

El empresarialismo social, un nuevo enfoque social-empresarial en México. Estudio de caso: *Mujeres en lucha con tu esfuerzo triunfaremos*

Social entrepreneurialism, a new social-business approach in Mexico. Case study: *Mujeres en lucha con tu esfuerzo triunfaremos*

Wendy Díaz Tápanes 

Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas
Instituto Politécnico Nacional, México
wendy95diaz@gmail.com

Dania Ramírez Herrera 

Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas
Instituto Politécnico Nacional, México
pymes@ipn.mx

Gibrán Rivera González 

Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas
Instituto Politécnico Nacional, México
griverag@ipn.mx

Fecha de enviado: 18/10/2023

Fecha de aprobado: 29/07/2024

RESUMEN: El presente artículo tiene como objetivo realizar el constructo teórico del concepto de *empresarialismo social*, sus dimensiones y características, como nuevo modelo social-empresarial a raíz de bases conceptuales de innovación social y emprendedurismo social, en conjunción con evidencia empírica. La metodología empleada es cualitativa, para comprender la realidad desde una perspectiva cercana. A través del estudio de caso de la organización social *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos*, de San Miguel Topilejo, Ciudad de México, se identifican cuatro dimensiones clave. Estas incluyen la misión socioeconómica, el desarrollo local comunitario y participativo, la innovación social y la ética y valores cooperativos. El artículo concluye con una definición del empresarialismo social como un enfoque que busca abordar de manera integral desafíos sociales, culturales y económicos en comunidades y que busca el bienestar social a través de la rentabilidad económica, redefiniendo el éxito empresarial en términos de impacto positivo y contribución al cambio social.

PALABRAS CLAVE: empresarialismo social; cooperativismo; género; desarrollo comunitario; innovación social.

ABSTRACT: The objective of this article is to develop the theoretical construct of the concept of social entrepreneurialism, its dimensions and characteristics, as a new social-business model based on conceptual bases of social innovation and social entrepreneurship, in conjunction with empirical evidence. The methodology used is qualitative, to understand reality from a close perspective. Through the case study of the social organization *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos* in San Miguel Topilejo, Mexico City, four key dimensions are identified. These include a socioeconomic mission, local community and participatory development, social innovation, and cooperative ethics and values. The article concludes with a definition of social entrepreneurialism as an approach that seeks to comprehensively address social, cultural and economic challenges in communities and that seeks social well-being through economic profitability, redefining business success in terms of positive impact and contribution to social change.

KEYWORDS: social entrepreneurialism; cooperativism; gender; community development; social innovation.

Inmersas en el complejo y vasto panorama de organizaciones que tejen a nuestra sociedad, se hallan organizaciones con características muy particulares. Las mismas sobresalen por su compromiso con causas, muchas veces altruistas, y por la tenaz búsqueda de un bienestar común. Son entidades conformadas por individuos que persisten con intereses y objetivos comunes para abordar problemas sociales específicos a la par de satisfacer sus propias necesidades. Son impulsadas por el deseo de generar un impacto positivo en la comunidad en la que coexisten al prestar sus servicios; y desempeñan un papel esencial en la promoción de la justicia, la igualdad, la defensa de los derechos de las minorías, y la solidaridad. Todos estos elementos hacen, que, en los tiempos actuales, se preste atención a ellas para conocerlas y comprender sus modelos de funcionamiento.

Varios autores han mostrado y descrito casos de estudio que demuestran que, efectivamente existen organizaciones que, por sus modos de operación, misión, objetivos e innovaciones en materia social, se pueden considerar distintas. Estos casos son altamente relevantes por la temática que abordan y por desarrollarse en el contexto latino e iberoamericano. Además de que poseen una amplia similitud con el caso objeto de análisis de la presente investigación.

Carvalho & Verissimo (2018) realizan una aproximación al emprendimiento social en Brasil, tomando como unidad de análisis al Grupo Nabeiro/Delta Café. Estos describen a una organización cimentada con sólidos valores y principios, que prestan un servicio y promueven una marca de “rostro humano”, basada en la autenticidad de las relaciones con todas las

partes interesadas, y de cuya práctica, a lo largo de los años, se desprenden dos vectores constantes: sostenibilidad en sus orígenes y preocupación por el desarrollo de la comunidad local.

En su estudio sobre la innovación social con una perspectiva de acción colectiva, Morales (2014) da a conocer el caso de la organización Ecoagricultores del Sur, integrada por un grupo de productores del estado de Tlaxcala, México. Estos desempeñan una actividad económica basada en la agricultura ecológica en invernaderos, pero sus intereses no son únicamente hacia la tecnología y la innovación, son conscientes de su rol en la comunidad, por lo que realizan grandes esfuerzos por incorporar una dimensión social comunitaria más integral. Esta organización ha desarrollado, a la par de su actividad, proyectos con una misión medioambiental y de inclusión social, enfocados a la limpieza de la contaminación del río Atoyac, y a la creación de criaderos de peces para ser dirigidos por las mujeres de la localidad. La constante en su identidad es la de reconocerse a la vanguardia de la comunidad.

Machado, Rafael, Cabral, y Figueiró (2019) exponen en una de sus investigaciones, cómo una cooperativa de reciclaje ubicada en la región brasileña de Vale dos Sinos fomenta la inclusión social desde sus actividades de emprendimiento. Dicha cooperativa se centra en la sostenibilidad y en su trípode social, económico y ambiental. Además, se caracteriza porque busca promover la formación y la organización social emancipadora; concientizar en materia ambiental; implementar colección selectiva solidaria; generar trabajo e ingreso; y por realizar una ardua labor de sensibilización y movilización junto a la comunidad, con el fin de elevar a los

recolectores de desechos como trabajadores dignos e importantes para la sociedad, rompiendo con paradigmas de estigmatización de esta profesión.

