

La Educación Física como medio para fomentar el Emprendimiento Social

*Carlos Capella Peris, *Lorena Zorrilla Silvestre, *Raquel Corbatón Martínez y *Patricia Balaguer Rodríguez.

*Departamento de Educación, Universitat Jaume I de Castellón.

Resumen

El presente artículo defiende la promoción del emprendimiento social en el ámbito de la educación permanente a través del área de Educación Física. En primer lugar presentamos una revisión bibliográfica para delimitar el concepto de emprendimiento social. Seguidamente exponemos los antecedentes investigadores más relevantes sobre el emprendimiento para así reconocer su actualidad e importancia. A continuación analizamos la literatura sobre las características del emprendedor social, determinando 19 rasgos de su personalidad. Por último, definimos cada uno de estos rasgos característicos para saber más concretamente en qué debemos centrarnos para lograr el objetivo que nos proponemos.

Palabras clave: Educación Física, Emprendimiento Social y Educación Permanente.

1. INTRODUCCIÓN

Como respuesta al proceso de crisis económica en el que estamos actualmente inmersos, continuamente aparecen iniciativas de fomento del emprendimiento promovidas desde diferentes estamentos públicos y privados. Estas acciones se centran, casi exclusivamente, en reactivar el mercado financiero mediante la creación de nuevas empresas con el fin de aumentar la actividad económica, tanto a nivel nacional como internacional. Al mismo tiempo, con la intención de revertir lo antes posible este proceso de crisis, se han realizado numerosos ajustes en cuanto a las dotaciones económicas para así reducir el gasto público. Es bien sabido que dichos ajustes han afectado especialmente al ámbito educativo y sanitario, reduciendo sensiblemente las prestaciones sociales, por lo que la crisis económica también ha provocado un empobrecimiento social de nuestra comunidad. No obstante, el establecimiento de medidas para paliar esta situación de crisis de carácter social parece no estar muy clara y, aunque cada ciudadano intenta aportar su granito de arena, no existe una idea concreta de cómo hacerlo. Cabe aclarar, en este punto, que ambos tipos de crisis, económica y social, no siempre se presentan al mismo tiempo ni por el mismo motivo.

Este trabajo defiende que, si la reacción más obvia y aceptada para salir de la situación de crisis económica es el fomento del emprendimiento empresarial, la opción más apropiada para superar la crisis social es fomentar el emprendimiento social. Obviamente, pese a tener características similares, la diferencia entre estos dos tipos de emprendimiento, como veremos a continuación, radica en el objetivo o enfoque que lo motiva, siendo el objetivo básico de este último el desarrollo y mejora de la sociedad. Tras aceptar este planteamiento, ahora debemos buscar un entorno adecuado para propagar el emprendimiento social y, en nuestra opinión, el ámbito educativo es un gran escenario donde empezar a hacerlo. La inclusión de esta idea en el campo de la educación tendría un sólido efecto en la realidad, pues es un proceso en el que cada vez se está más inmerso a lo largo de la vida. Sobre todo podemos destacar el caso de la educación permanente, pues pretende actualizar de forma continua los conocimientos y planteamientos establecidos, situación que concuerda a la perfección con nuestro propósito. Igualmente abogamos por su

inclusión a través de la Educación Física, pues al ser un ámbito eminentemente práctico nos ofrece un contexto idóneo para desarrollar nuestra propuesta.

Por último, tan solo nos quedaría establecer el sistema para implementar nuestro planteamiento. En nuestra opinión, una buena vía para hacerlo sería la innovación docente, a través del uso de las denominadas metodologías activas y experienciales. Estas proponen un cambio sustancial en los roles tradicionales dentro del proceso educativo, propiciando un protagonismo del alumnado que da opción al desarrollo de competencias personales y sociales por lo que, en este caso, nos serían de gran ayuda. Debemos señalar en este punto, que el cambio metodológico, aunque vital, no es el único paso a realizar por lo que debería ir acompañado de otras adaptaciones menores para lograr el objetivo propuesto.

Pese a lo expuesto hasta ahora, como señala Orrego (2009), el interés por el emprendimiento no es una cuestión novedosa, pues se viene evidenciando tanto en el ambiente académico como en el empresarial a lo largo de las últimas dos décadas, en instituciones públicas, privadas y sociales. No obstante, Europa es una de las zonas menos emprendedoras del mundo, de hecho en España únicamente el 7,3% de la población de entre 18 y 65 años participa en actividades empresariales de nueva creación (De la Vega, Corduras, Justo y González, 2006). Teniendo en cuenta estos datos, parece aún más patente la necesidad de promover y fomentar el emprendimiento social entre los miembros de nuestra comunidad, pues esta ya es de por sí poco emprendedora.

