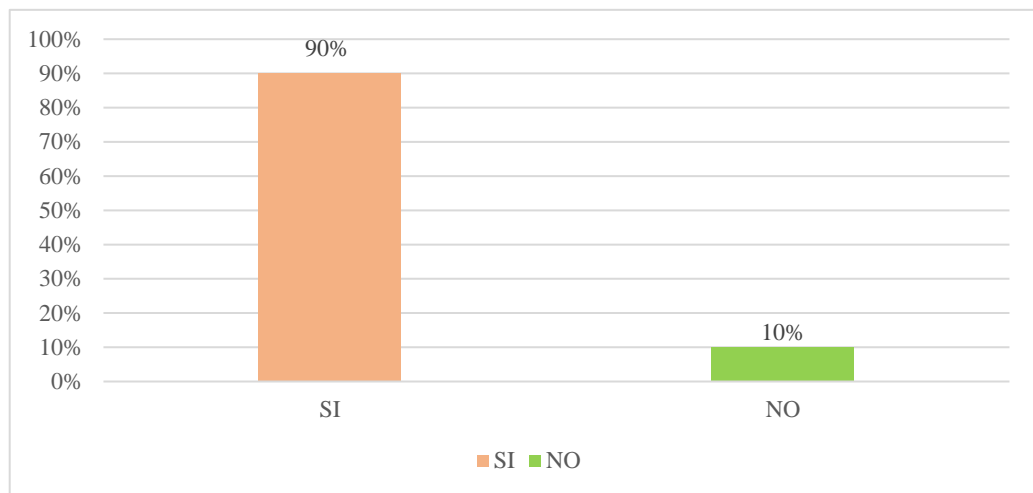


Figura 3.1. Se muestra en porcentaje si los emprendimientos sociales han tenido apoyo de alguna entidad ya sea privada o pública.

En la Figura 3.1. Se observa el resultado referente al apoyo que los Emprendimientos Sociales de la ciudad de Lima han recibido de alguna entidad ya sea pública o privada y que ha servido para poder llevar a cabo los fines de la empresa; dando como resultado que el 90% no tuvo el respaldo de ninguna organización pública o privada, es decir tuvo que encaminar el emprendimiento bajo sus propios medios, mientras que solo un 10% si han contado con el apoyo de una organización privada o pública, que de cierta forma han podido respaldar ciertas dificultades pero no han logrado coberturar con las más importantes.

Objetivo 2: Identificar los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social.

Figura 3.2. Alianzas Estratégicas para llevar a cabo el Emprendimiento Social

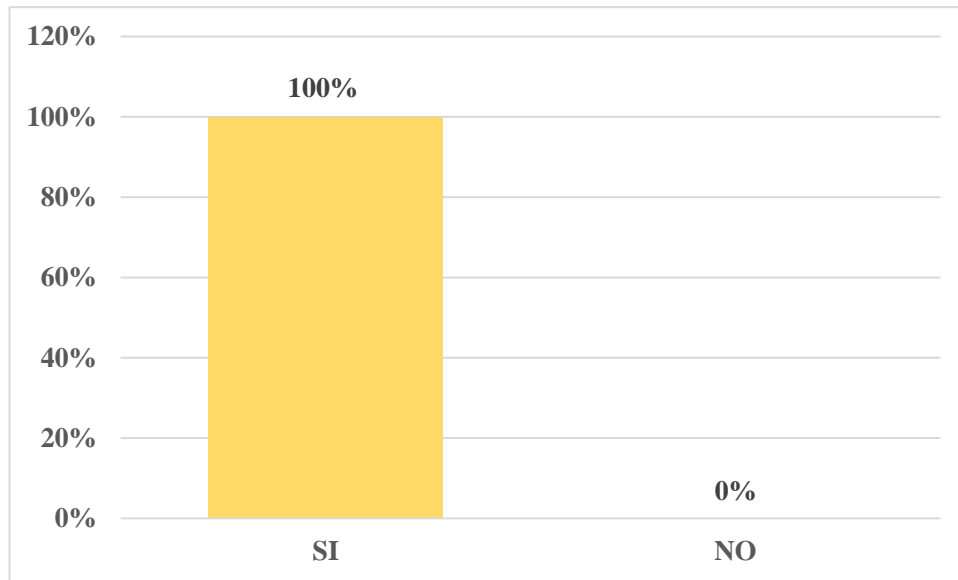


Figura 3.2. Muestra si los emprendimientos sociales de empresas de la ciudad de Lima tienen alianzas estratégicas que les apoyan para llevar a cabo sus actividades.

En la Figura 3.2. Se observa aquellos emprendimientos sociales de la ciudad de Lima, que en un 100% sus representantes respondieron que cuentan con alianzas estratégicas importantes, las cuales les permiten hacer que el emprendimiento sea sostenible, estas alianzas estratégicas en su gran mayoría son empresas reconocidas del medio que aportan todo tipo de apoyo y que favorecen a los emprendimientos.

Figura 3.3 Tipo de Aporte que brindan las Alianzas Estratégicas

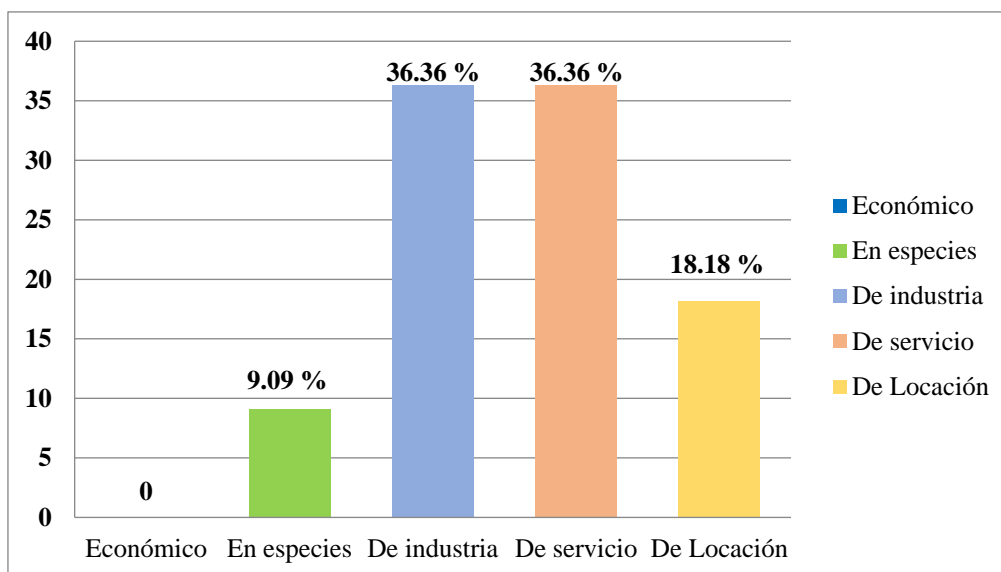


Figura 3.3. Muestra que tipo de apoyo son los que dichas alianzas estratégicas le brindan

En la Figura 3.3. Muestra los resultados sobre el tipo de aporte que les brinda las alianzas estratégicas a los Emprendimientos Sociales de la ciudad de Lima, los representantes coinciden en 36.36% en aportes de Industria y aporte de servicios los cuales permiten envasar los productos que ofrecen o transformar la materia prima que será utilizada en el bien, en cuanto al aporte de locación el 18.18% dio que estas alianzas les facilitaban un local para poder brindar la enseñanza educativa que brindaban, mientras que un 9.09% contestó que les dan aporte en especies para poder elaborar sus productos.

Figura 3.4. Tipo de fuentes de financiamiento

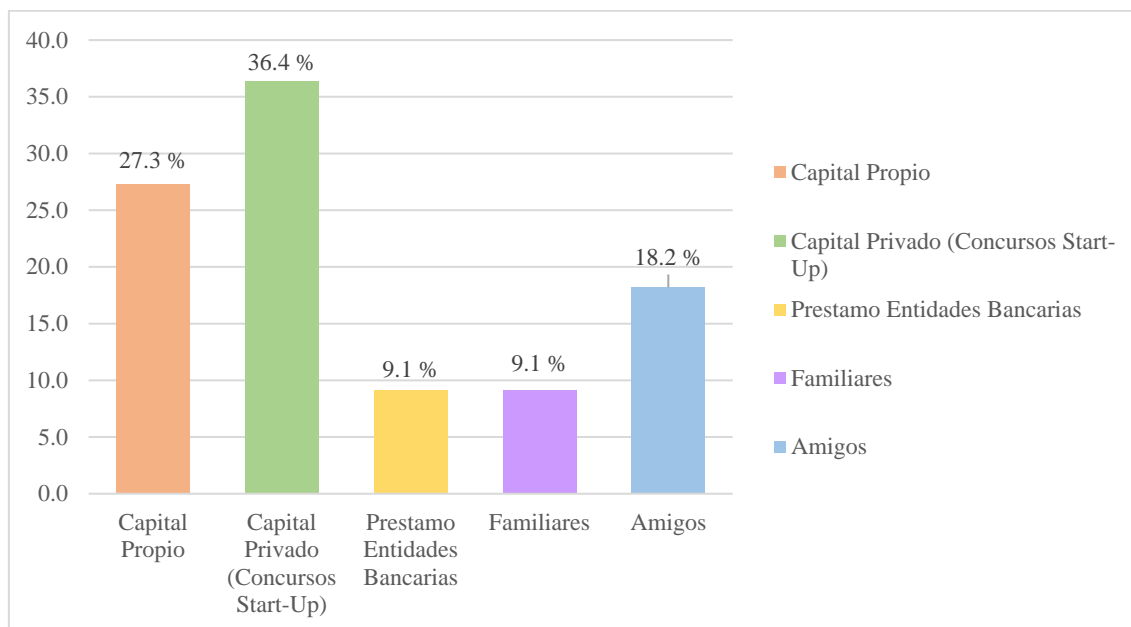


Figura 3.4. Muestra cómo se financiaron dichos emprendimientos sociales durante sus inicios y formación

En la Figura 3.4. Se puede observar que los representantes de los emprendimientos sociales contestaron en un 36.4% que su fuente de financiamiento fueron los concursos Start-Up quienes inyectaron capital a sus emprendimientos, mientras que un 27.3% se financiaron mediante un pequeño capital propio generado por ahorros, el 18.2% respondió que su fuente fue el aporte de amistades, un 9.1% se financiaron a través de préstamos a entidades bancarias y el otro 9.1% fue con apoyo económico de familiares.

Figura 3.5 Los obstáculos que enfrento durante el desarrollo del emprendimiento

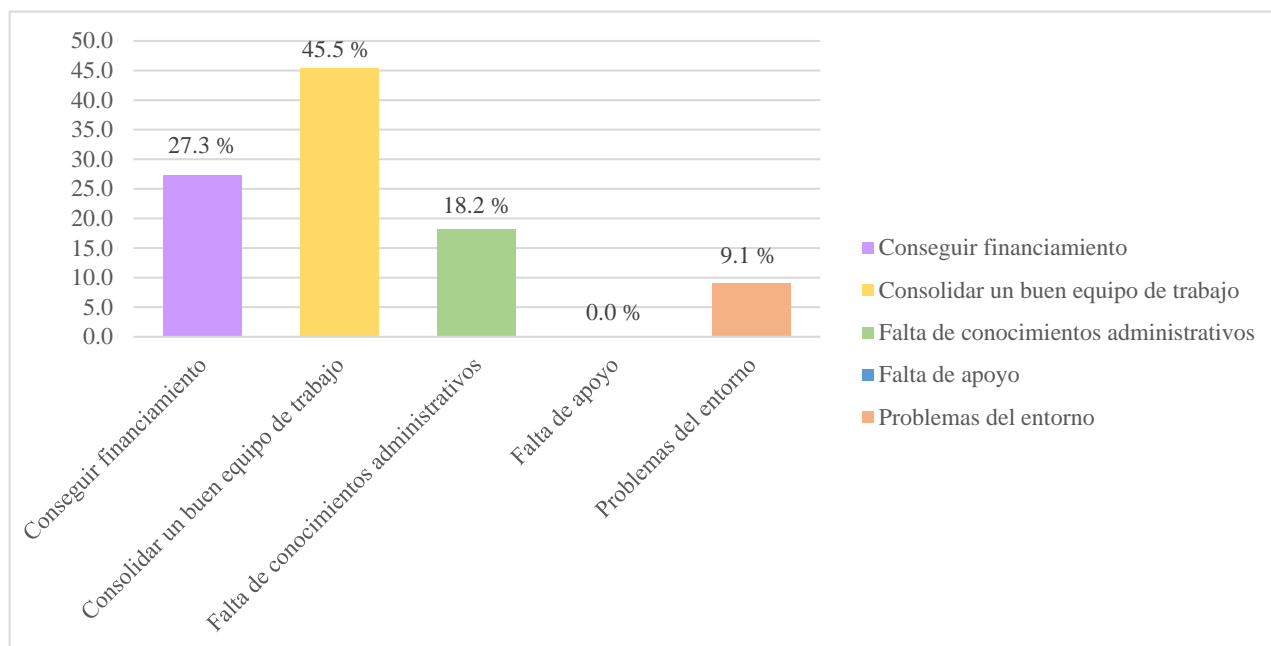


Figura 3.5. Muestra cuales fueron los obstáculos que enfrento durante el desarrollo del emprendimiento social

En la Figura 3.5. Se puede observar cuales fueron los obstáculos que tuvo que enfrentar el emprendimiento social durante su desarrollo, los representantes coincidieron en un 45.5% que la mayor dificultad fue consolidar un buen equipo de trabajo, el 27.3% respondió que el obstáculo fue el poder conseguir financiamiento, así mismo un 18.2% contestaron que los conocimientos administrativos fue una dificultad para su desarrollo y un 9.1% fueron los problemas del entorno.

Figura 3.6 Los obstáculos que aparecieron generaron replanteamientos

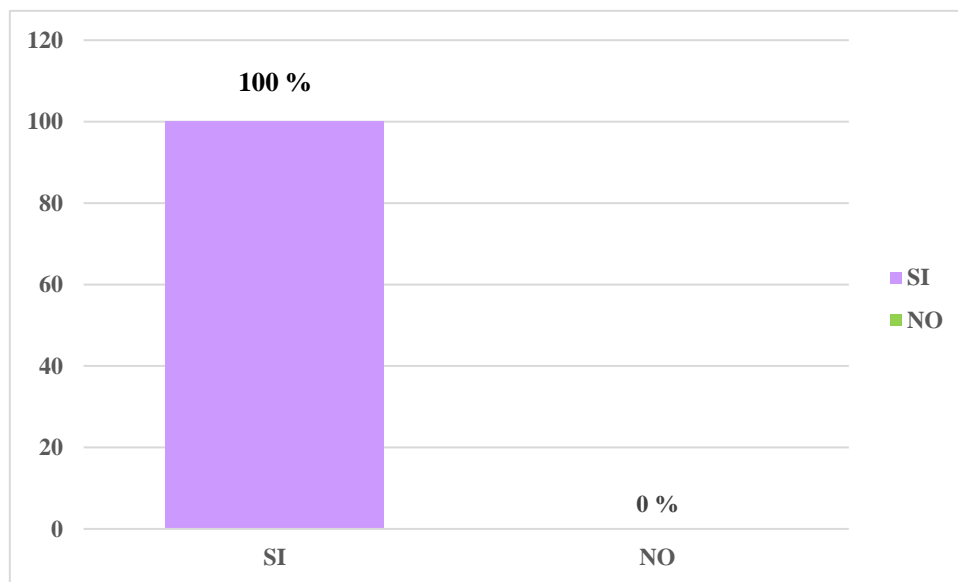


Figura 3.6. Muestra que los obstáculos que se presentaron generaron que replantee cambios en el emprendimiento social

En la Figura 3.6. Se observa que los representantes coincidieron en un 100% que debido a los inconvenientes u obstáculos que se presentaron durante el desarrollo del emprendimiento social se vieron forzados a realizar ciertas variaciones que les permitan poder mejorar el desempeño y cumplimiento de sus objetivos.

