



Equidad y Desarrollo

ISSN: 1692-7311

ISSN: 2389-8844

Universidad de La Salle

Boada Reyes, Carol Stephanny; Arévalo Sabogal, Laura Daniela; López Acosta, Nicolás
“Ese apellido social me da ¡una responsabilidad!”
Aproximaciones al perfil de emprendedoras sociales en Bogotá*
Equidad y Desarrollo, núm. 39, e1462, 2022
Universidad de La Salle

DOI: <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss39.6>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=95776111006>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

 redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

“Ese apellido social me da ¡una responsabilidad!” Aproximaciones al perfil de emprendedoras sociales en Bogotá*

1

Carol Stephanny Boada Reyes**

Laura Daniela Arévalo Sabogal***

Nicolás López Acosta****

Palabras clave

Emprendimiento social, perfil, economía social, comunidad, liderazgo

Clasificación JEL

L26, L31, B55

Resumen

El emprendimiento social ha venido cobrando cada vez más fuerza como alternativa económica y de aporte para los sujetos y las comunidades, de allí que se revele la importancia de promover investigaciones que permitan identificar las condiciones y realidades que están presentes en este. Así, se describen a continuación las características de emprendedoras sociales con formación profesional alrededor de dos categorías: emprendimiento social y perfil del emprendedor social. Para esto se llevaron a cabo doce entrevistas a profundidad, en las cuales se hace evidente que una de las motivaciones más características de este tipo de emprendimiento

Boada-Reyes, C. S., Arévalo-Sabogal, L. D., & López-Acosta, N. (2022). “Ese apellido social me da ¡una responsabilidad!” Aproximaciones al perfil de emprendedoras sociales en Bogotá. *Equidad y Desarrollo*, (39), e1462. <https://doi.org/10.19052/eq.voll.iss39.6>

Recibido: 12 de mayo de 2021. **Aceptado:** 22 de abril de 2022

Publicación final: 30 de junio de 2022

* Artículo derivado de la investigación denominada “Emprendimiento social y Trabajo Social” realizada en la Universidad de La Salle, Colombia, entre 2020 y 2021.

** Trabajadora Social en la Corporación Educativa y Social Waldorf y Voluntaria en Pedagogía de Emergencia y Trauma. ✉ cboada73@unisalle.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0002-1433-9019>

*** Trabajadora Social en la Asociación Gerentas Sociales para el Desarrollo Integral (AGS).

✉ lauradarevalo33@unisalle.edu.co 🌐 <https://orcid.org/0000-0002-1077-737X>

**** Trabajador Social voluntario en Pedagogía de Emergencia y Trauma.

✉ nilopez02@unisalle.edu.co 🌐 <https://orcid.org/0000-0002-7743-788X>



es la conciencia social, dirigida a la transformación de las condiciones actuales de las comunidades. De otra parte, se encuentra como uno de los grandes desafíos la necesidad de formación; no solo para crear la oferta o servicio, sino también para fortalecer competencias administrativas, gerenciales y profesionales que favorezcan los resultados e impactos que se deriven.

“That Social Surname Gives Me a Responsibility!” Approaches to the Profile of Social Entrepreneurs in Bogotá

Abstract

Social entrepreneurship has been gaining more strength as an economic and contribution alternative for individuals and communities. Hence the importance of promoting research that allows identifying the conditions and realities that are present in it is revealed. Thus, the characteristics of social entrepreneurs with professional training are described in two categories: social entrepreneurship and the social entrepreneur profile. For this, twelve in-depth interviews were carried out. One of the most characteristic motivations of this type of enterprise is social awareness, aimed at transforming the current conditions of the communities. On the other hand, one of the significant challenges is the need for training to create the offer or service and to strengthen administrative, managerial, and professional skills that favor the results and impacts derived.

Keywords

Social entrepreneurship, profile, social economy, community, leadership

Introducción

Los emprendimientos sociales (ES) surgen como una alternativa a diversas situaciones generadas por la economía de mercado, como la escasez de empleo, problemáticas socioambientales, brechas sociales, pobreza entre otras que incentivan el surgimiento de iniciativas que generan soluciones y nuevos equilibrios sociales sostenibles en el tiempo (Franco-Pedraza, 2016). De la misma forma, Saavedra-García et al. (2020) mencionan que el ES busca oportunidades para establecer equilibrios sociales mediante el desarrollo de proyectos, que permitan dar respuesta a las necesidades sociales.

Por su parte, Sánchez (2018) precisa la necesidad de identificar en los contextos oportunidades con el fin de desarrollar “nuevas propuestas de valor que desafíen el equilibrio existente y establezcan nuevos equilibrios que respondan a las necesidades de grupos desfavorecidos” (p. 96). Esto a partir de la realización de ideas innovadoras que buscan dar respuesta desde sus propios recursos económicos y personales, teniendo presente la insuficiencia de la acción de la administración pública al momento de abordar los problemas sociales (Acosta-Véliz et al, 2018). Por tanto, el ES gestiona propuestas para responder a demandas sociales generadas por la ausencia estatal.

Actualmente, estas ideas innovadoras ofrecen no solo alternativas para suplir necesidades de la sociedad, sino que también son un aporte importante para sus creadores, tanto personal como laboralmente, trayendo consigo un emergente interés desde la comunidad académica, al indagar los posibles usos del emprendimiento como alternativa para el cambio social. Así mismo, cada uno de los procesos realizados por los emprendedores sociales (EmS), permiten una mejor cohesión social, emergiendo así habilidades y capacidades que permiten una mayor interacción con las comunidades, y un mayor fortalecimiento del tejido social.

A partir de lo anterior, se realiza una investigación que pretende dar cuenta de una aproximación al panorama del ES, en clave de identificar y describir las características que configuran el perfil de profesionales de diferentes disciplinas, que han optado por esta alternativa socioeconómica; quienes cuentan con diversas herramientas adquiridas desde sus conocimientos teóricos y aprendizajes prácticos con las comunidades, para la intervención en problemáticas específicas. Conviene subrayar que cuando se habla de ES se está planteando por una parte un tipo de emprendimiento, y por otra el reconocimiento de unas intencionalidades materializadas en el producto o servicio que se ofrece, en las motivaciones de quienes lo diseñan y desarrollan, así como de su perfil personal y ocupacional.