Otros autores también han dado a conocer estudios de casos relevantes que describen organizaciones peculiares en su actividad, misión, principios, objetivos y valores. Tal es el caso de la exitosa cooperativa argentina COOPSOL, la cual además de objetivos económicos, incorpora metas ambientales y sociales (Marín, Stubrin, Palacín, y Mauro, 2022). Así también, la pequeña empresa peruana NISOLO que produce zapatos de alta gama, y que solo trabaja con empleados locales, con el objetivo de construir la comunidad circundante y repartir sus beneficios a dicha comunidad, además de proporcionar empleo, salarios justos y atención médica (Holland, Hatcher, & Poole, 2018). Otras investigaciones hacen referencia a organizaciones similares como *The Unicredit Foundation* en Bulgaria (Ilieva & Dobрева, 2015); Creas, en España (Romero et al., 2022); y a COUNIVALLE y PROMOVALLÉ, en Colombia (Rodríguez, Zapata y Ramírez, 2022).

Fundamentos teóricos

Una revisión de literatura realizada por los autores del presente artículo ha permitido constatar que existen en ella conceptos que definen y engloban algunos de los elementos presentes en los casos mencionados, ya que en estos se puede observar que, si bien cada uno tiene ciertas particularidades que los hacen diferentes, al mismo tiempo, comparten algunos elementos afines relacionados con su misión, sus objetivos y los beneficios que generan.

Uno de estos conceptos es el de *innovación social*, al que algunos autores matizan como

forma novedosa auto-organizada, eficaz y sostenible para solucionar problemáticas que benefician a la sociedad en su conjunto (Leadbeater, 1997) y que el Estado no puede afrontar (Phills Jr, Deiglmeier & Miller, 2008). Otros elementos asociados al término refieren a la novedad en el modo de operar, de configurarse las organizaciones, y a nuevos mecanismos que posibilitan materializar logros sociales (Howaldt & Schwarz, 2022) promovidos por actores con objetivos de satisfacer necesidades.

Otros autores al definir el término consideran que las innovaciones sociales son en realidad cambios de actitudes, comportamientos o percepciones de un grupo de personas unidas en una red de intereses alineados (Ascanio, Valle, Viruel y López, 2023) que, en relación con el horizonte de experiencias del grupo, conducen a nuevas y mejores formas de acción colaborativa dentro y fuera de este (Neumeier, 2012). Estos elementos definitorios son adecuados para comprender casos como los descritos por Morales (2014), Marín et al. (2022) y Holland & Astin (1962), ya que son ejemplos de nuevas percepciones, un actuar que conduce a iniciativas, propuestas, ideas, planes, políticas, acuerdos, o productos (Romero, Hernández y Moreno, 2023), para satisfacer una carencia no solo socioeconómica, sino también cultural (Patino, Villalba, Acosta, Villegas y Calderon, 2022).

Otro de los conceptos que engloba algunos elementos similares a los observados en los casos de Brasil, expuestos por Machado et al. (2019) y Carvalho and Verissimo (2018), es el de *emprededurismo social*. Algunos autores se alejan de la definición tradicional del término y consideran a este como la creación de valor social de forma individual o por un grupo social a

través de acciones que hagan un aprovechamiento de todos los recursos que estos tienen a su alcance (Peredo & McLean, 2006). Se asocia con valores positivos en individuos que poseen iniciativas con disposición de transformar su realidad y entorno, asumiendo todos los riesgos que esto implica, incluido el asedio de la incertidumbre (Concepción, 2017; Medina, Martínez, Jiménez y Barquín, 2022). El objetivo principal es que los recursos sean destinados para, además de la creación social, propiciar cambios o impactos sociales en la comunidad (Lancastre, Lages & Santos, 2023).

Aunque los conceptos de innovación social y emprendedurismo social comparten rasgos comunes centrados en la búsqueda de soluciones innovadoras para problemas sociales, presentan limitaciones para definir a algunas organizaciones existentes con rasgos más específicos en su enfoque empresarial, en sus valores compartidos, y en la forma de generación de ingresos para un impacto a largo plazo.

Por un lado, la innovación social se centra en la generación de soluciones para resolver problemas de índole social, pero sin la implicación estricta de un enfoque empresarial definido o con fines de lucro. Por otro lado, el emprendedurismo social se enfoca en la creación de valor social a través de actividades novedosas, pero no necesariamente con una derivación de ingresos de manera sostenible. Al tomarse en cuenta estas brechas, se considera necesaria una definición de un modelo organizacional que vaya más allá, que esté más en apego al integrar aspectos empresariales con la búsqueda de un impacto social positivo, la autogestión y resiliencia, la inclusión, el cooperativismo y el desarrollo local.

Por tales motivos, en este artículo se pretende, a raíz de la descripción y análisis de una organización social, realizar el constructo teórico del concepto de *empresarialismo social*, sus dimensiones y características, como un nuevo modelo social-empresarial. Los objetivos específicos propuestos giran en torno a analizar el caso de estudio de la organización social *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos*, que ejemplifica el fenómeno, para construir el concepto partiendo de las bases conceptuales de la innovación social y el emprendedurismo social, pero tomando elementos derivados –fundamentalmente– de la evidencia empírica al identificar aspectos relevantes y características distintivas en el caso analizado, que permitan realizar una caracterización en aproximación al concepto.

Metodología

La investigación desarrollada es de carácter cualitativo. La misma nace a raíz de la detección de un vacío en la literatura referente a la definición de un término con el que se autodenominan algunas organizaciones que llevan a cabo un modelo empresarial diferente. Por ende, el presente trabajo busca caracterizar el fenómeno del *empresarialismo social* como un nuevo enfoque social-empresarial, partiendo del constructo teórico del concepto. Se ilustra con un estudio de caso de una organización social denominada *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos*, el cual se toma como referente empírico para la observación de aspectos característicos del concepto de empresarialismo social.

