

POSGRADO EN DESARROLLO REGIONAL

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SU RELACIÓN
CON LA SUSTENTABILIDAD Y EL DESARROLLO
LOCAL, A PARTIR DE TRES CASOS DE ESTUDIO
EN TLAXCALA

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN DESARROLLO REGIONAL

PRESENTA

TANIA ITZEL NAVARRO ORTUÑO

DIRECTOR: DR. ÁNGEL DAVID FLORES DOMÍNGUEZ

San Pablo Apetatitlán, Tlaxcala

Mayo 2024

La presente tesis titulada “EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SU RELACIÓN CON LA SUSTENTABILIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL, A PARTIR DE TRES CASOS DE ESTUDIO EN TLAXCALA” fue realizada por Tania Itzel Navarro Ortuño; ha sido aprobada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRA EN DESARROLLO REGIONAL

Bajo supervisión del siguiente Comité Tutorial

Director Dr. Ángel David Flores Domínguez _____

Revisor Dr. Alfonso Pérez Sánchez _____

Revisora Mtra. Azucena Fabiola Osorio Marín _____

Revisor Dr. José Luis Carmona Silva _____

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a mi padre y mi tío, quienes ahora desde el cielo me han dado el ejemplo para salir adelante, por el gran apoyo que fueron para mi crecimiento, gracias por confiar en mí y ayudarme a ser la mujer que soy ahora.

A toda mi familia, que con su amor y gran esfuerzo me han enseñado a ganarme la vida y siempre echarle ganas.

A mi hermana por ser ese gran ejemplo, te admiro por ser una mujer trabajadora y valiente.

A mi pareja y compañero de vida, quien estuvo al tanto apoyándome desde el inicio de este proyecto, gracias por todo tu apoyo, comprensión y cariño, gracias por creer en mí y motivarme en este camino.

Gracias a mi mascota, por estar cada día de trabajo y desvelo siempre a mi lado, por tu fidelidad y amor incondicional, gracias por ser mi mejor amigo Adolfo.

A mi director de tesis por guiarme de la mejor manera, aclarar mis dudas, corregirme, y dedicar su tiempo a esta tesis.

A mis profesores, por transmitirme su conocimiento, gracias por ser la guía durante todo este proceso.

A mis sinodales por su dedicación y paciencia.

A todas las personas que contribuyeron con el desarrollo de mi investigación y dedicaron su tiempo, conocimientos y experiencias.

Gracias a todos aquellos que creyeron en mí, me dieron un consejo, me acompañaron en este camino e hicieron que esta meta se hiciera realidad.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Justificación.....	5
Planteamiento del problema.....	6
Preguntas de investigación.....	17
Pregunta general.....	17
Preguntas específicas.....	17
Objetivos de investigación.....	18
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos.....	18
Marco metodológico.....	19
Técnicas e instrumentos de investigación.....	19
CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES Y MARCO CONTEXTUAL.....	22
Antecedentes.....	22
Marco contextual.....	39
Medio físico y geográfico del estado de Tlaxcala.....	39
Contexto social.....	40
Contexto del emprendimiento en Tlaxcala.....	43

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	46
Emprendimiento	46
Emprendimiento Social	48
Desarrollo Sostenible.....	51
Sustentabilidad	52
Desarrollo local	54
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	57
Caracterización de los emprendimientos.....	57
Capacidades creativas de La casa de la abuela, Botánica 121 y Granito a granito, para la solución de problemas sociales, ambientales y económicos.	61
Aptitudes de los emprendimientos en el desarrollo de mecanismos para superar barreras sociales, culturales y ambientales	66
El papel de la innovación en la construcción del emprendimiento social	68
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Importancia relativa del trabajo por cuenta propia para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.....	6
Figura 2. Importancia relativa del trabajo en el sector terciario para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.....	7
Figura 3. Importancia relativa de la población ocupada que no tiene acceso a servicios de salud públicos para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.....	8
Figura 4. Importancia relativa de la población ocupada que se emplea en Micronegocios (figura superior) y en Pequeños Establecimientos (figura inferior) para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.....	9
Figura 5. Porcentaje de la población ocupada en el sector informal, para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.....	10
Figura 6. Imágenes de los tres emprendimientos considerados en este trabajo. Izquierda: La Casa de la Abuela; Centro: Botánica 121; Derecha: Granito a Granito.....	21
Figura 7. Ubicación del estado de Tlaxcala.....	39
Figura 8. Ubicación del municipio de Tlaxcala dentro del contexto estatal.....	41
Figura 9. Distribución del IDH en el estado de Tlaxcala.....	43
Figura 10. Número de establecimientos de comercio al por menor en los principales municipios del estado de Tlaxcala.....	45

