



DIAGNÓSTICO DEL PERFIL EMPRENDEDOR SOCIAL EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR EN SINALOA

*Diagnosis of the Social Entrepreneurial Profile in Upper Secondary
Education Students in Sinaloa*

Rosario Jiovila Félix

Universidad Autónoma Indígena de México, México.

rosario.jiovila@gmail.com

Aida Alvarado Borrego

Universidad Autónoma Indígena de México, México.

aidaalvaradoborrego@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1228-5333>

Cómo Citar: Jiovila Félix, R., Alvarado Borrego, A. (2025). Diagnóstico del perfil emprendedor social en estudiantes de educación media superior en Sinaloa. *Momboy* (25), 486-506. <https://doi.org/10.70219/mby-252025-418>

RESUMEN

El presente estudio analiza los valores del emprendimiento social en estudiantes del Colegio de Bachilleres (COBAES) Plantel 13 "Lic. Eustaquio Buelna Pérez", ubicado en la localidad El Tajito, Guasave, Sinaloa. Alineado a dos de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en primer lugar el Objetivo 4: Educación de calidad, y en concordancia a políticas gubernamentales nacionales y estatales, la investigación se realizó con una muestra aleatoria de 69 alumnos. Se aplicó un test basado en modelos teóricos que evalúan valores como liderazgo, resiliencia, innovación, trabajo en equipo, entre otros, así como la Evaluación Multifactorial de la Creatividad (EMUC) para medir la creatividad. Los resultados muestran un alto nivel de liderazgo, resiliencia, fibra ética e innovación, pero también áreas de oportunidad en el trabajo en equipo y la participación social/ambiental. Se concluye que es necesario fortalecer la cultura emprendedora mediante estrategias educativas que impulsen la creatividad, el compromiso social y el desarrollo de proyectos con impacto positivo en la comunidad.

Palabras clave: Emprendimiento social, valores, creatividad.

Recibido	Revisado	Aceptado
15/10/2025	20/11/2025	17/12/2025



ABSTRACT

This study analyzes the values of social entrepreneurship among students at the Colegio de Bachilleres (COBAES) Campus 13 "Lic. Eustaquio Buelna Pérez," located in El Tajito, Guasave, Sinaloa. Aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), primarily Goal 4: Quality Education, and national and state government policies, the research was conducted using a mixed-method approach with a random sample of 69 students. A test based on theoretical models that assess values such as leadership, resilience, innovation, teamwork, among others, was applied, as well as the Multifactorial Assessment of Creativity (EMUC) to measure creativity. The results show a high level of leadership, resilience, ethical character, and innovation, but also areas of opportunity in teamwork and social/environmental participation. It is concluded that it is necessary to strengthen the entrepreneurial culture through educational strategies that promote creativity, social commitment, and the development of projects with a positive impact on the community. **Keywords:** Social entrepreneurship, values, creativity.

Introducción

El emprendimiento social se concibe como una iniciativa, proyecto u organización cuya misión es completamente social, surgida para atender necesidades específicas de una comunidad y para aprovechar áreas de oportunidad que, por diversas razones, no han sido cubiertas por las instituciones gubernamentales. A nivel mundial dentro del marco de lo propuesto por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se menciona que, se establecieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, mismos que fueron adoptados por la ONU en 2015 como un llamamiento universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad. Dentro de esos 17 objetivos se considera a 2 de ellos como aspectos claves para el desarrollo de este proyecto, el primero es el Objetivo 4, el cual lleva por nombre: educación de calidad, este destaca la importancia de una educación de calidad, planteando como prioridad asegurar una formación inclusiva y accesible para toda la población, sustentada en la convicción de que la educación es uno de los impulsores más sólidos y efectivos para alcanzar el desarrollo sostenible.

En México, el Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030 señala que la innovación constituye un elemento clave dentro de las políticas para el desarrollo económico y social, especialmente al fortalecer la economía social mediante cooperativas, asociaciones, cajas de ahorro y mutuales. Estos sectores agrupan a más de 14 millones de personas, incluidos ejidos y comunidades indígenas. Ante las limitaciones del mercado laboral derivadas de la automatización, la economía social se presenta como una alternativa que impulsa nuevas formas de empleo y organización económica sustentadas en la autoorganización, el cooperativismo, la solidaridad, la ayuda mutua, la reciprocidad y el cuidado del medio ambiente. Y además también menciona que: "Para fortalecer el proyecto histórico de los mexicanos, de ser un país soberano, independiente y democrático se requiere fortalecer la economía nacional, impulsar una política industrial integral que ayude a disminuir nuestra dependencia del exterior, que incentive la inversión nacional y extranjera responsable, y que además permita a las empresas nacionales participar de las cadenas globales de producción y de valor". (Plan Nacional de Desarrollo México, 2025)

Por su parte, en el Plan Estatal de Desarrollo 2022 establece en su política 3, el impulso al desarrollo comercial y competitivo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) y los emprendedores; y afirma que las Mipymes en el estado, juegan una tarea primordial en la generación de empleos, ingreso y abastecimiento de aquellos nichos de mercado que no son cubiertos por las grandes empresas, además de dinamizar la actividad productiva. (Plan Estatal de Desarrollo Sinaloa, 2022). Con estas acciones, el gobierno de estado de Sinaloa se alinea al Plan Nacional de Desarrollo, por otro lado, a nivel municipal en Guasave, Sinaloa, en el Plan Municipal de Desarrollo 2025-2027 en su eje 2 de Desarrollo Económico, y acorde a los ODS 2030, menciona que se promoverán las políticas gubernamentales que fomenten el emprendimiento e innovación. (Plan Municipal de Desarrollo Guasave 2025).

Commented [WA1]: Ojo con estas citas y referencias, va el nombre completo de la institución no una parte como si fuese apellido! CORREGIR TODOS LOS CASOS

De acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI 2019), la comunidad El Tajito es una localidad del municipio de Guasave, en Sinaloa, y abarca un área cercana a 97 hectáreas, con una población de alrededor de 2,970 personas en 688 casas. Se registran 302 personas por km², con una edad promedio de 25 años y una escolaridad promedio de 8 años cursados. De las casi 3,000 personas que habitan en El Tajito, 1,000 son menores de 14 años y 700 tienen entre 15 y 29 años de edad. En relación a la institución educativa, el Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa, nace el 16 de febrero de 1981 con domicilio en la ciudad de Culiacán, Rosales, Sinaloa y se establece en ese mismo año en la localidad El Tajito, actualmente tiene en su misión: formar ciudadanos éticos, responsables y emprendedores a través de una educación media superior de calidad, sustentada en el desarrollo de competencias en ambientes positivos integrados por una comunidad de alumnos, padres de familia, maestros y directivos. Por otra parte, su visión: ser una institución reconocida por la calidad certificada de sus servicios educativos en planteles; formadora de líderes éticos, creativos y emprendedores; guiados por docentes acreditados y una comunidad basada en ambientes positivos.