Se opta por el estudio de caso para la caracterización del fenómeno por ser un tipo de investigación que estudia al evento como una

situación técnicamente distintiva en su propio contexto contemporáneo y de la vida real (Yin, 2017). Además, por ser un tipo de diseño que facilita la descripción, el desarrollo tipológico, y que permite la detección de características representativas y holísticas (Macluf, Beltrán, & González, 2008), así como una comprensión detallada de las características, procesos y dinámicas que definen a un determinado fenómeno (Merriam & Tisdell, 2015).

Fue tomada como unidad de análisis único, la organización social con figura legal de cooperativa *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos*. Se escoge a esta organización por su potencial para aportar conocimientos sobre el tema en cuestión. Se considera relevante a este caso por ser único de su tipo en la Ciudad de México, y por las características diferenciadoras que presenta, al ser suceso de éxito y por los logros alcanzados en un periodo de 25 años de actividad ininterrumpida.

Para alcanzar los objetivos propuestos se recurrió a varias estrategias metodológicas. Primeramente, se realizó una revisión de literatura para identificar los fundamentos conceptuales relacionados con emprendimiento e innovación social para detectar su posible aporte al empresarialismo social, entendido como un nuevo modelo de organización empresarial centrado en los aspectos y beneficios sociales. Posteriormente, se realizó un trabajo de campo que inició con acercamientos y visitas a la organización para la familiarización y el conocimiento de su funcionamiento interno durante un periodo de seis meses.

La investigación de campo fue empleada para la recopilación de datos directamente de la fuente que los proporciona, en su propio entorno y como resultado del contacto directo que existió. Se

empleó este tipo de forma de investigación por su utilidad en la exploración de los fenómenos sociales, que desde la perspectiva teórica o desde la distancia son difíciles de comprender (Cresswell & Poth, 2016). Se aplicaron instrumentos de condición cualitativa durante las fases y etapas del diseño, siendo la observación y la entrevista, las técnicas empleadas.

Se realizaron tres entrevistas presenciales en dinámica de grupo a las líderes de la organización, con preguntas abiertas y cerradas, y una entrevista de corte personal, a su fundadora y principal líder. Estas tuvieron lugar durante las visitas realizadas con el objetivo de obtener información sobre la historia, la motivación, la estructura organizacional, la financiación, el liderazgo, los éxitos, los fracasos, los beneficios sociales, las actitudes, la forma en que son percibidas por el entorno externo y los obstáculos que han superado. Además, se consultaron y recopilaron artículos, fotografías, videos y documentos publicados sobre dicha entidad, como fuente y materiales secundarios de información.

Con todos los elementos obtenidos se pudo realizar una descripción detallada del caso y la identificación de las características que pueden ser puestas bajo consideración, como hipótesis de elementos que caracterizan al empresarialismo social como forma organizativa empresarial novedosa.

Resultados

Los resultados obtenidos se presentan a continuación; se dividen en dos partes. En una primera instancia se realiza la descripción del caso de estudio y de todos los elementos que conforman al mismo. Seguidamente, se proponen algunas dimensiones y sus

correspondientes características, las mismas que son observadas e identificadas a raíz del análisis del caso, y que pueden considerarse como una propuesta a tomarse en cuenta para analizar a organizaciones diferentes, considerándolas como elementos que caracterizan al fenómeno del empresarialismo social en México.

Caso de estudio *Mujeres en lucha, con tu esfuerzo triunfaremos*

Descripción del caso

La organización objeto de estudio se encuentra ubicada en la localidad de San Miguel Topilejo, que constituye uno de los pueblos originarios de la Alcaldía de Tlalpan, al sur de la Ciudad de México. Los habitantes de esta localidad tienen un fuerte apego a su cultura, tradiciones y un fuerte sentido de identidad, que han sido transmitido de generación en generación durante décadas. A lo largo del tiempo, han tenido que enfrentar discriminación, marginación y explotación de sus recursos naturales por parte de autoridades y empresas privadas, razón por la cual han desarrollado una conciencia crítica y una lucha activa por la defensa de sus derechos humanos y su territorio.

Resulta importante hacer mención de un aspecto dentro de este mazo de tradiciones y cultura, y es el enraizado machista que predomina en este pueblo originario, el cual no difiere de la situación común de otros pueblos de similares características. Tradicionalmente en esta comunidad, las mujeres tenían un papel pasivo y subordinado en la estructura social y económica, lo que se reflejaba en la falta de acceso a educación, empleo, participación política y toma de decisiones. Sin embargo, se han producido algunas luchas sociales en reclamo de los derechos de los sectores más vulnerables,

principalmente sus mujeres, para erradicar la violencia de género y promover la equidad e igualdad, a través de la educación, el diálogo y la participación activa de las féminas en la vida comunitaria, trabajo, educación y salud. Una parte importante de esa lucha en los últimos años, la han desarrollado los miembros de la organización objeto de este estudio.

El espacio físico que ocupa dicha organización era un rastro (instalaciones dedicadas al sacrificio de animales para consumo humano), que se construyó en el año 1970. El objetivo inicial de su construcción era la matanza de ganado ovino y bovino, y realizando esta actividad funcionó durante 17 años, hasta 1987 cuando fue cerrado. Tras este cierre el rastro fue saqueado, vandalizado, y abandonado totalmente durante 10 años, generando en la localidad eventos delincuenciales como robos, violaciones y otras situaciones de inseguridad.

En 1997, la fundadora y actual líder de esta organización, junto a otras compañeras, crean un grupo conformado principalmente por mujeres, con soporte en un programa de apoyo a la mujer campesina, el cual tenía como objetivo contribuir a la formación de comités de empleo, de forma que estas pudiesen percibir un salario. La intención era valorizar la mano de obra de las mujeres en una actividad digna y productiva.