Figura 3.7 Se plantearon cambios

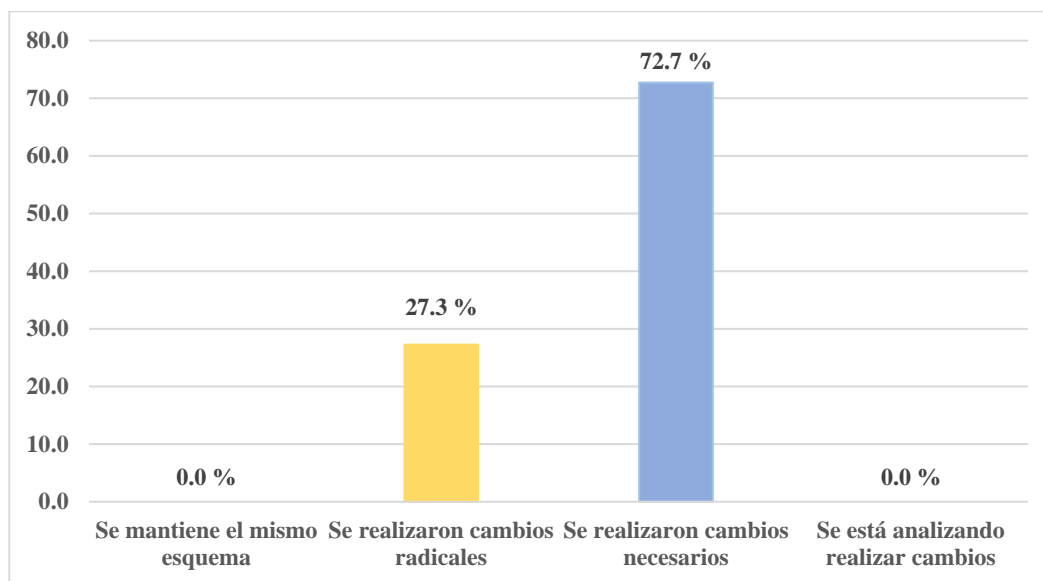


Figura 3.7. Muestra que los obstáculos que se presentaron generaron que replantee cambios en el emprendimiento social

En la Figura 3.7. Muestra que en un inicio del emprendimiento social inicio con un esquema propuesto y el cual esperaban que dé sus frutos, sin embargo, en la actualidad según el 72.7% de los representantes de dicha empresas han realizado cambios necesarios dentro del emprendimiento que les ha permitido generar un mejor desenvolvimiento, mientras que el 27.3% realizaron cambios radicales debido a que con el esquema inicial no les permitía avanzar hacia los objetivos planteados.

Figura 3.8. Los emprendimientos sociales se vieron afectados por factores del entorno

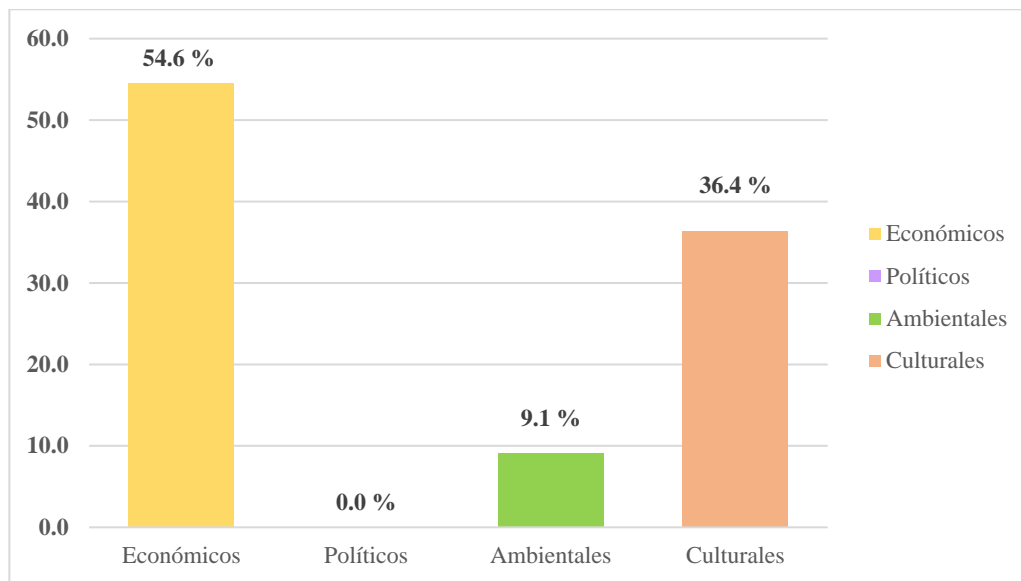


Figura 3.8. Muestra que factores afectaron las actividades del emprendimiento social

En la Figura 3.8. Del total de representantes de las empresas de emprendimientos sociales el 54,6% coincide en que el factor del entorno de tipo económico fue el que más afectó a las actividades que realizaba debido a que truncaba su avance en poder adquirir lo necesario para continuar con los fines, el 36.4% dice que el factor que más afectó fue el de tipo cultural ya que desear cambiar el pensamiento arraigado de nuestra sociedad no es nada fácil y un 9.1% dijo que los factores ambientales impidió un buen desarrollo del emprendimiento social.

Figura 3.9. Plan de contingencia ante algún cambio del entorno

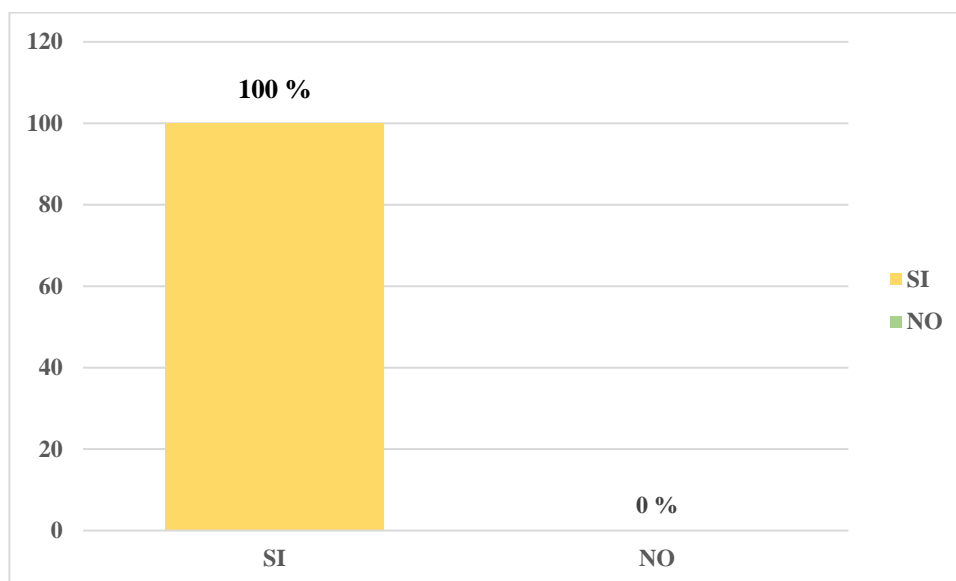


Figura 3. Se observa si el emprendimiento social cuenta con un plan de contingencia ante algún cambio en el entorno

En la Figura 3.9. Se puede observar el resultado de lo que respondieron los representantes de los emprendimientos sociales, quienes dijeron en un 100% que cuentan con un plan de contingencia que les permitirá salir airosos de algún cambio repentino y brusco que se pueda generar en algún momento del desarrollo del emprendimiento.

Figura 3.10. El equipo del emprendimiento social se adapta rápidamente algún cambio generado en el entorno

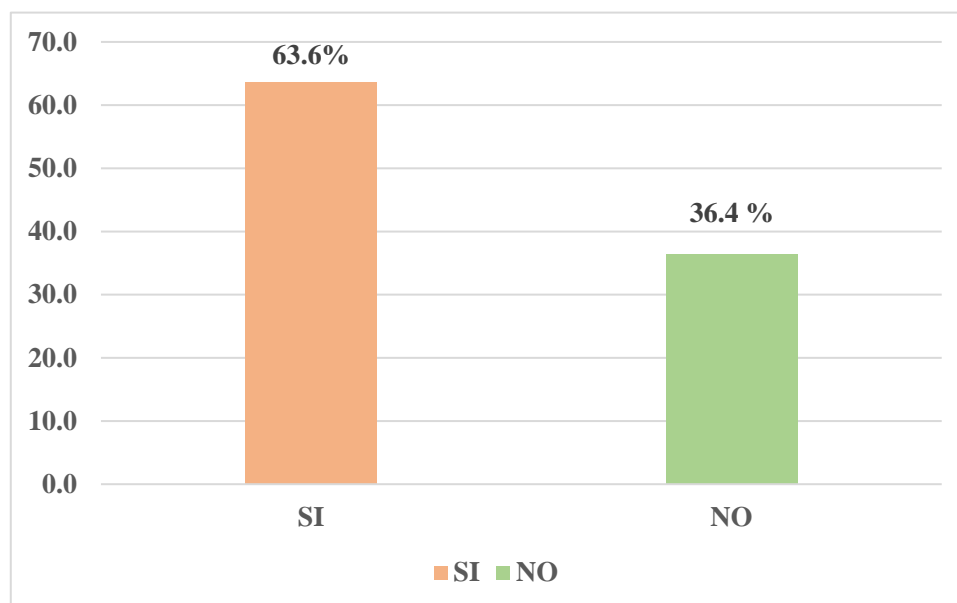


Figura 3.10. Se observa que el equipo que conforma el emprendimiento social está preparado ante un cambio en el entorno

En la Figura 3.10. Se observa el resultado en lo que se refiere a si el equipo de trabajo de los emprendimientos sociales se adapta rápidamente a los cambios que se puedan presentar en el entorno, para lo cual los representantes dijeron en un 63.6% que sus colaboradores se adaptarían rápidamente a los cambios requeridos, mientras que el otro 36.4% contestó que no estarían preparados para un cambio repentino.

Objetivo 3: Distinguir los factores del equipo emprendedor que resaltan dentro del emprendimiento social.

Figura 3.11. Motivos por el cual usted realiza el emprendimiento social

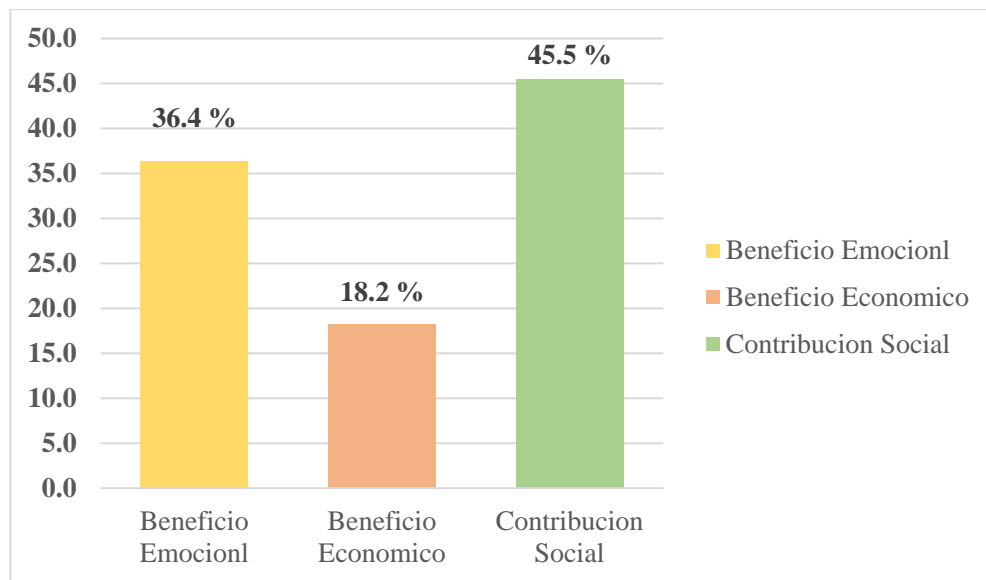


Figura 3.11. Muestra la razón principal por la cual realizan el emprendimiento social

En la Figura 3.11. Muestra que el resultado en relación a la razón de porque nació la idea de realizar el emprendimiento social, los representantes respondieron en un 45.5% que su principal razón es la contribución social puesto que no hay satisfacción más grande que el poder dejar un legado a las comunidades que más lo necesitan, el 36.4% contestaron que la el beneficio emocional es su razón y el 18.2% dijeron que el beneficio económico es su principal razón.

Figura 3.12. Están comprometidos con las actividades ligadas a la innovación

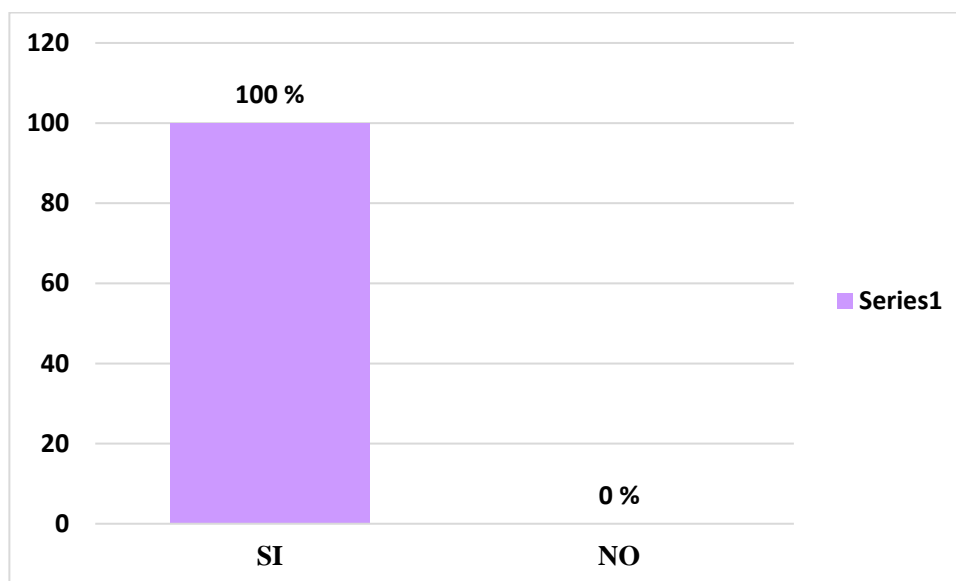


Figura 3.12. Muestra si la directiva del emprendimiento apoya a las actividades de innovación

En la Figura 3.12. Se observa que las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales coincidieron en un 100% que la clave de la creación, desarrollo y sostenibilidad de sus proyectos estaba basada en la innovación, puesto que realizar cambios pero innovadores a ideas ya existentes o novedosas son importantes para que puedan llegar a calar en los clientes, brindándoles así nuevas opciones de compra.

Fuente 3.13. Generar nuevas empresas de emprendimiento social

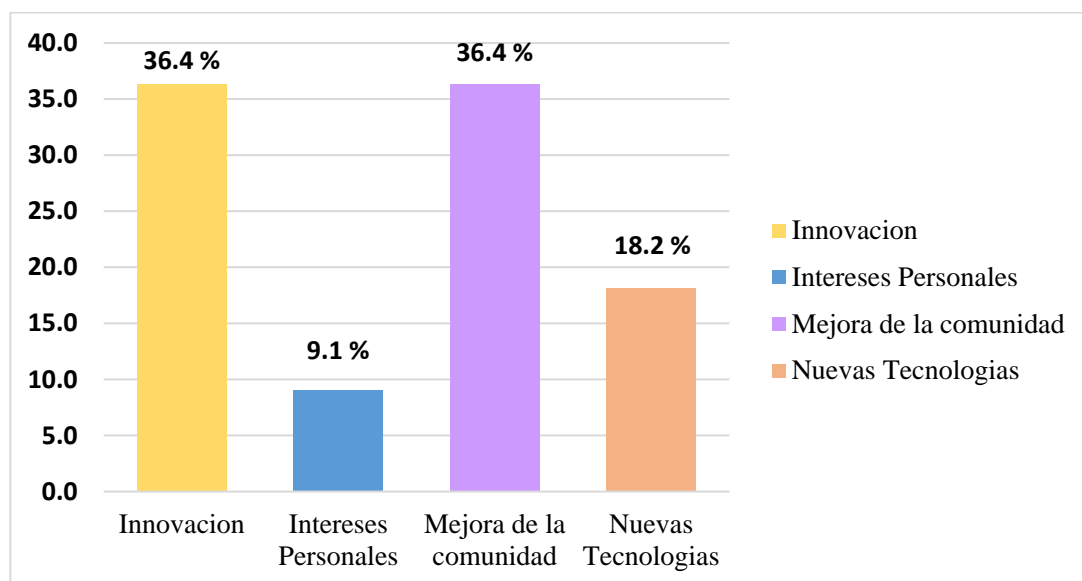


Figura 3.13. Muestra la fuente principal para generar nuevas empresas de emprendimiento

En la Figura 3.13. Los representantes de los emprendimientos sociales respondieron en un 36.4% que tanto la innovación como la mejora de la comunidad son las fuentes principales para que se sigan creando nuevas empresas de emprendimiento social, así mismo un 18.2% contestó que es las nuevas tecnologías mientras que un 9.1% dijeron que los intereses personales son la fuente de generación.