A continuación intentaremos arrojar algo de luz sobre el concepto de emprendimiento social y lo distinguiremos de su vertiente más conocida, la empresarial.

2. EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Según la RAE¹ emprender implica “*cometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro*”. Otros autores consideran que el emprendimiento hace referencia a la capacidad de generar ideas, identificar oportunidades y definir escenarios adecuados para convertirlas en realidad, teniendo una relación directa con la capacidad de adaptarse a diferentes equipos de trabajo, además de ser capaz de

¹ Real Academia Española.

generar nuevos equipos y liderarlos (Lanzas, Lanzas y Castaño, 2006). Aliaga y Schalk (2010) añaden la autonomía y la capacidad de decisión como elementos básicos del emprendimiento, además de resaltar la importancia del liderazgo. Por su parte, González y Zúñiga (2011) destacan la identificación de oportunidades, el liderazgo y la organización de recursos como características del emprendimiento, teniendo el objetivo de crear valor y responder a la necesidad de fomentar el desarrollo económico.

Todas estas aportaciones están enfocadas desde una perspectiva empresarial, centrándose en generar beneficios económicos a través de la creación de nuevas empresas y exitosos negocios. Esto denota una fuerte influencia anglosajona, donde el término *entrepreneur* hace igualmente referencia al empresario y al emprendedor. Sin embargo consideramos que es posible ser emprendedor estimulando la búsqueda y el desarrollo de nuevas ideas, persiguiendo tanto objetivos individuales como sociales, sin necesidad de responder a incentivos económicos (Velasco, 2012). En este sentido, Selamé (1999) aporta una dimensión más amplia al concepto de emprendimiento, argumentando que hace referencia al manejo del riesgo, la creatividad, la innovación, la autoconfianza y la acción a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales, combinando recursos orientados al logro de un fin determinado y generando un nuevo valor, producto, bien o servicio. Con una visión similar, Valls, Villa, Martínez y Hernando (2009) lo entienden como:

“la capacidad de iniciar, crear y poner en marcha un proyecto a través de la identificación de ideas y oportunidades, analizando los factores exógenos (económicos, sociales, ambientales y políticos) así como los endógenos (capacidad de disponer de personas así como de recursos físicos y financieros) (p.6)”.

Las referencias bibliográficas aportadas, nos ayudan a comprender que el emprendimiento se puede abordar desde diferentes perspectivas, de entre las que nos gustaría destacar la económica y la social. Como ya hemos comentado, nuestro interés se centra en el emprendimiento social y en las posibilidades que la educación ofrece para su mejora y desarrollo. Por ello, a continuación pasamos a profundizar sobre las características de esta perspectiva emprendedora.

Según Roberts y Woods (2005), el emprendimiento social supone un proceso de construcción, evaluación y persecución de oportunidades para un cambio social. En esta línea, Auerswald (2009) señala que el emprendimiento social, a diferencia de otras formas de emprendimiento que se centran básicamente en crear valor financiero, pretende generar un valor de carácter social dirigido a cubrir una necesidad existente. Así pues, entendemos que este tipo de emprendimiento, está orientado a provocar una transformación social (Valls, Villa, Martínez y Hernando, 2009). Por otra parte, Zahra, Filatotchev y Wrighth (2009), opinan el emprendimiento social abarca las actividades y procesos que se llevan a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el objetivo de aumentar la riqueza social, creando nuevas empresas o dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora. Del mismo modo, Enciso (2010) apunta que el emprendimiento social hace referencia a las iniciativas de individuos que quieren sacar adelante proyectos de naturaleza solidaria y sin ánimo de lucro. Finalmente, Palacios (2010) indica que la empresa social, principal forma de organización de este modelo de emprendimiento, emerge a lo largo del siglo XXI con el objetivo de resolver problemas sociales de una manera sostenible.

No obstante, pese a todo lo expuesto, debemos precisar que el emprendimiento social no se refiere a actividades caritativas pues, aunque su objetivo fundamental no sea el de obtener beneficios económicos, puede ser igualmente rentable. Para entender mejor este enfoque, en el gráfico 1, mostramos la matriz del emprendimiento social descrita por Massetti (2008), donde lo sitúa en un punto intermedio entre la misión social, las actividades sin fines lucrativos, la rentabilidad y el mercado financiero.