Se debe agregar que los autores insisten en que el rasgo social del emprendimiento configura unas particularidades base, como muestra lo planteado por Vázquez-Parra (2018), pues menciona que es “un modelo de emprendimiento que busca soluciones innovadoras para resolver problemas existentes de una sociedad [...] para impulsar así el desarrollo de la comunidad” (p. 130). Por lo que el ES se vincula de forma directa a las necesidades y demandas sociales, involucrándose activamente en los territorios y comunidades, buscando alternativas para el desarrollo y la mejora de la calidad de vida. De igual modo, esto es reiterado por Ocampo-Eljaiek (2016) al decir que el ES surge para “dar respuesta a las necesidades reales

de bienestar social y a las dificultades concretas de distintos colectivos” (p.188). Por lo cual, esta tipología se caracteriza por su enfoque social y su impacto directo en comunidades específicas.

4 En concordancia, el ES está compuesto por una serie de características fundamentales, enunciadas por distintos autores. Para Chica et al. (2016) es aquel que tiene un “objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocios sostenible” (p. 3), enfocadas en el accionar y la gestión del emprendimiento. Franco-Pedraza (2016) precisa que existen cinco ejes principales “misión social, cambio social, valor social, innovación social y sostenibilidad” (p. 49), asociadas con la creación y formulación, siendo necesario tenerlas en cuenta al inicio y durante el desarrollo de la iniciativa.

Los autores mencionados concuerdan en aspectos como la sostenibilidad, la innovación y el cambio social, los cuales poseen la misma relevancia. Sin embargo, para Franco-Pedraza (2016) existe una característica central del ES, la cual es “la participación de las comunidades como sujetos de su propio cambio” (p. 52). Teniendo presente que cada uno de los ejes es transversal a la participación de las comunidades, como una forma de responder a sus necesidades y demandas; no como sujetos externos, sino como aquellos protagonistas para lograr soluciones sostenibles y efectivas para los territorios, generando una transformación social desde la autonomía de los sujetos.

Por otra parte, Saavedra-García et al. (2020) precisan seis aspectos centrales del ES: “misión social, innovación, beneficios [para la sostenibilidad financiera], búsqueda y aprovechamiento de oportunidades, asumir riesgos, cambio social a través del establecimiento de un equilibrio en el uso de los recursos de la sociedad” (p. 13). También, se resaltan algunas características o competencias que se identifican en el ES, como “el reconocimiento, la empatía o la capacidad de juicio” (Vázquez-Parra, 2018, p. 134), necesarias para generar decisiones asertivas que permitan potenciar componentes como la sostenibilidad y la inclusión en la toma de decisiones. Por esta razón, crear un ES implica diversos aspectos a tener en cuenta a la hora de su formulación e implementación, así como en la generación de vínculos con las comunidades y otros actores.

Para el análisis del perfil del EmS, es necesario tener en cuenta que se clasifican en dos categorías, las cuales son “emprendedores económicos y sociales. Los primeros están totalmente orientados hacia el mercado comercial, mientras que los segundos se adhieren a conceptos ligados a la búsqueda del bien común” (Sánchez citado por Chica et al., 2016, p. 4). Por tanto, se encuentran emprendedores

orientados hacia el lucro y el mercado, buscando generar un valor económico, mientras que los EmS generan valor social, a través de la constante interacción con la comunidad y la construcción de ideas y proyectos conjuntos.

Así mismo, se encuentran otras diferencias entre estas dos categorías de emprendedores, ya que sus motivaciones no son las mismas, pues según Simón-Moya et al. (2015) “la motivación prosocial es considerada la motivación que guía a los emprendedores sociales, [...] los impulsa a tratar de provocar un cambio social duradero, [...] la motivación que guía a los emprendedores de negocios es la obtención de una compensación económica” (p. 159). Por tanto, se evidencia que, aunque ambos son emprendedores, sus objetivos, motivaciones y búsqueda de cambios son desde diferentes perspectivas.

Por ende, los EmS se conciben como agentes de cambio que buscan la transformación y abordaje de problemáticas a partir de ideas innovadoras. En consecuencia, se busca: adoptar una misión y generar valor social; reconocer y perseguir nuevas oportunidades; y mostrar una gran responsabilidad social por las comunidades (Ruiz-Palomino et al., 2019). Estos aspectos visibilizan su accionar social y compromiso con las comunidades involucradas.

Los EmS se describen como “aquellos que ven un problema crítico en su contexto, deciden resolverlo con una visión innovadora, cuestionan el status, explora[n] nuevas oportunidades, transforman visiones en realidades” (Chica et al., 2016, p. 4). Por lo que, parte de sus características están estrechamente vinculadas con las competencias que los emprendedores han desarrollado a lo largo de su experiencia personal y profesional.

Algunos de estos ejemplos los presenta Ángeles (2019) al especificar como características y habilidades: gestión del tiempo y planificación, capacidad de innovación, comunicación eficaz y disposición para negociar, competencias emocionales y manejo de herramientas digitales. De igual forma, plantea en aptitudes: autonomía personal, curiosidad, creatividad, autoestima y confianza en uno mismo, autoexigencia, motivación y pasión, tensión y perseverancia, iniciativa, flexibilidad, aprendizaje y ética.

Otros como Patiño-Castro et al. (2016) hacen énfasis en ser: innovador, persistente, conciencia de los problemas sociales, líder, sensitivo, proactivo, capacidad de adaptación, análisis y solución de problemas, capacidad de aprender permanentemente, habilidad comunicativa, actividad matemática, liderazgo colaborativo, toma de decisiones, trabajo en equipo y gestión de proyectos.

6

Por último, se identifican autores como Feijoo-González y Gutiérrez (2020) que categorizan las habilidades en dos grupos: comerciales, como aquellas indispensables para iniciar y administrar el emprendimiento, entre esas se encuentra la planificación, estrategias de comercialización, redes, financiamiento y capacitación; mientras que las habilidades sociales se centran en el actuar de los emprendedores, como la gestión, comunicación y trabajo en equipo.

Cada una de estas características, habilidades y competencias identificadas desde los diferentes autores permiten visualizar algunos rasgos que representan a los EmS, teniendo en cuenta que hay gran diversidad de abordaje y objetivos de cada uno. Así mismo, permiten identificar algunas similitudes con las experiencias y perfiles de las emprendedoras entrevistadas (tabla 1).

