

Emprendimiento social: una perspectiva de negocios para la paz

Social entrepreneurship: a business perspective for peace

Rosario **Jiovila-Félix**; Aida **Alvarado-Borrego** y Mario **Zazueta-Félix**

Resumen

El emprendimiento social ha emergido como una fuerza transformadora en la creación de valor social sostenible, destacándose por su capacidad para abordar problemas sociales y ambientales de manera innovadora y autosuficiente. A diferencia del emprendimiento tradicional, centrado en la maximización del lucro, el emprendimiento social pone énfasis en generar beneficios para la sociedad, buscando soluciones a problemas críticos como la pobreza, la exclusión social, la educación, la salud y el cambio climático. Los emprendedores sociales son agentes de cambio que utilizan métodos empresariales para lograr un impacto social significativo y duradero. Desarrollan modelos de negocio innovadores que, además de generar ingresos, resuelven problemas sociales y ambientales, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible. El estudio concluye que el emprendimiento social es esencial para construir sociedades más resilientes y equitativas, y destaca su potencial transformador como motor para la paz y el desarrollo sostenible.

Palabras clave: emprendimiento social, innovación social, desarrollo sostenible, paz.

Abstract

Social entrepreneurship has emerged as a transformative force in the creation of sustainable social value, standing out for its ability to address social and environmental problems in an innovative and self-sufficient way. Unlike traditional entrepreneurship, focused on profit maximization, social entrepreneurship emphasizes generating benefits for society, seeking solutions to critical problems such as poverty, social exclusion, education, health and climate change. Social entrepreneurs are agents of change who use business methods to achieve a significant and lasting social impact. They develop innovative business models that, in addition to generating income, solve social and environmental problems, promoting more equitable and sustainable development. The presentation concludes that social entrepreneurship is essential to build more resilient and equitable societies, and highlights its transformative potential as a

driver for peace and sustainable development.

Keywords: social entrepreneurship, social innovation, sustainable development, peace.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social ha emergido como una respuesta innovadora y proactiva frente a los desafíos sociales y ambientales del mundo contemporáneo. A diferencia del emprendimiento tradicional, cuyo objetivo principal es la generación de ganancias económicas, el emprendimiento social se centra en la creación de valor social, abordando problemas como la pobreza, la desigualdad, el acceso a la educación y la sostenibilidad ambiental, entre otros. Esta dualidad de propósito convierte al emprendimiento social en un motor de cambio, capaz de transformar comunidades, promover el desarrollo sostenible y paz en la sociedad.

En un mundo cada vez más interconectado y consciente de las desigualdades y desafíos globales, el emprendimiento social representa una vía esencial para la transformación positiva. Los emprendedores sociales son agentes de cambio que utilizan métodos empresariales para lograr un impacto social significativo y duradero, a través de Negocios para la Paz. Estos individuos y organizaciones desarrollan modelos de negocio innovadores que, además de generar ingresos, resuelven problemas sociales y ambientales, convirtiéndose en un potencial transformador como motor para la paz.

El propósito de esta investigación es explorar el emprendimiento social desde una perspectiva de Negocios para la Paz, examinando sus orígenes, características, modelos teóricos y su impacto en la creación de valor social. A través de un análisis, se pretende destacar cómo los emprendimientos sociales pueden ser una herramienta eficaz para fomentar el desarrollo sostenible y la cohesión social, ofreciendo un camino viable hacia un futuro más justo y equitativo.

Este estudio se estructura en varias secciones que abordan el origen y definición del emprendimiento social, sus características y modelos, las formas en que se crea valor social, y el impacto del emprendimiento social en la sociedad y la economía. Asimismo, se analiza cómo el emprendimiento social puede ser un motor para la paz, integrando perspectivas económicas y sociales. Las conclusiones reflejan la importancia y el potencial transformador del emprendimiento social en el mundo actual.

Emprendimiento social

Origen del término emprendimiento social

“Para superar la pobreza y las fallas de la crisis económica en nuestra sociedad necesitamos liberar nuestra mente, imaginar algo que nunca ha sucedido antes y escribir ciencia ficción. Necesitamos imaginarnos cosas y hacer que sucedan, si no las imaginas nunca sucederán”

Muhammad Yunus

La Organización de las Naciones Unidas por sus siglas ONU, declara en su página electrónica que “el concepto de desarrollo ha cambiado con los años y en la actualidad los países han acordado que el desarrollo sostenible, que fomenta la prosperidad y las oportunidades económicas, un mayor bienestar social y la protección del medio ambiente, es el mejor camino a seguir para mejorar la vida de la población” (Naciones Unidas, 2017).

En el siglo XVIII Cantillon (1755), citado por Briceño et al., (2017), introducía el termino entrepreneur y definía al emprendedor como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones. Rodríguez, (2009) citado por Briceño et al., (2017), observa que la teoría clásica abarcó el tema del emprendimiento, pero sin un consenso debido a las distintas perspectivas que sus representantes establecieron en su apreciación: como el individuo que asume el riesgo.

Del Cerro (2016), menciona que desde la creación de las empresas siempre han existido aquellas enfocadas en la generación de impacto social, aunque el concepto de emprendimiento social que conocemos ahora es bastante nuevo. A lo largo de la historia, personas y organizaciones se han familiarizado con las características del emprendimiento social, término que empezó a usarse formalmente en la década de 1970. Uno de los fundadores del emprendimiento social es Muhammad Yunus. En los 70 creó en Bangladesh el Banco Grameen, la primera empresa de microfinanzas que ofertó pequeños créditos a personas en condiciones de pobreza extrema con la condición de que usaran el dinero para generar sus propias fuentes de ingreso.