En la actualidad, su misión consiste en formar ciudadanos con valores éticos, responsables y con espíritu emprendedor, mediante una educación media superior de calidad enfocada en el desarrollo de competencias dentro de ambientes positivos, contruidos por la colaboración de estudiantes, familias, docentes y directivos. Asimismo, su visión plantea consolidarse como una institución reconocida por ofrecer servicios educativos de calidad certificada en sus planteles, dedicada a la formación de líderes éticos, creativos y emprendedores, respaldados por docentes acreditados y una comunidad que promueve entornos positivos.

Así como también se encuentran sus valores institucionales, dentro de los cuales destacan: Responsabilidad: cumplimos con nuestros compromisos como organización, grupo y personas. Honestidad: generamos confianza por nuestra transparencia y apego a la verdad. Respeto: tenemos la disposición de escuchar, tener empatía y aprender. Lealtad: somos fieles a los principios que guían el desarrollo de nuestras comunidades. Tolerancia: tenemos una actitud abierta a diversas formas de pensar y actuar. Emprendimiento: fomentamos el espíritu para atender retos y crear soluciones. Paz: nos comportamos buscando la armonía y equilibrio social. (COBAES 2025)

Así como también se incorporan sus valores institucionales, entre los que sobresalen: responsabilidad, entendida como el cumplimiento de los compromisos a nivel organizacional, grupal y personal; honestidad, que se refleja en la transparencia y el apego a la verdad; respeto, basado en la disposición de escuchar, mostrar empatía y aprender; lealtad, expresada en fidelidad a los principios que orientan el desarrollo de la comunidad;

tolerancia, que implica apertura hacia diferentes formas de pensar y actuar; emprendimiento, que impulsa la capacidad para enfrentar retos y generar soluciones; y paz, promovida a través de conductas que fomentan la armonía y el equilibrio social, todo lo anterior enunciado en la filosofía empresarial de Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa (COBAES).

De acuerdo con el documento de Plan de Mejora Continua (PMC 2025), menciona que, el objetivo de COBAES 13 "Lic. Eustaquio Buelna Pérez" es brindar una educación de calidad, tal como lo establece la Nueva Escuela Mexicana (NEM), mediante la implementación de los diversos planes y programas de estudios, los cuales se deben propiciar ambientes favorables donde se promueva formación integral de los jóvenes, formando personas con la capacidad de tener un pensamiento crítico objetivo, creativo e innovador, con un alto sentido de responsabilidad social, capaces de contribuir de manera positiva en la sociedad. Por su parte, el emprendimiento en COBAES plantel 13 surge como parte de la formación integral de los jóvenes de preparatoria en este sistema educativo, se modificó el programa de la capacitación de formación para el trabajo en el año 2018, el cual tiene como objetivo aportar al estudiantado elementos que le permiten iniciarse en diversos aspectos del sector productivo, fomentando una actitud positiva hacia el trabajo y en su caso, su integración al mismo. (COBAES, 2017)

La metodología de este estudio, se centró en la aplicación del test valores del emprendimiento social creado de modelos teóricos, con el propósito de reconocer y examinar los valores vinculados al emprendimiento social que manifiestan los estudiantes de COBAES Plantel 13, con el fin de comprender su impacto en la formación de una cultura emprendedora y su relación con el desarrollo de proyectos sociales aplicables a su entorno. Asimismo, analizar las áreas de oportunidad en los valores de emprendimiento social que permitan fortalecer la formación emprendedora dentro del contexto educativo de la institución en mención. Sin lugar a dudas la escuela es un espacio que ofrece grandes posibilidades para desarrollar y capacitar jóvenes, aprovechando los talentos de cada uno de ellos a través de ideas de mejoras para su comunidad, es por ello que la línea de investigación de este estudio, está orientada a ofrecer resultados enfocados a la identificación de los valores de emprendimiento social en jóvenes de preparatoria COBAES plantel 13, con el fin de reconocer y examinar los valores asociados al emprendimiento social presentes en los estudiantes, de tal manera que sea posible diseñar un modelo que fortalezca la enseñanza del emprendimiento social y permita que los alumnos desarrollen las bases necesarias para elaborar proyectos sociales aplicables a su propio contexto.

Marco teórico: Emprendimiento social

De acuerdo con Pedraza (2016), un emprendedor social es un agente de cambio que trabaja al interior de las comunidades identificando con ellas sus necesidades y aprendiendo de ellas. Además, el autor citado con anterioridad explica que el trabajo de detección de necesidades permite que quien lo realiza se convierta en un acompañante de los procesos comunitarios, mas que un especialista externo. Menciona además que la diferencia radica en que el aliado escucha primero a la comunidad y construye soluciones junto con ella, mientras que el experto suele partir de ideas externas que, en ocasiones intenta imponer. En la interacción entre la comunidad, los emprendedores sociales y el agente de cambio, es posible identificar diversas fortalezas que contribuyen a consolidar

procesos de inclusión económica y sociocultural, los cuales constituyen el propósito central del emprendimiento social.

Por su parte, Briceño et al., (2017) menciona que del término emprendimiento social se desprenden dos maneras diferentes de considerar al emprendedor social y explica que, para este tipo de emprendimiento, se diferencian dos formas de emprendimiento, muy cercanas entre sí, que se apoyan y se aportan características. Por una parte, el emprendimiento social en sentido estricto, aquel cuyo objetivo es dar solución a un problema social en aquellos sectores de la economía y la acción del Estado son ineficaces y el emprendedor social se aboca sin ánimo de lucro, y, por otra parte, el emprendimiento como liderazgo social, que corresponde a personas que se hacen visibles y asumen retos en comunidades con necesidades manifiestas.

Por un lado, el emprendimiento social en su sentido más preciso se orienta a resolver problemáticas sociales en contextos donde tanto el mercado como las acciones gubernamentales resultan insuficientes, y en él el emprendedor actúa sin fines de lucro. Por otro lado, existe el emprendimiento entendido como liderazgo social, caracterizado por personas que se destacan dentro de la comunidad y asumen responsabilidades frente a necesidades claramente identificadas.