Figura 11. Entrevista a la Sra. Claudia Natividad López Vences, propietaria de La Casa de la Abuela.....58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores de la población ocupada en Tlaxcala para el trimestre julio-septiembre 2022.....12

RESUMEN

La presente investigación se enfocó en explicar los vínculos teóricos y prácticos entre el emprendimiento social y el desarrollo local, para lo cual se analizó la experiencia de tres emprendimientos en el municipio de Tlaxcala: La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a Granito. Los tres operan bajo premisas de comerciar diferentes artículos amigables con la salud y el ambiente.

La importancia de estudiar el emprendimiento social radica en que se sustentan en causas sociales y buscan incidir en la solución de problemáticas que las atiendan. Por tanto, este tipo de experiencias pueden vincularse en términos conceptuales y operativos con los fundamentos del desarrollo local, en su camino hacia la transformación social para una mejora en las condiciones de vida, al tiempo que fomentan economías para sus propietarios y aliados.

Metodológicamente, la investigación se enfoca en la exploración de la dimensión social del desarrollo, a partir del análisis cualitativo de los testimonios y las prácticas de los actores responsables de los tres casos de estudio seleccionados, con base en categorías teóricas propias del emprendimiento social. Así, se identificaron aspectos específicos de la operación de los tres emprendimientos que los vinculan con la dimensión social previamente mencionada y con el desarrollo local. Esto sugiere que iniciativas locales como las acá estudiadas, son elementos potenciadores del desarrollo, más allá del impacto económico generado, ya que fomentan aspectos como la articulación de un tejido colaborativo, la atención a causas sociales y principalmente el desarrollo de capacidades varias de los actores que en ellas participan.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfocó en explicar los vínculos teóricos y prácticos entre el emprendimiento social y el desarrollo local, para lo cual se analizó la experiencia de tres emprendimientos en el municipio de Tlaxcala. Dichas iniciativas poseen reconocimiento por parte de la población, por la orientación de los diversos productos y artículos que comercializan, cuyas características se centran en cumplir ciertos requisitos, tales como el cuidado del medio ambiente, la economía solidaria y el consumo local.

La importancia de estudiar los emprendimientos sociales y el desarrollo local, reside en que una parte cada vez más notable de la población ha incursionado en el emprendimiento, en donde los problemas económicos y laborales ocasionados por la pandemia derivada del COVID -19 actuaron como factor detonante. A esto hay que sumar la creciente preocupación social por la crisis medioambiental que acarrea otras crisis como la de la salud de las personas.

Ante esto, la tesis expuesta en la investigación toma como premisa que, los emprendimientos sociales que se consideran en este trabajo, están contribuyendo de manera significativa en el desarrollo local, tanto en lo económico por la activación comercial y la generación de empleo y autoempleo, pero de manera más importante en la articulación y organización con otros emprendimientos y actores sociales, a partir de un tejido social que se ha ido construyendo principalmente alrededor de quienes se interesan por las causas sociales o medioambientales.