Desde la creación del Banco Grameen, Yunus ha creado múltiples empresas sociales, algunas en colaboración con empresas tradicionales como Danone, ha apoyado la creación de proyectos en todo el mundo. Al trabajo de Yunus se sumó Bill Drayton, quien decidió dedicar su vida a encontrar y apoyar a los emprendedores sociales del mundo. Para lograrlo, creó Ashoka, la red más grande de emprendedores sociales. Actualmente

Ashoka tiene presencia en 70 países. En todos ellos generan las herramientas necesarias para que las personas se conviertan en agentes de cambio. El trabajo de Drayton y Yunus – Así como el de otros promotores del emprendimiento social y de organizaciones convencidas de su potencial-, logró que el modelo se convirtiera en una potencia a nivel mundial.

En México, en los últimos años, el tema de emprendimiento o actividad emprendedora ha tenido un interés creciente en el ámbito académico y empresarial en México. Guzmán y Trujillo (2008) citado por Lagunas et al., (2018), señala que existen dos tipos de emprendimiento: el social y el de negocios. El primero tiene como objetivo la creación del valor social sostenible, mientras que el segundo se refiere a aquellas actividades innovadoras que crean incentivos económicos para el emprendedor. Sin duda, la actividad emprendedora con enfoque empresarial o de negocios en México es uno de los principales mecanismos que favorece el crecimiento económico y la creación de empleo del país. Basta con señalar los datos que muestra el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2024) al sostener que entre mayo de 2019 y de 2023, nacieron 1.7 millones de establecimientos mipymes y murieron 1.4 millones. En 2023, se identificó que 4 221 603 mipymes tenían un régimen de capital de persona física. De la cifra anterior, 52.65 % de los establecimientos reportó que un hombre era propietario y 47.35 %, una mujer. Lagunas et al., (2018).

Definición de emprendimiento social

Existen múltiples conceptos y definiciones de emprendimiento sin embargo a continuación se enlista una clasificación general para el termino emprendimiento:

Acebedo y Velasco (2017), plantean la siguiente tipología:

Tabla 1. Definiciones de emprendimiento

Cultura de emprendimiento	Emprendimiento individual	Emprendimiento social	Emprendimiento empresarial
Se refiere al proceso educativo y a la actitud ciudadana para	Se refiere a la capacidad de una persona de ser creativa e innovadora en	Aquel cuyo objetivo es dar solución a un problema social en aquellos	También conocido como “empresarismo”. Hace referencia a la capacidad de

<p>solucionar problemas del entorno o mejorar la calidad de vida de un grupo de personas. Es el contexto que forma a la persona emprendedora y base de los demás modos del emprendimiento. Su consecuencia es el desarrollo de las distintas expresiones de emprendimiento social, dado por la capacidad de una sociedad de afrontar sus situaciones problemáticas y de promover pautas de mejoramiento para el bienestar social.</p>	<p>todos los aspectos de su vida: familiar, social, laboral, de hábitos saludables, de estudio, de espiritualidad. Es decir, es la habilidad que tiene un individuo de dejar mejor cada sitio o situación en el que interactúa. Es dejar huella en la medida que sirva al desarrollo humano. En síntesis, es una actitud personal propia de personas innovadoras y creativas, entusiastas y con alto nivel de realización en cualquier medio.</p>	<p>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.</p>	<p>generar empresa o a la capacidad de una organización para crecer y desarrollarse, manteniendo pautas de responsabilidad social y ética empresarial.</p>
---	---	---	--

Fuente: Construcción propia a partir de Acevedo y Velasco (2017).

Weerawardena y Sullivan (2006) citado por Briceño et al., (2017), a partir de la revisión de la literatura emergente determinaron que el tema de emprendimiento social no tenía una estructura teórica coherente. Por ello delinearon un modelo empírico multidimensional de emprendimiento social, identificando las dimensiones nucleares: innovación, pro-actividad y gerencia de riesgo, así como las restricciones dentro de las cuales operan los emprendedores sociales, identificando áreas clave en las que la estrategia y las operaciones pueden estar alineadas en contextos de servicio del emprendimiento social.



Figura 1. Modelo multidimensional de emprendimiento social de Weerawardena y Sullivan.

Fuente: Elaborado por Briceño et al., (2017).

En la figura 1 se muestra una triangulación necesaria para lograr el emprendimiento social, sobre la base se debe establecer una misión social sólida, la cual debe proyectar una idea clara sobre el objetivo del emprendimiento social, como segundo aspecto se debe contextualizar y situar la misión social en un medio ambiente, el cual incluye diferentes variables como pueden ser aspectos ambientalistas, económicos, políticos, tecnológicos y sociales, los cuales rodean al medio ambiente, como tercer elemento se debe considerar la sostenibilidad del emprendimiento social para garantizar su durabilidad a largo plazo. Al centro de la figura se encuentra tres círculos haciendo un efecto de sinergia, en los cuales se nos muestra que es necesario que el emprendedor social debe poseer como características principales: ser proactivo, desarrollar ideas innovadoras futuristas y de alto impacto, así como correr riesgos a través de una gestión efectiva.

Emprendimiento social: valor social

“Los emprendedores sociales no se conforman con dar un pescado o enseñar a pescar a la gente. Ellos no descansarán hasta que hayan revolucionado la industria pesquera”

Bill Drayton, Fundador y presidente de Ashoka.