El perfil y los valores de un emprendedor social

De acuerdo con Apetrei et al., (2013), menciona que las características claves del emprendedor social se centran en cuatro elementos:

- Las particularidades personales que distinguen a los emprendedores sociales.
- El ámbito específico en el que desarrollan sus acciones.
- Los procedimientos y medios que emplean para llevar a cabo sus iniciativas.
- El propósito fundamental que guía la labor de los emprendedores sociales.

Por su parte Santana (2017), señala que la riqueza de la diversidad de los emprendedores sociales hace latente la posibilidad de incidir en todas las materias de la vida para tener un mundo mejor.

Esto implica que los emprendedores sociales pueden provenir de cualquier profesión u oficio: arquitectos, sociólogos, médicos, administradores, abogados, sacerdotes, artistas, empresarios, docentes, comerciantes, entre otros. En la mayoría de los casos, su incursión en este ámbito surge a partir de la preocupación o inconformidad ante una problemática social o ambiental presente en su comunidad o en su entorno familiar. Muchas veces motivados por personas cercanas y desarrollan una mayor conciencia social que los impulsa a actuar.

Cabe mencionar que este se distingue de la conciencia básica. De acuerdo con Santana (2017), indica que dentro del perfil del emprendedor social se encuentran presentes los siguientes valores claves, mismos que son importante desarrollar en la cultura de emprendimiento con impacto en la sociedad: liderazgo, visión de cambio sistémico, impacto social y ambiental, fibra ética, innovación, resiliencia, creatividad y trabajo en equipo. Por su parte Roa (2005), dice que específicamente, son tres las cualidades que Ashoka destaca y busca en un Emprendedor Social, además de otras que lo caracterizan: innovación, estrategia, e impacto. Roa (2005), menciona que, en relación con la innovación, emprendedor social debe identificar nuevas formas de enfrentar y resolver las problemáticas existentes. Aunque se afirma que caso todo esta inventado, para este tipo de emprendedores no es así; ellos perciben insatisfacción en los enfoques

tradicionales, reconocen que aún quedan múltiples desafíos sin atender. Gracias a su creatividad, buscan insistentemente alternativas distintas para comprender y abordar los problemas, incluso sin contar con suficientes recursos técnicos, humanos o financieros, se atreven a iniciar proyectos que les permitan experimentar, validar y ajustar sus propuestas.

Ellos, con una gran creatividad, se obsesionan con maneras diferentes de abordar o tratar el problema y a pesar de no contar con recursos técnicos, humanos ni financieros, emprenden un proyecto que les permite ensayar y probar su propuesta. Además, Roa (2005), refiere que, en cuanto al impacto, el Emprendedor Social de Ashoka, casi sin excepción, quiere lograr un impacto, un cambio, a gran escala. Cuando se le cuestiona el alcance de sus aspiraciones, el emprendedor social no señala que busca transformar la realidad de un pequeño grupo de personas. Por el contrario, su objetivo es impactar a una población mucho más amplia; su visión siempre apunta a beneficiar a muchos más.

Metodología

Para este estudio se utilizó como herramienta un test de tipo exploratorio para describir la situación actual sobre los valores de emprendimiento social que prevalecen en Plantel COBAES 13 (ubicado en Ejido El Tajito, Guasave, Sinaloa, México). El muestreo utilizado para esta investigación fue el muestreo aleatorio simple por tómbola, el cual es un tipo de muestreo probabilístico en el que se selecciona una muestra de la población asegurando que todos los individuos cuenten con la misma posibilidad de ser seleccionado.

La población elegida fue la totalidad de alumnos inscritos para el semestre 2024-B, con un total de 246 alumnos, para realizar el muestreo se tomaron 3 probabilidades en el primer sorteo se pusieron en la urna los números de 0 al 2, ya que son más de 200 alumnos, en donde el primer número saliente al azar fue 0. En el segundo sorteo se colocaron en la urna los números de 0 al 9 resultando en el sorteo el número 6 y como tercer sorteo se volvieron a colocar los números de 0 al 9, en el cual el número que salió en el sorteo fue el número 9, dando un total de 069, el cual fue el número elegido como muestra para realizar el estudio.

En cuanto a los instrumentos, con el fin de identificar los valores de emprendimiento social que prevalecen entre los estudiantes de COBAES 13, se tomó como referencia los valores de emprendimiento social manejados por Santana (2017): liderazgo, visión de cambio sistémico, impacto social/ambiental, fibra ética, innovación, resiliencia, trabajo en equipo y creatividad. Este último valor se manejó por separado basado en otra metodología la cual se explica posterior al test, para la construcción del test de emprendimiento social se realizó una investigación de diferentes fuentes bibliográficas las cuales permitieron construir un Test enfocado a medir los valores predominantes entre los jóvenes del plantel en estudio. A continuación, se presenta en la siguiente las referencias bibliográficas para la construcción del test de medición de valores del emprendedor social.

Tabla 1.
Origen de referencias bibliográficas para la construcción del Test Valores del emprendedor social

Autor	Valor en evaluación	Teoría	Dimensión	Item
Juárez et al., 2013	Liderazgo	Test de Adjetivos de Pitcher (Pitcher Adjective Test [PAT])	Artesanos Tecnócratas Artistas	1 al 20 21 al 40 41 al 60
Portuguez et al., 2018.	Visión de cambio sistémico	Tarea de identificación de oportunidades de Sahai y Frese (2017)	Identificación de oportunidades	61 al 63
Portuguez et al., 2018	Impacto social /ambiental	Comportamientos pro-ecológicos, altruismo, frugalidad y Equidad.	Orientación a la sustentabilidad	64 al 73
Mohamad et., al 2024	Impacto social /ambiental	Competencias clave de aprendizaje social y emocional (SEL).	Sentido social	74 al 75
		competencias clave de aprendizaje social y emocional (SEL).	Cooperar	76
Mohamad et al., 2024	Fibra ética	Competencias clave de aprendizaje social y emocional (SEL).	Leal	77 al 79
			Integridad	80 al 83
			Responsable	84 al 89
Mohamad et al., 2024	Innovación	Competencias clave de aprendizaje social y emocional (SEL).	Toma de riesgos	85 al 86
			Tenacidad	87al 89
			Autoconciencia	90 al 93
Maite Finch 2020	Resiliencia	Test para conocer resiliencia	Autorregulación	94 al 95
			Optimismo	96 al 97
			Autoeficacia	98 al 100
			Conexión	101
	Trabajo en equipo			102 al 103

Nota: con base al análisis de diferentes fuentes bibliográficas.