Tabla 1. Perfil de los Emprendedores Sociales

Autores	Características
Chica et al., 2016	Identifica problemas en su contexto, visión innovadora, cuestiona el status, explora nuevas oportunidades y transforman visiones en realidades.
Ruiz-Palomino et al., 2019	Tiene misión, genera valor social, responsabilidad social, reconoce y persigue nuevas oportunidades.
Habilidades y competencias	
Patiño-Castro et al., 2016	Innovador, persistente, consciente de los problemas sociales, líder, sensitivo, proactivo, se adapta, analiza, soluciona problemas, aprende permanentemente, habilidades comunicativas y matemáticas, liderazgo colaborativo, toma de decisiones, trabajo en equipo y gestión de proyectos.
Ángeles, 2019	Gestión del tiempo, planificación, capacidad de innovación y manejo de herramientas digitales. Comunicación eficaz: comerciales, resolución de conflictos y escucha activa. Competencias emocionales: inteligencia emocional, resiliencia, fracasos como experiencia.
Feijoo-González y Gutiérrez, 2020	Habilidades comerciales: planificación, estrategias de comercialización, redes, financiamiento y capacitación. Habilidades sociales: gestión, comunicación y trabajo en equipo.
Aptitudes	
Ángeles, 2019	Autonomía personal, curiosidad, creatividad, autoestima, autoconfianza, autoexigencia, motivación, pasión, perseverancia, iniciativa, flexibilidad, aprendizaje y ética.

Nota: Se presentan algunas características, habilidades, competencias y aptitudes desde diferentes autores que explican el perfil de los EmS.

Fuente: elaboración propia.

Para dar cuenta del perfil que tienen los EmS en Bogotá, se realizan una serie de entrevistas a profundidad a doce emprendedoras con formación académica en distintas áreas, para así conocer las características, habilidades, capacidades y aptitudes personales y de sus iniciativas.

Metodología

Esta investigación se inscribe desde un enfoque cualitativo, pues como menciona Bautista (2011) “es una metodología que busca presentar elementos que nos conduzcan a dar respuestas y explicaciones sobre los eventos y acontecimientos que rodean al hombre” (p. 18). De igual forma, se utiliza con el objetivo de recopilar información relevante que dé cuenta de las características de las EmS con formación profesional, desde sus propias experiencias, motivaciones y opiniones. Ofreciendo así mayor análisis de los contextos, testimonios y realidades específicas de las participantes, en clave de las categorías y subcategorías preestablecidas. El nivel es descriptivo, ya que, se especifica el fenómeno y su contexto desde la identificación de las características de EmS a partir de las categorías de ES y perfil del emprendedor/a, se apunta entonces a “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos” (Hernández et al., 2014, p. 92). En la tabla 2 se enuncian las características generales de las participantes, quienes solicitaron de manera expresa que sus datos fueran socializados con el fin de visibilizar aún más sus acciones.

Para su selección, se utilizó el tipo de muestra no probabilística, ya que el “procedimiento de selección [está] orientado por las características de la investigación más que por un criterio estadístico de generalización” (Hernández et al., 2014, p. 189). Así, se realiza un muestreo intencional por bola de nieve, ya que “los participantes, conforme se incorporaron a la muestra, recomendaron a otros informantes” (Hernández et al., 2014, p. 392). La selección se hace a criterio de los autores.

Las personas se seleccionaron a través de algunos contactos cercanos a docentes de la universidad de La Salle que conocen egresados o estudiantes de posgrado con ES o que tienen conocidos que desarrollan este tipo de iniciativas. Por lo anterior, se contactaron a las personas mediante llamada telefónica y se explicó el objetivo de la investigación y el consentimiento para participar, de igual modo estos recomendaron a conocidos que cumplen con las características de la investigación y se integran a la muestra.

Tabla 2. Emprendedores Sociales que participan en la investigación

Nombre EmS	Nombre ES	Contacto	Área	Formación y estudios
Sandra Liliana Ubaque	Apapachoa	https://instagram.com/21104qxnvEy	Educativo Terapéutico	Psicóloga y pedagoga; posgrados en terapia familiar y de pareja; formación en crianza amorosa y respetuosa.
María Inés Gómez	Ceiba y Consultoría en Redes Sociales	https://www.facebook.com/Consultoria-en-Familia-106455174988111	Educativo Familia	Trabajadora social; posgrados en consultoría de familia; formación en empresas asociativas y población en discapacidad.
Mary Smit Monsalve Castellanos	Fundación SER	https://www.behance.net/fundaciorganiz	Arte y lúdica	Tecnóloga en recreación dirigida y psicóloga; formación en gestión cultural y salud comunitaria.
Jorge Torres González	Fundación de Víctimas Construyendo Futuro	https://www.behance.net/gallery/113260195/portafolio	Derechos humanos	Artista; posgrado en gerencia cultural; formación como gestor.
Astrid Milena Ortiz Díaz	Fundación de Víctimas Construyendo Futuro	victimasconstruyendofuturo2017@gmail.com	Derechos Humanos	Estudiante de trabajo social y liderazgo social; formación en derechos humanos y salud.
Luz Dary Bonilla Salcedo	Fundación Niñas de Luz	https://www.familuz.org/	Educativo Prevención Formación	Contadora pública; posgrados en gestión de riesgos corporativos; formación en gestión del desarrollo.
Natalia Peláez Pérez	Fundación Latir	https://fundacionlatir.org/	Educativo Desarrollo social	Psicóloga; posgrado en gerencia de proyectos.
Jenny Marcela Rosas Mosquera	Natural connection	https://instagram.com/natural.connection.exp?utm_medium=copy_link	Ambiental Educativo	Licenciada en biología; posgrados en desarrollo sustentable y gestión ambiental; formación en gestión de calidad.
Lina María Avalo Zuluaga	Corporación Carita Feliz	https://corpcarita feliz.org/	Educativo Salud Familia	Trabajadora social; posgrados en desarrollo infantil; formación en neuropsicología y terapia familiar.
Alexander Castro Cardona	Papá Bloguero	https://instagram.com/papavlogger?utm_medium=copy_link	Educativo Familia	Influencer y creador de contenido educativo en temas de paternidad activa y responsable.
Kelly Johana Mejía Sierra	Amimesa	https://en.amimesa.co/	Desarrollo Social Bienestar Innovación social	Trabajadora social; posgrados en liderazgo organizacional, innovación social y neurociencia; formación en emprendimiento y modelo de negocio social.
Edith Carolina Barriga Vega	Consultorías Jurídicas y Sociales C Y J	ebarriga@unal.edu.co	Derechos Humanos Desarrollo Social	Trabajadora social; posgrados en acciones sin daño y construcción de paz; formación en emprendimiento.

Nota: Se presentan los perfiles de formación de las participantes.

Fuente: elaboración propia.