En concreto, Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) citado por Lagunas et al., (2018). Expresa que es posible advertir al menos cuatro formas de crear valor social mediante el ES:

- a. Derribar barreras que producen exclusión para algunos grupos específicos como la falta de educación (formal, sexual, etc.), ausencia de oportunidades de acceso a créditos y capital de trabajo, dificultades de acceso geográficos, carencia de opciones laborales para mujeres e inmigrantes, entre muchas otras.
- b. Proporcionar apoyo a grupos debilitados o vulnerables en algún aspecto, ejecutando programas específicos para fortalecer comunidades locales.
- c. Dar voz a agentes sociales de manera que asuman un rol activo en la defensa de sus intereses y derechos, tales como niños, adolescentes u otros grupos debilitados ante los ojos de los demás, como consumidores de sustancias, portadores de discapacidad o enfermedad.
- d. Solucionar efectos secundarios indeseados de bienes o servicios que se producen en el sistema económico existente (contaminación, adicciones, etc.).

Parra Alviz, et al (2021), cita a Cohen (2008), y menciona que se establece la existencia de tres tipos de objetivos de creación de valor: sociales, ambientales y económicos. Además, se propone una relación sinérgica entre estos tres tipos de objetivos y, por ende, la posibilidad de generar distintos tipos de emprendimientos en la medida que incluyen uno, dos o tres tipos de objetivos. Así, desde este modelo, se advierten cuatro posibles clases de ES asociadas a diferentes motivaciones emprendedoras:

- a. Objetivo social motivado por el compromiso con una comunidad.
- b. Objetivo social y ambiental motivado por la gestión responsable de recursos ambientales
- c. Objetivo social y económico motivado por la socio-eficiencia.
- d. Objetivo social, ambiental y económico, motivado por la sustentabilidad y habitabilidad del entorno.

Al clasificar los emprendimientos sociales según su motivación (social, ambiental y económica), se identifica que los emprendimientos sociales pueden tener diferentes grados de compromiso con estos tres objetivos, permitiendo una mayor flexibilidad en sus enfoques. La interrelación entre estos objetivos destaca que el emprendimiento social tiene el potencial de ser no solo rentable, sino también sostenible y responsable, abordando tanto causas como efectos de problemas sociales.

García (2023) cita a Van Slyke y Newman (2006) y menciona que un emprendedor social no es simplemente una persona que realiza actos de

caridad; Si bien los emprendedores sociales tienen un deseo evidente de mejorar el bienestar social, desarrollan un proyecto con visión de largo plazo. La creación de valor social sostenible es una característica clave que la diferencia de personas bien intencionadas que simplemente participan en obras de caridad de los emprendedores sociales.

De igual manera García (2023) cita al autor Bravo (2018), el cuál en su reciente tesis doctoral, hace diferencia entre emprendedor y emprendedor social: En términos generales, un emprendedor en el mundo empresarial identifica una oportunidad en el mercado y diseña un producto o servicio para cerrar la brecha de una manera rentable. Un emprendedor social hace la misma tarea que un emprendedor en un negocio comercial, excepto que la brecha que el emprendedor social intenta resolver es un problema social. Este es el único punto de coincidencia entre las muchas definiciones. Las diferencias en la definición de emprendimiento social varían en función de la importancia que los autores asignan a la misión de la organización (misión social vs misión financiera), a la fuente de ingresos de la empresa (creada por el negocio a través de la venta de un producto o servicio o a través de donaciones y subvenciones), al ámbito geográfico del proyecto, y a la replicabilidad del proyecto. Algunos autores mencionan diferentes conceptos sobre el tema de emprendimiento social el cual se describe a continuación:

Tabla 2. Conceptos sobre emprendimiento social de diferentes autores

Autor	Definición
Ashoka	El emprendimiento social es el proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales. Implica la creación de nuevos equipos y recursos que mejoren la capacidad de la sociedad para abordar problemas y así maximizar el impacto social a través de la sustentabilidad y la sostenibilidad. (Del Cerro 2016)
Fundación Schwab	El emprendimiento social es un acercamiento práctico, innovador y sustentable ante los problemas económicos y sociales, un acercamiento que divide sectores y disciplinas basándose en valores y procesos comunes para todos los emprendedores sociales independientemente de su enfoque, o si su organización tiene o no fines de lucro. (Del Cerro 2016)
Grameen Creatie Lab	A diferencia de los negocios tradicionales, una empresa social opera para el beneficio de atender más

	eficientemente. Las empresas sociales proveen un marco necesario para atender problemáticas sociales combinando el conocimiento de los negocios con el deseo de mejorar la calidad de vida. (Del Cerro 2016)
David Bornstein	Un emprendedor social es una persona que tiene una idea poderosa para provocar un cambio social positivo y, a su vez, creatividad, habilidades, determinación y empuje para transformar. Los emprendedores sociales combinan comprensión, oportunismo e ingenio de emprendedores de negocios, pero se dedican a perseguir cambio social o “utilidad social” en lugar de utilidad financiera. (Del Cerro 2016)
Espada, J. S., López, S. M., Durán, P. B., y de las Vacas, G. L. P. (2018)	Los emprendedores sociales, impactan positivamente en la Sociedad, ofreciendo bienes o servicios que cubren las necesidades que no han sido cubiertas por instituciones, y comparten un propósito principal, alcanzar fines sociales por encima de objetivos comerciales o financieras, obviamente sin incurrir en pérdidas, para garantizar la viabilidad y supervivencia de la empresa. Espada et al., (2018).
Zahra, Gedajlovic, Neubaum y Shulman	Actividades y procesos realizados para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades, a fin de aumentar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de las organizaciones existentes de manera innovadora. Amezcua et al., (2017)

Fuente: Autoría propia basado de diversas fuentes bibliográficas.