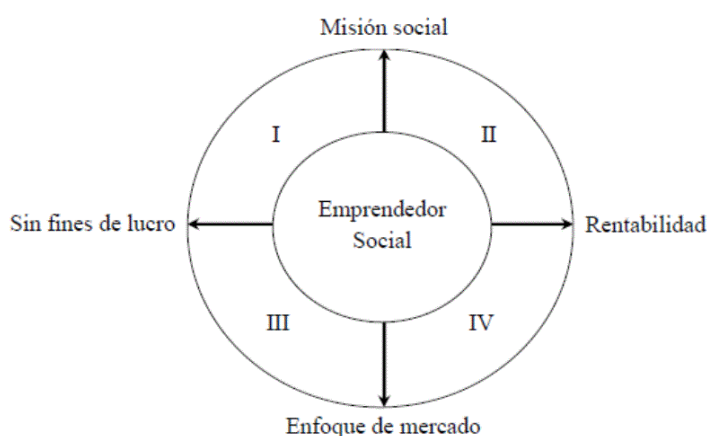


Fig 1. Matriz del emprendimiento social. Massetti (2008).

Así pues, considerando toda esta información, así como la revisión del concepto de emprendimiento social en la literatura a lo largo de los últimos años realizada por Guzmán y Trujillo (2008), podemos decir que el emprendimiento social tiene como objetivo fundamental la creación de valor social a través de propuestas innovadoras pretendiendo, con ello, resolver problemas o satisfacer necesidades sociales. Por lo que consideramos que debe fomentarse desde los diferentes entornos de la sociedad incluyendo, obviamente, el ámbito educativo y especialmente desde el área de la educación permanente.

Seguidamente aportaremos algunas de las investigaciones más relevantes respecto al emprendimiento para conocer, más profundamente, en qué punto nos encontramos en cuanto al estudio de esta materia.

3. ANTECEDENTES INVESTIGADORES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

Uno de los estudios internacionales más importantes sobre el emprendimiento es el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Este trabajo se realiza cada año desde 2006 y busca comparar la evolución en la creación de nuevas empresas entre los diferentes países del mundo (Allen, Langowitz, y Minniti, 2006; Bosma y Harding, 2007; y Bygrave y Quill, 2006). Obviamente esta investigación tiene una clara orientación hacia el ámbito empresarial, analizando el desarrollo del emprendimiento desde un punto de vista económico y financiero.

Como ya hemos indicado anteriormente, nuestra propuesta se ubica en el área educativa. Dentro de este campo se han realizado numerosas investigaciones sobre el emprendimiento, especialmente en el ámbito universitario. Prueba de ello son los trabajos realizados respecto a la sensibilidad sobre el emprendimiento y las intenciones emprendedoras de los estudiantes de doctorado Franceses como futuros investigadores (Boissin, Castagnos y Deschamps, 2006); las relaciones entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico en el Instituto de Estudios Empresariales de la Universidad de Montevideo (Centro de Desarrollo Emprendedor del IEEM, 2007); la vocación emprendedora del alumnado en dos Facultades de Ciencias Económicas y Sociales en Mar del Plata (Argentina) (Graña y Fornoni, 2002); el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú) y su relación con

algunas variables demográficas (Loli, Del Carpio y La Jara, 2008); y sobre el perfil psicosocial del emprendedor en las universidades de Castilla y León (Moriano, 2005).

En un entorno más cercano, a continuación presentamos algunos de los trabajos más relevantes sobre el emprendimiento realizados en nuestro país. Estas investigaciones versan sobre la motivación que anima a emprender a la población española y el estado de la cultura emprendedora en España (Corduras, 2006); el emprendimiento en el hábitat rural y urbano, y los factores que lo determinan para el caso de Navarra (Contín y Larraza, 2010); la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid (Espíritu, 2011); la relación del emprendimiento con el turismo y la sostenibilidad de los espacios naturales en la comunidad autónoma de Andalucía (Gessa y Toledano, 2011); y, por último, la situación de la literatura reciente sobre las redes de emprendimiento y, cómo el contenido y la estructura de las redes sociales contribuyen al éxito de la actividad del emprendedor (Herrera, 2009). Mención especial merece la investigación realizada por Sánchez y Gutiérrez (2011), revisión en la que se repasan 471 trabajos producidos en España entre 1977 y 2009, sobre el emprendimiento, sus comienzos, naturaleza y principales focos de atención. En este trabajo, los autores destacan que existe una preferencia por centrarse en el proceso emprendedor y el estudio de las pequeñas empresas, así como por el uso de los métodos cualitativos y las contribuciones conceptuales.