Figura 3.14. La innovación un factor para el éxito

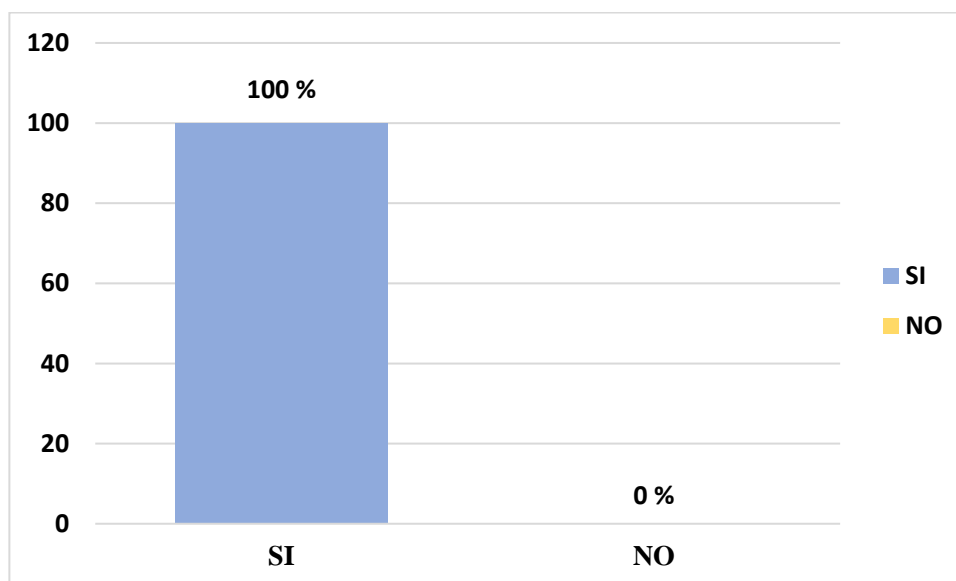


Figura 3.14 Muestra si los representantes consideran que la innovación es un factor clave de éxito

En la Figura 3.14. Se observa que los representantes del emprendimiento social han coincidido en un 100% en que la innovación es un factor clave para que el éxito de su empresa esté asegurado, cada idea mejorada y que llame la atención de los clientes potenciales será un factor que determine el nivel de compra y la aceptación del producto o servicio.

Figura 3.15. Tiene un plan formal que define sus objetivos y desarrollo de actividades



Figura 3.15 Muestra si los representantes consideran que la innovación es un factor clave de éxito

En la Figura 3.15. Muestra que en cuanto a el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los objetivos de los emprendimientos sociales los representantes dijeron en un 100% que cuentan con un plan formal para poder llevar a cabo el emprendimiento, puesto que de ello depende que el avance sea fructífero, desde el inicio de su idea han hecho formal sus actividades de tal manera que estas estén cronometradas y bien esquematizadas para su posterior cumplimiento y el éxito de las mismas.

Figura 3.16. Líder que considera que es para sus colaboradores

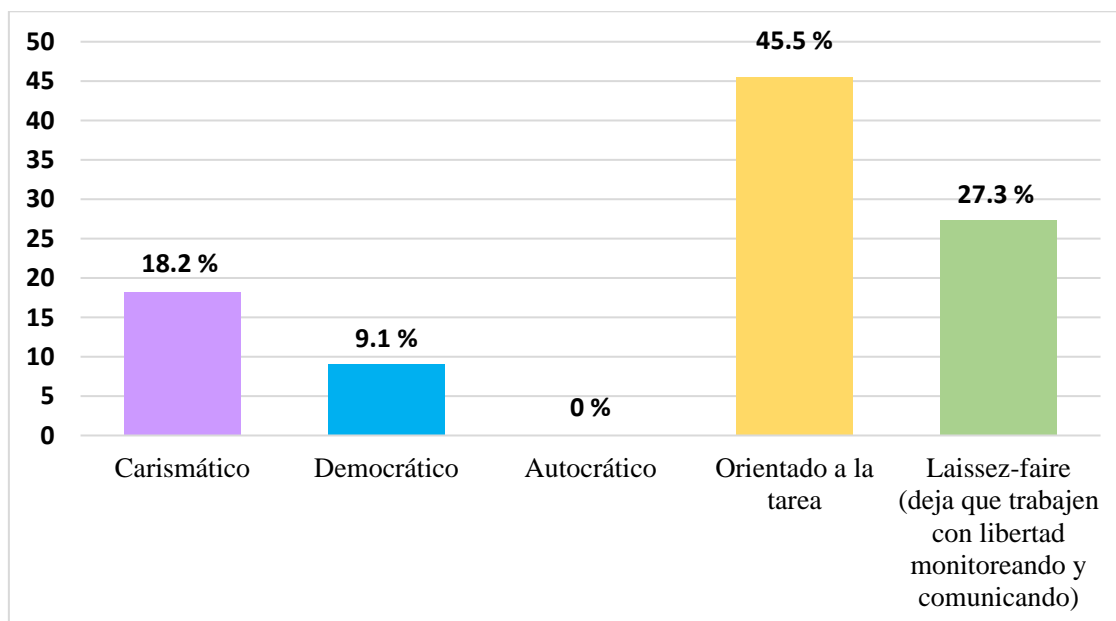


Figura 3.16. Encuesta realizada a 11 representantes de emprendimientos sociales en la Ciudad de Lima, para conocer qué tipo de líder considera que es para sus colaboradores.

En la Figura 3.16. Muestra el tipo de líder que considera que es cada representante de los emprendimientos sociales para sus colaboradores, si es que se les consultara, para lo cual respondieron en un 45.5% que están orientados a realizar las tareas, en un 27.3% piensan que sus colaboradores los considera Laissez-faire es decir les brinda la confianza para que trabajen y los va monitoreando según sea necesario, un 18.2% coincidió que dirían que son carismáticos y solo un 9.1% que son democráticos.

Figura 3.17. Apoya y les da el tiempo a sus colaboradores que sean escuchados

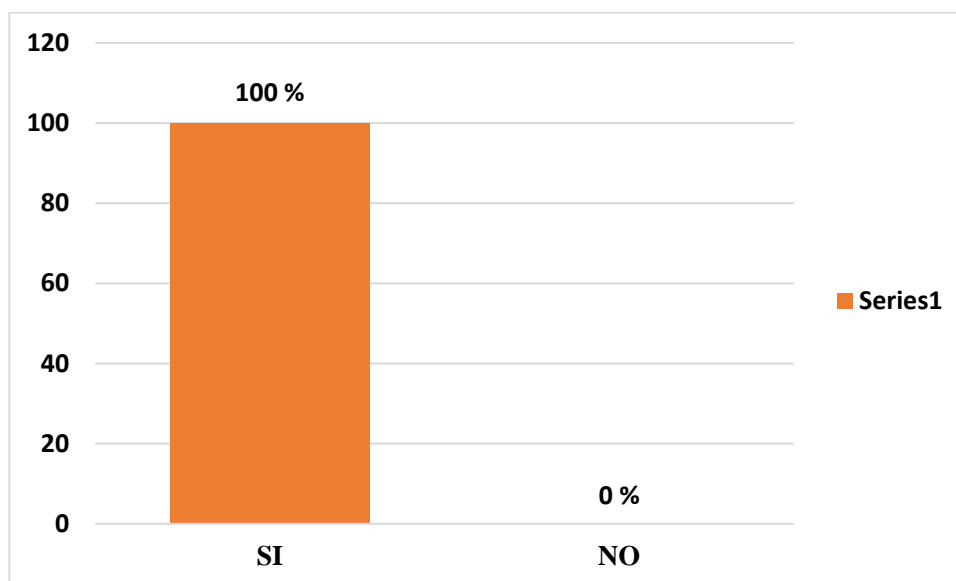


Figura 3.17. Encuesta aplicada a 11 representantes de emprendimientos sociales en la Ciudad de Lima, para conocer si los representantes están prestos a escuchar y apoyar a sus colaboradores.

En la Figura 3.17. Se visualiza que para los representantes de los emprendimientos sociales el capital humano es muy importantes para la sostenibilidad de la empresa, por ello en un 100% dijeron que escuchan las opiniones de los colaboradores y analizan las propuestas para mejorar.

Figura 3.18 Con qué frecuencia se reúne con su equipo de trabajo

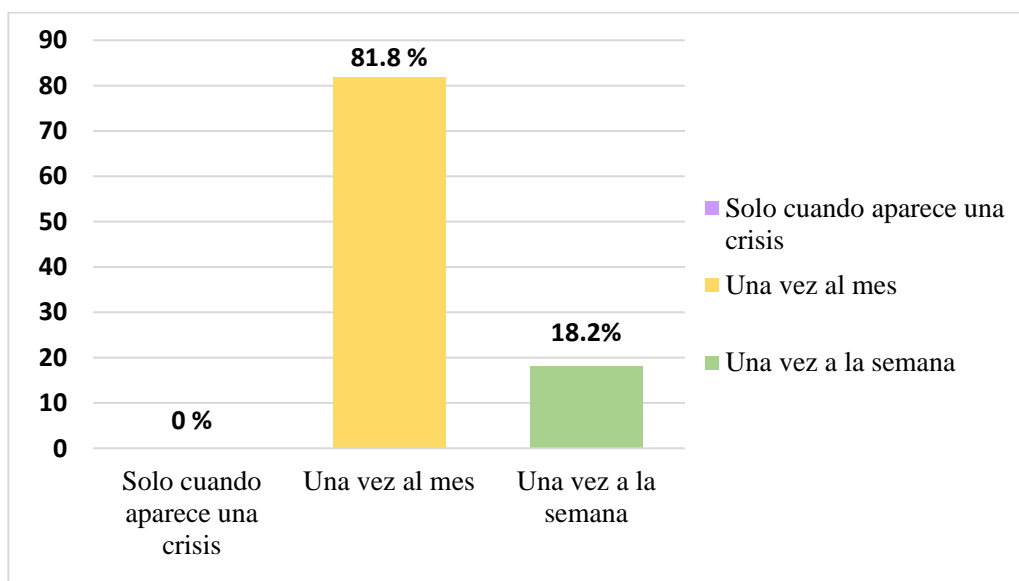


Figura 3.18 Muestra cada que tiempo los representantes se reúnen con su equipo de trabajo

En la Figura 3.18. Se observa que, para los representantes de los emprendimientos, la reunión del equipo debe ser en un 81.8% una vez al mes para poder evaluar el avance y cumplimiento de las metas planteadas, así mismo un 18.2% respondieron que lo hacen una vez a la semana.

Figura 3.19 Recuerda a su equipo que el trabajo realizado a sido transcendental

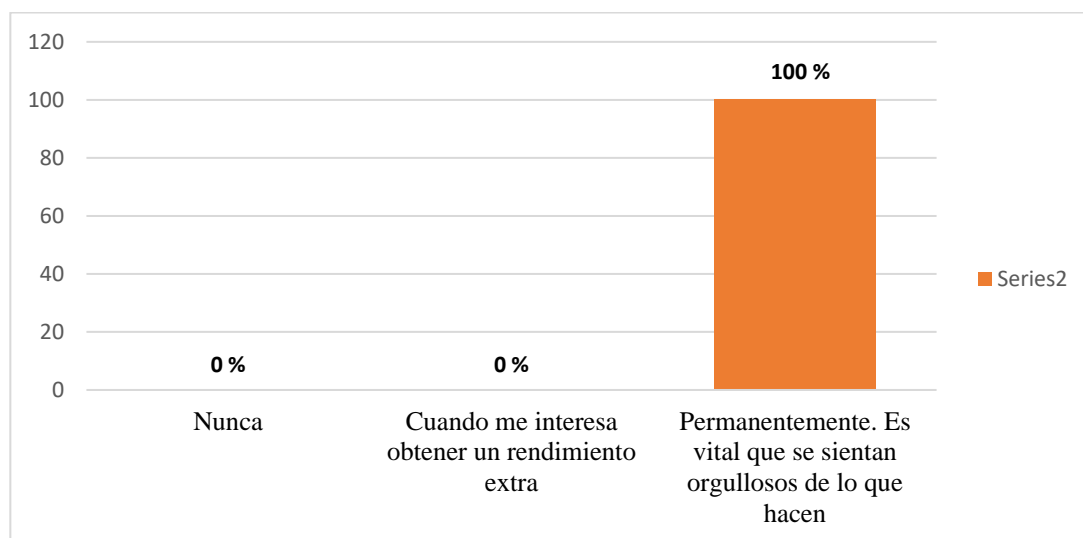


Figura 3.19 Muestra como los representantes les recuerdan a sus colaboradores la importancia de sus labores

En la Figura 3.19 Muestra que los representantes de los emprendimientos respondieron que la trascendencia del trabajo que realizan los colaboradores debe ser recordado permanentemente según el 100% de los representantes de los emprendimientos sociales, pues es importante que sepan que su trabajo es valorado y que está logrando contribuir al cumplimiento de los objetivos.

Figura 3.20 El vínculo que tienen los representantes de emprendimientos sociales con su equipo de colaboradores

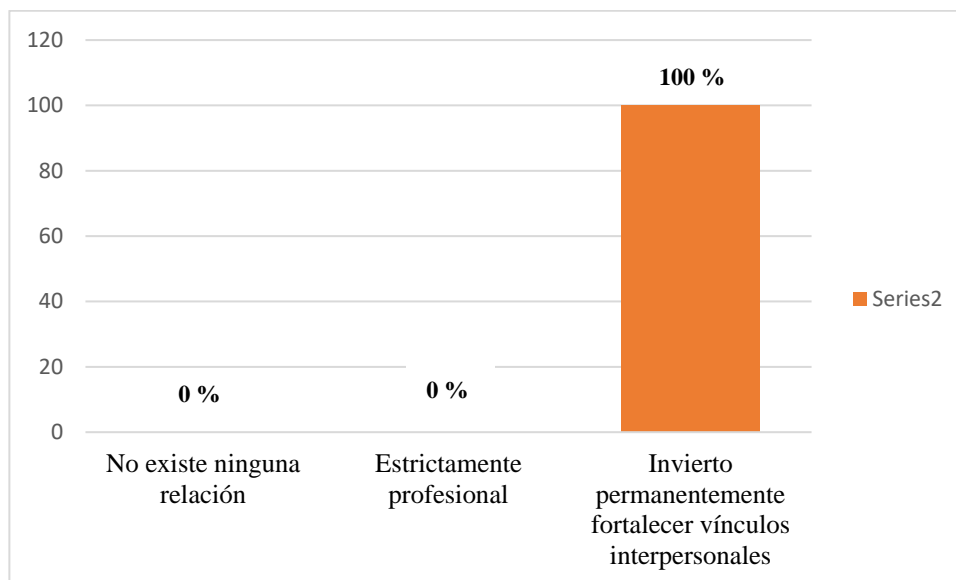


Figura 3.20 Muestra el vínculo que los representantes tienen con sus colaboradores

En la Figura 3.20 Se visualiza los resultados acerca de que los representantes de los emprendimientos el 100% coincidieron que los vínculos con sus colaboradores son muy importantes es por ello que invierten permanentemente en fortalecer esos vínculos con la finalidad que sientan que su trabajo es valorado y que a la vez sus ideas o propuestas son tomadas en cuenta, pero a la vez aplicadas dentro del emprendimiento.

Figura 3.21 El talento de los colaboradores tiene una oportunidad dentro del emprendimiento

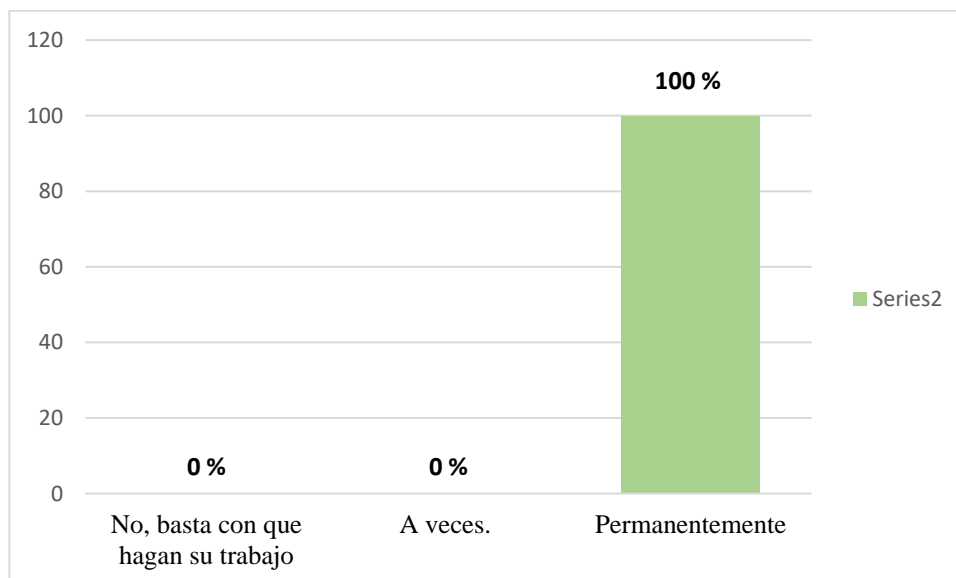


Figura 3.21 Muestra como los representantes brindan oportunidad a sus colaboradores de poner a prueba su talento

En la Figura 3.21 Se puede ver las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales de las empresas de la ciudad de Lima, donde respondieron que el talento de los colaboradores es un aporte importante para la mejora continua y que pone a prueba la innovación que pueden aportar para poder hacer del emprendimiento algo interesante y que sea llamativo para los clientes no solo por el producto o servicio que brindan sino también por los beneficios que ofrecen, es por ello que promover la participación activa según el 100% de los representantes es importante.