Características del emprendedor social

A partir de las distintas definiciones del emprendimiento social se deriva la caracterización de variados tipos de emprendedores sociales. Al respecto, Patiño, Gómez y Cruz (2016) citado por Briceño et al., (2017), establecen que, en el caso del emprendedor social, existen dos líneas ideológicas bien definidas: la primera considera que el mismo debe ser concebido como una variante del emprendedor, y la segunda establece que éste es una categoría aparte de los emprendedores de negocio. Por otro lado, en el informe de emprendimiento social presentado por el GEM (Curto, 2012) citado por Briceño et al., (2017), se mencionan las tres principales características que poseen en mayor o menor medida estas empresas, que en modo resumido son:

- Prevalencia del fin social (o medioambiental) frente al fin económico.
- Capacidad de auto-sostenibilidad.
- Presencia de innovación.

Las características de la actividad emprendedora se pueden diferenciar según el tipo de emprendedor utilizando tres variables, Vedula et al., (2022) cita a Austin et al., (2006) y menciona que:

1. Actitud emprendedora: ambos tipos de emprendedores se centran en diferentes tipos de actividad; mientras que una situación de mercado expansiva es una fuente de oportunidades para los emprendedores clásicos, los emprendedores sociales buscan oportunidades en las necesidades sociales que aparecen con mayor intensidad en períodos de crisis.
2. Movilización de recursos: los emprendedores sociales a menudo no están en condiciones de competir con las empresas comerciales en materia de remuneración y, en consecuencia, tienen mayores dificultades para reclutar y retener recursos humanos valiosos y obtener los fondos de capital necesarios.
3. Medición del desempeño: a los emprendedores sociales les puede resultar difícil medir el impacto social de su trabajo, ya que no pueden utilizar los indicadores de rentabilidad habituales.

Trejo (2015) menciona, que muchos rasgos y comportamientos de los emprendedores sociales son similares a los de cualquier otro tipo de emprendedor. Generalmente no existen diferencias en aspectos como liderazgo, cualidades personales, estilos de trabajo o capacidad para generar y transmitir ideas innovadoras. Se ha escrito mucho sobre los factores que explican el comportamiento empresarial general; La brecha en la literatura se refiere a la identificación de rasgos que diferencian a los emprendedores sociales de los clásicos, ya que ciertas características que pueden intensificar la actitud emprendedora en una persona pueden no explicar su orientación social o ciertas características que no son importantes en la actitud emprendedora general pueden ser significativo en la naturaleza social de la orientación.

En el marco teórico general, Trejo (2015), menciona que se ha identificado que los emprendedores sociales tienen rasgos y motivaciones que son en parte compartidos y en parte diferentes de los de los emprendedores clásicos. Sin embargo, los emprendedores sociales centran su visión en actividades que agregarán valor a los sectores menos favorecidos de la comunidad. Esta distinción suele implicar ciertas características diferenciadoras.

La actividad emprendedora y en consecuencia su orientación (clásica o social) puede depender de factores relacionados con variables sociodemográficas o variables relacionadas con el perfil psicológico. Trejo (2015). El aporte principal de esta distinción es la reflexión sobre las variables que pueden influir en la elección de un tipo de emprendimiento sobre otro. Según Trejo (2015), factores sociodemográficos (como la edad, educación, o el contexto socioeconómico) y factores psicológicos (como valores, motivaciones o rasgos de personalidad) pueden determinar si una persona se inclina hacia un emprendimiento clásico, enfocado en la rentabilidad y el crecimiento económico o hacia un emprendimiento social, centrado en el impacto comunitario y social, por su parte Sastre-Castillo, et al., (2015) mencionan lo siguiente:

Detrás de cada emprendimiento social hay una persona con asombrosas ideas y una vasta motivación por cambiar la realidad de su comunidad y su planeta. La persona más importante en la creación de una empresa social es el emprendedor que decide desarrollar su idea y convertirla en un proyecto que resuelva un problema.

Del emprendedor depende que la empresa genere un producto o servicio que solucione y que en el largo plazo mantenga el cambio social como su misión y prioridad. Los emprendedores tienen perfiles muy distintos, no importan sus estudios profesionales o su experiencia laboral. Un emprendedor social viene de cualquier parte.

El perfil y la formación de un emprendedor social

Santana (2017), menciona 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 quiere decir que los emprendedores sociales pueden ser de cualquier profesión un oficio: arquitectos, sociólogos, médicos, administradores, abogados, sacerdotes, artistas, empresarios, docentes, comerciantes, etc.

La mayoría inicia su camino para resolver problemas sociales o ambientales por que se indignan ante una situación que vivían en su comunidad o familia, fueron impulsados por amigos y familiares y seguramente entraron en un nivel de conciencia social. Cabe mencionar que este se distingue de la conciencia básica.