El rastro abandonado fue el lugar que vio nacer aquella organización, sin embargo, constituía un espacio público, el cual fue en principio recuperado por este grupo de mujeres trabajadoras y comienza a funcionar como sede de un proyecto productivo integral, el mismo es actualmente nombrado: *Centro de Servicios Comunitarios Mujeres en lucha de San Miguel Topilejo*, el cual nace legalmente como una Sociedad de Producción Rural de

Responsabilidad Limitada. Dicho proyecto integral se ha diversificado en distintas figuras organizativas legalmente constituidas, dos de ellas son sociedades cooperativas dedicadas a la manufactura textil, que se han mantenido en funcionamiento ininterrumpido a lo largo de 26 años. Durante este tiempo, han crecido en número, operación, actividades, servicios y tareas con influencia política, autodenominando a su modelo como un modelo de empresarialismo social.

La organización, hoy en día es gestionada y dirigida por un grupo de mujeres con una filosofía de lucha social y políticamente con una posición de izquierda, con influencia del pensamiento e ideología marxista-leninista-Mao Tsetung. Sus miembros consideran de suma importancia el tener una convicción política y una ideología con identidad propia. Han experimentado lo que las mismas consideran ser una evolución de su lucha, ya que han pasado de ser unas luchadoras contra el sistema a crear uno propio, al transformarse con el devenir de los años, en una pugna ya no contra el Estado, sino contra la propia sociedad violenta, represora y machista en la que se desenvuelven. La contienda se ha mantenido constante y ha sido en su esencia tejer una mejor sociedad, peleando contra la injusticia, la desigualdad, en favor de mejores condiciones de vida, por la dignificación de las mujeres y por el derecho al respeto y el acceso a las mismas oportunidades.

La adopción de la figura de Sociedad Cooperativa la hacen en el año 2013 bajo el nombre de Servicios Textiles de Topilejo, S.C (SERTEXT), por la necesidad de poder tener una denominación legal que se apegara a los requisitos de programas gubernamentales a los cuales podían aspirar, de esa forma lograron

entrar y formar parte del sistema de apoyo y fomento al movimiento cooperativo. Fue realmente una necesidad el elegir dicha figura legal de sociedad mercantil ya que, además, fue la que mejor se adaptó y se aproximó a sus necesidades, principios y valores de cooperación, lealtad, honestidad, trabajo conjunto, asociación voluntaria y distribución equitativa del recurso que ya venían practicando de manera natural. Pero esta figura no fue realmente quien les dio la identidad y filosofía, ellas ya trabajaban bajo estos principios que provenían desde los inicios de su movimiento. Es por ello por lo que quienes lo conforman se sienten más cómodas denominando a su movimiento como “organización social” y no limitarlo solamente a llamarlo “cooperativa”.

La sociedad nace con dos áreas: área producción y área social (alimentación, educación infantil, servicios para la salud, deporte y próximamente cultura) y está compuesta por diferentes espacios físicos dentro del mismo sitio, el cual es muy amplio. En el área social del Centro de Servicios, la composición es neta y prioritariamente de mujeres, pero se han establecido alianzas con hombres que son líderes sociales también, socios cooperativistas, actores y dirigentes, con los cuales se trabaja en conjunto como parte del Comité de Construcción de Acuerdos, espacio mediante el cual se realiza la coordinación, el seguimiento y atención a las demandas sociales. Además, la organización se encuentra abierta a todo aquel que, de manera desinteresada, manifieste interés por brindar su apoyo al centro de servicios, ya que esto al mismo tiempo representa brindar una gran ayuda a la comunidad.

La estructura administrativa en la organización tiene cierta verticalidad, lo cual les ha permitido

estar organizadas y coordinadas, atendiendo cada cual a sus funciones con delimitación. Cada área de la organización (área de producción, área de servicios, área cultural), tiene su dirección administrativa y sus miembros perciben un sueldo fijo, lo cual las incentiva a mantener su fuente de empleo de manera permanente. Existen también otras funciones que no están determinadas formalmente, pero que se realizan de acuerdo con la demanda de esa necesidad, y en las cuales se apoyan, como lo son la gestión de relaciones públicas, de recursos humanos y financieros.

El objetivo del movimiento es ser un botón de muestra de lo que pueden hacer las mujeres, de los logros que pueden obtener si se organizan, y y alcanzar el desarrollo de las capacidades humanas femeninas abriendo brecha dentro del sistema patriarcal, el cual es concebido para desarrollar primordialmente a los hombres. Específicamente, el objeto social de la cooperativa es la consignación, producción, compra, venta, distribución, representación, comercialización de artículos, mercancías y bienes fungibles o no fungibles, que se encuentren en el comercio y que sean susceptibles de apropiación, en particular todo bien relacionado con el diseño, corte, confección, y maquila de prendas de vestir, uniformes, blancos, diseño de logo, corte, serigrafía, bordado, estampado, entre otros, de excelente calidad y a precios competitivos.

Esta entidad, desde su área de producción, hoy en día se ha posicionado fuertemente como proveedora principal del gobierno, su principal cliente. De esta forma obtienen el recurso económico, a raíz de los contratos que logran formalizar, ya no como un taller de costura sino como una fábrica legalmente constituida, ya que

cuentan con maquinarias y equipo de alto nivel, obtenidos de los distintos proyectos gubernamentales, y recursos propios que –muchas veces– han tenido que aportar. Lo más interesante está en que las utilidades que generan son repartidas en dos partes, una como servicio a la comunidad y otra como sueldos, cumpliendo así con su función social y recibiendo con decoro el valor de su trabajo reinvertiendo sus rendimientos en la misma sociedad.