Por lo anterior, el trabajo de investigación buscó contribuir al estado de la cuestión previamente enunciada, para lo cual se presenta la siguiente estructura de investigación. El Capítulo 1 denominado *Diseño de la investigación* se integra por el planteamiento del problema, en donde se aborda la necesidad de un mayor conocimiento sobre el papel de los emprendimientos sociales como parte importante del desarrollo local, en tanto iniciativas que sin dejar de perseguir un bien económico, contribuyen a la solución de diversos problemas que amenazan la sustentabilidad en las sociedades. Así, se da paso a las preguntas de investigación y el planteamiento de los objetivos, cerrándose el capítulo con la propuesta metodológica, en donde se explica el proceso desarrollado para el abordaje empírico de este

trabajo, a partir de la experiencia de los emprendimientos La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a granito. Se indagó principalmente sobre las motivaciones y origen de los emprendimientos, así como la filosofía que guía su quehacer cotidiano y los retos que han enfrentado para mantener el fin económico perseguido en congruencia con la causa social que los motiva.

El Capítulo 2 contiene los *antecedentes de investigación*, así como el *marco contextual*. Con respecto a los antecedentes, se presenta una revisión sistemática de literatura académica referente al emprendimiento social y el desarrollo local, la cual se realizó mediante consulta y selección de artículos, capítulos y libros, incluidos en las bases de datos Redalyc y Scielo, con la finalidad de identificar el estado del conocimiento sobre cómo se han abordado ambos tópicos en los trabajos publicados en español. Sobre el contexto de la investigación, se ofrece información principalmente relacionada con aspectos demográficos y socioeconómicos del estado y municipio de Tlaxcala, que son relevantes para la comprensión del objeto de estudio.

El Capítulo 3 presenta el *marco teórico y conceptual*, el cual aborda desde la parte más general, el origen y significado del emprendimiento como concepto vinculado principalmente a la teoría económica. En un segundo momento se analiza el emprendimiento social el cual corresponde al concepto central de este trabajo, en donde se enfatiza en la necesidad de distinguirse del emprendimiento como tradicionalmente se ha entendido, para lo cual se destacan categorías analíticas que ayudan a identificar en dónde radica la especificidad de lo social cuando se integra a la noción de emprendimiento. Dada la orientación que los emprendimientos sociales han tenido hacia la atención de causas ambientales, se hizo pertinente incluir además una reflexión conceptual sobre sustentabilidad y sostenibilidad, de tal manera que se tenga mayor claridad de cómo el emprendimiento social se puede asociar hacia uno u otro.

El Capítulo 4 presenta el *análisis y discusión de resultados*, el cual se estructura bajo la lógica de dar respuesta a cada pregunta específica planteada, que a su vez fueron planteadas en estrecha correspondencia con las categorías analíticas que se desprenden del concepto de

emprendimiento social. Así, la información generada durante el trabajo de campo con los tres emprendimientos se pudo analizar, interpretar y discutir teóricamente.

Finalmente, el Capítulo 5 ofrece las *conclusiones del trabajo* y adicionalmente se dan algunas reflexiones a manera de *recomendaciones*, con la finalidad de sugerir los posibles rumbos que deben seguir futuras investigaciones y acciones que impulsen el emprendimiento social en Tlaxcala.

CAPÍTULO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación

Estudiar el emprendimiento social es importante, ya que el tema ha venido cobrando relevancia como objeto de investigación. Aunado a esto, el emprendimiento social como concepto y sus posibilidades de vinculación con el desarrollo regional o local representa una línea de investigación que, si bien es más incipiente, constituye una importante oportunidad para profundizar en el potencial que representa tal binomio. Con esto, se enriquecerá la discusión teórica en la materia y podrán derivarse propuestas más integrales para atender problemáticas sociales y ambientales, en el contexto de los estudios regionales locales, en donde los emprendimientos orientados hacia la sustentabilidad, constituyen una opción para el desarrollo.

Dentro del contexto del estado de Tlaxcala, es posible observar cómo de manera creciente, se han diversificado las iniciativas locales de emprendimientos, tanto en su orientación comercial como en los mecanismos de operar y darse a conocer en el mercado. Lo anterior denota la inercia social actual por gestionar alternativas de negocios para obtener mejores condiciones de vida, lo cual ha sido aún más evidente a raíz de la pandemia por COVID-19. En este sentido, la presente investigación se enfoca en analizar cómo estos nuevos y diversos tipos de emprendimiento se han posicionado o se encuentran en este proceso, al vincular la parte del negocio propio o autoempleo, con la necesidad de incidir en el entorno hacia una mayor sustentabilidad social y ambiental, lo cual constituye la razón de ser de los emprendimientos sociales.