Se decidió medir por separado el aspecto de creatividad, debido a que es un valor de alto impacto para el emprendimiento de acuerdo con Mendoza et al., (2009) quien diseñó la tabla de Evaluación Multifactorial de la Creatividad (EMUC) basada en las dimensiones de la creatividad.

Este instrumento se conforma por tres secciones, cada una correspondiente a una de las dimensiones de la creatividad que evalúa: visomotora, inventiva o aplicada y verbal. En la parte de la creatividad visomotora, se le mostraron al adolescente diversos trazos (como círculos, líneas y curvas) a partir de los cuales debía elaborar un dibujo en un lapso

de tres minutos. En la sección de creatividad aplicada, el participante observaba dos figuras (una cuerda y una sábana) y disponía de un máximo de dos minutos para anotar todos los usos posibles que pudiera imaginar para cada objeto. Por último, en el área de creatividad verbal, el estudiante debía crear y redactar un cuento con inicio, desarrollo y final, incorporando seis palabras proporcionadas al comienzo del ejercicio. Para esta actividad se asignaron cinco minutos. La codificación de las respuestas obtenidas de los participantes se llevo a cabo conforme a las especificaciones establecidas en la tabla 2 que se presenta a continuación.

Tabla 2.

Tabla de especificaciones de la Evaluación Multifactorial de la Creatividad

Tipo	Criterio	Evaluación
Creatividad verbal	Fluidez: Número de líneas utilizadas en el cuento.	15 líneas- 4 puntos
		11 – 14 líneas- 3 puntos
		7 – 10 líneas- 2 puntos
		3 – 6 líneas- 1 punto
	Flexibilidad: Cantidad de ideas diferentes que se generen y adaptación a las existentes.	6 ideas – 4 puntos
		4 - 5 ideas – 3 puntos
		3 - 2 ideas – 2 puntos
		1 idea – 1 punto
	Originalidad: Fantasía, situaciones poco comunes utilizadas en el cuento	De 0 a 4 a criterio del lector
		4 puntos – Utilización de 4 categorías diferentes en el dibujo
		3 puntos – Utilización de 3 categorías en el dibujo
		2 puntos – Utilización de 2 categorías en el dibujo.
Creatividad visomotora	Flexibilidad: Número de categorías o agrupamientos temáticos diferentes en el dibujo.	1 punto – Utilización de 1 categoría en el dibujo.
		0 puntos – Utilización de 0 categorías en el dibujo.
	Originalidad: Grado en que es novedoso el dibujo creado	De 0 a 4 a criterio del lector
		4 puntos – Utilización de 5 categorías diferentes
	Flexibilidad: número de categorías o agrupamientos temáticos diferentes	3 puntos – Utilización de 3 -4 categorías diferentes.
		2 puntos – Utilización de 2 categorías diferentes
		1 punto – Utilización de 1 categorías diferentes.
		0 puntos – Utilización de 0 categorías
Tipo	Criterio	Evaluación
Creatividad aplicada	Originalidad: Respuestas de usos fuera de lo común.	Usos más comunes: Cuerda
	Se puntúa en función de la	1. Tender la ropa

infrecuencia estadística de los usos.	2. Amarrar algún animal 3. Saltarla 4. Hacer nudos 5. Pegarle al caballo Sábana 1. Como mantel 2. Como cortina 3. Como ropa 4. Para cubrir objetos 5. Cubrirse del frío 4 puntos – si tiene cinco o más usos diferentes al listado. 3 puntos –si tiene cuatro usos diferentes. 2 puntos – si tiene tres usos diferentes. 1 punto – si tiene dos usos diferentes. 0 punto- si todos los usos son repetidos al listado anterior.
---------------------------------------	---

Nota: Elaborado por Escobedo et al., (2009).

Los instrumentos previamente descritos fueron los que se emplearon para llevar a cabo esta investigación. En seguida, se muestran los resultados obtenidos tras la aplicación de ambos instrumentos.

Resultados y discusión

Con el fin de identificar los valores presentes en los estudiantes de COBAES plantel 13, se aplicó el test valores del emprendedor social explicado en la metodología, en seguida, se explica a detalle. Con una población total de 246 alumnos para el estudio, los cuales estuvieron inscritos en COBAES plantel 13 durante el semestre 2024-B, de los cuales el número elegido como muestreo es de 069, analizándose a continuación:

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
38	31	69

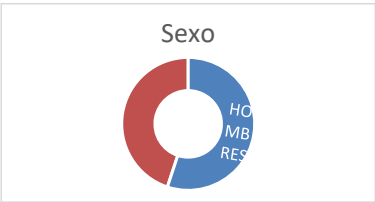


Figura 1.
Población total de alumnos de COBAES Plantel 13

Se observa en la figura 1 que, de la muestra seleccionada de un total de 69, 38 son hombres y 31 son mujeres. En la siguiente figura se muestran las edades que prevalecen en los estudiantes.

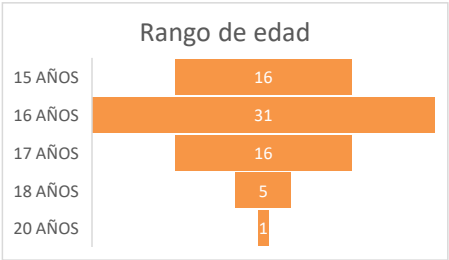


Figura 2.
Rango de edades de alumnos de COBAES Plantel 13

El estudio incluyó participantes de entre 15 y 20 años; no obstante, prevalece la edad de 16 años, tal como se muestra en la figura 2.

Resultados individuales de la escala de valores del emprendedor social de acuerdo con Santana (2017)

En cuanto a los resultados del test aplicado sobre valores de emprendimiento social, se desglosa en las siguientes figuras cada uno de los valores de acuerdo a la metodología citada:

Liderazgo:

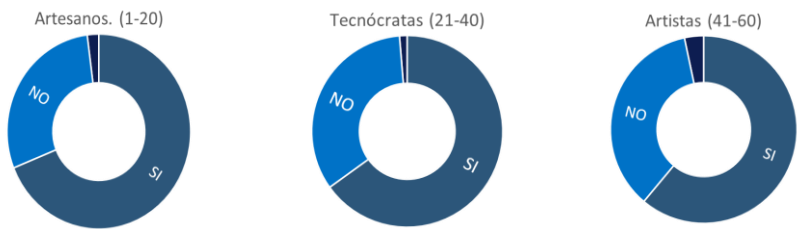


Figura 3.
Resultados de liderazgo y tipos de liderazgo

Los primeros 60 ítems del test, estaban orientados al tipo de liderazgo que poseen los estudiantes de acuerdo con Juárez (2013), quien menciona que mediante la aplicación del Pitcher Adjective Test (PAT), se puede determinar las características de un líder, se

observa gráficamente que prevalece el liderazgo de artesanos, los cuales son líderes que apoyan a su equipo con orientación práctica y efectiva.