Los conocimientos y las habilidades de las personas que laboran y sacan adelante este proyecto vienen más que nada de su propia experiencia, las competencias son adquiridas con el paso del tiempo con capacitaciones que reciben fuera o dentro de la misma organización. En sus inicios, estas se afiliaron durante varios años a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido y ahí como socias tuvieron la oportunidad de tomar varios cursos para aprender aspectos en materia de cómo se determinan los costos y cómo se realizan las prendas. Muchos de los conocimientos de costura de estas mujeres eran básicos y empíricos, casi intuitivos, por lo que desconocían el procedimiento para operar máquinas industriales y tecnologías modernas, pero ha sido su apertura al conocimiento, sus ganas y su necesidad, que se han profesionalizado, lo que ha permitido que estas se capaciten, desarrollen y desenvuelvan mejor en sus tareas. Además, estas mujeres manifiestan una profunda motivación y compromiso con la organización y tienen el deseo constante de innovar, transformar, hacer, y construir una mejor comunidad y lograr una mejora de su nivel de vida. También ha sido bastante beneficiosa la relación estrecha que ha mantenido la organización con instituciones de educación superior como el Instituto Politécnico

Nacional (IPN) y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), relaciones que le han permitido abrirse a un panorama completamente distinto y fortalecer con teoría su experiencia.

La organización ha participado e impulsado un gran número de logros sociales que van desde: la recuperación del rastro de la marginalidad; el empoderamiento de las mujeres del pueblo al incidir culturalmente en la concepción que se tiene sobre estas en la sociedad; la elección democrática y participativa de los subdelegados; la batalla contra la corrupción; y la construcción de un hospital en 2022, el cual ofrece atención médica general y especializada a todos los moradores del pueblo.

Han logrado la transformación de su propio entorno al revivir y convertir en un espacio seguro la zona que ocupan. Han conseguido formar parte activa en la toma de decisiones políticas locales; trabajar el modelo por el cual abogan y promover la formación de una autoridad representativa colectiva horizontal teniendo como eje transversal a la equidad de género. Actualmente, también luchan por la implantación en la comunidad de la *salud emancipadora* (término acuñado por investigadores de la UAM), entendiendo a este término como el poder crear sistemas que propicien el desarrollo de las habilidades y capacidades humanas y que procuren a la salud integral, no solo la física sino la del espíritu, el alma y el cuerpo. Gran parte de esta lucha se realiza de forma honorífica, no se percibe sueldo y la hacen con esfuerzos propios y por amor a su pueblo. Hoy en día no reciben ningún aporte económico o apoyo gubernamental local, estatal o federal, ni de organizaciones políticas o sociales. Sobreviven económicamente con el recurso que producen en su área de producción.

Aunque han sido múltiples los logros que han conquistado a lo largo de los años, aún son varias las metas que se proponen alcanzar. Una de ellas es la de ampliar una tercera área, además de la de producción y servicio, la cual sería el área de cultura, ya que son nulos los lugares de esparcimiento que existen en el pueblo. Su objetivo es poder acondicionar una parte de su sede y transformarla en un auditorio donde se puedan realizar eventos culturales, un espacio creativo y de libertad, una alternativa de reunión, encuentro y convergencia de experiencias y expresiones artísticas para todo aquel que lo desee. De esta forma, prevén recaudar también recursos para ser invertidos en el mejoramiento de la comunidad. Además, uno de sus mayores objetivos es lograr contar con otra sede para poder aumentar sus capacidades productivas y poder brindar apoyo a un mayor número de personas. Del mismo modo, aspiran a que su modelo sea replicado en otras comunidades de pueblos originarios.

Caracterización del empresarialismo social

Esta organización ejemplifica el empresarialismo social al abordar de manera integral los desafíos sociales, culturales y económicos de su comunidad a través de la creación de una empresa con fines de lucro que se preocupa por el bienestar de sus miembros y de la comunidad en general. Su enfoque en la igualdad de género, la participación comunitaria y la innovación, la convierten en un modelo valioso de empresarialismo que busca generar un impacto positivo en la sociedad y en la vida de las personas, siendo este su objetivo primordial.

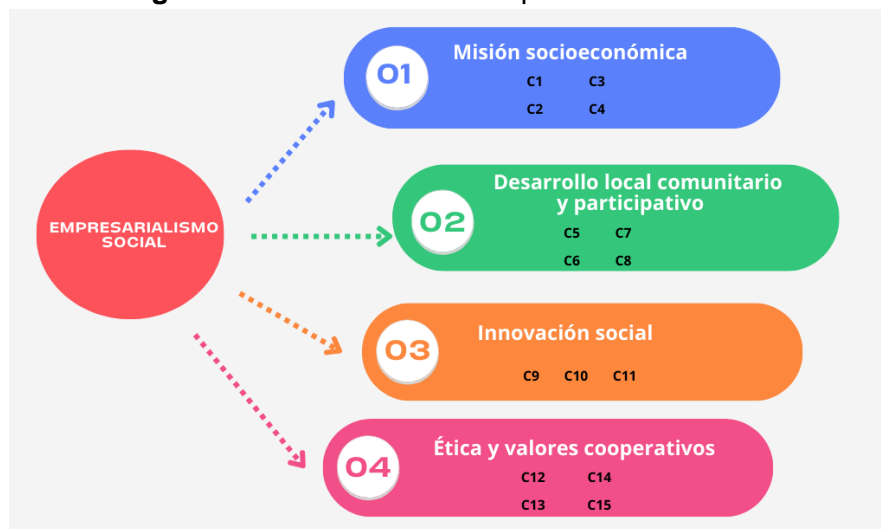
A partir del análisis del caso previamente expuesto, fue posible identificar cuatro elementos que dimensionan al empresarialismo social como

Wendy Díaz Tápanes, Dania Ramírez Herrera, Gibrán Rivera González

enfoque social-empresarial. Dichas dimensiones constituyen aspectos temáticos y categóricos fundamentales que abarcan al fenómeno. Estas, a su vez, están integradas por un conjunto de características distintivas, las cuales son cualidades particulares, detalles más específicos y observables en el fenómeno social. Elementos

todos que, en su conjunto, permiten la comprensión de este modelo alternativo de organización. En la Figura 1 se esquematizan los aspectos mencionados. Las características que integran a estas dimensiones se exponen a continuación en la Tabla 1.