Figura 3.22 Los integrantes del equipo emprendedor son tolerantes a las críticas

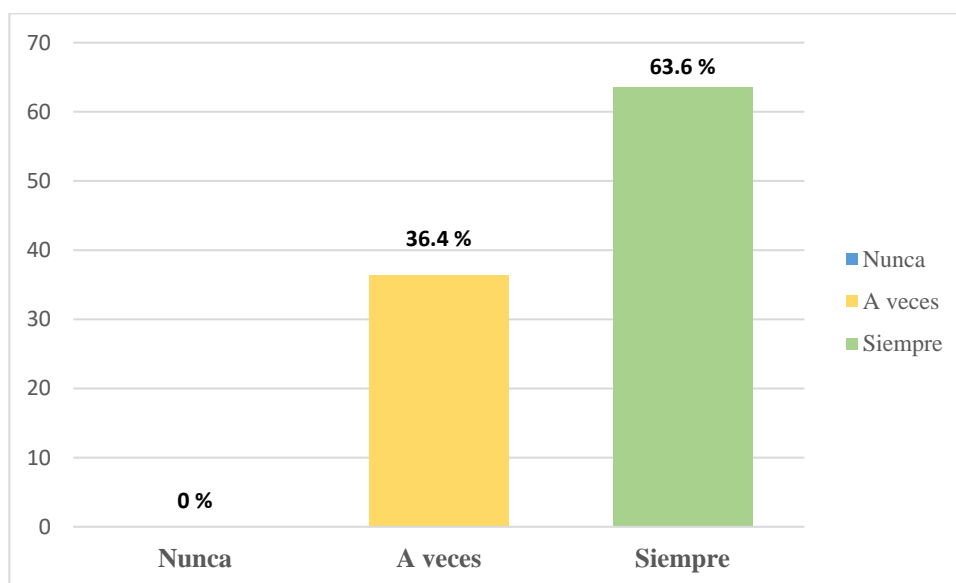


Figura 3.22 Muestra si los colaboradores aceptan críticas de parte de los representantes de los emprendimientos

En la Figura 3.22 Se observa que las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales un 63.6% respondió que los miembros del equipo si aceptan las críticas que se puedan generar de acuerdo a las circunstancias para su mejora, sin embargo, el 36.4% en ciertas ocasiones no están de acuerdo con dichas criticas pero dan su punto de vista.

Figura 3.23 Las ideas de mejora son expresadas de manera abierta

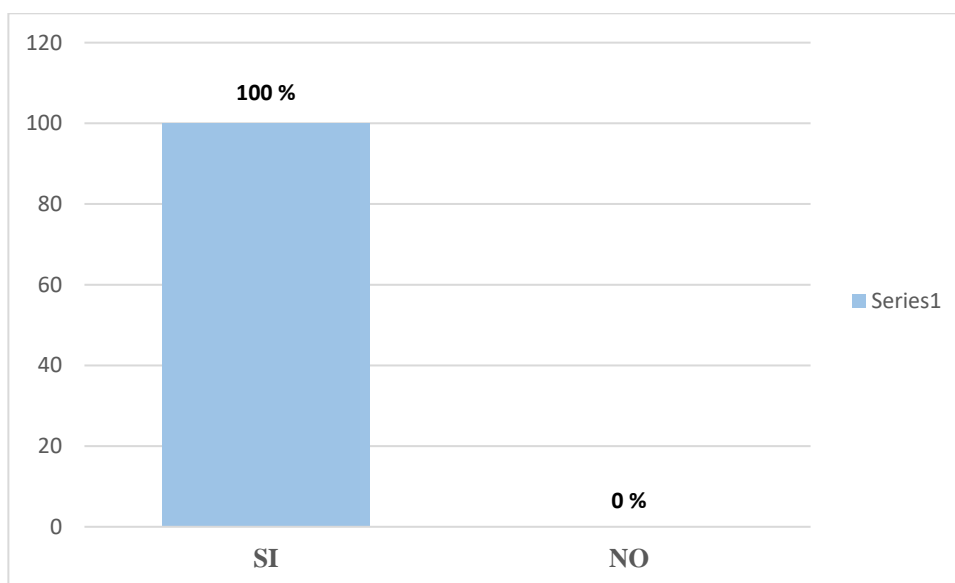


Figura 3.23 Muestra si los colaboradores muestran de manera abierta sus ideas a los representantes

En la Figura 3.23 Se muestra las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales, y estos coinciden en un 100% que lo principal en la empresa es que los colaboradores puedan aportar con nuevas ideas para poder mejorar ciertas actividades que no estén siendo positivas y se sientan en la confianza de hacerlo pues esto beneficia al emprendimiento.

Figura 3.24 El equipo emprendedor tiene aspectos para mejorar

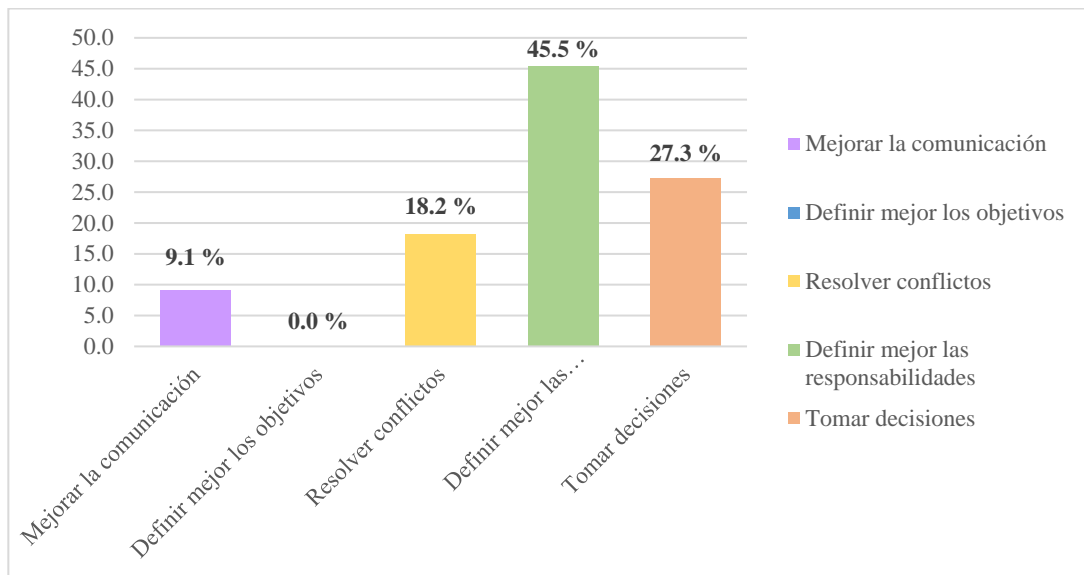


Figura 3.24 Muestra los aspectos que los representantes mejorarían en su equipo emprendedor

En la Figura 3.24. Se muestra lo que contestaron los representantes de los emprendimientos sociales en cuanto a algunos aspectos que mejoraría de su equipo emprendedor donde el 45.5% definiría mejor las responsabilidades que cada uno de sus miembros tiene dentro del emprendimiento, el 27.3% mejoraría en lo referente a la toma de decisiones, así mismo un 18.2% respondió mejoraría en lo referente a poder resolver conflictos y solo un 9.1% que el aspecto que cambiarían de su equipo emprendedor es mejorar la comunicación.

Figura 3.25 La comunicación dentro del emprendimiento es clara, fluida y precisa

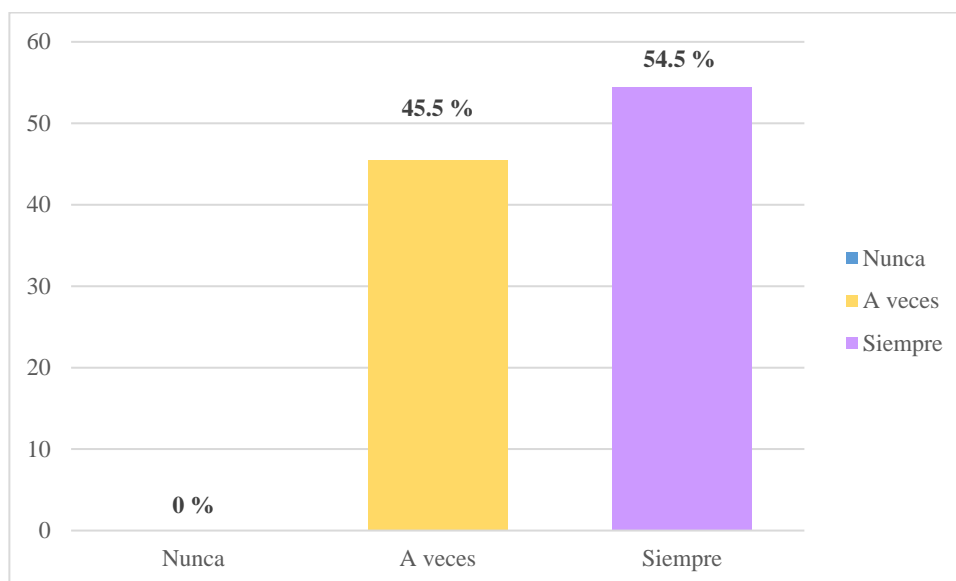


Figura 3.25 Muestra como es la comunicación entre los colaboradores dentro de la empresa de emprendimiento social

En la Figura 3.25 Se observa que los resultados de las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales donde un 54.5% contestó que la comunicación entre los miembros del equipo es clara, fluida y precisa; sin embargo, el 45.5% dijo que en ciertas ocasiones no se da una buena comunicación entre los miembros del equipo.

Figura 3.26 Los fines del emprendimiento son recordados a los colaboradores

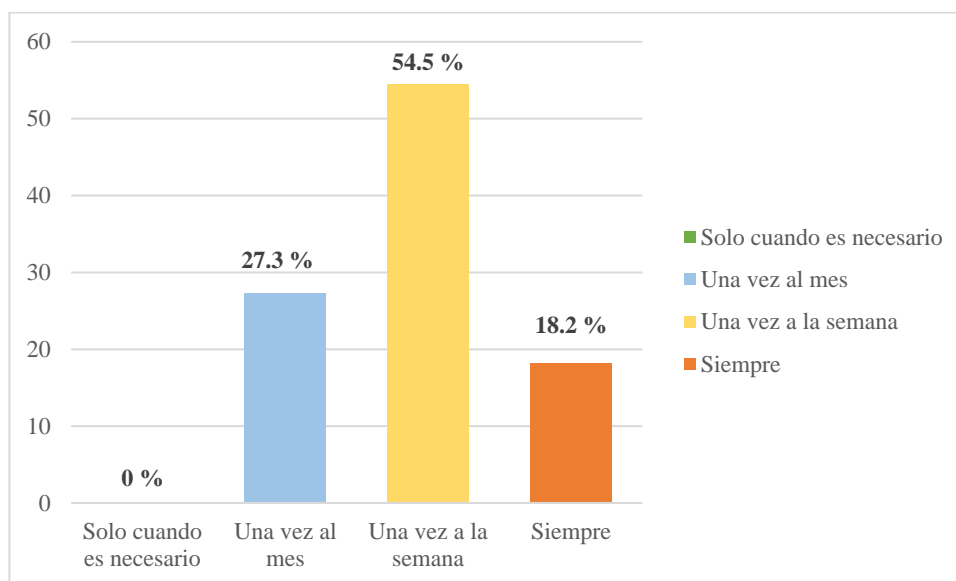


Figura 3.26 Muestra con qué frecuencia el representante del emprendimiento social recuerda los fines del emprendimiento a sus colaboradores

En la Figura 3.26. Muestra las respuestas que dieron los representantes de los emprendimientos sociales en donde el 54.5% contestó que los fines que tiene el emprendimiento son recordados a los colaboradores en una vez por semana para que esté presente en ellos, el 27.3% dijo que les recuerdan los fines una vez al mes y el 18.2% contestó que recuerda los fines siempre que se da el momento para hacerlo, pues es importante que recuerden porque se creó el emprendimiento y hacia dónde quieren llegar.

Figura 3.27 Se escuchan las opiniones de los colaboradores

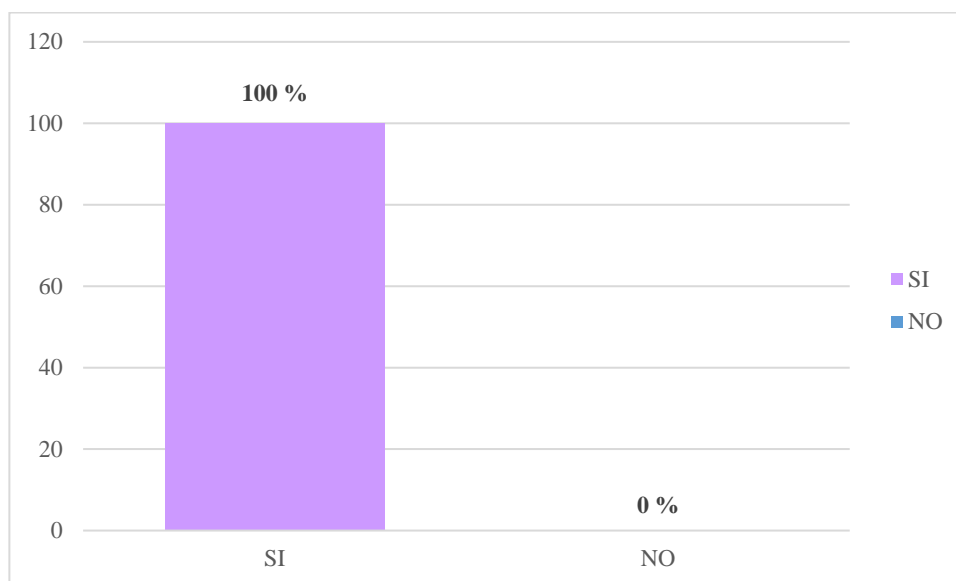


Figura 3.27 Muestra si las opiniones de todos los colaboradores son escuchadas

En la Figura 3.27. Se observan los resultados de las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales en cuanto a si toman en cuenta las ideas de sus colaboradores donde en un 100% coincidieron que sí, pues las opiniones tanto positivas como negativas son de suma importancia.

Figura 3.28 Los resultados son motivo para continuar adelante

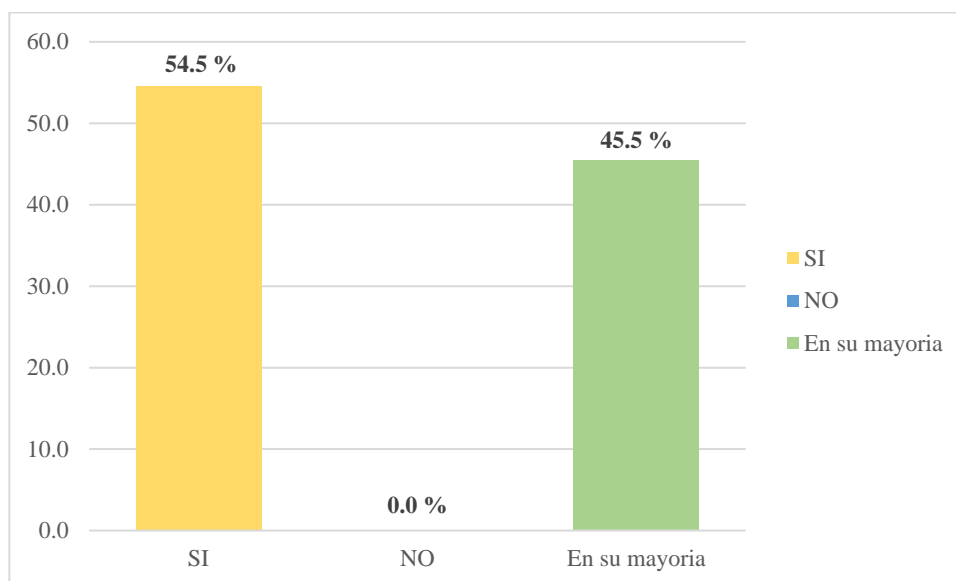


Figura 3.28 Muestra si los resultados son motivación para avanzar en lograr metas y objetivos

En la Figura 3.28 Se observa los resultados de los representantes de los emprendimientos sociales quienes coincidieron en responder en un 54.5% que los resultados que obtienen en las empresas de emprendimiento son motivo para seguir adelante, mientras que un 45.5% contestó que en su mayoría los resultados los motivan a seguir con su proyecto.