Como hemos podido comprobar, la mayor parte de estas investigaciones se centran en la perspectiva económica y financiera del emprendimiento pues, incluso en los trabajos que se han realizado en entornos educativos, se presta escasa atención al estudio del emprendimiento social. Nuestra propuesta pretende promover el emprendimiento social desde el ámbito educativo, especialmente ligado a la innovación metodológica en la educación a lo largo de la vida en el ámbito de la Educación Física, por lo que, tras evidenciar el déficit existente en esta temática, consideramos que todavía es un campo a desarrollar.

En el siguiente apartado analizaremos las características del emprendedor social, pues esta información será de vital importancia para saber qué aspectos debemos fomentar.

4. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR SOCIAL

Los trabajos de Chell, Haworth, y Brearley (1991), y Rauch y Frese (2000) defienden que hay una relación positiva entre los rasgos de la personalidad emprendedora y el comportamiento emprendedor. Del mismo modo, Collins, Hanges y Locke (2004); Rauch y Frese (2007); Stewart y Roth (2001 y 2004); y Zhao y Seibert (2006), indican que esta relación evidencia la validez predictiva de los rasgos de personalidad, sugiriendo el análisis de contingencias que puedan determinar el tamaño de la misma. Teniendo en cuenta estas consideraciones, si conocemos los rasgos de la personalidad emprendedora social podremos valorar adecuadamente el comportamiento emprendedor de un grupo de personas. Por tanto, a continuación pasaremos a analizar los rasgos que caracterizan al emprendedor social para, así, poder valorar el comportamiento emprendedor social.

En la publicación elaborada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, junto con el Ministerio de Educación y Ciencia (2003), se describen nueve valores indispensables del espíritu emprendedor. Se dividen en personales, entre los que encontramos creatividad, autonomía, confianza en uno mismo, tenacidad, sentido de la responsabilidad y capacidad para asumir riesgos; y sociales, donde se ubican el liderazgo, el espíritu de equipo y la solidaridad. Más tarde, el trabajo presentado por De Pablo, Santos y Bueno (2004) sobre las dimensiones del perfil del emprendedor, se expone una revisión de los aspectos individuales más analizados en la literatura, enumerando hasta un total de 43. Entre ellos, destacamos: necesidad y/o reconocimiento de logro, aceptación de riesgos moderados, creatividad/imaginación/innovación, liderazgo, orientado hacia la oportunidad, capacidad de conseguir recursos, toma de iniciativa/nuevos retos, autoconfianza/control interno, perseverancia/compromiso total, versatilidad/flexibilidad, orientación hacia metas específicas, planificación, seguimiento sistemático, redes de contacto, responsabilidad personal, planifican con límites de tiempo y, por último, necesidad de aprobación.

Otros autores indican que las características del emprendedor son iniciativa, creatividad, compromiso, liderazgo, visión de futuro, autoconfianza, capacidad de asumir riesgos, tenacidad y pensamiento positivo (Valls, Villa, Martínez y Hernando, 2009). Del mismo modo, Enciso (2010), considera que las competencias que se asocian al emprendimiento son motivación al logro, asunción de riesgos, autoconfianza, tolerancia al

fracaso, habilidad para identificar oportunidades y capacidad para aprender de las experiencias. Finalmente Sánchez (2010), tras revisar los trabajos de diferentes autores, señala que los principales rasgos de la personalidad emprendedora son locus de control, autoeficacia, propensión al riesgo y personalidad proactiva. Esta última categoría es la que está más relacionada con los aspectos sociales del emprendedor, por lo que para ampliar las características que la conforman nos remitimos al trabajo de Moraleda, González, y García-Gallo (2004) donde destacan las siguientes actitudes y estrategias cognitivas sociales: conformidad con lo socialmente correcto, sensibilidad social, ayuda/colaboración, seguridad/firmeza en la interacción y liderazgo prosocial.

Tras considerar las cualidades descritas en las distintas publicaciones aportadas, a continuación presentamos la tabla 1, donde enumeramos organizados en tres categorías los 19 rasgos característicos que, a nuestro entender, definen la personalidad del emprendedor social.

Tabla 1. Rasgos característicos que definen la personalidad del emprendedor social.