Figura 1. Dimensiones del empresarialismo social



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1 Características del modelo de empresarialismo social

Dimensión	Características propuestas	Palabras claves
Misión socioeconómica	C1. Promoción de la inclusión social	Minorías, género, vulnerables
	C2. Lucha social en defensa de sus derechos humanos y cívicos	Valores, derechos, lucha
	C3. Desempeño de actividades con fines de lucro	Beneficio, reinversión, retribución
	C4. Aspiración a la sostenibilidad económica y financiera	Autosuficiencia, sostenibilidad, bienestar social
Desarrollo local	C5. Enfoque comunitario y de desarrollo local	Comunidad, colaboración, desarrollo

Wendy Díaz Tápanes, Dania Ramírez Herrera, Gibrán Rivera González

comunitario y participativo	C6. Fomento de la participación activa de la comunidad	Involucramiento, colectividad, participación
	C7. Gobernanza participativa	Pluralismo, democracia, decisiones participativas
	C8. Colaboración multisectorial	Alianzas, organizaciones, actores diversos
Innovación social	C9. Diversificación de modelos de negocio	Innovación, adaptabilidad, estrategia
	C10. Fomento de procesos de innovación social	Transformación, creatividad, localidad
	C11. Impacto medible y cuantificable	Indicadores, evaluación, resultados
Ética y valores cooperativos	C12. Ética y valores centrales cooperativos	Cooperación, equidad, solidaridad
	C13. Compromiso sociopolítico	Ideología, cambio, justicia
	C14. Enfoque en la salud holística	Autocuidado, conciencia emocional, salud
	C15. Estructuras legales de diversa índole	Heterogeneidad, gobierno, legislación

Fuente: Elaboración propia.

Dimensión *Misión Socioeconómica*

La primera dimensión del empresarialismo social está determinada por la combinación de aspectos sociales y económicos. El propósito social es el corazón y el motor de toda la actividad empresarial, por lo cual la misión es doble, con un componente social y otro financiero para el sustento y soporte.

Dicha misión está orientada a abordar un problema de corte social, promoviendo la igualdad de oportunidades y la inclusión de grupos de la sociedad, de minorías étnicas, así como la igualdad de género, el empoderamiento de las mujeres y de minorías vulnerables, para hacerlos parte activa de la solución. Todo ello enarbolando como constante la lucha y el reclamo de los derechos que les deben ser respetados.

A la par, se busca la generación de ingresos para ser reinvertidos en la misión social y para la expansión de las actividades sociales; para la

mejora de las condiciones de vida de la comunidad en la que se desenvuelve la organización que implementa el modelo; y para la obtención de remuneraciones por parte de los miembros. Los beneficios que se persiguen no son máximos, pero sí con la aspiración de ser financieramente sostenibles para cumplir a largo plazo los objetivos establecidos.

Estos elementos son visibles en el caso de estudio descrito. Se pudo constatar que la organización *Mujeres en lucha*, de San Miguel Topilejo, desde sus inicios ha tenido una misión de corte social orientada hacia el empoderamiento de las mujeres, la promoción de la equidad de género y la construcción de una sociedad más justa y equitativa. Ha tenido un impacto social y cultural profundo en la comunidad, al abordar temas de violencia de género y fomentar la inclusión de las mujeres originarias como grupo social minoritario.

De forma paralela tienen como objetivo principal ser una organización autosuficiente económicamente, por ende, han desarrollado una serie de estrategias económicas y financieras enfocadas hacia la búsqueda de ganancias económicas a través de actividades de producción y comercialización, para la generación de ingresos como sustento, y como método de financiación de proyectos y servicios en beneficio de la comunidad para el desarrollo de capacidades y mejora de las condiciones de vida de la misma.

Dimensión *Desarrollo local comunitario y participativo*

Esta dimensión contempla la actividad enfocada a la mejora de las condiciones de vida de la comunidad a nivel local en pos de obtener un crecimiento económico, poniendo énfasis en la participación activa e involucramiento de los miembros en la toma de decisiones, la construcción de consensos, la planeación y la implementación de iniciativas para el fortalecimiento de lazos comunitarios.

Estos proyectos se desarrollan en una comunidad local, principalmente en sus áreas marginadas o desfavorecidas, para el abordaje de problemas específicos que enfrenta dicha comunidad, por lo que son involucrados los beneficiarios directos en el diseño y la ejecución de los programas y servicios, para garantizar que las soluciones se ajusten a las necesidades locales. Para ello, en gran medida, son establecidas alianzas sociales, lo que refleja la importancia de la colaboración multisectorial en este enfoque social-empresarial. Además, se aboga por un modelo de gobernanza participativa y horizontal, lo que muestra el compromiso con la toma de decisiones inclusivas.

En el caso de estudio en cuestión, se observa como esta organización con su modelo empresarial, escucha y promueve la participación activa comunitaria en la toma de decisiones, y ha introducido ideas y prácticas innovadoras en una comunidad con una historia arraigada de tradiciones y costumbres, de manera que han contribuido a la economía local al generar empleos y proporcionar servicios necesarios, lo que tiene un efecto multiplicador en el bienestar económico colectivo. Ello demuestra una evolución en su enfoque, al reflejar su capacidad para adaptarse y responder a las necesidades de esta.

Además, la organización ha buscado construir una autoridad representativa con un enfoque en la equidad de género, ha tenido participación en procesos electorales locales y han establecido alianzas con líderes y organizaciones externas. Esto demuestra un enfoque participativo y de trabajo conjunto para abordar los desafíos sociales y culturales.

Dimensión *Innovación social*

La innovación social como dimensión viene dada por el aspecto de la generación de ideas novedosas y creativas para la resolución de desafíos sociales teniendo como enfoque al bien común. Se fomenta a esta en la forma en que se abordan los problemas sociales, con el desarrollo de soluciones creativas y sostenibles. Se innova en los modelos de negocio, incorporando elementos como la reinversión de ganancias, la propiedad comunitaria o la colaboración con otros actores sociales, y son diversificadas las actividades de producción o servicios contemplando la prestación de servicios sociales y culturales. Elementos cuyo impacto social es

posible medir y cuantificar de manera objetiva, lo que ayuda a evaluar la efectividad.