Figura 4.
Resultados de visión de cambio sistémico.

Las principales preguntas realizadas en este aspecto fueron: soy capaz de superar cualquier obstáculo con el fin de generar una solución a un problema. Busco información con personas que trabajan en el desarrollo de alternativas relacionadas con los temas que me interesan. Gracias a mi capacidad de percepción, logro identificar posibles soluciones a las dificultades que se presentan. Como se puede observar en la figura 4, la mayoría coincide en estar de acuerdo. Lo que representa un gran sentido de adaptabilidad de parte de los estudiantes y de encontrar soluciones prácticas a los problemas.

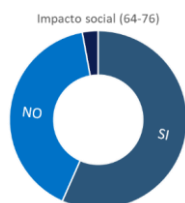


Figura 5.
Resultado de impacto social

En este aspecto se les preguntó a los estudiantes situaciones sociales y ambientales, para que ellos mencionaran si se hacen partícipe de esas actividades o acciones, entre las principales preguntas del test relacionadas a este valor social, son las siguientes: animo a los demás para que reciclen, reciclo productos, doy un segundo uso a mis cuadernos y hojas, además de participar en colectas económicas, me preocupan los problemas sociales, las cuestiones de género y la pobreza, también me solidarizo si un amigo tiene problemas/dificultades; entre otras. Si bien es cierto una gran mayoría afirmó realizar los ejemplos de acciones mencionados anteriormente, una gran parte afirmó que, no lo hacía como se puede apreciar en la figura 5.

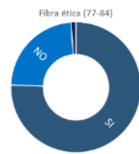


Figura 6.
Resultados de fibra ética.

En el valor de fibra ética, el enfoque de las preguntas estuvo orientado a las dimensiones de lealtad, integridad y responsabilidad, algunas preguntas de este apartado fueron las siguientes: respeto las preferencias y prioridades de los integrantes del grupo y lucho por sus derechos, no utilizo los derechos de los demás para mi propio beneficio, reprenderé a las personas que utilicen los derechos de otros para fines personales, estoy dispuesto a asumir las responsabilidades que se me encomienden. Se puede apreciar que una gran mayoría está de acuerdo, como se demuestra en la figura 6.



Figura 7.
Resultados de innovación

En cuanto al valor de innovación los principales aspectos manejados en las dimensiones del mismo fueron: toma de riesgos y tenacidad. Las principales preguntas del test para esta sección fueron: me atrevo a probar algo nuevo, me atrevo a tomar decisiones incluso a riesgo de mí mismo, no me doy por vencido fácilmente si fracaso en algo. Se observa en el resultado que la mayoría de los estudiantes que contestaron el test están de acuerdo en ser innovadores ya que una gran mayoría afirmó estar de acuerdo con lo cuestionado en el test.



Figura 8.
Resultados de resiliencia.

En el valor de resiliencia, se manejaron 5 dimensiones, las cuales son: autoconciencia, autorregulación, optimismo, autoeficacia y conexión, algunas de las

principales preguntas del test fueron: Tus pensamientos pueden llegar a limitarte, pero también pueden servirte de apoyo; además, reconoces tus emociones y las sensaciones físicas que experimentas. Asimismo, tienes la capacidad de regular lo que piensas y de ajustar tu conducta. En la figura 8 se aprecia que la mayoría de los estudiantes que respondieron el test manifestaron afirmaciones positivas, mientras una pequeña minoría no respondió.

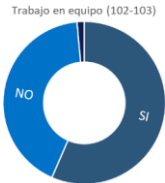


Figura 9.
Resultados de trabajo en equipo

En esta sección sobre trabajo en equipo, se les preguntó a los estudiantes si les gustaba trabajar en equipo, poco más de la mitad afirmó que sí le gusta el trabajo en equipo, sin embargo, se puede apreciar que una gran parte de los estudiantes no les gusta el trabajo en equipo, como se puede revisar en la figura 9.

Creatividad: para analizar este valor, se establecieron tres apartados que corresponden a las dimensiones de la creatividad evaluadas: visomotora, inventiva o aplicada y verbal. En la dimensión de creatividad verbal, el estudiante debía crear y redactar un cuento con una estructura definida (inicio, desarrollo y conclusión) incorporando seis palabras proporcionadas al comienzo del ejercicio. El tiempo asignado para esta tarea fue de cinco minutos. Los resultados obtenidos se presentan en la figura 10, la cual se muestra a continuación:

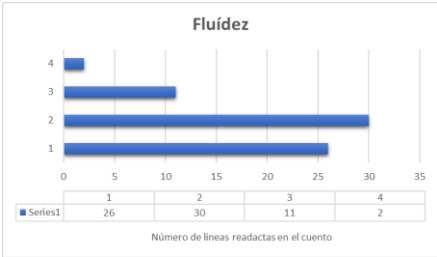


Figura 10.
Resultados de creatividad verbal: fluidez

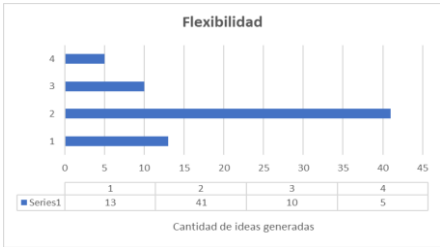


Figura 11.
Resultados de creatividad verbal: flexibilidad

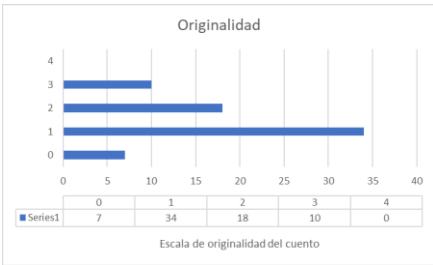


Figura 12.
Resultados de creatividad verbal: originalidad

Se observa en la figura 11 que los alumnos en la dimensión de fluidez en su mayoría, lograron redactar entre 1 y 6 líneas del cuento solicitado. En cuanto a la cantidad de ideas generadas, se observa en la figura 12 que los estudiantes redactaron entre 2 y 3 ideas en el tiempo asignado. En escala de originalidad, tal como se muestra en la figura 12, la mayoría de los textos se ubican en el nivel 1, lo que indica una escasa innovación en su redacción. En cuanto a la creatividad visomotora, al estudiante se le proporcionaba una serie de trazos como círculos, líneas y curvas, a partir de los cuales debía elaborar la mayor cantidad posible de dibujos. Para esta actividad se asignaron tres minutos.