Categoría 1. Aspectos de carácter personal	
Liderazgo	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -[Drucker (1964); Baumol (1968); Shapero (1975); Nelson y Neck (1981); Welsh y White (1984); Jarillo (1984); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Varela (1990); Grabinsky (1998)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009)
Confianza	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -[Claver y Gómez (1979); Nelson y Neck (1981); Hawkins y Turla (1987); Gasse (1989); Timmons (1989); Veciana (1989); Varela (1990); Le Brass (1995); Vigorena (1999); Sánchez (1992)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Moraleda, González, y García-Gallo (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009) -Enciso (2010) -[Bandura (1997)] en Sánchez (2010)
Responsabilidad	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -[McClelland (1961); Harwood (1982); Timmons (1989); Ludevid y Ollé (1993); Vigorena (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[Covin y Slevin (1989)] en Sánchez (2010)
Organización	-[Leibstein (1968); Casson (1982); Greffe (1988); McBeer (1989); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996); Sánchez (2002)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[Nelson y Neck (1981); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Guerrero y Palacios (1994); Masifern (1996)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[Chen, Greene y Crick (1998)] en Sánchez (2010)

Tabla 1. Continuación.

Motivación al logro	-[Leibstein (1968); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Ludevid y Ollé (1993); Vigorena (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[McClelland (1961); Hornaday y About (1971); Vesper (1980); Hawkins y Turla (1987); Veciana (1989); Varela (1990); Grabinsky (1990) y Vigorena (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Enciso (2010) -[Rotter (1966)] en Sánchez (2010)
Capacidad para asumir riesgos	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -[Hornaday y About (1971); Claver y Gómez (1979); Hull (1980); Gibb (1982); Jarillo (1984); Hawkins y Turla (1987); Timmons (1989); Varela (1990); Grabinsky (1990) y Baron y Markman (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009) -Enciso (2010) -[Das y Teng (1997)] en Sánchez (2010)
Estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento	-[Drucker (1964); Leibstein (1968); Collins y Moore (1970); Vesper (1980); Meredith (1982); Ronstadt (1984); Herbert y Link (1988); Nueno (1994); Guerrero y Palacios (1994); Varela (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[Leibstein (1968); Hawkins y Turla (1987); McBeer (1989); Grabinsky (1990); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004)
Categoría 2. Aspectos de carácter social	
Coherencia y compromiso	-Moraleda, González, y García-Gallo (2004) -[Nelson y Neck (1981); Hisrich y Brush (1984); Timmons (1989); Ludevid y Ollé (1993); Varela (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009)
Conciencia social	-Moraleda, M. González, A. y García-Gallo, J. (2004)
Convivencia y el respeto por el bien público	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -Moraleda, González, y García-Gallo (2004)
Tolerancia	-Moraleda, González, y García-Gallo (2004)
Cooperación y ayuda	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -Moraleda, González, y García-Gallo (2004)
Categoría 3. Aspectos de carácter innovador	
Iniciativa	-[Drucker (1964); Draheim (1966); Hornaday y About (1971); Nelson y Neck (1981); Hawkins y Turla (1987); Patel (1989); Timmons (1989); Varela (1990); Brown y Rose (1993)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Moraleda, González, y García-Gallo (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009) -[Korunka, Frank, Lueger y Mugler (2003)] en Sánchez (2010) -[Covin y Slevin (1989)] en Sánchez (2010) -[Bateman y Crant (1993)] en Sánchez (2010)
Creatividad	-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003) -[Napoleoni (1968); Hornaday y About (1971); Nelson y Neck (1981); Ronstadt (1984); Greffe (1988); Gasse (1989); Ludevid y Ollé (1993); Nueno (1994); Vigorena (1999); Sánchez (2002)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Valls, Villa, Martínez y Hernando, (2009)
Capacidad de generar ideas	-Moraleda, González, y García-Gallo (2004)

Tabla 1. Continuación.

Capacidad para identificar oportunidades	-[Drucker (1964); Leibstein (1968); Shapero (1975); Meredith (1982); Hawkins y Turla (1987); McBeer (1989); Ludevid y Ollé (1993); Masifern (1996); Lucas (1998); Vigorena (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -Enciso (2010) -[Lumpkin y Dess (1996); Stevenson y Jarillo (1990)] en Sánchez (2010) -[Shapero (1982)] en Sánchez (2010)
Capacidad de cambio	-[Leibenstein (1968); Gibb (1982); McBeer (1989); Guerrero y Palacios (1994); Baron y Markman (1999)] en De Pablo, Santos, y Bueno (2004) -[Covin y Slevin (1989)] en Sánchez (2010) -[Bateman y Crant (1993)] en Sánchez (2010)
Capacidad para aprender y evolucionar	-Enciso (2010)
Tolerancia al fracaso	-Enciso (2010) -[Covin y Slevin (1989)] en Sánchez (2010)

Cuadro 1. Rasgos característicos que definen a un emprendedor social. Elaboración propia.