Al trasladarse al caso se puede identificar que *Mujeres en lucha*, ha diversificado sus actividades, lo que les permite ofrecer una gama más amplia de servicios y contribuir a una mayor sostenibilidad financiera. Además, el hecho de que se ubiquen en un espacio físico previamente abandonado y lo hayan transformado en un centro de servicios comunitarios para contribuir a la revitalización de un área previamente problemática, representa una solución creativa para un problema local. El impacto que han tenido se refleja en los propios resultados y a través de la diversificación de actividades, lo que les ha permitido generar ingresos estables, mantener empleos, repartir utilidades y obtener reconocimiento.

Dimensión Ética y valores cooperativos

Por último, un aspecto fundamental es la ética y promoción de valores cooperativos. Como característica, la estructura legal de un modelo de empresarialismo social puede variar, y las organizaciones pueden tomar figuras legales diversas como la de Organización sin fines de lucro, Cooperativa, Sociedad rural, entre otras, dependiendo de las regulaciones y leyes establecidas. Esto hace que también se acojan a los valores compartidos determinados que usualmente definen a este tipo de organizaciones.

La dimensión ética implica operar con transparencia. Se opera bajo principios y valores que fundamentan al cooperativismo como es la solidaridad reflejada en la unidad y el apoyo mutuo, la lealtad, honestidad, compañerismo, justicia, y el trabajar juntos para lograr objetivos comunes, compartir los beneficios y

responsabilidades por igual entre todos los miembros fomentando la equidad.

Esta dimensión abarca, además, dos elementos destacables. El primero de ellos es la necesidad de que los miembros de la organización tengan un fuerte compromiso político y social en busca de un cambio social más amplio, y una postura ideológica bien definida que demuestre compromiso y pasión con la causa. Esto contribuye a la construcción de una identidad organizativa sólida y un propósito compartido en torno a objetivos y valores comunes, porque la pasión y la convicción ideológica impulsan la acción, lo que es esencial como base coherente para lograr cambios sociales y políticos. El otro elemento es el referido a la aspiración de la "salud emancipadora", lo que demuestra un compromiso con la salud no solo física, sino también mental, emocional y espiritual de la comunidad.

El caso de estudio analizado en esta investigación es un ejemplo claro de prácticas de cooperación, equidad, lealtad, honestidad y trabajo conjunto en un modelo de negocio. En primer lugar, su estructura organizativa ha sido definida estratégicamente, lo que refleja su adaptabilidad, flexibilidad, y apertura al cambio. A través de su compromiso político y social, han trabajado no solo en la creación de oportunidades económicas, sino también en la defensa de los derechos humanos, la justicia social y la igualdad. Han demostrado que el empresarialismo social puede ser un vehículo para el cambio sociopolítico y han luchado por la implantación de la "salud emancipadora," que busca desarrollar las capacidades humanas de todos sus miembros, procurando la salud en su sentido más amplio.

Conceptualización de Empresarialismo social

Tomando en consideración todos los elementos anteriormente planteados puede definirse al empresarialismo social como: un enfoque social-empresarial que se centra en abordar integralmente desafíos sociales, culturales y económicos de una comunidad, tomando como medio a una organización de corte social con procesos productivos. Su misión dual impulsa la generación de beneficios financieros como medios indispensables para reinvertir en el logro de un impacto social positivo. Se caracteriza por un enfoque organizativo con promoción de la inclusión social, el desarrollo comunitario local, la innovación, y la operación bajo sólidos principios éticos, valores cooperativos y una postura ideológica de izquierda, compartida. Su compromiso con la igualdad de género, la participación activa de la comunidad y la medición objetiva del impacto lo convierten en un modelo social-empresarial que persigue el bienestar de la sociedad como su primordial objetivo.

Más que un modelo es una filosofía empresarial que aspira a la combinación de la rentabilidad económica con la generación de un impacto social considerable. En lugar de centrarse en la maximización de beneficios económicos y financieros para unas cuantas personas, abraza el precepto de que las empresas desde su actividad y adoptando modelos innovadores y sostenibles pueden contribuir a resolver problemáticas sociales. El empresarialismo social impulsa un enfoque más holístico y ético hacia los negocios, redefiniendo el éxito no solo en términos financieros, sino principalmente en términos de impacto positivo y contribución a un cambio social significativo a corto y largo plazo.

Conclusiones

El empresarialismo social, más que un modelo, emerge como una filosofía social-empresarial que aspira a contribuir significativamente al cambio social, redefiniendo el éxito en términos de impacto positivo a largo plazo. Este concepto ha sido abordado de manera exhaustiva a través del análisis a profundidad de un caso de estudio en particular, lo que permitió cumplir con el objetivo de construir teóricamente al mismo, identificando sus dimensiones y características clave.

Este estudio implica teóricamente colocar en la agenda de discusión un nuevo concepto, siendo su principal contribución, la definición clara y detallada de sus elementos como un enfoque que va más allá de la simple combinación de emprendedurismo e innovación social. Además, implica exponer nuevas posibles prácticas para gestionar, organizar, o administrar organizaciones sociales.

Las dimensiones identificadas como: la misión socioeconómica; el desarrollo local comunitario y participativo; la innovación social; y la ética y valores cooperativos; ofrecen una base sólida para futuras investigaciones y teorías en este campo, destacando la importancia de la combinación entre objetivos sociales y económicos dentro de una organización. En ese sentido, se podrían realizar estudios comparativos entre diferentes organizaciones que adoptan este modelo en diversos contextos culturales y geográficos. Además, a partir del presente trabajo, se sugieren investigaciones longitudinales para analizar la evolución y el impacto a largo plazo en quienes lo adopten, y explorar aspectos más específicos, como la medición del impacto social y la replicabilidad del modelo.