Para la recolección de datos, se diseña un consentimiento informado a partir de tres principios específicos: primero, la participación de forma voluntaria en el proyecto de investigación; segundo, la honestidad al momento de aplicar la entrevista y brindar los diferentes datos e información y tercero, la pertinencia de brindar sus datos personales y del emprendimiento, para dar visibilidad a sus iniciativas y posicionarlas como formas y acciones que permiten responder a las demandas actuales.

Así mismo, se diseñó y aplicó un guion de entrevista semiestructurada, puesto que “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (Hernández et al., 2014, p. 403). Esto para generar un diálogo continuo y profundo, pero que a su vez permitiera tener flexibilidad para realizar cualquier pregunta que fuera necesaria y no estuviera estipulada de forma directa. Así mismo “se decide de antemano qué tipo de información se requiere y se establece un guion de preguntas” (Folgueiras, 2016, p. 3).

El guion de entrevista contó con tres secciones: datos sociodemográficos, perfil del emprendedor/a social y emprendimiento social. La primera se compone de ocho preguntas alrededor de las subcategorías de creación y motivación del ES, formación académica, emprendedora social, logros y barreras, características y habilidades. La segunda, se compone de siete preguntas a partir de las subcategorías de emprendimiento social, problemas y necesidades, estrategias y enfoques, actores sociales y rol del estado, gestión y organización.

Algunos cuestionamientos son: ¿usted considera que su Emprendimiento es social?, ¿usted se define como EmS? Esto permitió que cada emprendedor diera su opinión sin ningún tipo de imposición u obligación. Para desarrollar las entrevistas, se utilizaron plataformas virtuales.

El proceso de tratamiento del dato se llevó a cabo mediante “las tres T” (Roa, 2019): primero, el proceso de traducción mediante una transcripción literal en el formato de guía de preguntas. Posteriormente, se preseleccionaron los fragmentos más relevantes y se ubicaron en las matrices intrasujeto, teniendo presente las dos grandes categorías y las subcategorías diseñadas para el análisis de los datos, obteniendo doce matrices.

Segundo, se traslapó la información obtenida, para esto se decantaron algunos de los fragmentos preseleccionados y se ubicaron en la matriz intersujeto, compuesta por: categorías principales, subcategorías, verbalizaciones e interpretación. Así, se analizaron algunas de las consonancias identificadas entre las entrevistadas, organizando las verbalizaciones de una forma que permitirá profundizar en la

interpretación de la información, y a partir de esto, se situaron algunos temas que surgieron de la comparación de lo enunciado por las emprendedoras. Por último, se realizó el proceso de interpretación teniendo presente los puntos en común y las subcategorías.

Tercero, se teorizaron los resultados obtenidos a partir de documentos, que permitieran dar respuesta a la pregunta de investigación y los objetivos planteados, profundizando en la interpretación de los datos, mediante un ejercicio de análisis entre los testimonios y los planteamientos realizados por otros investigadores.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la interpretación de las categorías previamente enunciadas

Categoría de emprendimiento social

Esta se subdivide en: emprendimiento social; problemas o necesidades; estrategias y enfoques; actores sociales y rol del Estado; y gestión u organización de los EmS. A continuación, se presentan los procesos de interpretación derivados de las entrevistas realizadas; en algunas secciones se incluyen verbalizaciones y se identifican por las iniciales de sus nombres y apellidos.

“Que la mayoría de las emprendedoras sociales (EmS) reconocen que sus iniciativas pertenecen a este tipo de emprendimiento, sin embargo, algunas definen su iniciativa como proyectos o formas de contribuir a las comunidades”.

a. Emprendimiento social

Se evidencia que la mayoría de las EmS reconocen que sus iniciativas pertenecen a este tipo de emprendimiento, sin embargo, algunas definen su iniciativa como proyectos o formas de contribuir a las comunidades.

El factor social es reconocido por las entrevistadas ya que hacen énfasis en las relaciones con la comunidad: “Es social porque trabajo con los seres humanos, con la sociedad, son de impacto social, de transformación” (S. L. Ubaque, comunicación

personal, 2020). “Se socializan los procesos, todo lo hacemos en comunidad, en sociedad” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020). Del mismo modo, expresan que contribuir a la sociedad hace parte de su formación profesional “aportar en el otro y que el otro tenga la capacidad de salir adelante con todo lo que uno le aporta” (M. I. Gómez-Gómez, comunicación personal, 2020). Esto evidencia la importancia de la comunicación y la responsabilidad que se tiene con los otros y lo otro, con el fin de aportar cambios positivos desde sus procesos de liderazgo social.

Sin embargo, algunas de las entrevistadas informan que, no conocen o no les es claro el concepto de ES; aun cuando su objetivo incluye una visión y propósito a nivel social “no me identificaba con el concepto, pero sí lo es” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020). Por tanto, aun cuando no se identifica claramente una categoría de orden academicista, el proyecto y propósito del emprendimiento sí está en línea con el componente social, ya sea desde su origen o desde la lectura de los contextos donde se lleva a cabo.

Lo descrito está en sintonía con lo que plantea Pérez-Briceño et al., (2017) al precisar que el ES busca “mejorar la calidad de vida y promover pautas de mejoramiento para el bienestar social” (p. 7). Ya que, este se relaciona con prácticas cotidianas y situaciones que acogen a las comunidades, generando soluciones y asumiendo retos desde el liderazgo social y el rol activo de las comunidades.

b. Problemas y necesidades

Se identifican diversos factores que las EmS buscan solucionar, como problemáticas de segregación y estigmatización, vulneración de derechos, dificultades académicas, roles familiares, entre otras.

Estas necesidades incentivan el cambio desde los ES “yo lo que hago es generar bienestar” (K. J. Mejía-Sierra, comunicación personal, 2020). “Todas giran en torno al bienestar y la calidad de vida” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Otras integran a determinadas poblaciones: “Son chiquitos que van a tener un déficit en el área cognitiva y sus áreas de desarrollo, la idea es que sean capaces de integrarse más fácilmente a la sociedad” (M. I. Gómez-Gómez, comunicación personal, 2020). “Una de las problemáticas grandes es el desempleo, la entrada económica de los adultos mayores” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020). Algunas de estas iniciativas suplen carencias de conocimiento: “He podido evidenciar en algunos municipios donde he trabajado, carecen de información de cómo elaborar proyectos, creación de comités” (E. C. Barriga-Vega, comunicación personal, 2020). “Nuestro propósito es promover la educación integral de calidad

y para la paz en Colombia” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Estos enfoques u objetivos de intervención tienen diversas formas de atención, sin embargo, todas las emprendedoras entrevistadas tienen en común que su accionar busca generar un cambio a nivel social.