Así, se espera que esta investigación, principalmente enfocada en la experiencia de tres actores sociales en la Ciudad de Tlaxcala han incursionado en el emprendimiento, brinde elementos teóricos y empíricos, que motive, por un lado, a la comunidad académica a continuar la profundización de las investigaciones sobre los emprendimientos sociales como elementos del desarrollo, y por otro lado, se espera que la investigación motive a otros actores sociales con similares inquietudes por emprender, con base en la experiencia de los tres emprendimientos para plantear estrategias que les han permitido enfrentar diversos retos.

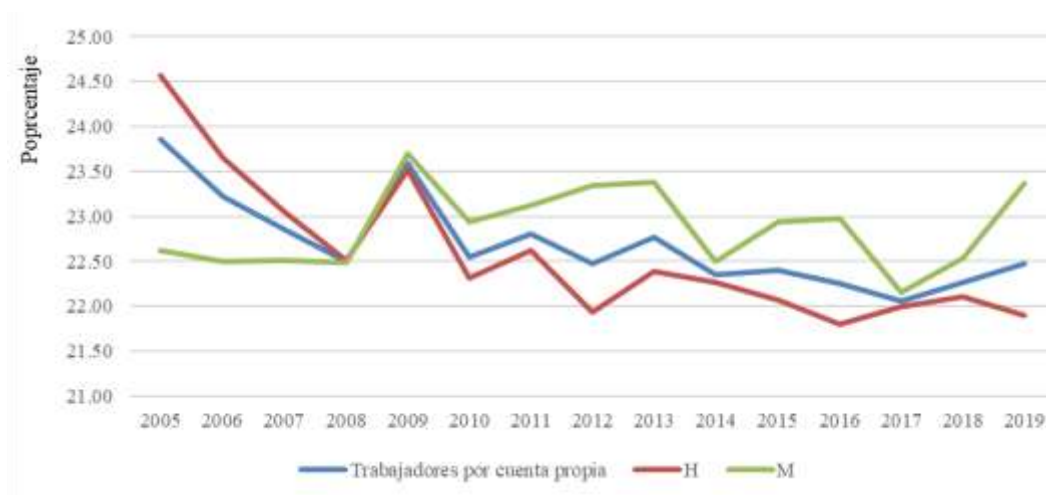
Planteamiento del problema

La necesidad social por contar con opciones económico productivas o bien autogenerarlas, ha permitido atenuar problemas como el desempleo, el cual requiere una atención inmediata. Al respecto, es importante hablar del desempleo a nivel mundial, de acuerdo a la OIT, en su informe *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2024*, la tasa de desempleo fue de 5.1 por ciento, cerca de 435 millones de personas con una necesidad insatisfecha de empleo.

Para México, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), desde 2009, la proporción femenina que trabaja por cuenta propia, ha sido mayor que la de los hombres, lo cual evidencia la relevancia que ha tenido desde la década pasada el autoempleo para las mujeres en comparación con los varones, tal como se muestra en la (Figura 1).

Figura 1

Importancia relativa del trabajo por cuenta propia para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.