Referencias bibliográficas

- Ascanio, J.H.; Valle, J.A.; Viruel, M.J.M. & López, R.R. (2023). Theoretical foundation of social innovation: The problem of modeling in an unconsolidated field of study. *Revista de Economía Pública Social y Cooperativa, CIRIEC España*, 108, pp.131-162. doi: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.108.21451>
- Carvalho, L.C. & Verissimo, P.C. (2018). Do empreendedorismo social à responsabilidade social corporativa: um estudo baseado numa metodologia qualitativa. *Holos*, 7, pp.59-76. doi: <https://doi.org/10.15628/holos.2018.3390>
- Concepción, J.A.C. (2017). Reflexiones acerca de la creatividad, la innovación y el emprendimiento. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, V5(3), pp.32-39. <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5839>
- Cresswell, J.W. & Poth, C.N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*: Sage publications. https://books.google.com/books?id=DLbBDQA AQBAJ&printsec=frontcover&dq=%22Qualitative+inquiry+and+research+design:+Choosing+among+five+approaches%22&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj3_4DjkeCBAXUiNX0KHeTOB00Q6AF6BAgMEAI
- Holland, J.H.; Hatcher, W. & Poole, V.B. (2018). Social entrepreneurship in Trujillo, Peru: The case of Nisolo. *Community Development*, 49(3), pp.312-323. doi: <https://doi.org/10.1080/15575330.2018.1462837>
- Holland, J.L. & Astin, A.W. (1962). The need for redefining "talent" and "talent loss" A plan for practical action and research. *The Journal of Higher Education*, Vol. 33(2), pp.77-82. doi: <https://doi.org/10.1080/00221546.1962.11772913>
- Howaldt, J. & Schwarz, M. (2022). Soziale Innovation und gesellschaftliche Transformationsprozesse. *Soziale Innovation im Kontext: Beiträge zur Konturierung eines unscharfen Konzepts*, pp.7-30. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-658-37221-7_1
- Ilieva, K.D. & Dobreva, J. (2015). Social entrepreneurship as a form of social responsibility in Bulgaria. *Megatrend revista*, 12(2), pp.123-136. doi: <https://doi.org/10.5937/MegRev15021231>
- Lancastre, F.; Lages, C. & Santos, F. (2023). Social Entrepreneurship as a Family Resemblance Concept with Distinct Ethical Views. *Journal of Business Ethics* 5, pp.12-14. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05468-z>
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of the Social Entrepreneur*. Demos. <https://books.google.com.mx/books?id=AevsF1s6oLUC>
- Macluf, J.E.; Beltrán, L.A.D. y González, L.G. (2008). El estudio de caso como estrategia de investigación en las ciencias sociales. *Ciencia administrativa*, 1, pp.2-4. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/estudio2008-1.pdf>
- Machado, R.E.; Rafael, D.H.; Cabral, S.M. y Figueiró, P.S. (2019). O empreendedorismo social como oportunidade de inclusão social: o caso de uma cooperativa de reciclagem. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 8(1), pp.1-18. doi: <https://doi.org/10.5585/geas.v8i1.13761>
- Marín, A.; Stubrin, L.; Palacín, R. y Mauro, L.M. (2022). Caso de estudio COOPSOL: un emprendimiento social con proyección mundial. doi: <https://doi.org/10.18235/0004286>
- Medina, P.M.C.; Martínez, E.E.V.; Jiménez, G.C. y Barquín, R. d. C.S. (2022). Emprendimiento femenino: una oportunidad de organización productiva solidaria en el contexto rural. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(3), pp.102-121. <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/8>
- Merriam, S.B. & Tisdell, E.J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and*

Wendy Díaz Tápanes, Dania Ramírez Herrera, Gibrán Rivera González

- Implementation:* Wiley. https://books.google.com.mx/books?id=JFN_BwAAQBAJ
- Morales, D.A. (2014). Innovación social y acción colectiva, un estudio de caso: Ecoagricultores del Sur. *Estudios políticos*, 33, pp.75-95. doi: [https://doi.org/10.1016/S0185-1616\(14\)70277-X](https://doi.org/10.1016/S0185-1616(14)70277-X)
- Neumeier, S. (2012). Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? – Proposal for a Stronger Focus on Social Innovations in Rural Development Research. *Sociologia Ruralis*, 52(1), pp.48-69. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2011.00553.x>
- Patino, B.; Villalba, M.L.; Acosta, M.; Villegas, C. & Calderon, E. (2022). Towards the conceptual understanding of social innovation and inclusive innovation: a literature review. *Innovation and Development*, 12(3), pp.437-458. doi: <https://doi.org/10.1080/2157930X.2020.1859215>
- Peredo, A.M.; & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), pp.56-65. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Phills Jr, J.A.; Deiglmeier, K. & Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), pp.34-43. doi: <https://doi.org/10.48558/GBJY-GJ47>
- Rodríguez, A.; Zapata, A. y Ramírez, E. (2022). *Emprendimientos sociales en la universidad del Valle*. <https://repositorio.americana.edu.co/handle/001/534>
- Romero, A.M.; García, R.F.; Soler, F.; Durruti, J.M.; Carrillo, E.N. y Bellido, A.H. (2022). Empresas sociales como catalizadoras de la sostenibilidad. *Economía industrial*, 3(425), pp.125-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8814959>
- Romero, M.I.; Hernández, C.N. y Moreno, I. (2023). Evaluación Participativa por Protagonistas: una experiencia de innovación social. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 5(2), pp.109-120. <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5881>
- Yin, R.K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*: Sage Publications. <https://books.google.com.mx/books?id=6DwmDwAAQBAJ>

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

Contribución de los autores

Wendy Díaz Tápanes: conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, redacción-borrador original, edición.

Dania Ramírez Herrera: conocimiento del tema, recursos, supervisión, revisión y aprobación de la versión final.

Gibrán Rivera González: conceptualización, metodología, recursos, revisión y aprobación de la versión final.