Figura 3.29 Tipo de solución social que brinda el emprendimiento

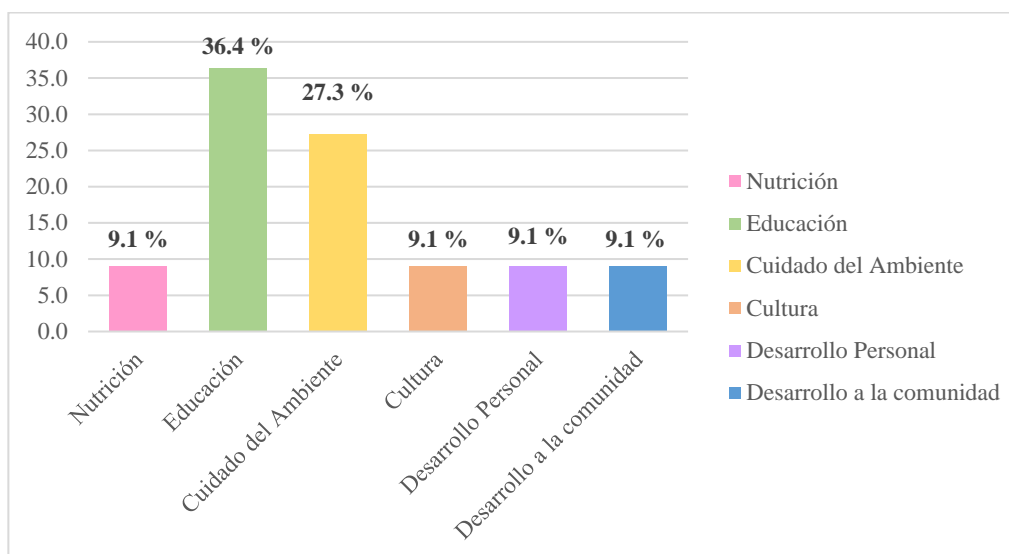


Figura 3.29 Muestra que tipo del emprendimiento son los que más prevalecen

En la Figura 3.29. Se puede visualizar los resultados de las respuestas de los representantes de los emprendimientos sociales quienes contestaron en un 36.4% que los emprendimientos que escogieron se relacionan a la educación, sin embargo, el 27.3% se inclinó por el cuidado del medio ambiente y en un 9.1% se dividió en nutrición, cultura, desarrollo personal, desarrollo comunitario.

Figura 3.30 Los emprendimientos sociales cuentan con un planteamiento

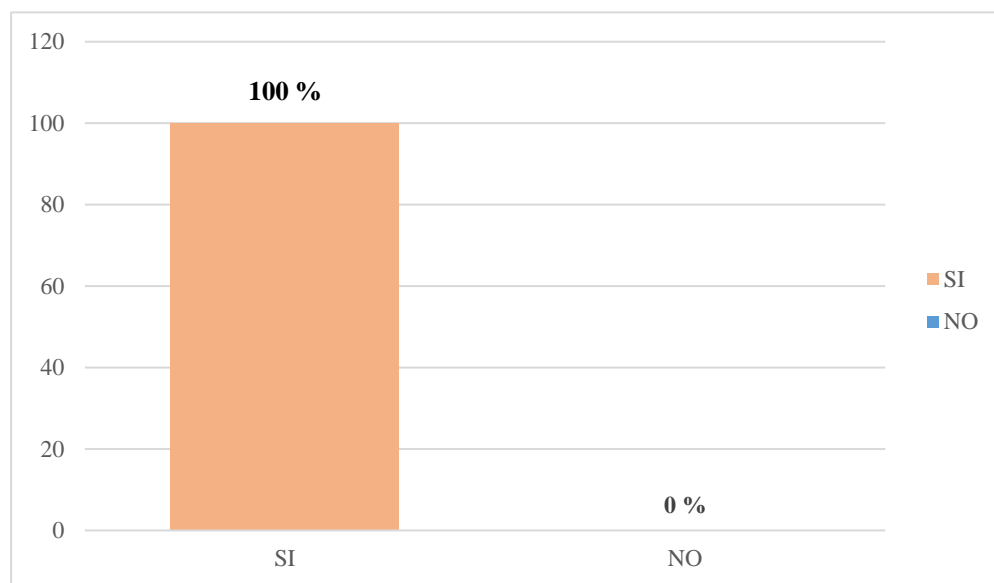


Figura 3.30 Muestra si los emprendimientos sociales cuentan con un planteamiento para su desarrollo

En la Figura 3.30. Se observa los resultados de lo que contestaron los representantes de los emprendimientos sociales quienes en un 100% respondieron que cuentan con un planteamiento estructurado para el desarrollo del emprendimiento social, puesto que tienen que estar bien respaldados para poder seguir con las actividades de la empresa y poder sobrellevar los obstáculos que se puedan presentar.

Figura 3.31 El cronograma de actividades se ejecuta en el tiempo planificado

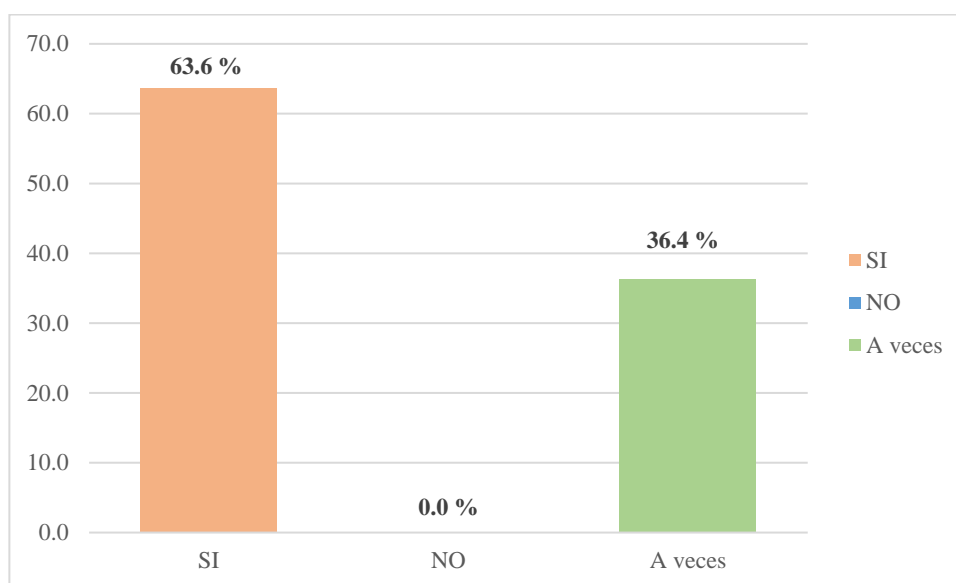


Figura 3.31 Muestra si el cronograma que manejan se ejecutan en el tiempo planteado

En la Figura 3.31. Muestra que un 63.6% los representantes de los emprendimientos contestaron que, si cumplen con ejecutar el cronograma en el tiempo planificado, mientras que el 36.4% contestó que a veces cumple con el cronograma en el plazo fijado, puesto que en ciertas ocasiones se presentan obstáculos que retardan su planteamiento.

Figura 3.32 Cobertura de los emprendimientos sociales

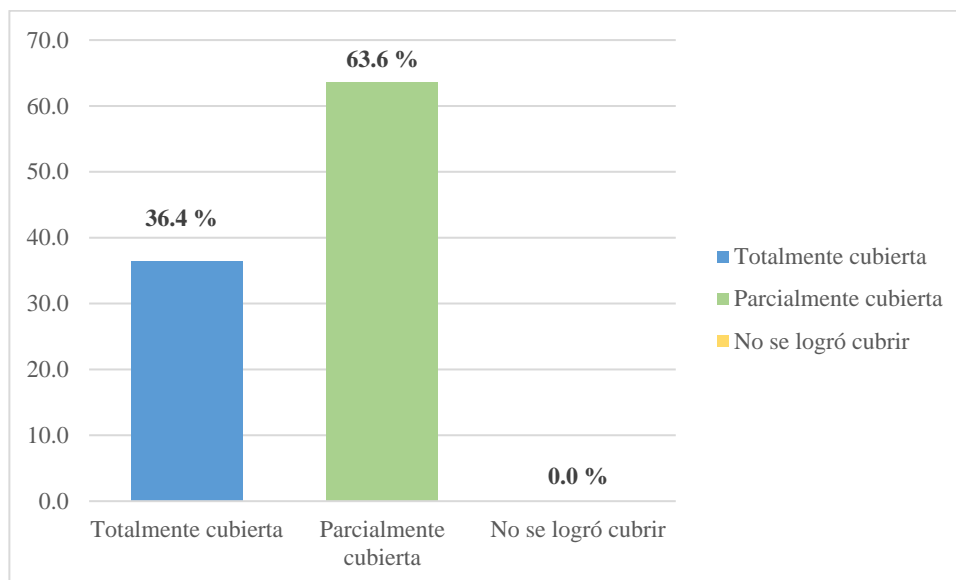


Figura 3.32 Muestra la cobertura que los emprendimientos sociales han tenido

En la Figura 3.32. Muestra la respuesta de los representantes de los emprendimientos sociales quienes en un 63.6% contestaron que aún falta mucho por hacer y que se logró cubrir de manera parcial los problemas en los que se enfocaron, el 36.4% si han logrado cubrir en su totalidad el problema social.

Objetivo 1: Identificar los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social.

Figura 3.33. Factores Contextuales

s

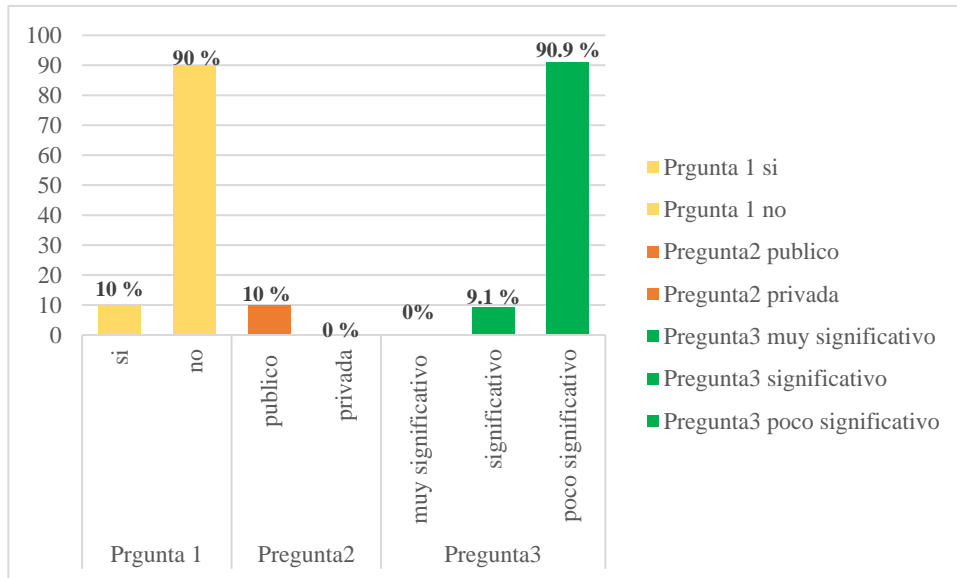


Figura 3.33 Cuadro para identificar los factores contextuales

En la Figura 3.33. De los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los representantes de los emprendimientos sociales, en sus respuestas no se logra reconocer un factor contextual resaltante debido a que ningún sector ni público ni privado ha brindado un apoyo destacado a los emprendimientos sociales, solo un 10% contestó que si recibió un apoyo de una entidad pública y en un 90.9% fue poco significativo el aporte.

Objetivo 2: Reconocer los factores organizacionales que generan un buen emprendimiento social.

Figura 3.34. Factores Organizacionales

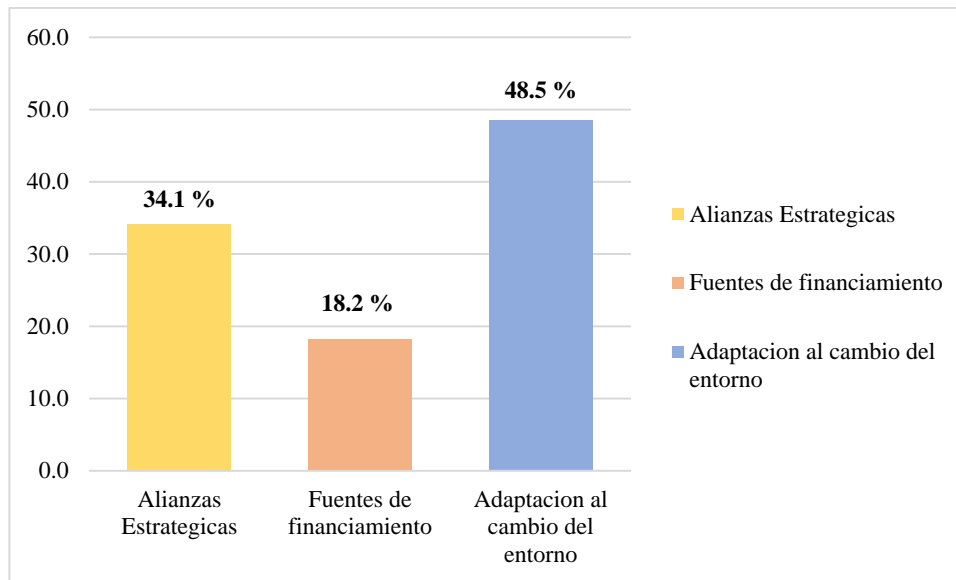


Figura 3.34 Cuadro para reconocer los factores organizacionales

En la Figura 3.34. Los factores organizacionales más destacados que generan un buen emprendimiento social pertenecen a la Adaptación al cambio en un 48.5%, es decir que ante los cambios que experimentan siempre las empresas están preparadas para poder poner en práctica sus planes de contingencia lo cual permitirá salir a flote de sus problemas. Nos Así mismo con un 34.1 % nos muestra que son importantes las alianzas estratégicas que les aporten lo que necesitan para llevar a cabo sus ideas de emprendimiento y un 18.2 % contesto que las fuentes de financiamiento es un factor importante para su desarrollo.

Objetivo 3: Distinguir los factores del equipo emprendedor que resaltan dentro del emprendimiento social

Figura 3.35. Factores del Equipo Emprendedor

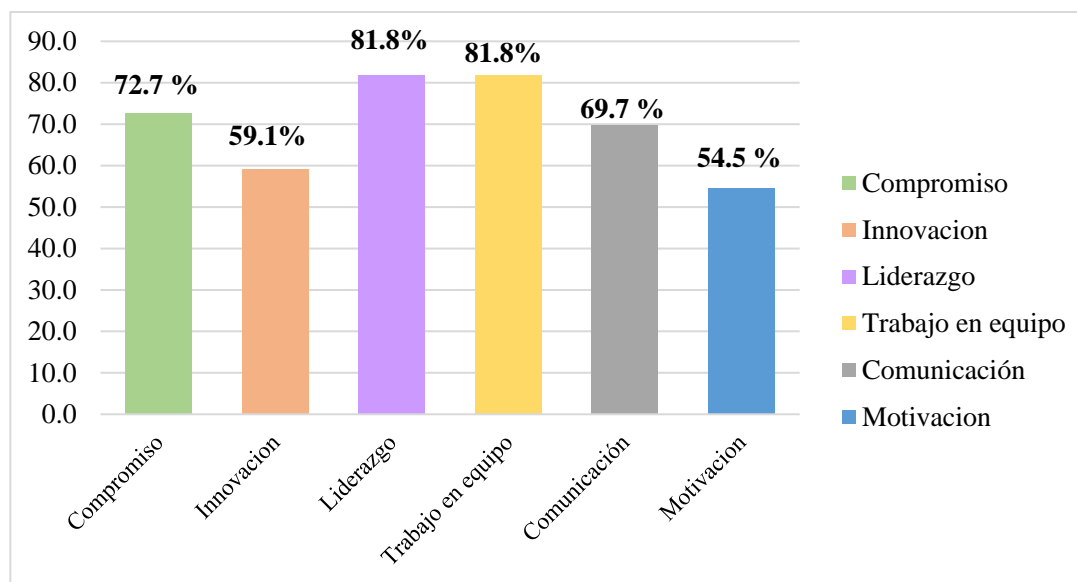


Figura 3.35 Cuadro para reconocer los factores de equipo emprendedor

En la Figura 3.35. Se distinguió en los factores de equipo emprendedor que los más resaltantes con 81.8% son el liderazgo y el trabajo en equipo, ya que los representantes invierten mucho en generar una buena imagen de liderazgo al igual de tomar en cuenta las ideas y sugerencias que su equipo de colaboradores les sugiere, así mismo el 72.7% nos muestra que se está comprometido con el emprendimiento social, el 69.7% contestó que la comunicación, el 59.1% respondió que la innovación dentro del desarrollo de algún producto o servicio también es valioso y el 54.5% dijo que la motivación por realizar una tarea que tiene un fin social es su motor para seguir adelante.

Objetivo 4: Determinar qué factores de solución al problema social existen en el emprendimiento social.