Así mismo, se evidencian emprendimientos que atienden necesidades sociales, pero “procuramos no problematizar las cosas” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020). Esta postura se retoma debido a la importancia de poder atender las necesidades de las poblaciones beneficiarias, desde diferentes abordajes. De allí que, el ES surge como respuesta “a las necesidades insatisfechas de los grupos a quienes va dirigido” (Franco-Pedraza, 2016, p. 50). Por tanto, el foco principal es responder a los problemas sociales teniendo en cuenta los procesos, el contexto y la diversidad de las necesidades locales y globales.

c. Estrategias y enfoques

Las EmS resaltan diferentes estrategias personales, interdisciplinarias, publicitarias, lúdicas, así como la necesidad de realizar diagnósticos, sistematizaciones y evaluaciones para analizar, comprender y abordar las diferentes problemáticas sociales identificadas. Estas estrategias están en sintonía con lo descrito por del Valle-Calánchez & Mezher, (2015) al postular que un EmS “es una persona que aporta algunas propuestas o soluciones utilizando estrategias de innovación” (p. 164), creando estrategias y oportunidades que incentiven la participación de las comunidades.

Algunas de esas estrategias son “capacitación constante, estrategias de intervención, metodologías de aprendizaje” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). “Escuchar, generar espacios de diálogo, creación, formulación de proyectos” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020). Potenciando los procesos que llevan a cabo al adquirir nuevos conocimientos y crear de espacios que permitan el fortalecimiento de sus emprendimientos. De igual forma, una de sus estrategias es el trabajo interdisciplinar “si no hay trabajo en equipo entre todos los profesionales es muy difícil lograr cosas” (L. M. Avalo-Zuluaga, comunicación personal, 2020). Siendo fundamental la intervención desde la visión de diversos profesionales, que permitan responder a las necesidades y problemáticas desde diferentes dimensiones.

Así mismo, se resaltan estrategias publicitarias o de difusión “generar un flyer, una infografía” (E. C. Barriga-Vega, comunicación personal, 2020). “La comunicación directa, la voz a voz” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020). Esto como forma de difundir y generar procesos de concientización, mediante el contacto directo con las comunidades.

También, retoman dinámicas y lúdicas de intervención “estamos diseñando un juego más didáctico, sin tanto enredo y sin tanto tecnicismo” (K. J. Mejía-Sierra, comunicación personal, 2020). Así como estrategias más prácticas y vivenciales para las personas “yoga de mindfulness, expresar las emociones, meditación de silencio” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020). Esto evidencia que las EmS adoptan diferentes estrategias según las necesidades de las personas y comunidades con las que interactúan.

Por último, hacen procesos de “diagnóstico previo, para diseñar la metodología de trabajo” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020). Así mismo, recomiendan la “sistematización de todas las metodologías, los talleres” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Permitiendo a las emprendedoras realizar una recopilación y evaluar “si [se] está respondiendo a esa necesidad” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Por lo anterior, se evidencia que para todas las emprendedoras es importante el uso de estrategias para cumplir con los objetivos planteados.

d. Actores sociales y rol del Estado

Las EmS enuncian diversos tipos de actores que hacen parte de sus redes de apoyo, como actores comunitarios, voluntarios, apoyo de profesionales y alianzas con entidades públicas y privadas, permitiendo fortalecer y sostener sus emprendimientos en el tiempo.

La participación comunitaria como “juntas de acción local, los líderes sociales, mercados campesinos, los proyectos sociales” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Dan a conocer la importancia de generar alianzas entre los proyectos que se crean desde los emprendimientos, con las comunidades involucradas. Del mismo modo, las emprendedoras resaltan la participación de “los voluntarios que entran acá” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020), ya que aportan desde sus conocimientos y habilidades personales.

Resaltan desde sus experiencias, la importancia de generar procesos desde lo “multidisciplinar e interdisciplinar” (J. Torres-González, comunicación personal, 2020). Logrando un análisis de los contextos desde diferentes visiones para fomentar estrategias desde procesos colaborativos y trabajo en equipo. También, establecen alianzas con entidades del sector privado, “hemos tenido articulación digamos con otras organizaciones para implementar proyectos” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Así como algunos actores públicos como “el SENA entrega los recursos económicos” (M. I. Gómez-Gómez, comunicación personal,

2020). “El papsivi es un programa que depende de la alta consejería” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020). Aunque, es importante mencionar que para las emprendedoras estas entidades no hacen parte del accionar estatal, aunque sean consideradas instituciones públicas.

Además, las emprendedoras consideran que el Estado tiene un papel importante, pero “es indiferente, nunca apoyan estos procesos” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020), por lo que desde sus iniciativas suplen necesidades que el Estado debería garantizar. También resaltan la necesidad de apoyo de entidades como “la Cámara de Comercio, ellos tienen formación y acompañamiento, no todos conocen esto” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Y el papel de programas estatales como “la economía naranja, que realmente no apoya” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020). Esto debido a que los diferentes programas y apoyos no son difundidos por parte de los entes encargados.

Lo descrito da cuenta de la necesidad del trabajo interdisciplinar, pues, según Patiño-Castro et al. (2016) y Feijoo-González y Gutiérrez, (2020), el trabajo en equipo desde diversas profesiones permite realizar intervenciones integrales. También, Sánchez, (2018) resalta la importancia del rol del Estado al impulsar y fortalecer la estructura y acción de la comunidad a partir de políticas públicas para el ES. Pues como mencionan las EmS es importante que se dispongan de mayores recursos, “si se invirtiera más, si hubiera más recursos para emprendimientos sería mucho más fácil” (E. C. Barriga-Vega, comunicación personal, 2020). Siendo importante la creación de “una política pública clara de emprendimiento a nivel social” (M. I. Gómez-Gómez, comunicación personal, 2020). La cual debería enfocarse en el diseño de programas y proyectos, centrados en el apoyo, capacitaciones, acompañamiento y recursos económicos para los ES.

e. Gestión y organización

Las entrevistadas destacan diferentes formas de llevar a cabo sus ES para hacerlos sostenibles, como la administración, la gestión del emprendimiento, aspectos financieros y recursividad. En relación con lo anterior, la manera más eficiente del manejo de los ES, según Franco-Pedraza, (2016) es “un esquema cruzado de gestión, financiación y administración, que permite resolver los problemas de sostenibilidad a los que se enfrentan las organizaciones sin ánimo de lucro” (p. 51). Esto implica que los EmS complementen sus conocimientos en estas áreas, para abordar cada una de las problemáticas a las que se pretende responder.