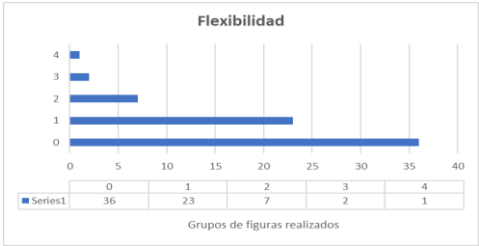


Figura 13.
Resultados de creatividad visomotora: flexibilidad



Figura 14.
Resultados de creatividad visomotora: originalidad

Se observa en gráfica 13 que los estudiantes en su mayoría no lograron formar grupos de figuras, en lo referente a la originalidad visomotora, se observa que la mayoría de los estudiantes se encuentran en el nivel 1 como se aprecia en la serie 1 la figura 14. Respecto a la creatividad aplicada, en esta dimensión al adolescente se le presentaron adolescente dos objetos (una cuerda y una sábana). En un lapso de dos minutos, el estudiante debía anotar los usos posibles que pudiera imaginar para cada uno de ellos.

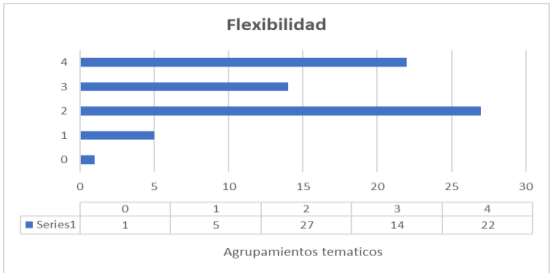


Figura 15.
Resultados de creatividad aplicada: flexibilidad

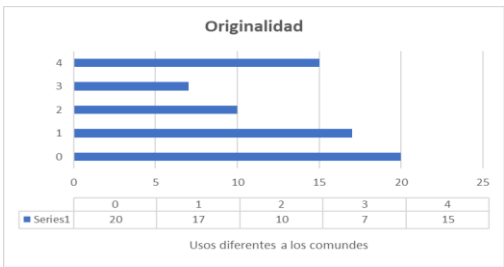


Figura 16.
Resultados de creatividad aplicada: originalidad

En la figura 15 se aprecia que la mayoría de los estudiantes consiguieron organizar los usos de las figuras en distintos grupos. Por otro lado, la figura 16 muestra que los participantes fueron capaces de proponer usos variados y creativos para los objetos

planteados. En síntesis, a continuación, se presentan los resultados obtenidos del test sobre los valores del emprendedor social:

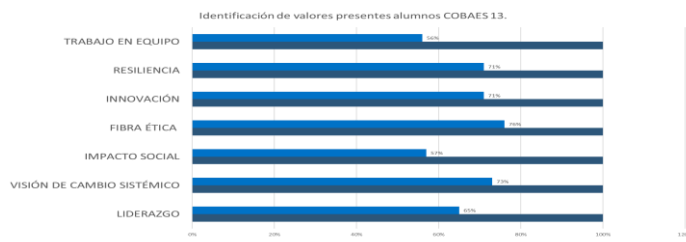


Figura 17.
Resultados de identificación de valores presentes en COBAES 13

Se observa en la figura 17 que, los jóvenes son resilientes, innovadores, con liderazgo y sobre todo demuestran fibra ética, se observa que se necesita fomentar, reforzar e impulsar el trabajo en equipo, mediante técnicas o dinámicas integradoras. Se necesita además sensibilizar de los temas sociales/ambientales, ya que se observa que un poco menos de la mitad realiza acciones sociales y ambientales. De ello se desprende la relevancia de realizar esta investigación.

Creatividad:

En lo referente a la creatividad, las dimensiones evaluadas muestran un mayor desempeño en la creatividad aplicada, tal como se aprecia en las gráficas que se presentan a continuación, en cuanto a la creatividad verbal, los estudiantes lograron desarrollar 1 de 4 ideas al redactar escritos, lo que demuestra que a los estudiantes les faltan fluidez en la elaboración de escritos verbales al redactar sus ideas y en cuanto a la creatividad visomotora los jóvenes lograron desarrollar un grupo de figuras creativas.



Figura 18.
Resultado de creatividad presente en alumnos de COBAES 13

En el análisis de la creatividad, se observa que la creatividad aplicada (capacidad de generar múltiples usos o soluciones a problemas) es la dimensión más desarrollada, mientras que la creatividad verbal y visomotora presentan niveles más bajos como se muestra en la figura 18.

Discusión

Del Cerro (2016) señala que los emprendedores sociales se ven impulsados por motivos que trascienden el beneficio económico. En su mayoría, buscan generar un impacto positivo en sus comunidades y atender problemáticas sociales o ambientales concretas. Estas motivaciones están vinculadas con los valores propios del emprendedor social, entre los que destacan el interés por disminuir la pobreza, promover educación para la paz, impulsar la igualdad de género y proteger el medio ambiente, entre otros. Por su parte, Santana (2017) destaca que la capacidad de adaptarse a los cambios y enfrentar dificultades es un rasgo característico de los emprendedores sociales exitosos. La resiliencia les permite modificar sus modelos y estrategias ante situaciones inesperadas, garantizando así la continuidad y viabilidad de sus proyectos.

En conjunto, estos planteamientos ponen de manifiesto la importancia de adoptar una visión integral que articule la innovación, la colaboración y el apoyo institucional para promover y fortalecer el emprendimiento social. A medida que más actores reconocen y apoyan estas iniciativas, el potencial de impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente seguirá creciendo como motor generador de paz en la sociedad. Por su parte y coincidiendo con Network (2006), explica que los emprendimientos sociales surgen como iniciativa de uno o varios individuos que buscan mejorar o que detectan diferentes problemáticas sociales, ambientales, políticas o económicas. Sin embargo, no todas las ideas ni todos los emprendimientos logran consolidarse y contribuir al impulso de mejorar condiciones sociales y económicas para la población. El liderazgo dentro de los emprendimientos sociales se concibe como la habilidad para generar cambios significativos y alcanzar resultados destacados, en materia de contribución al tejido social.