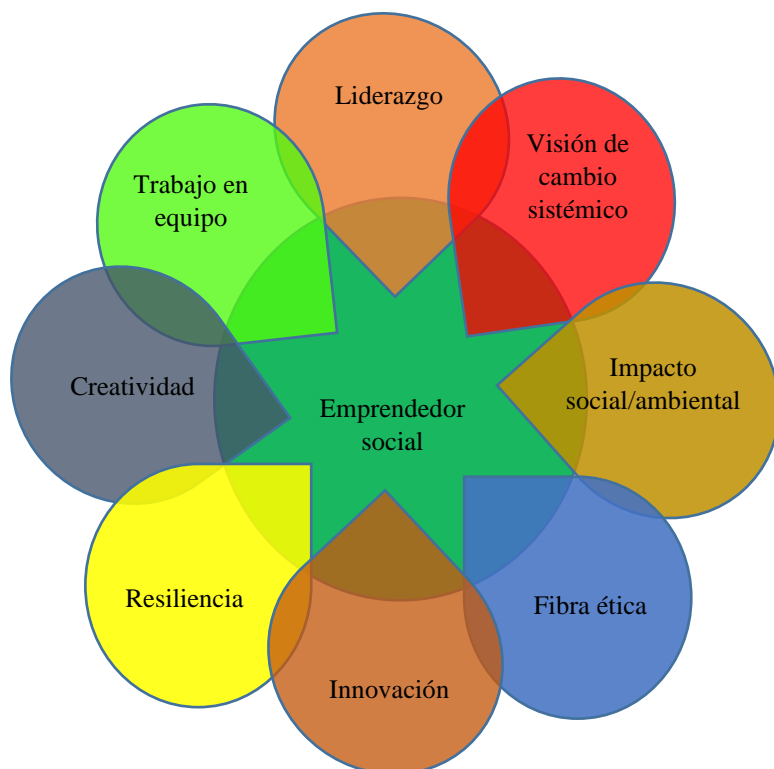


Figura 2. Perfil del emprendedor social.

Fuente: Santana 2017.

Características claves de un emprendedor según, Sastre-Castillo et al., (2015):

1. Alto compromiso social: posee una aguda sensibilidad por los problemas que afectan a otros y su principal motivación es originar un cambio positivo en su comunidad.
2. Visión de negocios: entiende el potencial de atender problemas sociales con visión de negocios. Aprovecha sus recursos y obtiene el mayor beneficio posible para todas las partes.
3. Innovador: siempre encuentra maneras de resolver problemas. Utiliza la tecnología a su favor y crea soluciones accesibles para quien lo necesite.

Tabla 3. Características del emprendedor social según literatura especializada

Autor	Características
Briceño et al. 2017	<ul style="list-style-type: none"> - Prevalencia del fin social (o medioambiental) frente al fin económico. - Capacidad de autosostenibilidad. - Presencia de innovación.
Austin et al. 2006	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud emprendedora - Movilización de recursos - Medición del desempeño
Del Cerro 2016	<ul style="list-style-type: none"> - Alto compromiso social. - Visión de negocios. - Innovador

Fuente: Elaboración propia de la opinión de los autores citados.

Dimensiones del emprendimiento social

Villa Sánchez et al., (2021) mencionan que la delimitación de lo que se considera un emprendedor social eficaz ha llevado al estudio para determinar el perfil y las competencias requeridas. En esta búsqueda de investigación se han aplicado diversos enfoques y metodologías, con el fin de descubrir las características esenciales que permitan una formación basada en la investigación. Es cierto que estamos investigando y experimentando con la formación de emprendimiento con múltiples enfoques y probando diferentes metodologías mencionan los autores y a su vez proponen la espiral del emprendimiento social, el cual es un modelo simbolizado por una espiral, porque en realidad representa bien la idea a expresar: el emprendimiento comienza por uno mismo y se va desarrollando a través de diversos bucles hasta llegar al entorno donde se pretende solucionar un problema o mejorar una situación social determinada.

En el gráfico siguiente (Figura 3) los autores anteriormente citados configuran la espiral del emprendimiento explicado en cinco dimensiones:

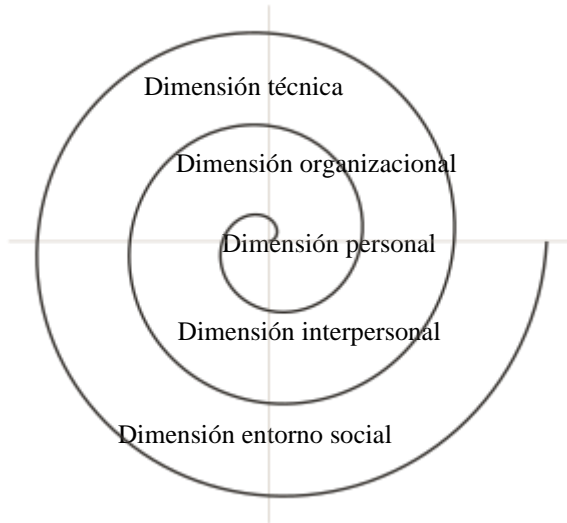


Figura 3. Espiral de las dimensiones del emprendimiento social.

Fuente: Villa Sánchez et al., (2021).

Villa Sánchez et al., (2021), explica que la espiral del emprendimiento consiste inicialmente en cinco bucles que tienen sus inicios en el conocimiento de uno mismo como fundamento de cualquier emprendimiento, porque no hay nada más importante y decisivo que la propia persona.

El segundo bucle se refiere a las habilidades interpersonales que todo emprendedor requerirá para establecer las relaciones con sus destinatarios, sus proveedores y todas aquellas personas que interaccionan en el proceso emprendedor.

El tercer bucle es el conocimiento institucional. Toda actividad empresarial tiene una organización que incide en función de su estructura, de su cultura y del clima en el que se crea, en diversos factores organizacionales, como liderazgo y motivación, entre otros.

El cuarto bucle es el ámbito técnico, en el que el emprendedor va a desempeñar una serie de funciones y competencias técnicas, como la resolución de problemas, la gestión del tiempo y la aplicación de varios tipos de pensamiento analógico y práctico.

El quinto bucle es el conocimiento del contexto de actuación del emprendimiento. Conocer las oportunidades, las instituciones políticas, sociales. Ello requiere algunas competencias que más tarde se explicarán.