La principal estrategia es la gestión contable en “lo administrativo yo también he ido aprendiendo a entender cómo se lleva una contabilidad, ha sido un proceso de aprender de otros porque pues yo no tengo formación en ese tema” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020), se tiene una “contabilidad muy básica” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Por tanto, es necesaria la formación en temas administrativos y contables.

Los procesos de gestión se realizan entre todos los integrantes del equipo de trabajo “todos estamos sentados en el mismo nivel, cada uno con una responsabilidad y unos roles específicos dentro de las diferentes propuestas que se elaboran” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020). Esto permite identificar que dentro de la gestión es importante tener roles definidos; pero con el mismo nivel de relevancia, permitiendo mejores relaciones de trabajo al interior de cada emprendimiento.

Y se identifican conocimientos a partir de disciplinas específicas que aportan herramientas en la administración de los recursos “el ser contadora, mi formación me lleva a estructurar muy bien la organización” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020).

Otro componente importante que destacan las participantes es “la recursividad que nos caracteriza, para optimizar el presupuesto y los recursos que nos llegan, entonces buscamos ser supremamente hábiles en la funcionalidad de las cosas, con lo que conseguimos en la gestión” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020). Esto tiene una relación directa con las estrategias que utilizan las emprendedoras para realizar la gestión de los recursos, siendo estos debidamente aprovechados para lograr todos los proyectos y actividades que se desean realizar.

Categoría del perfil del emprendedor social (EmS)

Esta se subdivide en cinco subcategorías: creación y motivación del ES; formación académica; el emprendedor/a social; los logros y barreras; características y habilidades personales.

a. Creación y motivación del ES

Se indaga el proceso previo a la conformación de los emprendimientos, evidenciando que surgen a partir de sus experiencias personales desde cinco aspectos principales. Primero, se da a través de una experiencia educativa “cuando estaba

pequeña en el colegio [y] conocí a una mentora” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020). “Fui motivada por la academia, por esa importancia de la lúdica y la formación del ser humano” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020).

Segundo, se enmarca por la experiencia laboral en el trabajo con comunidades para los que han sido contratados “10 años de trabajo con comunidades, los escenarios laborales en donde estaba no me permitían del todo hacer esas ideas” (K. J. Mejía-Sierra, comunicación personal, 2020). “Que nazca de los sentires, de los deseos, de las búsquedas de cada comunidad también, eso fue lo que a mí me motivó” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Estos aspectos muestran la importancia que tiene la experiencia en la creación de los emprendimientos, desde diversos factores como la educación básica, la formación universitaria, y las vivencias experimentadas con comunidades.

Tercero, se encuentra la influencia de amistades y colegas que comparten una misma visión sobre la solución de problemas sociales y la falta de estabilidad de empleo, “por una compañera de la universidad, se le ocurrió gestionar como una empresa” (M. I. Gómez-Gómez, comunicación personal, 2020).

Cuarto, la importancia de querer pasar tiempo en familia y consigo mismas, sin renunciar a su profesión “nace de esa idea de querer estar con mi hija tiempo completo, pero tampoco dejar de lado mi parte profesional” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020).

Quinto, las ideas de emprender se crean a partir de un proceso de identificación de necesidades de una comunidad “como mamá emprendedora motivada pues desde una necesidad que veía en los niños más pequeños” (J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020). “La motivación de nosotros fue que identificamos todas estas problemáticas, pero el querer cambiarlas” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020).

Estos testimonios evidencian que la creación de los ES parte de reconocer las motivaciones o necesidades tanto individuales como colectivas. Visto así, lo presentado confirma el argumento de Simón-Moya et al. (2015), cuando enfatizan que la motivación es un factor que guía a los ES, para generar soluciones que perduren en el tiempo, esto mediante su experiencia, conocimientos y apoyo comunitario.

b. Formación académica

Se identifican aspectos que influyen en la creación de sus iniciativas desde experiencias que brindan las instituciones educativas, como: obtención de conocimiento

por medio de la práctica, vacíos académicos que motivan al emprendedor a indagar desde otros medios y aportes de algunas profesiones para la creación de los ES.

Las entrevistadas identifican que los conocimientos sobre ES han sido obtenidos mediante su experiencia práctica “eso no lo enseñan, yo no lo viví en mi experiencia de formación académica, en la práctica me tuve que formar” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Por lo que las emprendedoras encuentran diversas dificultades para poder crear o formar su emprendimiento, debido a los vacíos académicos.

De igual forma, resaltan la falta de motivación para crear procesos de ES en la formación académica, “nunca me hablaron de pensar en el otro ser humano, solo por las empresas” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020). Por lo que algunas profesiones se desligan de la importancia de generar valor social, centrándose en procesos netamente económicos, “me enseñan que tengo que tener un análisis de costos, producción y no me enseñan que detrás de eso hay unos seres humanos” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020), evidenciando la conciencia de las emprendedoras respecto a su entorno, cuestionado su papel como profesionales en la sociedad.

Desde otro ángulo, algunas emprendedoras sí consideran que la formación académica les ha aportado en su ES, “tuve la posibilidad de conocer distintos enfoques [para el] reconocimiento del contexto social, político, económico, cultural” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Generando una postura crítica frente a la realidad, teniendo en cuenta los sujetos y contextos que buscan intervenir.

Así mismo, se menciona que la academia puede nutrir y ampliar aspectos que complementan los procesos “ha nutrido en mucho, he aprendido en la formulación de proyectos, eso era una de las dificultades que nosotros como fundación teníamos” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020). Esto muestra el contraste respecto al aporte que la formación académica les brinda a las EmS, donde en algunas carreras se reciben conocimientos formales o económicos, mientras que en otras se enfatiza la importancia del reconocimiento de la realidad en lo social.

Se hace evidente entonces, una tensión en la necesidad de soportar los emprendimientos en la formación, pues según Velazco-Martínez et al. (2019) los retos para la educación superior en el siglo XXI son “prevenir y resolver problemas sociocomunitarios, así como realizar acciones con fines sociales en su ámbito de actuación profesional futura” (p. 203). Siendo de gran importancia el fortalecimiento de competencias en ES desde la academia y la práctica.

c. Emprendedor/a social

En esta subcategoría diez de las entrevistadas se consideran emprendedoras, esto por el impacto que generan en las comunidades y la creación de alternativas para dar respuesta a las problemáticas sociales. Asimismo, dos de las entrevistadas se consideran lideresas sociales, al no tener conocimiento del concepto de EmS.