La gestión de emprendimientos sociales entre jóvenes de educación media superior constituye una herramienta valiosa para impulsa el espíritu emprendedor, fortalecer la conciencia social y desarrollar habilidades prácticas. Con el propósito de promover los valores del emprendimiento social en los estudiantes de COBAES 13, se propone la metodología denominada *Social Lean Canvas*. Según Santana (2017), el *Social Lean Canvas* fue creado por Rowen Yeoman y Dave Koskovitz. Este modelo combina conocimientos y experiencias con una visión organizacional orientada a un propósito social. Los elementos esenciales que conforman este enfoque integral se presenta en la tabla 3 que aparece a continuación.

Tabla 3.
Lienzo Social Lean Canvas

Propósito del emprendimiento social:				
7.- Aliados sociales clave	5.- Actividades sociales clave	1.- Propuesta de valor social	3.- Canales sociales	2.- Segmento de beneficiarios
¿Quiénes son tus socios clave y cómo te ayudarán a alcanzar tus objetivos? organizaciones, instituciones o personas	¿Cuáles son las actividades más importantes que debes llevar a cabo para entregar tu propuesta de valor?	Problema ¿Qué problema social estás tratando de resolver? Solución	¿Cómo llegarás a tus beneficiarios? ¿A través de qué canales entregarás tu propuesta de valor?	Primarios: ¿Quiénes son los principales beneficiarios de tu proyecto? Beneficiarios Secundarios: ¿Existen otros grupos que también se

apoyarán tu proyecto?		¿Qué producto o servicio ofreces para resolver el problema social identificado?	beneficien indirectamente?
	6.- Activos sociales claves Recursos Humanos: ¿Qué personas y habilidades son esenciales para tu emprendimiento?	Alternativas	
8.- Estructura de costos ¿Cómo generará ingresos tu emprendimiento social? (por ejemplo, venta de productos, servicios, donaciones, subvenciones)	Recursos Financieros: ¿Qué financiamiento necesitas y de dónde lo obtendrás?	Ventajas Desventajas Del problema social.	4. Relaciones con los Beneficiarios sociales Tipos de Relación: ¿Qué tipo de relación establecerás con tus beneficiarios (personalizada, automatizada, etc.)?
	Recursos Materiales: ¿Qué infraestructura, equipos y materiales son necesarios?	Factores que general el problema social.	Mantenimiento: ¿Cómo mantendrás y fortalecerás estas relaciones a lo largo del tiempo?
		Análisis del entorno.	
9.- Sostenibilidad Financiera: ¿Cómo asegurarás que tu proyecto sea financieramente sostenible a largo plazo?		10.- Impacto social Indicadores de Impacto: ¿Qué indicadores utilizarás para medir el impacto social de tu emprendimiento?	Medición de resultados y retroalimentación.
		Evaluación y Reporte: ¿Cómo evaluarás y reportarás los resultados e impactos de tu proyecto?	

Nota: Autoría propia adaptado del modelo propuesto de Rowan Yeoman y Dave Koskovitz, citado por Santana (2017).

Conclusiones:

El presente estudio hizo posible reconocer y examinar los valores asociados al emprendimiento social en los estudiantes del COBAES Plantel 13, con el propósito de comprender su impacto en la formación de una cultura emprendedora y su relación con el desarrollo de proyectos sociales en su entorno. A partir de los resultados obtenidos mediante la aplicación del test, se llegaron a las siguientes conclusiones: de acuerdo con Bargsted (2013), menciona que, al integrar la mirada de los motivos sociales y la orientación hacia el emprendimiento social, se indica que este tiene como ancla un motivo social, que se conecta tanto a la presencia de cierto patrón de valores, como a la experiencia de un tipo de empatía. Este propósito social puede actual como un impulso para el emprendimiento social, ya que es lo que lo provoca o hace surgir ante un contexto determinado. De manera específica, la combinación de valores de autotrascendencia

(como el universalismo y la benevolencia) junto con los valores de apertura al cambio (autodirección y estímulo), además de una empatía orientada hacia las necesidades del otro y no hacia el propio malestar, serían los factores que despiertan la motivación hacia el emprendimiento social.

En el estudio, se identificó que los valores de liderazgo, resiliencia, innovación y fibra ética están fuertemente arraigados en los estudiantes, lo que indica que poseen habilidades clave para el desarrollo de iniciativas de impacto social. Estos valores resultan fundamentales para orientar la toma de decisiones, manejar los riesgos y adaptarse a los distintos desafíos que presenta el entorno. De acuerdo con Apetrei (2013), menciona que, el emprendedor está orientado a resolver los problemas sociales que existen en su entorno. Este interés por generar valor y contribuir al bienestar social se vincula con lo que diversos investigadores denominan la dimensión cultural del individualismo-colectivismo. Según Roa (2005), el emprendedor social se caracteriza por su perseverancia: no se rinde ni abandona sus objetivos. Mantiene una insistencia constante, impulsado por una fuerte convicción en su idea, cuyo propósito central es resolver una problemática social. Si bien los estudiantes presentan un alto sentido de resiliencia y liderazgo, se evidenció que el trabajo en equipo y la participación en acciones de impacto social/ambiental requieren fortalecimiento. Esto sugiere la necesidad de implementar estrategias educativas y metodologías que fomenten la colaboración y la conciencia social dentro de su formación. La mayoría de los estudiantes demostraron una percepción positiva hacia la búsqueda de alternativas para enfrentar problemáticas sociales, lo cual evidencia su capacidad y disposición para convertirse en agentes de cambio dentro de su comunidad. Sin embargo, es necesario incentivar su participación activa en proyectos que generen un impacto directo en su entorno, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Sastre Castillo et al., (2015), señalan que, en todo emprendimiento social hay una persona con asombrosas ideas y una vasta motivación para cambiar la realidad de su comunidad y del mundo. Afirman que el elemento clave en la creación de una empresa social es el emprendedor, quien toma la decisión desarrollar su propuesta y convertirla en un proyecto orientado a resolver una problemática específica. En el análisis de la creatividad de este estudio, se observó que la creatividad aplicada (capacidad de generar múltiples usos o soluciones a problemas) es la dimensión más desarrollada, mientras que la creatividad verbal y visomotora presentan niveles más bajos. Esto sugiere que es necesario implementar estrategias didácticas que fortalezcan la expresión escrita y la interpretación visual para potenciar la creatividad en los jóvenes. Álava-Atiencie y Quinde-Lituma (2013) señalan que, por algunos autores, la creatividad y la innovación están estrechamente vinculadas con la capacidad de adaptarse y generar cambios. No obstante, los comportamientos relacionados con la estimulación intelectual se orientan específicamente a pensar de manera creativa y a explorar nuevas ideas que impulsen procesos de cambio exitosos dentro de las organizaciones. Asimismo, Santana (2017) sostiene que los emprendedores sociales, al introducir innovaciones y trabajar en conjunto con distintos actores, tienen la posibilidad de transformar sistemas y generar un impacto sostenible en el tiempo. La formación en emprendimiento social dentro del COBAES Plantel 13, representa una oportunidad clave para el desarrollo de los estudiantes, permitiéndoles adquirir herramientas y conocimientos que favorezcan su crecimiento personal y profesional. No obstante, es recomendable actualizar los programas educativos

en materia de emprendimiento e integrar metodologías activas que potencien la capacidad creativa, la colaboración en equipo y la generación del impacto social.