A continuación, se enlistan las dimensiones y las competencias que proponen los autores citados:

Tabla 4. Descripción de las dimensiones de emprendimiento social

Dimensión	Definición	Competencia
1.- Dimensión personal	Conocer las capacidades y las deficiencias de cada uno proporciona más seguridad y facilita un autocontrol más eficaz en tiempos de ansiedad, angustia o estrés.	Autoconocimiento Autocritica Autoconfianza Orientación al aprendizaje
2.- Dimensión interpersonal	Para un emprendedor y aún más para un emprendedor social, las habilidades interpersonales son de suma importancia en su crecimiento profesional.	Comunicación interpersonal Trabajo en equipo Comportamiento ético Responsabilidad social
3.- Dimensión organizacional	La dimensión organizacional pone el énfasis en la organización.	Liderazgo Visión estratégica Iniciativa Espíritu emprendedor Gestión de proyectos
4.- Dimensión técnica	Se refiere a las habilidades más específicas o más profesionales, que incluyen los conocimientos técnicos, las estrategias y el comportamiento profesional necesarios para un emprendedor.	La competencia para resolver problemas La gestión del tiempo El pensamiento práctico Pensamiento analógico
5.- Dimensión acerca del entorno social e institucional	Esta dimensión se centra en el conocimiento del mercado, en los destinatarios a los que se dirige el emprendimiento y en diagnosticar sus necesidades.	Innovación, Orientación al servicio Comunicación institucional

Fuente: Elaboración propia con base en información de Villa Sánchez, A., Arias Guzmán, M. D. J., y Peña Lang, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social.

El emprendimiento como motor de los negocios para la paz

Santana Medina (2017). menciona que emprender para la sociedad y el medio ambiente requiere un perfil y una formación particulares. Es una filosofía de vida que nace o se forma en algunos individuos. Uno de los tipos de emprendimiento social que hemos mencionado son los negocios sociales como instrumentos para la paz en el mundo, que están cambiando la vida de millones de personas.

Entonces ¿Qué es la paz? ¿cómo lo comprendemos para incidir en ella mediante negocios para la paz? El reto siempre ha sido integrar dos visiones divergentes del mundo, lo económico y lo social, más cuando es difícil medir la paz por los múltiples factores que implica lograrla, como: lugar, cultura, creencias, historia y circunstancias actuales.

La Real Academia Española define paz como “la situación y relación mutua de quienes no están en guerra” (2024).

Santana Medina (2017), de igual manera cita a la organización colombiana no gubernamental Hacer la Paz, esta organización define este término de la siguiente manera:

- Hacer la paz no es desear ni observar pasivamente.
- No es reaccionar solo cuando los problemas nos afectan directamente.
- Hacer la paz es aprovechar el impulso, la determinación de los grupos cada vez más grandes de jóvenes sin diferencia de género, raza, religión o nivel educativo; gente que ha asumido como propia la misión de hacer un aporte concreto y efectivo a una convicción que crece en este país (Colombia): la paz no es una firma ni un acuerdo entre dos grupos, es el ejercicio diario de la convivencia.
- Hacer la paz es trabajar por ella. ¿Cómo?, quien hace, sueña y desea, pero convierte esos sueños y deseos en ideas y ejecuta sus proyectos, trabaja con otros grupos para que esas ideas y proyectos se conviertan en hechos reales que afecten de manera positiva a la comunidad.
- Hacer la paz es un nuevo espacio de experimentación en el que las ideas atrevidas y el conocimiento tecnológico de los jóvenes se unen con las organizaciones que tienen la voluntad y el poder de ayudar a que los proyectos se hagan realidad.

Negocios para la paz

Los negocios para la paz se experimentan, se viven y se aprenden de muchas formas. Los emprendedores sociales muestran sus resultados de

impacto social y ambiental en los lugares donde trabajan. Bajo lo anterior, ¿Qué significan los negocios para la paz? La mayoría de los emprendedores coincide en que, si hay amor en las personas, no hay conflicto y es mucho más fácil ayudar a modificar sistemas, hábitos y acciones en beneficio de todos y del planeta. Los negocios para la paz son iniciativas empresariales que integran la búsqueda de la rentabilidad económica con la promoción activa de la paz, la justicia social y la sostenibilidad ambiental. Este tipo de negocios no solo se enfocan en generar ganancias, sino que también buscan contribuir al bienestar de las comunidades y al equilibrio social.

Tabla 5. Involucramiento en actividades de emprendimiento social

Clasificaciones	Descripción
Género	Los emprendimientos sociales empiezan por lo regular por un hombre y no por una mujer. Sin embargo, esta diferencia no es significativa en comparación con el inicio de una empresa comercial.
Edad	La edad para involucrarse en actividades de emprendimiento social es entre los 25 y los 44 años. En Estados Unidos y Suiza las personas que se involucran en actividades de emprendimiento social tienen entre 18 y 24 años.
Educación	Las personas que tienen mayor nivel de educación son quienes más se involucran en actividades de emprendimiento social. El porcentaje mayor es de personas que tienen estudios arriba de secundaria.

Fuente: Santana (2017).

Santana (2017), menciona que la fórmula de trabajo de las organizaciones que apoyan este movimiento es simple.

Jóvenes + tecnología + innovación + experimentación.

La mayoría de los emprendedores sociales coincide en que, si hay amor en las personas, no hay conflicto y es mucho más fácil ayudar a modificar sistemas, hábitos y acciones en beneficio de todos y del planeta.

A continuación, se muestra una tabla descriptiva de la actuación de los emprendedores sociales, comparando violencia y paz.