Figura 3.36. Factores de Solución al Problema Social

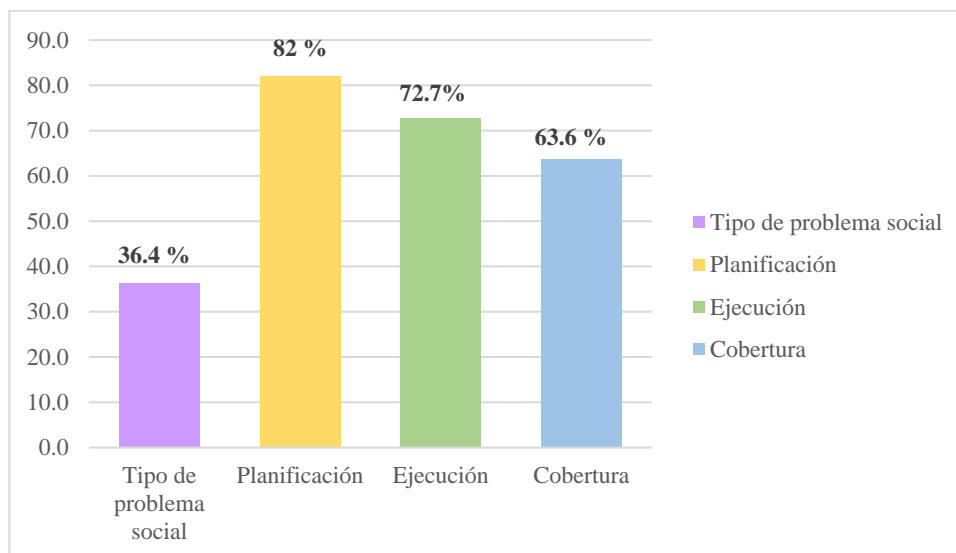
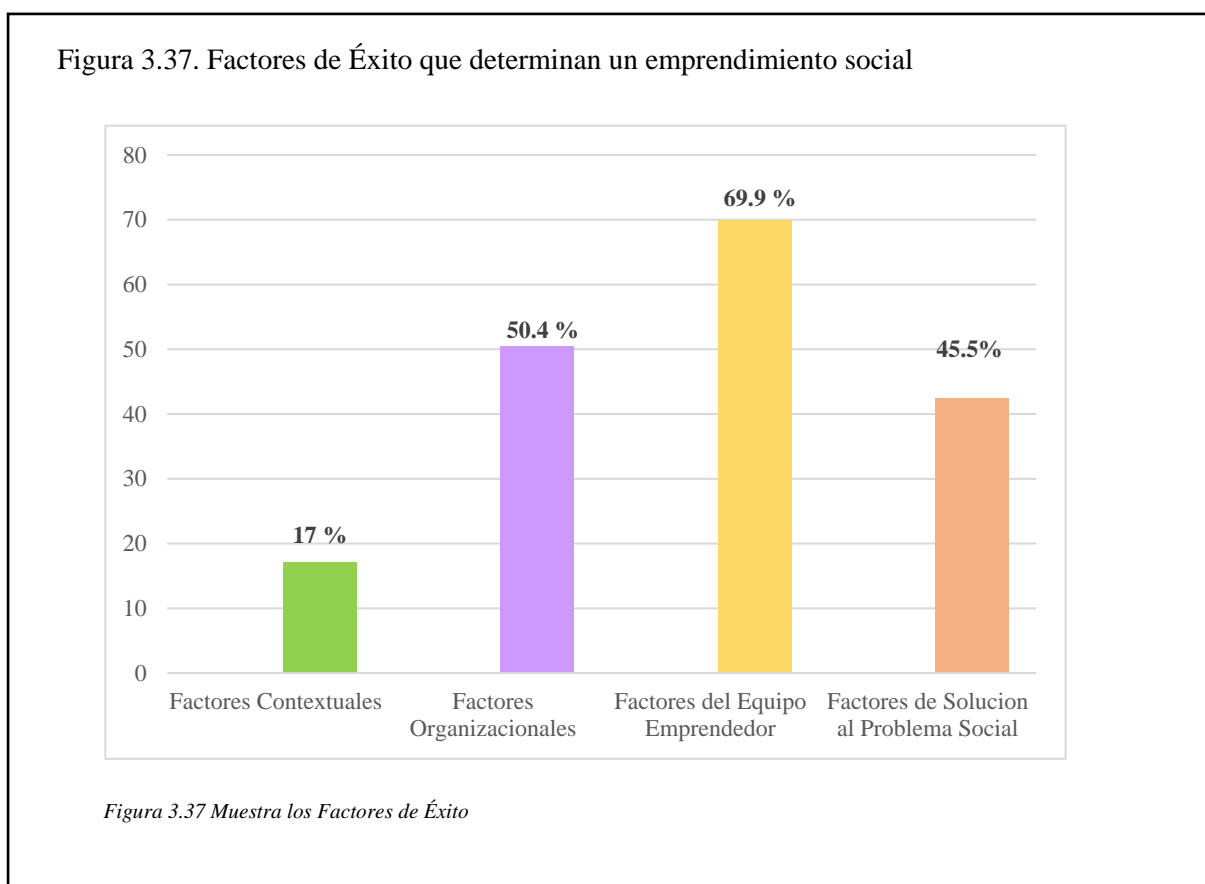


Figura 3.36 Cuadro para reconocer los factores de solución al problema social

En la Figura 3.36. Dentro de los factores de solución al problema social el más resaltante con un 82% es la planificación, debido a que antes de emprender ellos tienen una organizada programación de todo lo que necesitan, desean lograr, en lo que refiere a ejecución nos muestra que un 72.7% de los emprendimientos sociales ejecuta lo planificado en el tiempo que corresponde a su programación, en lo referente a cobertura el 63.6% respondió que el emprendimiento social ha logrado cubrir de manera parcial las necesidades a los cuales están enfocados cada uno de ellos y por último el 36.4% nos indica que los emprendimientos sociales se han enfocado en lo que se refiere a educación.

Objetivo General: Determinar los factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la Ciudad de Lima – 2018

Hipótesis: Los factores del equipo emprendedor son los más determinantes en el éxito del Emprendimiento Social.



En la Figura 3.37 se puede observar los resultados que determina cuales son los factores de éxito en emprendimientos sociales donde un 69.9% nos muestra que el factor que más influye en el éxito es el factor del equipo emprendedor ya que según los representantes consideran que consolidar todo lo referente a tener un buen equipo emprendedor es la base para poder llegar a buen puerto con las metas y objetivos de la empresa, así mismo el siguiente factor determinantes es el factor organizacional con un 50.4% puesto que concierne a las alianzas estratégicas, adaptación a los cambios del entorno del emprendimiento y para los representantes estos criterios son lo que retroalimenta a la empresa. Los factores de solución al problema social tienen un 45.5% y

el factor contextual obtuvo un 17% ya que las empresas públicas y privadas no han sido de mayor relevancia para el desarrollo de los emprendimientos.

Al conocer estos resultados podemos dar por aceptada la hipótesis pues determina que el factor de equipo emprendedor son los más determinantes en el éxito del emprendimiento social.

IV. Discusión

En la sociedad en la que se vive hoy en día, se ha podido verificar que las brechas socioeconómicas y las necesidades siguen siendo un problema difícil de mejorar y mucho menos solucionar, un crecimiento económico que no se refleja en los estratos más bajos pues aún siguen careciendo de lo principal como lo es los servicios básicos, educación y alimentación.

Las empresas de emprendimiento social se presentan como un generador de nuevos productos o servicios pero que tienen como finalidad primordial poder contribuir a la mejora de las condiciones de vida, siendo sus utilidades la principal fuente para poder contribuir con las comunidades más necesitadas de nuestro país, conforme ha pasado el tiempo estas empresas están tomando mayor importancia y participación en nuestro país, es por ellos que se plantea esta investigación, la cual tiene como finalidad poder determinar cuáles son esos factores de éxito que han llevado a los emprendimientos a ser una buena opción no solo de crecimiento personal y profesional para los representantes y su equipo sino también en su contribución principal con la sociedad.

Al desarrollar esta investigación se han suscitado ciertas limitaciones en el momento de realizar la encuesta a los representantes de los emprendimientos sociales, puesto que por su recargada agenda no se encontraban en el país o de lo contrario no tenían tiempo para atender al requerimiento en las fechas en que se planificó la visita a la ciudad de Lima, sin embargo hubo una sugerencia por parte de una representante quien pidió se le envié un formulario creado en google para poder responder de manera rápida y sencilla, pero lo mejor fue que ese mismo formulario conforme era respondido ya sacaba los resultados en gráficos. De esta manera se optimizó recursos y se ahorró tiempo, no todos accedieron a este método ya que algunos prefirieron la videollamada.

En los resultados obtenidos en la figura 3.33 donde se busca identificar los factores contextuales más resaltantes dentro del emprendimiento social en empresas de la ciudad de Lima; señalándose con un 90% que el apoyo proporcionado por organizaciones públicas o privadas era prácticamente inexistente.

Lo mencionado anteriormente refuta a lo manifestado por Bargsted (2013) quien en su investigación concluye que la participación del sector ya sea en empresas públicas o privadas es importante para que un emprendimiento social pueda desarrollarse.

Por ende, al obtener estos resultados se observa que los emprendimientos sociales no cuentan con ese tipo de apoyo y que a la larga no genera el desarrollo de sus objetivos.

En la figura 3.34, se busca reconocer los factores organizacionales que genera un buen emprendimiento social en empresas de la ciudad de Lima, donde se observa que el factor de adaptación al cambio del entorno es el de mayor incidencia.

Lo mencionado con anterioridad corrobora lo manifestado por Nchama y Pérez (2015) en su investigación; donde concluye que para realizar este tipo de labores se asumen riesgos por lo cual deben adaptarse a cambios que se puedan suscitar.

En conclusión, ambas investigaciones llegan a determinar que uno de los factores organizacionales que genera un buen emprendimiento social es la adaptación al cambio del entorno puesto que pertenece a la parte interna de la organización y que generará que se sobrelleven las dificultades y las supere de esta manera se pueda mantener la misión social a la cual están enfocados.

En la Figura 3.35 se distinguen los factores del equipo emprendedor que resaltan dentro del emprendimiento social en empresas de la ciudad de Lima, donde el liderazgo, trabajo en equipo y el compromiso son los factores más sobresalientes del aspecto del equipo que conforman el emprendimiento y que han consolidado como los que más aportan en el éxito de los mismos.

Lo mencionado previamente reafirma lo manifestado por Lorca y Mesina (2013) en su investigación; donde concluye que identificó como una de las claves del éxito de los emprendimientos en todas las experiencias evaluadas se encuentran dos categorías resaltantes que son el equipo emprendedor los cuales hacen que se pueda alcanzar el objetivo social.

De esta manera se puede constatar que ambas investigaciones coinciden en el resultado de determinar que el equipo emprendedor juega un papel importante en el desarrollo del emprendimiento social, teniendo en cuenta que el trabajo en equipo, el liderazgo y compromiso son su mayor respaldo.

En la figura 3.36. se puede identificar los factores de solución al problema social que existen en el emprendimiento social lo cual muestra que la planificación y la ejecución del emprendimiento social son determinantes en brindarle a las comunidades los aportes necesarios de una manera organizada, bien definida y debidamente distribuida.

Lo anteriormente mencionado se revalida por Lorca y Mesina (2013) en su trabajo de investigación. En este se llegó a concluir que los factores de solución al problema social

son relevantes para los emprendimientos sociales ya que corresponden a la forma en que se concibe, es decir desde su planificación y como se desarrolla y ejecuta la solución al problema social.

Por ende, se llega a concluir por medio de la investigación realizada y la investigación citada que la solución al problema social está en base a como se esquematiza desde la planificación y como se lleva a cabo las actividades.

En los resultados obtenido en la figura 3.37 buscan dar respuesta a la hipótesis planteada, la cual fue: los factores del equipo emprendedor son los más determinantes en el éxito del emprendimiento social; se pudo confirmar a partir de evaluar detenidamente los resultados antes descritos en la figura.

Se obtuvo como respuesta que los factores del equipo emprendedor han sido de suma importancia para la evolución de los emprendimientos sociales ya que no solo está en los representantes o fundadores el encaminar la empresa, sino que de sus colaboradores que conforman el equipo y que hacen que este se consolide y permanezca a través del tiempo.

Lo mencionado anteriormente es ratificado por Lorca y Mesina (2013) quien concluye en su investigación que se han hallado dos factores claves dentro de los cuales figura el factor del equipo emprendedor coincidiendo, así como lo hallado en esta investigación.

Esta investigación brinda la información necesaria para que los jóvenes de la generación “Y”, pueda tener interés en emprender, poder generar una empresa que no solo pueda verse como un generador de ingresos sino que además les de las satisfacción de poder crecer profesionalmente y personalmente aportando beneficio a la sociedad no solo en los productos o servicios innovadores que ofrece sino que además puede generar mejoras a las comunidades que más lo necesitan, en los diversos ámbitos como la educación, nutrición, servicios básicos, inclusión, etc.

El trabajo realizado permitirá conocer más acerca de los emprendimientos sociales y conocer que factores son aquellos en los que debe incidir para poder hacer exitoso este tipo de empresas, además de concientizar a esta generación de que si nuestros representantes del estado no dan solución a los problemas más apremiantes de la sociedad nosotros los jóvenes de la generación “Y” podemos proponernos crear e innovar empresas con fines sociales.

V. Conclusiones

- 5.1. En la investigación donde se trata de identificar los factores contextuales más resaltantes del emprendimiento social, donde se obtuvo resultados con bajo porcentaje, se concluye que los factores contextuales no han sido percibidos en el emprendimiento social, ya que en un 90% no ha existido apoyo por parte de alguna empresa pública o privada, estas no han mostrado mayor interés por las empresas con fines sociales, sin embargo el 10% que apoyo a alguno de los emprendimientos no trascendió con su apoyo ya que fue poco significativo (Figura 3.33).
- 5.2. Así mismo, en la investigación se logró reconocer que dentro de los factores organizacionales que genera un buen emprendimiento social, se distingue a la adaptación al cambio (48.5%) y las alianzas estratégicas (34.1%) pues tienen el mayor porcentaje, con lo cual se puede concluir que la manera como se asumen los cambios internos de la empresa que se presenten durante su desarrollo es la clave para que la misión social se pueda mantener y lograr el éxito, de la misma manera lo referente a las alianzas estratégicas son de suma importancia debido a que estas alianzas le permiten al emprendimiento poder tener beneficios de tipo industrial y de servicios lo cual genera una disminución en sus gastos para poder transformar la materia prima o generar el servicio que ofrecerá a los clientes siendo ese su mayor apoyo y a su vez le permite recaudar mayor utilidades los cuales serán derivadas hacia la misión social. (Figura 3.3 – Figura 3.34)
- 5.3. Fueron distinguidos en la investigación los factores del equipo emprendedor que resaltan dentro del emprendimiento social donde los más resaltantes son el liderazgo (81.8%), el trabajo en equipo (81.8%) y el compromiso (72.7%), por lo cual se concluye que los representantes deben saber encaminar a sus colaboradores siendo un líder enfocado en la tarea, que monitorea y comunica debidamente como se llevara a cabo las actividades del emprendimiento, además que trabajen en equipo por un mismo fin no solo depende de los que están directamente relacionados con la empresa sino también con aquellos que en el camino han ido acoplándose al emprendimiento aportando con sus

habilidades e ideas innovadoras, comprometiéndose además con la misión social que tiene el emprendimiento ya que más que una empresa lucrativa es una empresa que beneficiará a quienes lo necesitan. (Figura 3.35).

- 5.4.** De la misma forma se determinó que factores de solución social al problema social existen en el emprendimiento se concluyó que la planificación (82%) y ejecución (72.7%) son los más resaltantes dentro de este factor debido a que desde la concepción de la idea se debe tener una planificación adecuada para poder llevar a cabo sus actividades, ejecutándolas de manera adecuada para poder cumplir con sus metas y objetivos pero sobretodo que puedan cubrir las necesidades, hay que recalcar también que no solo se trata de cubrir las carencias sino también de concientizar a la población para que sea responsable y tenga conocimiento que su participación es importante para que la iniciativa social sea sostenible. (Figura 3.36)
- 5.5.** Finalmente, en la investigación se planteó determinar los factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la ciudad de Lima y se llegó a concluir que afirmativamente el factor más resaltante es el de equipo emprendedor, ya que un equipo consolidado será la base para poder enfrentar los obstáculos más fuertes (Figura 3.37).