Tras citar las 19 características de la personalidad emprendedora social, seguidamente pasamos a definir cada una de ellas, así como las categorías en las que se distribuyen, para tener una idea más precisa de a qué nos referimos en cada caso.

Categoría 1. Aspectos de carácter personal: hace referencia a los elementos, facetas y matices propios, pertenecientes o relativos a la personalidad del individuo.

Liderazgo: condición de dirección que asume una persona al ser reconocido como el jefe u orientador de un grupo.

Confianza: seguridad que una persona tiene en sí misma y en su propio desempeño profesional y/o personal.

Responsabilidad: cargo u obligación que resulta para alguien el reconocer y aceptar las consecuencias de una situación o hecho realizado libremente.

Organización: acción y efecto de disponer en base al arreglo de unas normas o pautas.

Motivación al logro: ensayo mental preparatorio de una acción para animar y/o animarse a ejecutarla con interés y diligencia en busca de alcanzar unos objetivos determinados.

Capacidad de asumir riesgos: aptitud, talento o cualidad que dispone a alguien para hacerse cargo, responsabilizarse y aceptar la posibilidad de que algo suceda o no suceda.

Estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento: dicho de una persona que forma parte de un grupo que le sitúa en una posición de privilegio para adquirir ciertos datos y/o saberes.

Categoría 2. Aspectos de carácter social: indica los elementos, facetas y matices propios, pertenecientes o relativos a la personalidad del individuo en relación con la sociedad o la comunidad.

Coherencia y compromiso: actitud lógica y consecuente que vincula a una persona con una obligación o tarea contraída libremente.

Conciencia social: actitud moral respecto a lo comunitario que implica reflexionar sobre las situaciones que requieren atención y actuar para mejorar la sociedad.

Convivencia y el respeto por el bien público: acción de vivir en compañía presentando una actitud de consideración y deferencia hacia otras personas y cosas, materiales o inmateriales, de propiedad comunitaria.

Tolerancia: respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

Cooperación y ayuda: obrar junto con otras personas en un mismo fin, haciendo un esfuerzo y ofreciendo auxilio en el desempeño de la tarea a realizar.

Categoría 3. Aspectos de carácter innovador: señalan los elementos, facetas y matices propios, pertenecientes o relativos a la personalidad del individuo en relación con el potencial para descubrir, inventar y progresar.

Iniciativa: capacidad para dar principio a algo por uno mismo, adelantándose a los demás.

Creatividad: capacidad para formar nuevas ideas o proyectos fundándolos por uno mismo.

Capacidad de generar ideas: aptitud o cualidad que dispone a una persona para producir conceptos, opiniones o juicios de valor propios, con ingenio, sobre algo o alguien.

Capacidad para identificar oportunidades: aptitud o cualidad que dispone a una persona para reconocer y aprovechar ocasiones o coyunturas.

Capacidad de cambio: aptitud o cualidad que dispone a una persona a modificar y adaptar su posición o comportamiento en función de las necesidades existentes.

Capacidad para aprender y evolucionar: aptitud o cualidad que dispone a una persona para adquirir y asimilar el conocimiento de algo, por medio del estudio o la experiencia, produciendo un progreso en su desarrollo personal o profesional.

Tolerancia al fracaso: capacidad para resistir, soportar y llevar con paciencia los resultados adversos en el desempeño de una tarea o acción.

Teniendo en cuenta las descripciones aportadas, nos es más fácil saber a qué nos referimos en cada uno de los aspectos a considerar para fomentar el emprendimiento social. Así pues, ahora ya solo faltará incluirlos en nuestras programaciones didácticas para mejorar y enriquecer nuestra comunidad.

5. CONCLUSIÓN

La actual situación de crisis económica ha provocado un empobrecimiento social como consecuencia de la reducción en la inversión económica destinada a la prestación social comunitaria. Por ello, consideramos que la respuesta más acertada para revertir esta situación, es promover el emprendimiento social, como medida de reactivación y enriquecimiento de la sociedad, del mismo modo que sucede en el apartado económico. Aunque parezca una tarea sencilla, destacar que no lo es tanto pues nos encontramos en una de las zonas menos emprendedoras del planeta (De la Vega, Corduras, Justo y González, 2006).