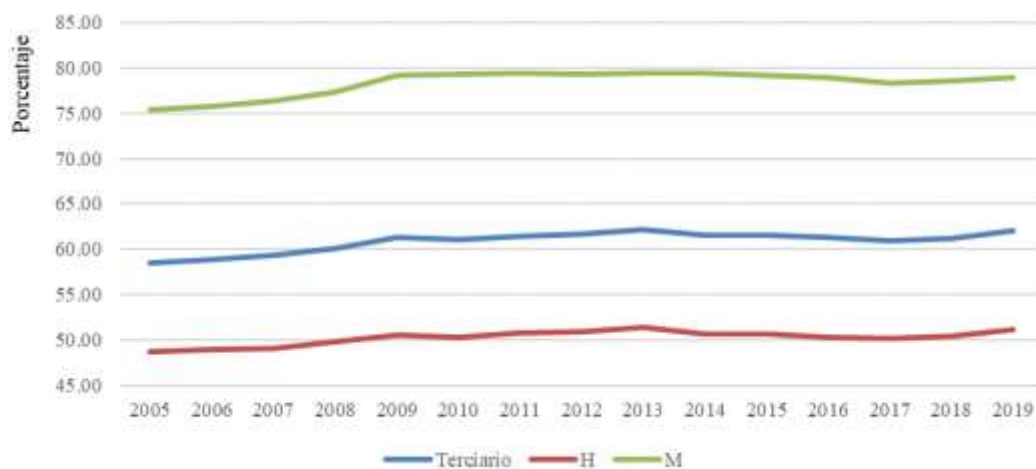


Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2023).

En el mismo sentido, la gran mayoría de mujeres que trabajan, preferentemente lo hacen empleándose en el sector terciario (Figura 2).

Figura 2

Importancia relativa del trabajo en el sector terciario para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.

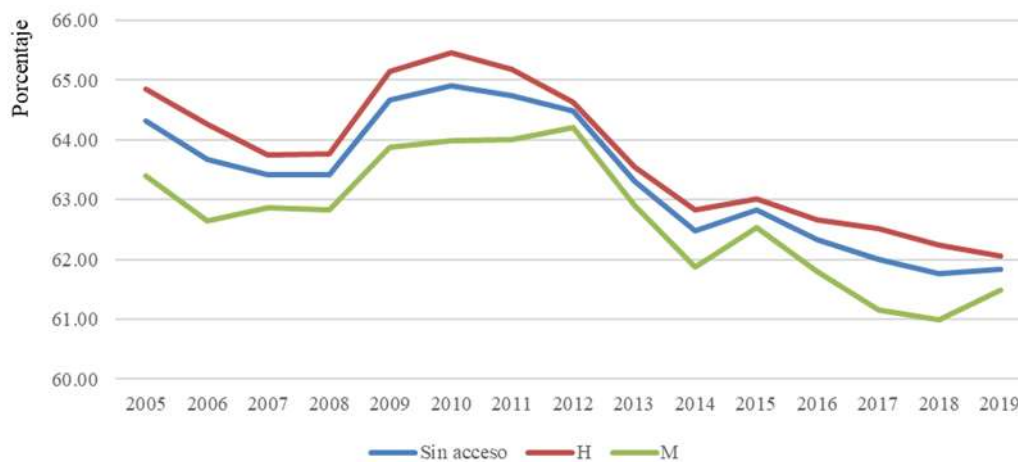


Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2023).

Otro indicador relacionado con el autoempleo tiene que ver con el acceso a las instituciones de salud, ya que es importante mencionar que no todas las personas tienen acceso a este servicio. De esta manera, el porcentaje de personas sin acceso a instituciones de salud ha sido menor a 60% desde inicios de siglo, lo cual es igualmente compartido por hombres y mujeres, no obstante, desde 2010 el porcentaje de población sin este acceso se ha ido disminuyendo (Figura 3).

Figura 3

Importancia relativa de la población ocupada que no tiene acceso a servicios de salud públicos para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.