“Diez de las entrevistadas se consideran emprendedoras, esto por el impacto que generan en las comunidades y la creación de alternativas para dar respuesta a las problemáticas sociales. Asimismo, dos de las entrevistadas se consideran lideresas sociales, al no tener conocimiento del concepto de emprendedoras sociales (EmS)”.

Las entrevistadas que se identifican como emprendedoras reconocen que el “apellido social me da una responsabilidad, es emprender para la sociedad” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Por ello, su actuar cotidiano está ligado a la generación de “proyectos con o sin ánimo de lucro, que se piensan la sostenibilidad financiera y el impacto” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Visibilizando emprendimientos sin ánimo de lucro o híbridos, que buscan ser auto sostenibles y generar alternativas para responder a las diferentes demandas sociales.

En concordancia L. M. Avalo-Zuluaga menciona que es importante “crear una alternativa para que las personas puedan tener una respuesta que no reciben del Estado” (comunicación personal, 2020). Así, utilizan su creatividad para buscar estrategias que suplan las necesidades que no son abordadas por el Estado.

Aquellas que no se consideran EmS mencionan que “es la primera vez que escucho ese término, simplemente me considero una mujer comprometida” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020). Razón por la que se define como

una mujer con responsabilidad social y compromiso con las comunidades. De igual forma “me he definido es como una lideresa social defensora de los derechos humanos” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020). Por lo que relacionan su proceso de ES con el liderazgo y la forma en que lucha por los derechos humanos desde diferentes procesos y proyectos.

De modo que, esta autodefinición como EmS reclama el reconocimiento de aptitudes, características, habilidades y competencias, pues “emprender implica

una motivación altruista y un estilo relacional reflexivo” (Rivera & Santos, 2015, p. 20). Teniendo presente que la autorreflexión permite que las EmS puedan llevar a cabo de manera óptima su accionar, pues estos aspectos son recursos que impulsan estrategias y acciones sociales más consolidadas.

Las emprendedoras han atravesado por diversas experiencias personales y laborales que les permiten identificarse dentro del accionar social “yo creo que compartirle a los demás lo que tú sabes, lo positivo que te han enseñado es bueno” (A. Castro-Cardona, comunicación personal, 2020). Este es uno de los factores que las motiva, ya que la transmisión de conocimientos y saberes les permite interactuar de forma directa con las comunidades. En conformidad K. J. Mejía-Sierra precisa: “He tenido la suerte de moverme en muchos escenarios y justamente por eso es que decido emprender” (comunicación personal, 2020). Es a partir de la experiencia laboral con diversos procesos y poblaciones, que se genera una motivación de realizar emprendimientos que fomenten el apoyo social y la autonomía profesional.

d. Logros y barreras

Las EmS afrontan algunas experiencias positivas y alentadoras, mientras que otras son complejas y difíciles, sin embargo, para todas las entrevistadas las experiencias son beneficiosas en términos de conocimientos y vivencias.

En lo referente a los logros, se identifican diversos aspectos, desde el fortalecimiento de habilidades y capacidades “para mí esto me ha ayudado a fortalecer más ese liderazgo que yo tenía” (A. M. Ortiz-Díaz, comunicación personal, 2020). En el proceso de emprender “uno de los logros ha sido la persistencia de subir escalones poco a poco y también la resistencia” (J. Torres-González, comunicación personal, 2020). La importancia de los conocimientos y visiones de la comunidad “yo no puedo saberlo todo de todo, y eso a la vez se convierte en un logro porque cada vez se suman más personas que aportan en otros conocimientos a la fundación” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Por otra parte, resulta importante el reconocimiento de la comunidad “sentir que en la zona en la que estamos, estamos recibiendo un reconocimiento” (L. M. Avalo-Zuluaga, comunicación personal, 2020). Estos aspectos muestran la influencia que tiene el ES en la vida de las emprendedoras, y la importancia de este para las comunidades.

Así mismo, destacan condiciones que dificultan o impiden la realización de sus emprendimientos, en términos familiares “un reto que siento es el apoyo de la familia” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020); económicos “toda emprendedora los primeros meses regala prácticamente el trabajo para darnos a conocer”

(J. M. Rosas-Mosquera, comunicación personal, 2020); sociales “las barreras están dadas por los estigmas de la sociedad” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020); y apoyo estatal “para mí el principal ha sido que no hay un camino sabes, no hay una ruta clara” (K. J. Mejía-Sierra, comunicación personal, 2020). Estas situaciones complejas o difíciles son asumidas principalmente como un reto, que les permite a las emprendedoras mejorar o potenciar diversos factores de sus iniciativas.

e. Características y habilidades

Para la descripción del perfil las emprendedoras resaltan algunas características y habilidades como: administrativas, gestión, empatía, incorporación de conocimientos frente a las tecnologías, trabajo en equipo, transparencia, entre otras.

Dentro de las administrativas se encuentra el “ir escuchando, canalizando, poniendo sobre la marcha, creando planes de mejora, previniendo también riesgos” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). De igual modo se resalta “la capacidad de gestión [y] de persistencia” (J. Torres-González, comunicación personal, 2020). Permitiendo mejores resultados al momento de llevar a cabo los ES.

También, se hace mención de algunas habilidades sociales como la empatía como indispensable para actuar en sociedad “es no dejar de ser sensible al dolor de los demás” (L. D. Bonilla-Salcedo, comunicación personal, 2020). “La resiliencia, la capacidad para tener debajo de la manga un as, la recursividad, la paciencia, la capacidad de escucha” (M. S. Monsalve-Castellanos, comunicación personal, 2020), “el trabajo en equipo” (E. C. Barriga-Vega, comunicación personal, 2020).

Dichas habilidades, permiten la gestión y organización de sus emprendimientos, generando conocimientos y saberes desde el diálogo con los otros, siendo importante el trabajo interdisciplinar a la hora de liderar y llevar a cabo el ES. Cada una de estas habilidades permite que las EmS puedan tener una visión más completa de la realidad, lo que les permite realizar acciones con mayor impacto social, mostrando preocupación por el bienestar de los otros en circunstancias complejas.