El ámbito educativo ha sido objeto de diversos estudios sobre el emprendimiento (Boissin, Castagnos y Deschamps, 2006; Centro de Desarrollo Emprendedor del IEEM, 2007; Graña y Fornoni, 2002; Loli, Del Carpio y La Jara, 2008; y Moriano, 2005). No obstante, nuestra propuesta plantea aprovechar dicho campo, no como área de estudio sino como espacio para promover el emprendimiento social, especialmente en el ámbito de la educación permanente, por su carácter continuo y prologando a lo largo de la vida, y a través de la Educación Física, por su faceta práctica y experiencial. Para realizar esta tarea, creemos que la mejor opción es a través de la innovación docente, mediante el uso de las

metodologías activas, pues nos proporcionarán el clima adecuado para desarrollar los aspectos personales y sociales requeridos.

Por último, hemos profundizado en el conocimiento de los aspectos específicos que se deben trabajar para mejorar el emprendimiento social. Por ello, apoyados en una sólida fundamentación bibliográfica, De Pablo, Santos y Bueno (2004); Enciso (2010); Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Ministerio de Educación y Ciencia (2003); Moraleda, González, y García-Gallo (2004); Sánchez (2010); y Valls, Villa, Martínez y Hernando (2009), entre otros, hemos identificado los 19 rasgos característicos de la personalidad del emprendedor social. Posteriormente, aportamos las definiciones de cada uno de estos rasgos característicos, así como de las categorías en las que se agrupan. De este modo sabremos qué fomentar para prosperar hacia una comunidad más rica y emprendedora, desde el punto de vista social.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALIAGA, C., y SCHALK, A. (2010). “E²: empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile”. *Calidad den la Educación*, nº 33, 319-337.
- ALLEN, E., LANGOWITZ, N., y MINNITI, M. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Report on women and entrepreneurship*. Londres y Massachusetts: London Business School & Babson College.
- AUERSWALD, P. (2009). “Creating Social Value”. *Stanford Social Innovation Review*, vol. 7, nº 2, 51-55.
- BOISSIN, J. P., CASTAGNOS, J. C., y DESCHAMPS, B. (2006). “Incentives and drawbacks concerning entrepreneurial action - A study of french PhD students”, en FAYOLLE, A., y KLANDT, H. (Eds.). *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*, 263-276. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- BOSMA, N., y HARDIN, R. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. GEM 2006 Results*. Londres y Massachusetts: London Business School & Babson College.

- BYGRAVE, W., y QUILL, M. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report*. Londres y Massachusetts: London Business School & Babson College.
- CENTRO DE DESARROLLO EMPRENDEDOR DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES DE MONTEVIDEO (IEEM). (2007). *Emprendedorismo en los universitarios: una opción cada día más real*. Montevideo: Universidad de Montevideo.
- CHELL, E., HAWORTH, J. M., y BREARLEY, S. A. (1991). *The entrepreneurial personality: concepts, cases and categories*. Londres: Routledge.
- CORDURAS, A. (2006). “La motivación para emprender en España”. *Ekonomiaz*, nº 62, 12-39.
- COLLINS, C. J., HANGES, P. J., y LOCKE, E. A. (2004). “The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behaviour: a meta-analysis”. *Human Performance*, vol. 17, nº 1, 95-117.
- CONTÍN, I., y LARRAZA, M. (2010). “Actividad emprendedora rural y urbana: el caso de Navarra”. *Revista Internacional de Estudios Vascos*, vol. 1, nº 55, 39-60.
- DE LA VEGA, I., CORDURAS, A., CRUZ, C., JUSTO, R. y GONZÁLEZ, I. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- DE PABLO, I., SANTOS, B., y BUENO, Y. (2004). “Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito”, en ROIG, S., RIBEIRO, D., TORCAL V. R., DE LA TORRE, A. y CERVER, E. (eds). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, 813-830. Valencia: Universidad de Valencia.
- ENCISO, J. D. (2010). “El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes?” *Educación y Educadores*, vol. 13, nº 1, 63-76.
- ESPÍRITU, R. (2011). “Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid”. *Tesis Doctoral*. Madrid:

Universidad Complutense de Madrid, Facultad de ciencias económicas y empresariales. Departamento de Organización de Empresas.