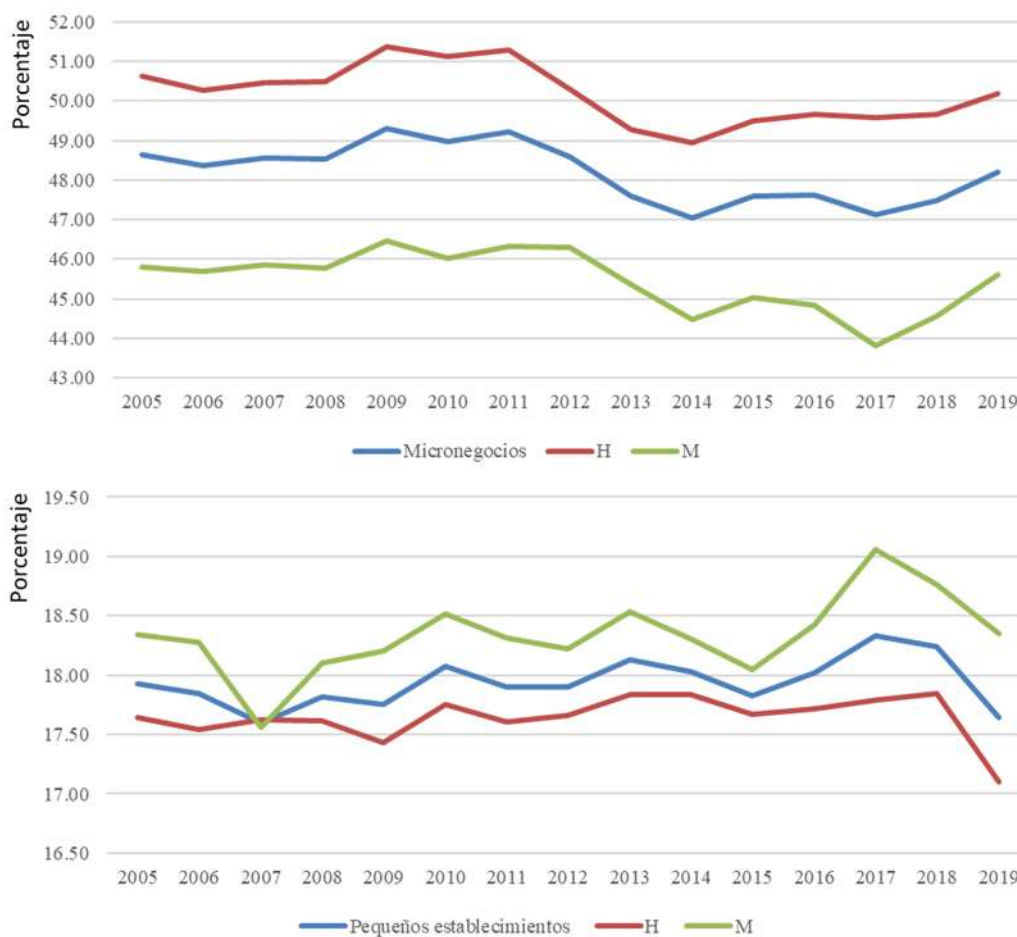


Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2023).

Con relación al tamaño de la empresa o establecimiento que emplea a la población ocupada, casi la mitad de las mexicanas y mexicanos se emplea mediante algún micronegocio, mientras que aproximadamente otro 20% lo hace en pequeños establecimientos, siendo este último el que más porcentaje de población femenina emplea (Figura 4).

Figura 4

Importancia relativa de la población ocupada que se emplea en Micronegocios (figura superior) y en Pequeños Establecimientos (figura inferior) para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.

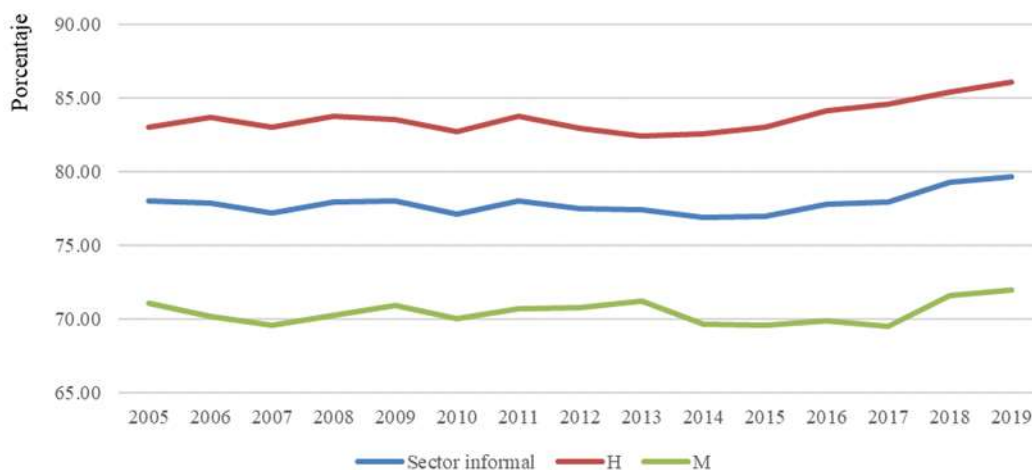


Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2023).