Por otro lado, se menciona la importancia de tener “una postura también ética, desde la transparencia” (N. Peláez-Pérez, comunicación personal, 2020). Esto permite que los ES generen confianza en las personas para que puedan llegar a más comunidades y generar más impacto social. Así mismo, se resaltan habilidades y características que han potenciado las relaciones comunitarias como “las APP para hacer las piezas publicitarias, capacidades financieras, administrativas, técnicas publicitarias, marketing, atención al cliente, manejo del tiempo, distribución de

lo prioritario” (S. L. Ubaque, comunicación personal, 2020). Fortaleciendo los emprendimientos sociales desde otras plataformas digitales y desde conocimientos en otras disciplinas.

En lo descrito entonces, se destaca que la característica más común es la gestión de oportunidades innovadoras (Chica et al., 2016), la habilidad es el trabajo en equipo (Patiño-Castro et al., 2016) y la aptitud es la ética (Ángeles, 2019). Lo cual permite crear ES que respondan a problemáticas de forma efectiva y duradera.

21

Conclusiones

Se encuentra gran riqueza sobre los conocimientos y prácticas referentes a la experiencia de las emprendedoras entrevistadas, donde se plantea que los ES se configuran alrededor de intereses particulares orientados al bienestar social y común. De allí que para quienes quieren formar emprendimientos la invitación es a leer sus realidades, sus territorios e interpelar por las formas que pueden dar respuesta a ellos. Estos sobresalen por su rol a nivel social y por el principio de responsabilidad y compromiso con las comunidades, siendo necesario dar visibilidad a los EmS que buscan generar cambios y transformaciones en la sociedad. Para los EmS es esencial crear redes de apoyo que permitan responder a las demandas sociales a partir de procesos colectivos, mediante alianzas y cooperaciones que permitan una atención integral.

Se denota la importancia de reconocer los diversos emprendimientos y sus particularidades, teniendo presente que cada uno analiza, comprende y responde a las problemáticas desde sus propios enfoques y estrategias, brindando soluciones mediante sus conocimientos y el complemento de otras herramientas lúdicas, didácticas y vivenciales que permitan generar un mayor alcance y valor social.

Al igual, se resalta la experiencia y la práctica en los procesos administrativos, financieros y de gestión, como aquellos que permiten la sostenibilidad de los ES, motivando a los EmS y a futuros profesionales a formarse en otras áreas o disciplinas complementarias, que permitan los procesos de autogestión en las iniciativas.

Al definir los perfiles de las emprendedoras, se denota que algunas apelan a la necesidad de la formación en entornos formales y otras a la capacidad que se desarrolla desde la experiencia; unir estas dos posturas puede potenciar el perfil de nuevos emprendedores. Así, se resaltan las diversas aptitudes, habilidades y competencias que fortalecen mediante los retos y barreras que han afrontado a lo

largo de sus experiencias, teniendo presente que estos ES se convierten para estas mujeres en su proyecto de vida y una apuesta para el cambio social.

22

En concordancia, se invita, entonces, a fomentar la creación de ES como una alternativa para los proyectos de vida de los profesionales, teniendo presente que es una alternativa laboral que puede ser desempeñada por diversas disciplinas, con el fin de responder a las demandas sociales desde y con la comunidad.

Referencias

- Acosta-Véliz, M., Coronel-Pérez, V., & Jiménez-Cercado, M. (2018). Emprendimiento social y su relación con la base de la pirámide en Latinoamérica. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 7(4), 50-67. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.50-67/>
- Ángeles, M. (2019). *Actitud emprendedora: pasión y tesón*. Alfaomega.
- Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones*. El Manual Moderno.
- Chica, M., Posso, M., & Montoya, J. (2016). Importancia del emprendimiento social en Colombia. *Documentos de Trabajo ECACEN*, (2). <https://doi.org/10.22490/ECACEN.1915>
- del Valle-Calánchez, A., & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Opción*, 31(2), 162-175. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20385>
- Feijoo-Gonzalez, E. & Gutierrez, N. (2020). Las competencias distintivas de un emprendedor. Análisis de las habilidades comerciales y sociales. *Revista Espacios*, 41(34), 200-217. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n34/a20v41n34p15.pdf>
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista* [documento de trabajo]. Universidad de Barcelona. <http://hdl.handle.net/2445/99003>
- Franco-Pedraza, P. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Revista Finnova: Investigación e Innovación Financiera y Organizacional*, 2(3), 45-55. <http://revistas.sena.edu.co/index.php/finn/article/view/564>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Ocampo-Eljaiek, D. R. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 175-190. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1554>
- Patiño-Castro, O. A., Cruz-Pérez, E. A., & Gómez-Melo, M. C. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. El caso del Premio ELI de la Universidad EAN. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 75-90. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1557>
- Pérez-Briceño, C., Jiménez-Pereira, S., & Gómez-Cabrera, O. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica. *Dominio de las ciencias*, 3(3), 3-18. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/620>
- Rivera, R., & Santos, D. (2015). El perfil de los futuros emprendedores sociales: competencias y estilos de vida. *Revista de Estudios*

de *Juventud*, (107), 13-28. <http://hdl.handle.net/10486/677042>

Roa, C. (2019). *Propuesta de lineamientos curriculares en educación superior desde la perspectiva del currículo crítico. Una alternativa a partir de los desafíos de la formación profesional en Trabajo Social* [Tesis de doctorado, Universidad de La Salle]. https://ciencia.lasalle.edu.co/doct_educacion_sociedad/29

Ruiz-Palomino, P., Linuesa-Langreo, J., & Louise, K. (2019). Hacia nuevos modelos empresariales más sociales y humanos: El papel de las mujeres en procesos de emprendimiento social y economía de comunión. *Revista Empresa y Humanismo*, 12(2), 87-122. <https://doi.org/10.15581/015.XXII.2.87-122>

Saavedra-García, M. L., Camarena-Adame, M. E., & Vargas-Sáenz, M. E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad*

& *Empresa*, 22(39), 1-27. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7976>

Sánchez, C. (2018). Emprendimiento social e innovación social: espacios y lugares con alto impacto social. *Revista de la Universidad de La Salle*, (77), 89-108. <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls/vol2018/iss77/6/>

Simón-Moya, V., Sastre-Sánchez, O., & Revuelto-Taboada, L. (2015). El emprendedor social: análisis de la alerta social. *Suma de Negocios*, 6(14), 155-165. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.07.001>

Vázquez-Parra, J. (2018). Elementos para la valoración integral de proyectos de emprendimiento social. Una herramienta para la formación de emprendedores. *Contabilidad y Negocios*, 13(26), 129-140. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201802.008>