Tabla 6. Actuación de los emprendedores sociales con la violencia y la paz

Con la violencia	Los emprendedores sociales	Con la paz	Los emprendedores sociales
Erradica la idea de que la violencia es algo bueno y deseable.	Rechazan la violencia y buscan evitarla con sus proyectos. Que no llegue a existir guerra por agua, escasez de alimentos y marginación, entre otros.	Valora la resolución violenta de conflictos.	Son conciliadores, líderes que buscan mecanismos de paz para acercarse a comunidades y zonas de conflicto que requieren ayuda.
Se opone a la cultura machista.	Empoderan e impulsan el desarrollo de las mujeres en lo personal y lo profesional.	Exalta el afecto, el cuidado, la ética, la solidaridad.	Valores preponderantes del emprendedor social.
Busca superar la perspectiva costo-beneficio en función del interés particular.	Su único interés es resolver problemas sociales o ambientales con intereses de bien común. Hacen alianzas con diversos autores de la iniciativa privada, gobiernos, sociedad civil para sensibilizarlos y se suman a generar mayor impacto positivo.	Usa modelos menos darwinistas y más de ayuda mutua como factor de evolución.	No se conforman con lo que leen, ven y les dicen. Buscan formas innovadoras para resolver los problemas.
Trata de trascender los instrumentos simbólicos violentos como	Por ningún motivo aceptan la violencia como solución a problemas.	Enseña comportamientos no violentos y el manejo de las frustraciones.	Tiene una alta capacidad de resiliencia e inteligencia emocional.

mecanismo de
aceptación.

Fuente: Santana Medina (2017).

El emprendimiento social y los emprendedores sociales son los agentes de cambio que necesita cualquier país, son generadores de paz y se han concebido como un medio de desarrollo social y aporte al crecimiento económico, atienden problemas complejos y han marcado el bienestar común en la sociedad. En la siguiente tabla Santana (2017), muestra la importancia del emprendimiento social en el desarrollo de cualquier país.

Tabla 7. Importancia del emprendimiento social en el desarrollo de cualquier país

Impacto	Aspectos
El emprendimiento social tiene un impacto clave sobre el crecimiento económico a través de:	Creación de empleo. Innovación y diversidad económica. Productividad y conectividad. Movilización de capital. Creación de la riqueza.
El emprendimiento social tiene un impacto clave sobre prosperidad social a través de:	Desarrollo de una sociedad inclusiva y una ciudadanía activa. Mejor calidad y acceso a la educación, salud, seguridad (clave para aumentar la productividad).
El emprendimiento social tiene un impacto clave sobre el desarrollo ambiental a través de:	Identificación de alternativas a productos y/o servicios que tradicionalmente tienen un alto impacto al medio ambiente. Promoción en el consumo de bienes y servicios amigables con el medio ambiente. Fomento a la eficiencia energética, el reciclaje y la conservación de recursos hídricos y energéticos. Mejora de la calidad del aire las emisiones de gases de efecto invernadero y de contaminantes.

Fuente: Santana Medina (2017).

De lo anterior, se observa que los emprendimientos sociales, contribuyen a la paz mundial, fortalecen el desarrollo de los países, maximizan el valor de las familias, aumentan el potencial de sus

comunidades, permean en la solución de conflictos globales, promueven valores de bien común, generan soluciones con factibilidad.

Santana (2017), menciona que la construcción de la paz inicia con las acciones que unen valores por el bien común. El fin último que persiguen todos los proyectos de emprendimiento social es generar calidad de vida para los seres humanos. En esto consisten los negocios para la paz. Por medio del ejemplo, los programas inculcan valores de desarrollo humano. Casi todos los emprendedores sociales los incluyen en sus proyectos, independientemente del tipo de problema social o ambiental que este resolviendo.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La metodología de este estudio es predominantemente descriptiva y cualitativa, con la estrategia de la investigación documental; ya que el enfoque consiste en exponer y entender las características, dimensiones y motivaciones de los emprendedores sociales. Se recurrió a la revisión de literatura, consultas de páginas web, lectura de artículos científicos y capítulos de libros.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el transcurso de este estudio sobre emprendimiento social, se han identificado varios hallazgos clave que ilustran tanto los desafíos como las oportunidades inherentes a este campo. A continuación, se detallan los hallazgos más significativos:

Los emprendedores sociales están motivados por una variedad de factores que van más allá del beneficio económico. La mayoría busca generar un impacto positivo en sus comunidades y abordar problemas sociales o ambientales específicos. Estas motivaciones incluyen el deseo de reducir la pobreza, mejorar la educación, promover la igualdad de género y proteger el medio ambiente, entre otros aspectos.

Del Cerro (2016), menciona que el emprendimiento social puede ser un instrumento para promover la paz, integrando visiones económicas y sociales. La paz no es solo la ausencia de guerra, sino un ejercicio diario de convivencia y trabajo conjunto por el bienestar común. La capacidad de

adaptarse a los cambios y superar adversidades es una característica común entre los emprendedores sociales exitosos. La resiliencia les permite ajustar sus modelos de negocio y estrategias en respuesta a desafíos imprevistos, asegurando así la continuidad y sostenibilidad de sus iniciativas.

Negocios para la Paz, Santana (2017), menciona que son modelos que a menudo combinan prácticas comerciales tradicionales con enfoques centrados en la comunidad, logrando así una sostenibilidad financiera mientras se generan beneficios sociales. Estos hallazgos subrayan la necesidad de un enfoque integral que combine la innovación, la colaboración y el apoyo estructural para fomentar y escalar 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.