Vinculado a lo anterior, el empleo en el sector informal ha constituido la mayor fuente laboral en el país, en donde en términos generales, así como para hombres y mujeres, ha representado una alternativa económica en lo que va de este siglo, hasta para un 80% de la población ocupada (Figura 5).

Figura 5

Porcentaje de la población ocupada en el sector informal, para hombres (H), Mujeres (M) y en general, desde 2005 a 2019.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2023).

Ya desde la década pasada se advertía de la alta relevancia del sector informal en la empleabilidad de la población, no solo en México, sino en toda América Latina y el Caribe. Al respecto, en la década pasada la Organización Internacional del Trabajo [OIT], (2014) reportó que el empleo informal constituía la realidad laboral para 130 millones de personas, que, dada su condición, estaban expuestas a carencias en la protección social y en derechos laborales, no obstante que las economías nacionales habían estado creciendo y las tasas de desempleo disminuyendo. En relación a lo anterior, la misma organización mencionó que, si bien la economía mexicana ha crecido de manera constante desde finales del siglo pasado (en promedio 2.6% anualmente), el porcentaje de la población ocupada en trabajos informales se ha mantenido por arriba del 70%.

Con respecto al estado de Tlaxcala, la información sobre empleo sigue tendencias similares a las mostradas previamente para el nivel nacional. En este sentido, se destaca la importancia que las actividades terciarias de la economía¹ tienen como opción laboral, así como la alta proporción de la población de mujeres y hombres que se emplean en micronegocios y establecimientos pequeños (Tabla1), aunado a la relevancia de la ocupación informal para hombres y mujeres, que es superior al 70% de la población ocupada en el estado (INEGI, 23 de noviembre de 2022).

¹ Las actividades terciarias conciernen al comercio, transportes, correos y almacenamiento, entre otras. Una descripción detallada de las actividades consideradas terciarias se puede consultar en INEGI (s/f).

Tabla 1

Indicadores de la población ocupada en Tlaxcala para el trimestre julio-septiembre 2022.

Indicador	Total (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)
Trabajadores por cuenta propia	22.5	21.9	23.2
Trabajadores ocupados en actividades terciarias de la economía	52.3	--	--
Trabajadores ocupados en Micronegocios	51.7	50.7	53.1
Trabajadores ocupados en pequeños establecimientos	10.8	9.6	12.6
Trabajadores en la ocupación informal	71.2	71.1	71.5

Fuente: INEGI (23 de noviembre de 2022). *Las actividades terciarias conciernen al comercio, transportes, correos y almacenamiento, entre otras. Una descripción detallada de las actividades consideradas terciarias se puede consultar en INEGI (s/f).

Si bien la tasa de desempleo en Tlaxcala, el tercer trimestre del 2023 fue del 3.68% (Gobierno de México, 2023) no deja de ser importante el considerar que este problema por mínimo que sea, afecta de diferente manera a las personas y familias que lo padecen. En ese sentido, de acuerdo a INEGI (2021) en septiembre de 2021, 37 mil 774 tlaxcaltecas se encontraron sin empleo alguno o estaban buscando una opción laboral, mientras que en agosto del 2022 fueron 29 mil 724. Este incremento sumado a la problemática de la informalidad requiere ser analizado de manera más holística en función de las afectaciones

sociales que representan para la población en términos económicos, pero también emocionales o ambientales. Al respecto, se han documentado las afectaciones a la salud mental de personas desempleadas conforme se prolonga tal condición, afectando mayormente a la población joven (Del Pozo Iribarría et al., 2002).