Los resultados del estudio ponen de manifiesto la relevancia de fomentar dinámicas integradoras, formación en valores y proyectos colaborativos para fortalecer los aspectos menos desarrollados en los estudiantes. La inclusión de actividades extracurriculares, mentorías con emprendedores sociales y la promoción de iniciativas estudiantiles, pueden contribuir a consolidar una cultura emprendedora dentro del plantel. Así, de acuerdo con Ferrer i Cervero et al., (2014), asegura que los emprendedores sociales se guían por el deseo de la justicia social. El emprendimiento social constituye un pilar para impulsar el desarrollo sostenible y promover la transformación de la sociedad. En este sentido, la educación media superior enfrenta el desafío de preparar jóvenes con una perspectiva emprendedora y un firme sentido de responsabilidad social. El presente estudio brinda información valiosa sobre los valores predominantes en los estudiantes y las áreas de oportunidad, lo que permitirá diseñar estrategias educativas que impulsen una nueva generación de emprendedores sociales comprometidos con su comunidad y el bienestar colectivo.

Conflictos de interés: Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Fuentes de Financiamiento: Ninguna declarada.

Referencias

- Álava-Atiencie, N. G., y Quinde-Lituma, M. E. (2023). Análisis explicativo del liderazgo transformacional en el perfil emprendedor social de jóvenes universitarios. *Formación universitaria*, 16(2), 49-60. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062023000200049&script=sci_arttext&tlng=pt
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., y Tur, A. M. (2013). El emprendedor social—una explicación intercultural. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (78), 37-52. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17429865004.pdf>.
- Bargsted, A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-89532013000200009&script=sci_arttext.
- Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa (COBAES 2017). Documento institucional. *Programa de Estudios DGB/DCA/06-2017* https://escolar.cobaes.edu.mx/Peiv4/Bibliografia/5760_Programa.pdf
- Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa (COBAES 2025). Institución educativa. <https://www.cobaes.edu.mx/mision-vision-valores/>
- Del Cerro Juan (2016), ¿Qué es el emprendimiento social?, Primera Edición, Editorial Neisa,
- Escobedo, P. A. S., Mendoza, A. G., y Cuervo, Á. A. V. (2009). Validez y confiabilidad de un instrumento para medir la creatividad en adolescentes. *Revista iberoamericana de Educación*, 50(6), 1-12. <https://rieoei.org/RIE/article/download/1939/2964>.
- Ferrer i Cervero, V., Cabrera Santacana, O. E., Alegre Benería, R. M., Montané López, A., Sánchez-Valverde Visus, C., & Alaiz Chueca, E. (2014). El perfil del emprendedor social del estudiantado de los Grados de Educación Social, Pedagogía y Trabajo Social en la Universidad de Barcelona. REIRE.

<https://www.academia.edu/download/81826904/92c0d0c859a67aa3f08f3fece4e269d4f2e8.pdf>.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía —INEGI— (2019). Directorio estadístico nacional de entidades económicas. <http://www.inegi.org.mx>
- Juárez, F., Contreras, F., & Barbosa, D. (2013). Propiedades psicométricas del test de adjetivos de Pitcher para la evaluación del liderazgo. *International Journal of Psychological Research*, 6(2), 24-36. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2011-20842013000200004&script=sci_arttext
- Maite Finch 2020. 25 preguntas para comprobar tu nivel de resiliencia. <https://coachmaitefinch.com/2020/02/25-preguntas-para-comprobar-tu-nivel-de-resiliencia/#ftoc-heading-7>.
- Mendoza, AG, Escobedo, PAS, & Cuervo, AAV (2009). Validación de un instrumento para medir la creatividad en adolescentes sobresalientes. *Revista internacional de Psicología*, 10 (01), 1-34. <https://doi.org/10.33670/18181023.v10i01.53>
- Naciones Unidas (2017). Sitio web: Naciones Unidas. <http://www.un.org/es/sections/what-wedo/promote-sustainabledevelopment/>
- Network, S. E. K. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. David Rockefeller Center for Latin America Studies, Harvard University. https://www.academia.edu/download/45262720/Gestion_20efectiva_FINAL.pdf.
- Pedraza, P. F. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Revista Finnova: Investigación e Innovación Financiera y Organizacional*, 2(3), 45-55. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/finn/article/download/564/630>.
- Plan Estatal de Desarrollo Sinaloa (PEDS 2022). Documento gubernamental. <https://ped.sinaloa.gob.mx/wp-content/uploads/2022/04/14-2.3-Promocion-y-desarrollo-economico-compressed.pdf>
- Plan Municipal de Desarrollo Guasave (PMDG 2025). Documento gubernamental. https://guasave.gob.mx/s/wp-content/uploads/2025/05/PMD-Guasave-2025-2027-curvas_opt.pdf
- Plan Nacional de Desarrollo México (PNDM 2025). Documento gubernamental. <https://framework-gb.cdn.gob.mx/landing/documentos/PND.pdf>
- Portuguez Castro, M., Valenzuela González, J. R., & Navarro Corona, C. (2018). Test de evaluación del potencial en emprendimiento social. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.60207>
- Roa, M. L. (2005). *Definición y alcances del emprendimiento social*. Representante de Ashoka en Colombia. Ashoka Emprendedores Sociales. <https://www.zerbikas.es/wp-content/uploads/2015/09/0907LUCdef.pdf>
- Santana Medina, Gemma Herlinda (2017). *Emprendimiento social*. Editorial Limusa.
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur?. *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349-369. https://www.researchgate.net/profile/Miguel-Sastre-Castillo/publication/279071314_What_Is_Different_about_the_Profile_of_the_Social_Entrepreneur/links/65e98791adf2362b637d2d8c/What-Is-Different-about-the-Profile-of-the-Social-Entrepreneur.pdf