VI. Recomendaciones

- 6.1. A los encargados de la administración pública, para que aumenten el compromiso por parte de las entidades del estado, generado, impulsando así soluciones a los problemas sociales incorporando la innovación social como un elemento importante para impulsar la mejora de aquello que hasta hoy no logra funcionar por parte del estado. Respaldando los concursos Start-Up y siendo uno de sus puntos de importancia en el enfoque social que estos generen con el emprendimiento.
- 6.2. A los emprendedores de la ciudad de Trujillo, para que se permitan conocer acerca de empresas ya posicionadas con fines sociales y evaluar la posibilidad de poder implementar dentro de sus proyectos empresariales, un objetivo social, el cual puede trabajarse con el apoyo de alianzas estratégicas las cuales serán de mucha importancia para que estas empresas puedan desarrollar sus productos o servicios sin perder el enfoque social, a su vez consolidar un buen equipo de trabajo que permita poder sobrellevar las dificultades que se generen en el camino.
- 6.3. A los futuros empresarios de emprendimientos sociales, que tengan siempre presente que el éxito radica en su equipo emprendedor con el cual debe trabajar componentes importantes como el liderazgo, el buen trabajo en equipo, además el equipo debe estar conformado por colaboradores comprometidos con los objetivos del emprendimiento social al cual se enfoquen, otro de los puntos importantes es la comunicación, puesto que la manera como se transmita la información será vital para lo que se desea lograr, al mismo tiempo la innovación debe estar presente en el desarrollo de un producto o servicio el cual se lanzara al mercado puesto que no solo es lo novedoso sino cuanta repercusión causara en los clientes quienes no solo lo comprarán por que sea necesario para ellos sino en el aporte que tendrá con los fines sociales.

- 6.4.** A los futuros empresarios de emprendimientos sociales, desde la concepción de la idea de poder generar una empresa, que tengan en cuenta la problemática social y de qué manera pueden aportar de manera importante para mejorar esta brecha social. Realizar un buen diagnóstico de la problemática hacia donde se quiere enfocar, desde ahí parte una buena planificación de cómo se llevará a cabo el emprendimiento social, que recursos necesitara y como generará sus primeros financiamientos. La ejecución debe estar cronometrada para poder cumplir con el objetivo en las fechas previstas en la planificación, de tal manera que la cobertura sea en gran porcentaje.
- 6.5.** A futuros investigadores, que se interesen por realizar investigaciones acerca sobre emprendimientos sociales, los cuales puedan ser de tipo correlacional donde se considere la variable antes mencionada en la investigación.
- 6.6.** En vista que los emprendimientos sociales no tienen apoyo por parte de las entidades públicas, se recomienda a la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo, que genere un equipo de docentes de todas las carreras, con la finalidad de que se convierta a la universidad en un ente que promueva la formación de emprendimientos con enfoque social, dichos docentes deben en primer lugar fomentar el interés por parte de los estudiantes a formar una idea de emprendimientos, encaminarlos a estructurar su idea, someterlos a un concurso y brindar a los ganadores capitales semillas con los cuales estos puedan iniciar sus operaciones, además de ello realizar seguimientos de cómo va encaminada la empresa sin perder el fin social, para hacer que estas sean sostenibles en el tiempo y que además de generar utilidades también brinde una mejora continua de la sociedad.

VII. Propuesta

1.1. Introducción

El emprendimiento social en Perú ha ido experimentado una gran transformación en los últimos años, en todo lo referente a sensibilización, la forma como se da a conocer, cooperación, credibilidad y capacidad de desarrollo. Inicialmente el concepto de emprendimiento social ni siquiera era reconocido como una alternativa para solventar problemas sociales críticos. Las empresas de emprendimiento social están aperturándose como empresas que ofrecen un producto o servicio pero que tienen un giro distinto a las empresas que comúnmente conocemos, puesto que permite generar recursos pero estos son direccionados hacia un enfoque de aporte social a las comunidades de bajos recursos generando en ellos una mejora en la calidad de vida y a su vez generando una concientización sobre el cuidado del medio ambiente para evitar la depredación y extinción de nuestros recursos.

2.1. Definición de la problemática

Después de haber realizado una investigación acerca de cuáles son los factores de éxito que han permitido a estas empresas mantenerse en un mercado peruano cada vez más exigente y competitivo, también se ha podido encontrar debilidades vinculadas al financiamiento de dichos emprendimientos debido a que inicialmente se han respaldado en capital propio sin tener respaldo de otras empresas que poco confiaron en su idea de emprendimiento o que consideraron el factor riesgo por verlos más como un valor sentimental que una empresa generadora de recursos económicos al igual que las que comúnmente conocemos.

3.1. Matriz FODA de los Emprendimientos Sociales

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

MATRIZ FODA

O1-Creciente interés por las problemáticas sociales y el cuidado del medio ambiente.

O2-Existen pocas empresas que se dediquen a generar negocio con enfoque social.

O3-Empresas que desean ser aliados estratégicos para generar mejores resultados.

A1-Competencia de otras empresas y grandes industrias nacionales que pueden copiar y mejorar nuestra iniciativa.

A2-Factores negativos en el macro y micro entorno que puedan interferir en las actividades del emprendimiento.

A3-Perder el fin del emprendimiento.

FORTALEZAS

F1-Proyecto viable en el aspecto social y económico.

F2-Compromiso de la comunidad con la que interactúan.

F3-Aliados estratégicos importantes.

ESTRATEGIAS FO

FO-La planificación y estructura del emprendimiento social deben ser la base para poder generar confianza en los inversores y alianzas estratégicas las cuales permitirán echar en marcha las funciones de la empresa y cumplir con la comunidad y el aporte social.

ESTRATEGIAS FA

FA-Reforzar y capacitar constantemente al personal colaborador para poder afrontar adversidades a nivel interno y externo. Generar un fondo de respaldo para poder sobrellevar alguna caída financiera.

DEBILIDADES

D1-Al ser empresas nuevas, su participación es baja en el mercado.

D2-Puede haber un lento crecimiento en las ventas por ser un producto nuevo en el mercado.

D3-En algunas ocasiones no pueden cubrir con toda la **necesidad** de solución al problema social.

ESTRATEGIAS DO

DO-Realizar un profundo estudio de mercado, investigar las preferencias, necesidades, lo cual generara poder cumplir con sus expectativas y un plan sólido para que el emprendimiento sea atractivo para los aliados.

ESTRATEGIAS DA

DA-Estructurar un pitch que no solo venda emociones sino también una idea solida de los productos o servicios que un emprendimiento social puede brindar y los fines sociales para los que fueron creados.

4.1. Descripción del Programa

El programa que se presenta a continuación, brindara un apoyo a los emprendedores sociales para tener como apoyo un esquema se deben seguir para emprender una empresa social, es por ello que existe la necesidad de brindar una propuesta, que incluya los mecanismos que les permitan a los futuros profesionales y a los estudiantes poder acceder a una guía con la cual puedan lograr la viabilidad de sus emprendimientos sociales y con un apoyo de inversión. Desde la etapa de formación, desarrollo e impulso de dichas empresas sociales. El ciclo del financiamiento que apoya los proyectos, se divide en dos etapas: incubación y aceleración.

5.1. Objetivo General

Contribuir a la formación y desarrollo de emprendimientos sociales sostenibles, reforzando la idea desde su concepción hasta su crecimiento y sostenibilidad.

5.1.1. Objetivos Específicos

- Formular la idea de emprendimiento social, estructurarla y mediante el cumplimiento de etapas secuenciales y así lograr su óptimo funcionamiento.
- Fomentar la transformación de ideas de impacto social en empresas convencionales.
- Fortalecer las capacidades de los emprendedores sociales para que realicen un mejor manejo de las empresas sociales.
- Ofrecer casos atractivos ante inversionistas de impacto.

6.1. Desarrollo de Programa

Si bien es cierto desde el momento en que el emprendedor social tiene la idea de generar una empresa con enfoque al aporte social, piensa en primera instancia en que los entes bancarios serán el apoyo que necesitan para darle el empujoncito a su idea de negocio, sin embargo el acceso a estos es un gran problema para los emprendedores, sobre todo porque en un inicio la empresa no siempre cuenta con las facultades necesarias para cumplir con los requerimientos que estas instituciones solicitan y cuando las tienen, el sistema de intereses es insostenible, dificultando el crecimiento de la empresa.

Es así que se propone 4 etapas para iniciar e ir avanzando como una línea de tiempo, donde se cumplirá y dará consistencia al emprendimiento social de tal modo que llegue a ser sostenible en el mercado y que logre concretar las metas planteadas.

1° Etapa:

- En esta etapa el emprendedor necesita investigar a fondo la idea de su proyecto de emprendimiento social, crear una solución innovadora y desarrollo de la solución.
- No es recomendable que el emprendedor acuda a instituciones financieras a solicitar apoyo económico, ya que no tiene un sustento estable para cumplir con los requerimientos que los bancos necesitan para poder brindarles algún préstamo.
- Financiamiento donde el emprendedor busque apoyo económico de familiares, amigos y profesionales, de esta manera se irá formando la idea y planteando ya algunos criterios para llevarla a cabo, ya que no necesita de rendimientos establecidos por la empresa, no requieren un historial crediticio existente.
- Se consideran 31 días.
- En esta etapa la formación del proyecto debe ser completo y que muestre consistencia, ya que de ello depende que en la segunda etapa pueda ser seleccionada para acceder a otros mecanismos de financiamiento.

2° Etapa:

- No es suficiente conocer el problema y ofrecer una solución al mismo, es importante el estar involucrado y saber ejecutar el plan y los objetivos delineados a diferentes plazos.
- Se sugiere hacer uso del Crowdfunding, hoy en día en nuestro país ya existen tres plataformas conocidas como Kapital Zocial, Yupiloo y Afluenta, las cuales a pesar de estar en poco tiempo en funcionamiento han permitido ofrecer soluciones viables para poder lograr los objetivos
- La ventaja de las plataformas de Crowdfunding radica en la facilidad para esparcir los proyectos, la cantidad de personas a las que esta plataforma llega y la validación implícita que viene a través de esta, para que pueda ser visualizada por internautas interesados en apoyar emprendimientos sociales.
- Un proyecto debe ser apoyado por 33 personas como mínimo para que el mercado de Crowdfunding acepte el proyecto, pero a su vez considera el producto y a la vez la solución a la problemática social que intenta resolver.
- Por el contrario, si el proyecto ha tenido buena aceptación y ha cumplido con la meta prevista de dinero recaudado, se valida su modelo de negocio en el mercado y se garantiza su pase a la siguiente etapa del proyecto

3° Etapa:

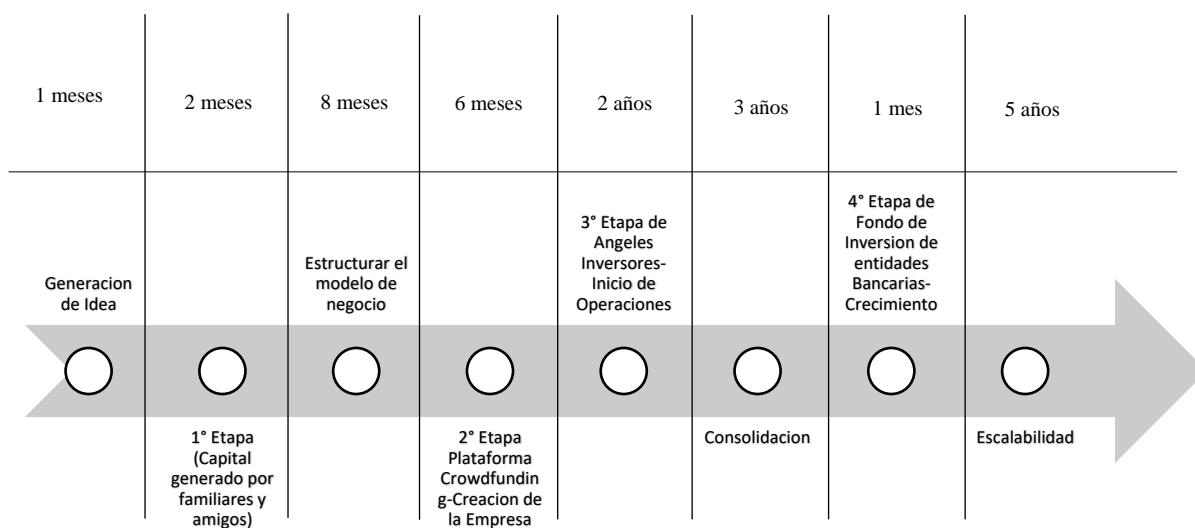
- En esta tercera etapa ya deja de ser un proyecto para pasar ya a ser una empresa en función.
- La consolidación es fundamental para que en la etapa final ya pueda acceder a un financiamiento a través de entidades bancarias.
- En el mundo del emprendimiento social existen capitales privados llamados “Ángeles Inversores” el cual en nuestro país funciona a través de UP4angels de la Universidad del Pacífico quienes ya han brindado un monto de inversiones de USD 929,982.
- Establecen sus reglas de operación para que el emprendedor pueda acceder al apoyo, de igual manera muchos de ellos se involucran en el negocio y en la toma de decisiones, esto con la finalidad de asegurar su inversión.

- En esta etapa el emprendedor debe haber adquirido experiencia y mejor manejo en las operaciones del emprendimiento social, es aquí recién cuando debe empezar a trabajar en un pitch que sea atractivo para los ángeles inversionistas de alto nivel.

4° Etapa:

- En esta cuarta etapa solo pasaran aquellos emprendimientos que han logrado obtener los recursos de los Ángeles Inversionistas.
- Es aquí donde ya los emprendimientos sociales han superado su factor de riesgo y se presentan atractivas para las instituciones financieras.
- Ya con el avance de sus operaciones y requerimientos de mayores recursos para generar productos o servicios que generen utilidades y a su vez puedan cumplir con la misión social por la cual fueron creadas, siendo viable el acceder a un financiamiento.

7.1. Cronograma



8.1. Presupuesto Base

- Capital Semilla – USD 2,000
- Crowdfunding – USD 10,000
- Ángeles Inversores - USD 50,000
- Financiamiento Bancario - USD 80,000

9.1. Medición del Impacto Social

- N° de empresas que garanticen impacto social medible a través de indicadores reales.
- Nivel de sustentabilidad financiera y escalabilidad de proyecto.
- Años de permanencia de los emprendimientos sociales en el mercado.
- N° de logros en los objetivos sociales y comerciales del proyecto.
- Monitoreo de la inversión.
- Nivel de rendimiento del capital.
- N° de comunidades beneficiadas con el emprendimiento social
- Porcentajes de cobertura en cuanto a solución del problema social.

9.2. Recomendaciones

- Para que el programa tenga éxito, se debe de garantizar la correcta articulación de los diferentes actores y vigilar la calidad de los servicios de quienes que apoyan al emprendimiento social.
- La relevancia y permanencia del programa se basa en la generación de casos de éxito a través del programa, es decir, entre más emprendedores sociales incube y se acelere más emprendedores e inversionistas se verán atraídos al mismo, de esta manera se genera un mecanismo que verdaderamente impulse el emprendimiento social.
- Las incubadoras de emprendimientos sociales deben hacer un seguimiento de todos los emprendimientos y generar programas de capacitaciones y reforzamiento para los emprendedores en cuanto a las operaciones de la empresa.
- Informar y promover en los estudiantes de Universidad Cesar Vallejo, lo concerniente a lo que son los emprendimientos sociales, los beneficios que genera en las comunidades y lo importante que son para la sociedad.

9.3. Apreciación

Al iniciar mi investigación no tenía claro el tema a elegir, sin embargo, en la búsqueda se me sugirió realizar la temática en base a los emprendimientos sociales, si bien es cierto los estudiantes universitarios nos preparamos para ser profesionales, es también muy importante que nos formemos con visiones de enfoques que contribuyan a nuestra sociedad donde nos desenvolvemos. Es por ello que al inmiscuirme en este mundo del emprendimiento me di cuenta que la realidad hasta donde alcanzamos ver es muy limitada, mientras que los problemas que existen en nuestra sociedad son infinitos y casi difíciles de solucionar para nuestras autoridades que poco o nada hacen para dar no paliativos sino una solución de raíz a estos. Con este proyecto he tenido la oportunidad de conocer a fondo lo que es el emprendimiento social, cuales son las propuestas actuales del mismo, quienes son los actores que lo impulsan e intentan apoyarlo e incluso he podido conocer a algunos de los emprendedores sociales en la ciudad de Lima, quienes ya sea por videollamada, vía telefónica y mediante redes sociales han permitido conocer un poco del gran mundo que ellos tienen y para lo cual realizan dichas actividades, lo cual me ha permitido abrir mi panorama como casi egresada y tener ese deseo de ser yo también participe de una solución a un determinado problema social y formar parte del cambio de mi sociedad, con este proyecto me di cuenta que mi profesión funciona como puente, entre aquellas personas que tienen el don de ver por los demás, de ofrecer soluciones a los grandes problemas que aquejan a nuestro país y aquellas que pueden ayudarlas a llevar estas soluciones a la vida real. Muchas veces los problemas de estos visionarios es que no cuentan con la preparación o conocimientos financieros necesarios para poder llevar a cabo su proyecto y poder convertirlo en autosustentable. Este proyecto me dio la oportunidad de aplicar no solo los conocimientos sobre las diferentes áreas que estudie en mi carrera, si no que fue una gran oportunidad para promover en mí un espíritu de superación personal y comunitaria. Me siento convencida de que es un proyecto que aporta valor social, además del académico, a mi vida profesional.