- GESSA, A., y TOLEDANO, N. (2011). “Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos. El caso de Andalucía – España”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, 1154-1174.
- GONZÁLEZ, R., y ZÚÑIGA, A. (2011). “Método CEPCES para la evaluación del potencial emprendedor”. *Journal of Technology Management & Innovation*, vol. 6, 77-99.
- GRAÑA, F., y FORNONI, M. (2002). “La vocación emprendedora en los alumnos universitarios avanzados de Ciencias Económicas de la ciudad de Mar del Plata”. *Tesis Doctoral*. Mar del Plata: UNMDP.
- GUZMÁN, A., y TRUJILLO, M. A. (2008). “Emprendimiento social – revisión de literatura”. *Estudios Gerenciales*, vol. 24, nº 109, 105-125.
- HERRERA, H. (2009). “Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura”. *Revista innovar*, vol. 19, nº 33, 19-33.
- LANZAS, A., LANZAS, V., y CASTAÑO, J. C. (2006). “Modelo Administrativo para una unidad de emprendimiento en instituciones públicas de educación superior, caso Universidad Tecnológica de Pereira”. *Scientia Et Technica*, nº 30, 239-249.
- LOLI, A., DEL CARPIO, J., y LA JARA, E. (2009). “El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas”. *Revista de Investigación en Psicología*, vol. 12, nº 1, 111-130.
- MASSETTI, B. L. (2008). “The social entrepreneurship matrix as a “tipping point” for economic change”. *St. John’s University*, vol. 10, nº 3, 1-8.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO, Y MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA. (2003). *El espíritu emprendedor. Motor de futuro. Guía del profesor*. Madrid: Secretaría General de Educación y Formación Profesional.
- MORALEDA, M., GONZÁLEZ, A., y GARCÍA-GALLO, J. (2004). *AECS: actitudes y estrategias cognitivas sociales (2ª ed.)*. Madrid: TEA.

- MORIANO, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio realizado en Castilla y León*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- ORREGO, C. (2009). “La fenomenología y el Emprendimiento”. *Pensamiento y gestión, Universidad del Norte*, nº 27, 235-252
- PALACIOS, G. (2010). “Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural”. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, vol. 16, nº 4, 579-590
- RAE: DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Vigésima segunda edición. *Emprender* [Consulta: 15 Sep. 2014]: <<http://lema.rae.es/drae/?val=emprender>>
- RAUCH, A., y FRESE, M. (2000). “Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings”, en COOPER, C. L., y ROBERTSON, I. T. (Eds), *International review of industrial and organizational psychology*, 101-141. Chischester: Wiley.
- RAUCH, A., y FRESE, M. (2007). “Let’s put the person back into entrepreneurship research: a metaanalysis on the relationship between business owners’ personality traits, business creation, and success”. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, vol. 16, nº 4, 353-385.
- ROBERTS, D., y WOODS, C. (2005). “Changing the world on a shoestring: the concept of social entrepreneurship”. *University of Auckland Business Review*, vol. 7, nº 1, 45-51.
- SÁNCHEZ, J. C. (2010). “Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE)”. *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 42, nº 1, 41-52.
- SÁNCHEZ, J. C., y GUTIÉRREZ, A. (2011). “Entrepreneurship research in Spain: developments and distinctiveness”. *Psicothema*, vol. 23, nº 3, 458-463.
- SELAMÉ, T. (1999). *Emprendimiento juvenil*. Santiago de Chile: Universidad Santiago de Chile.
- STEWART, W. H., y ROTH, P. L. (2001). “Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review”. *Journal of Applied Psychology*, vol. 86, nº 1, 145-153. doi: [10.1037/0021-9010.86.1.145](https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.145)

- STEWART, W. H., y ROTH, P. L. (2004). "Data-quality affects meta-analytic conclusions: a response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity". *Journal of Applied Psychology*, vol. 89, nº 1, 14-21. doi: [10.1037/0021-9010.89.1.14](https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.1.14)
- VALLS, N., VILLA, A., MARTÍNEZ, S., y HERNANDO A. (2009). *Emprendimiento social juvenil. 18 Buenas prácticas*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.
- VELASCO, R. (2012). "Emprendimiento. Un estado de la investigación". *Mediterráneo Económico, IE Business School*, nº 21, 53-62.
- ZAHRA, S. A., FILATOTCHEV, I., y WRIGHT, M. (2009). "How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity". *Journal of Business Venturing*, vol. 24, nº 3, 248-260.
- ZHAO, H., y SEIBERT, S. E. (2006). "The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review". *Journal of Applied Psychology*, vol. 91, nº 2, 259-271.