CONCLUSIONES

El emprendimiento social ha emergido como una fuerza transformadora en la creación de valor social sostenible, destacándose por su capacidad para abordar problemas sociales y ambientales de manera innovadora y autosuficiente, acentuándose como un motor generador de paz en la sociedad, Del Cerro, (2016). A diferencia del emprendimiento tradicional, centrado en la maximización del lucro, el emprendimiento social pone énfasis en generar beneficios para la sociedad, buscando soluciones a problemas críticos como la pobreza, la exclusión social, la educación, la salud y el cambio climático, entre otros.

Los emprendedores sociales son agentes de cambio que utilizan métodos empresariales para lograr un impacto social significativo y duradero. Desarrollan modelos de negocio innovadores que, además de generar ingresos, resuelven problemas sociales y ambientales, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible. La capacidad de estos emprendedores para identificar oportunidades en problemas sociales y ambientales y convertirlas en soluciones viables y sostenibles es fundamental para su éxito y trascendencia. A lo largo del estudio, se ha demostrado que el emprendimiento social no solo es viable sino necesario en el contexto actual de desafíos globales. La implementación de modelos de negocios para la paz, debe ser socialmente responsable y sostenible, que permita contribuir significativamente a la mitigación de problemas

urgentes y a la promoción de un desarrollo inclusivo y equitativo, sembrando paz en la sociedad.

En resumen, el emprendimiento social representa una vía efectiva y necesaria para abordar problemas sociales y ambientales de manera integral. Al promover y fortalecer el emprendimiento social, se contribuye a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sostenible. Esta investigación subraya la importancia de apoyar a los emprendedores sociales, desarrollar políticas que faciliten su crecimiento y fomentar una cultura empresarial que valore y priorice el impacto social y ambiental. La sostenibilidad y la equidad deben ser los pilares sobre los cuales se construyan las futuras estrategias empresariales, asegurando un impacto positivo y duradero en la sociedad y el medio ambiente.

El emprendimiento social no solo es una respuesta efectiva a los desafíos actuales, sino también una estrategia esencial para construir un futuro más equitativo y sostenible a través de negocios para la paz. Santana (2017) menciona que los emprendedores sociales, al innovar y colaborar con diversas partes interesadas, pueden transformar sistemas y crear un impacto duradero. Por lo tanto, es crucial fomentar y apoyar el emprendimiento social a través de políticas públicas, acceso a financiamiento y programas de capacitación, para maximizar su potencial transformador y contribuir al desarrollo sostenible y la paz en la sociedad.

LITERATURA CITADA

- Acebedo, M. y Velasco, M. (2017) “Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos”, Revista CIEG, 27, pp. 102-116. Disponible en: [http://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20\(102-116\)%20Acebedo%20Afanadorenero%202017_articulo_id290.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20(102-116)%20Acebedo%20Afanadorenero%202017_articulo_id290.pdf) [Consultado 29-06-2024].
- Amezcuá, B., de la Peña, A., y Soto, JMS (2017). LAS ACCIONES DE ALTO NIVEL DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES. CPMark-Caderno Profesional de Marketing, 5 (2), 28-39.
- Briceño, J. C. P., Pereira, S. E. J., y Cabrera, O. A. G. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica. Dominio de las Ciencias, 3(2), 3-18.
- Del Cerro Juan (2016), *¿Qué es el emprendimiento social?*, Primera Edición, Editorial Neisa, México

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía —INEGI— (2024). Directorio estadístico nacional de entidades económicas. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx>
- Lagunas, E. A., Rodríguez, J. O., y Ramírez, D. M. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1), 153-180
- Naciones Unidas (2017). Naciones Unidas. Disponible en: <http://www.un.org/es/sections/what-wedo/promote-sustainable-development/> [Consultado 30-05-2024]
- Parra Alviz, M., Cática Barbosa, J. R., & Triana González, H. A. (2021). Una aproximación al perfil del emprendimiento social femenino en Ibagué (Tolima-Colombia).
- Real Academia Española (Organización) 2024, *Definición de concepto de paz*. Disponible en: <https://dle.rae.es/paz?m=form>, [Consultado 30-05-2024]
- Santana Medina, Gemma Herlinda (2017). *Emprendimiento social*. Editorial Limusa. México
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., y Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur?. *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349-369.
- Trejo López, E. A. (2015). Perfil psicosocial de la persona emprendedora. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16786/Tesis987160418.pdf?sequence=1&i>
- Vedula, S., Doblinger, C., Pacheco, D., York, J. G., Bacq, S., Russo, M. V., y Dean, T. J. (2022). Entrepreneurship for the public good: A review, critique, and path forward for social and environmental entrepreneurship research. *Academy of Management Annals*, 16(1), 391-425.
- Villa Sánchez, A., Arias Guzmán, M. D. J., y Peña Lang, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social.

SÍNTESIS CURRICULAR

Rosario Jiovila Félix

Estudiante de Maestría en Estudios Sociales. Universidad Autónoma Indígena de México. Lic. En administración. (Instituto Tecnológico de Los Mochis). Actualmente docente de nivel medio superior, áreas de formación de emprendedores y contabilidad en Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa.

Aida Alvarado Borrego

Doctora en Estudios Organizacionales-Universidad Autónoma Metropolitana. Profesora Investigadora en la Universidad Autónoma Indígena de México y de la Universidad Autónoma de Occidente. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías. Miembro del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos. aidaalvarado@uaim.edu.mx; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1228-5333>

Mario Guadalupe Zazueta Félix

Doctor en Economía y Negocios Internacionales. Empresario de Metropizza. Egresado de la Universidad Autónoma Indígena de México. Correo electrónico: mariozazueta@metropizza.com.mx