Referencias

- Almeida, M., Carlos, A., Espinoza, K. & Sánchez, P. (2017). *Diseño de una propuesta metodológica preliminar para la creación de modelos sostenibles de emprendimiento social sobre la base Lean StartUp: Análisis y recomendaciones técnicas para el contexto peruano*. Recuperado de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621854/5/ALMEIDA_MM.pdf
- Benjumea, M. (2012). *Metodología para la evaluación de impacto de los emprendimientos sociales*. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9695/1/39408846.2012.pdf>
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*.
- Calero, J. & Cárdenas, G. (2014). *Análisis del emprendimiento y su impacto en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro – Ecuador*. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/702/3/An%C3%A1lisis%20de%20emprendimiento%20y%20su%20impacto%20en%20el%20desarrollo%20socioecon%C3%B3mico%20del%20cant%C3%B3n%20Milagro.pdf>
- Chiavenato, I (2009). *Comportamiento organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones*. (2da. ed.) México: McGraw-Hill.
- Del Cerro, J. (2016). *¿Qué es emprendimiento social?* (2a. ed.) México: Nueva Editorial Iztaccihuatl.
- Domínguez, E. (2005). *Propuesta de una alternativa de Financiamiento para el Hotel Playa de Oro Varadero*. Tesis de Grado (Licenciado). Universidad de Matanzas.
- Espinoza, H. & Huaita, F. (2012). *Aplicación de incentivos en el sector público*. Documento de Gestión Presupuestaria. Ministerio de Economía y Finanzas

- Ferrada, M. (2016). *Emprendimiento Social y su Evaluación*. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115037/Tesis%20EMPREDIMIENTO%20SOCIAL%20Y%20SU%20EVALUACION%20C3%93N%2c%20Montserrat%20Ferrada%20Stange.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Griffin, W. & Moorhead, G. (2010). *Comportamiento organizacional Gestión de personas y organizaciones*. (9a. ed.) México: Cengage Learning
- Guzmán, A. & Trujillo, M. (2008). *Emprendimiento social - revisión de literatura Estudios Gerenciales*, Universidad ICESI Cali - Colombia Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518005>
- Lorca, P. (2013). Modelo de Factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio Cualitativo - Santiago. Tesis de grado para Licenciatura. Universidad de Chile.
- Nchama, H. & Pérez, V. (2015). *Emprendimiento Social: un equilibrio entre lo social y lo económico*. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1591/Emprendimiento%20social%20Un%20equilibrio%20entre%20lo%20social%20y%20lo%20economico%20.pdf?sequence=1>
- Pérez, L. (2004). *Marketing Social. Teoría y Práctica*. (1ra. ed.) México: Pearson Educación.
- Pérez, V. (2012). Emprendimiento empresarial en población vulnerable y/o pobre como política social - Bogotá. Tesis de grado (Magister). Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (13va. ed.) México: Pearson Educación

Anexos

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
Factores de Éxito en Emprendimiento Social de empresas de la Ciudad de Lima – 2018	¿Cuáles son los Factores de Éxito de Emprendimiento Social en empresas de la Ciudad de Lima – 2018?	Determinar los factores de éxito de emprendimiento social de empresas de la ciudad de Lima – 2018.	Emprendimiento Social	Guzmán y Trujillo, (2008, citado por Lorca, 2013), definen que: Emprendimiento Social es un tipo de emprendimiento que busca generar soluciones para los problemas sociales a través de proyectos que generen oportunidades las cuales puedan permitir la propiciación de valor social sostenible en relación con las condiciones de vida, a través de la acción directa realizada por las organizaciones”.	La medición de la variable será a través de una guía de entrevista y cuestionario los cuales se realizarán a los representantes de las empresas de emprendimiento social de la ciudad de Lima – 2018.	Factores contextuales	• Apoyo del Estado y Entidades privadas	1,2,3
						Factores Organizacionales	• Alianzas estratégicas	4,5
							• Fuentes de financiamiento	6
							• Adaptación al cambio del entorno	7,8,9,10, 11,12
						Factores del equipo emprendedor	• Compromiso	13,14
							• Innovación	15,16,17
							• Liderazgo	18,19,20, 21
							Trabajo en equipo	22.23.24. 25,26
							• Comunicación	27,28,29
							• Motivación	30
Factores de solución al problema social	• Tipo de problema social	31						
	• Planificación	32						
	• Ejecución	33						
	• Cobertura	34						

Anexo 2: Ficha Técnica

INSTRUMENTO 01: Entrevista - Cuestionario

Ficha Técnica

Nombre Original: Instrumento para medir el Emprendimiento Social

Autor:

- Cortez Urcia, Karem Leonor

Procedencia: Universidad César Vallejo - Trujillo

País: Perú

Versión: Original en idioma español

Administración: Individual

Duración: 30 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Determinar los factores de éxito de emprendimiento social

Dimensiones:

- Factores contextuales
- Factores organizacionales
- Factores del equipo emprendedor
- Factores de solución al problema social

Anexo 3: Constancias de Validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Olenka Espinoza Rodríguez, titular del DNI. N° 18092486, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente de Investigación, en la Institución Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 21 días del mes de Noviembre del 2017


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LUIS ALDO OBRADOR MURILLO, titular del DNI. N°
411058760, de profesión
ECONOMISTA, ejerciendo actualmente
como DOCENTE, en la Institución
UNIV. CESAR VALLEJO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

En Trujillo, a los 03 días del mes de NOVIEMBRE del
2017



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

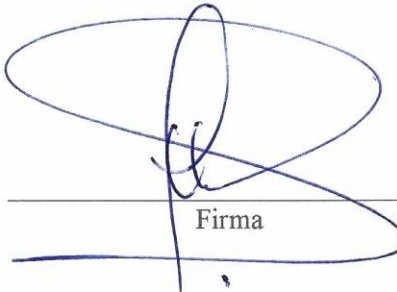
Yo, Wilmar Francisco Vigo López, titular del
DNI. N° 18032320, de profesión
Economista, ejerciendo actualmente
como Docente de Marketing, en la Institución
Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems				✓
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los _____ días del mes de _____ del


Firma

CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

LIMA, 07 DE ABRIL DEL 2018

MAYRA LISBETH GUZMÁN OLIVERA

REPRESENTANTE DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL "NIÑA VALIENTE" DE LA CIUDAD DE LIMA

HACE CONSTAR:

Que la Srta. **CORTEZ URCIA, KAREM LEONOR** identificada con **DNI N°42491821**, estudiante del X ciclo de la "Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo" ha recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de investigación

Se expide el presente documento, a petición del interesado



MAYRA LISBETH GUZMAN OLIVERA

DNIN° 42368200

Anexo 4: Instrumento de Medición

CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Instrucciones: Estimado Señor(a) representante de Emprendimiento Social. Debido a realizar un proyecto de investigación acerca de los factores de éxito que han llevado a su emprendimiento a posicionarse como una de las más importantes en la Ciudad de Lima. Le agradeceré de antemano el apoyo prestado al llenar la siguiente encuesta, la cual está orientada a determinar cuáles son los factores más resaltantes que han influido en el éxito del emprendimiento social al cual usted representa.

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres: _____

Cargo: _____ Tiempo en el Cargo: _____

Nombre de su Emprendimiento: _____

Fecha de Creación de Emprendimiento: ___ / ___ / ___

Sexo: Masculino Femenino Profesión: _____

❖ **Marca con un “X” la respuesta que crea es la que mejor que responde a la pregunta:**

1. **¿Algún tipo de organización les proporciona apoyo o beneficio? Si la respuesta es “SI” responder la pregunta N° 2, de lo contrario ir a la pregunta N° 6.**

Si

No

2. ¿Qué tipo de organización es de la cual recibe el apoyo?

Publica

Privada

3. ¿Qué tan significativo es el aporte?

Muy significativo

Significativo

Nada significativo

4. ¿Tiene alianzas estratégicas con algún tipo de empresa para poder llevar a cabo su emprendimiento?

Si

No

5. ¿Qué tipo de aporte le brindan esas alianzas estratégicas?

Económico

En especies

De industria

De servicio

De Locación

6. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento para desarrollar su emprendimiento social? Marcar las que considere adecuadas

Capital Propio

Capital Privado (Concurso sobre Start-Up)

Préstamos de Entidades Bancarias

Familiares

Amigos

7. ¿Cuáles fueron los obstáculos que enfrentó en el desarrollo del emprendimiento social? Marcar las que considere adecuadas

- Conseguir financiamiento
- Consolidar un buen equipo de trabajo
- Falta de habilidades administrativas
- Falta de apoyo
- Problemas del entorno

8. ¿Los obstáculos que enfrentó generaron que replanteé un cambio en las actividades del emprendimiento social?

- Si
- No

9. ¿Durante el tiempo que viene funcionando su emprendimiento social mantiene el mismo esquema o ha generado cambios durante estos años?

- Se mantiene el mismo esquema
- Se realizaron cambios radicales
- Se realizaron cambios necesarios
- Se está analizando realizar cambios

10. ¿Cuáles fueron los factores del entorno que afectaron en mayor proporción las actividades del emprendimiento social al cual representa?

- Económicos
- Políticos
- Ambientales
- Culturales

11. ¿Tiene algún plan de contingencia ante algún cambio en el entorno que pueda afectar las actividades del emprendimiento social?

Si

No

12. ¿Considera usted que al darse un cambio en el entorno que afecte el emprendimiento social, su equipo de trabajo se adapta rápidamente?

Si

No

13. ¿Cuál considera que es la razón principal por la cual realiza el emprendimiento social?

Beneficio Emocional

Beneficio Económico

Contribución social

14. ¿La dirección de la empresa está comprometida y ofrece pleno apoyo a las actividades de innovación?

Si

No

15. ¿Cuál considera usted que es la fuente principal en la generación de nuevas empresas de emprendimiento?

Innovación

Intereses Personales

Mejora de la comunidad

Nuevas tecnologías

16. ¿La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor clave para su éxito?

Si

No

17. ¿Su organización dispone de un plan formal donde estén definidos los objetivos, las acciones a llevar a cabo, los recursos y el presupuesto necesarios para el desarrollo de las actividades de innovación?

Si

No

18. Si le consultáramos a sus colaboradores que tipo de líder considera que es usted ¿Cuál cree que sería su primera y más importante respuesta? Marcar las que considere adecuadas

Carismático

Democrático

Autocrático

Orientado a la tarea

Perfeccionista

Laissez-faire (dejan a los miembros de su equipo trabajar por su cuenta monitoreando y comunicando)

19. ¿Escucha a sus colaboradores y compañeros, y apoyarles en aquello que sea Necesario?

Si

No

20. ¿Con que frecuencia reúnes a tu equipo de trabajo para evaluar su nivel de satisfacción y la manera como están realizando las actividades?

- Sólo cuando se genera alguna crisis.
- Una vez en el mes.
- Una vez por semana.

21. ¿Qué tan a menudo le haces saber a tu equipo de trabajo la trascendencia que ha tenido su trabajo?

- Nunca.
- Cuando tengo interés de obtener un rendimiento más elevado.
- Siempre, pues es de vital importancia que se sientan orgullosos de lo que hacen.

22. ¿Cómo es la relación que tienes con tus colaboradores del emprendimiento?

- No existe una relación.
- Solo profesional, pues es necesaria para mantener el respeto.
- Permanentemente fortalezco los vínculos interpersonales.

23. ¿Brindas oportunidades a tus colaboradores de poner a prueba su talento?

- Basta con que hagan su trabajo.
- A veces.
- Permanentemente. Su expansión personal impacta la expansión del negocio.

24. ¿Los miembros del equipo aceptan las críticas de forma positiva?

- Si
- No

25. ¿Los miembros del equipo expresan de forma abierta sus ideas?

Si

No

26. ¿Qué aspecto mejoraría o cambiaría en el trabajo de equipo emprendedor?

Marcar las que considere adecuadas

Mejorar la Comunicación

Definir mejor los objetivos

Resolver conflictos

Definir mejor las responsabilidades

Tomar decisiones

27. ¿Considera que la comunicación que se da en su organización es clara, fluida y precisa?

Si

No

28. ¿Con que frecuencia comunicas los fines del emprendimiento a los colaboradores?

Sólo cuando aparece algún cambio o mejora.

Una vez al mes.

Una vez a la semana.

29. ¿Las opiniones de todos son escuchadas?

Si

No

30. ¿Considera que los resultados obtenidos son los que motivan a seguir adelante en sus metas y objetivos?

- Si
- No
- En su mayoría

31. ¿Qué tipología de solución social tiene?

- Nutrición
- Educación
- Cuidado del Ambiente
- Cultura
- Desarrollo Personal
- Desarrollo a la comunidad

32. ¿Cuenta con un planteamiento para el desarrollo del emprendimiento?

- Si
- No

33. ¿El cronograma se ejecuta en el tiempo planteado?

- Si
- No
- A veces

34. La cobertura que tuvo el emprendimiento en la ayuda social a las comunidades elegidas ha sido:

- Totalmente cubierta
- Parcialmente cubierta
- No se logró cubrir

Anexo 5: Tablas

Tabla 3.1.

	f	%
SI	1	10
NO	10	90
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.2.

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.3.

	f	%
Económico	0	-
En especies	1	9.09
De industria	4	36.36
De servicio	4	36.36
De Locación	2	18.18
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.4.

	f	hi
Capital Propio	3	27.3
Capital Privado (Concursos Start-Up)	4	36.4
Préstamo Entidades Bancarias	1	9.1
Familiares	1	9.1
Amigos	2	18.2
TOTAL	11	100.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.5.

	f	%
Conseguir financiamiento	3	27.3
Consolidar un buen equipo de trabajo	5	45.5
Falta de conocimientos administrativos	2	18.2
Falta de apoyo	0	0.0
Problemas del entorno	1	9.1
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.6

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.7

	f	%
Se mantiene el mismo esquema	0	0.00
Se realizaron cambios radicales	3	27.27
Se realizaron cambios necesarios	8	72.73
Se está analizando realizar cambios	0	0.00
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.8

	f	%
Económicos	6	54.6
Políticos	0	0.0
Ambientales	1	9.1
Culturales	4	36.4
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.9.

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.10

	f	%
SI	7	63.6
NO	4	36.4
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.11

	f	%
Beneficio Emocional	4	36.4
Beneficio Económico	2	18.2
Contribución Social	5	45.5
	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.12

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.13

	f	%
Innovación	4	36.4
Intereses Personales	1	9.1
Mejora de la comunidad	4	36.4
Nuevas Tecnologías	2	18.2
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.14

	f	%
SI	11	100.00
NO	0	0.00
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.15.

	f	%
SI	11	100.00
NO	0	0.00
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.16

	f	%
Carismático	2	18.2
Democrático	1	9.1
Autocrático	0	0
Orientado a la tarea	5	45.5
Laissez-faire (deja que trabajen con libertad monitoreando y comunicando)	3	27.3
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.17

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.18

	f	%
Solo cuando aparece una crisis	0	0
Una vez al mes	9	81.8
Una vez a la semana	2	18.2
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.19

	f	%
Nunca	0	0
Cuando me interesa obtener un rendimiento extra	0	0
Permanente. Es vital que se sientan orgullosos de lo que hacen	11	100
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.20

	f	%
No existe ninguna relación	0	0
Estrictamente profesional	0	0
Invierto permanentemente fortalecer vínculos interpersonales	11	100
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.21

	f	%
No, basta con que hagan su trabajo	0	0
A veces.	0	0
Permanentemente	11	100
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.22

	f	%
Nunca	0	0
A veces	4	36.4
Siempre	7	63.6
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.23

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.24

	f	%
Mejorar la comunicación	1	9.1
Definir mejor los objetivos	0	0.0
Resolver conflictos	2	18.2
Definir mejor las responsabilidades	5	45.5
Tomar decisiones	3	27.3
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.25

	f	%
Nunca	0	0
A veces	5	45.5
Siempre	6	54.5
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.26

	f	%
Solo cuando es necesario	0	0
Una vez al mes	3	27.3
Una vez a la semana	6	54.5
Siempre	2	18.2
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.27

	f	%
SI	11	100
NO	0	0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.28

	f	%
SI	6	54.5
NO	0	0.0
En su mayoría	5	45.5
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.29

	f	%
Nutrición	1	9.1
Educación	4	36.4
Cuidado del Ambiente	3	27.3
Cultura	1	9.1
Desarrollo Personal	1	9.1
Desarrollo a la comunidad	1	9.1
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.30

	f	%
SI	9	82
NO	2	18
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.31

	f	%
SI	8	72.7
NO	0	0.0
A veces	3	27.3
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia

Tabla 3.32

	f	%
Totalmente cubierta	4	36.4
Parcialmente cubierta	7	63.6
No se logró cubrir	0	0.0
TOTAL	11	100

Nota: Elaboración propia