Las problemáticas sociales laborales como el desempleo, la informalidad, las diferencias en el acceso laboral entre hombres y mujeres, pueden analizarse desde marcos analíticos más amplios, que permitan avanzar hacia la propuesta de soluciones más integrales. Al respecto, Vázquez (2006) propone que el enfoque del desarrollo local puede servir como referente, ya que se considera un proceso de cambio económico en un territorio, a partir de la modificación de sus estructuras subyacentes, pero no limitado únicamente a lo económico. Si bien, el desarrollo local se ha abordado en origen desde la dimensión económica en la búsqueda de hacer más eficientes los factores productivos, sin embargo, esto debe darse al tiempo que se fortalecen otros procesos sociales, así como las instituciones locales. De esta manera, con el desarrollo local, se generan economías de escala, permitiendo a las empresas mejorar su competitividad en los mercados y fortaleciendo su productividad.

Más allá del plano económico, la dimensión sociocultural del desarrollo local se refiere al papel de las relaciones económicas y sociales, en donde las instituciones locales y los valores humanos sirven de base en el proceso de desarrollo. Otra dimensión es la política administrativa, en la cual las iniciativas favorecen el entorno local que estimulan la producción y el desarrollo sostenible (Coffey y Poles, 1985, como se citó en Pineda y Bustamante 2016).

Bajo esta propuesta, el desarrollo local conlleva a un proceso de crecimiento económico y se concreta en mejorar el nivel de vida de los habitantes, con el fin de articular las capacidades humanas de los territorios y transitar hacia mejores estados de bienestar social. Tales capacidades humanas tienen que estar alineadas con las potencialidades creativas e innovativas que se manifiestan en diversos sectores de la población, en especial en quienes deciden iniciar o emprender una actividad económica por cuenta propia.

Un aspecto fundamental del desarrollo local es el involucrar a la ciudadanía y a los individuos en la construcción de opciones económicas que contribuyan al desarrollo. Estos individuos necesitan hacerse visibles y contribuir a la economía del lugar, a través de iniciativas personales o colectivas, donde los sujetos generen sus propias opciones productivas complementarias al papel del gobierno, lo cual es la base de los emprendimientos.

Otros autores han afirmado lo siguiente:

Personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto. (Lezana y Tonelli, 1998, como se citó en Duarte y Ruíz, 2009, p 328).

Por lo ya mencionado, el emprendimiento ha sido una alternativa económica y laboral, en donde el emprendedor aprovecha las oportunidades que se presentan para hacer negocios, a partir de satisfacer demandas sociales. Según (Roberts y Woods, 2005) el emprendedor descubre, evalúa y explota oportunidades y asimismo hace uso de la innovación.

Si bien el emprendimiento soluciona problemáticas económicas específicas, no está exento de que su desarrollo entre en conflicto con las preocupaciones de cuidar el medio ambiente de diversos sectores de la población. Ante esto, el deterioro ambiental, ha sido una de las grandes dificultades a nivel mundial con la que nos enfrentamos día a día, ya que cada vez se contamina más nuestro planeta. El uso irracional de los recursos naturales por parte de la humanidad ocasiona un deterioro en los ecosistemas lo cual afecta negativamente al medio ambiente. La contaminación ambiental provoca consecuencias devastadoras a la atmósfera, lo que repercute en cambios repentinos en el comportamiento climático, que ocasiona sequías severas, afectaciones a la biodiversidad, y la ocurrencia de desastres

ambientales en general. El cambio climático actualmente ya es una realidad ante la cual los seres vivos estamos sufriendo las consecuencias.

En este sentido, el ecólogo Odum (1986), definió la contaminación como un cambio negativo en las características físicas, o biológicas del aire, el suelo y el agua, por lo que los seres vivos seremos los más afectados, agotando los recursos naturales. Por lo anterior, la contaminación ambiental supone un riesgo para la salud de la humanidad y perjudica los entornos naturales, convirtiéndolos en inseguros. Por ende, son necesarias medidas para cuidar de nuestro planeta, generando acciones que contribuyan a combatir dicho problema.

En 1987 aparece el concepto de desarrollo sostenible, el cual es un modelo de desarrollo económico que busca satisfacer “las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Comisión Mundial sobre el Medio ambiente y el Desarrollo, 1987). Vale mencionar que el término desarrollo sostenible es una traducción del término en inglés *sustainable development*, Así, dentro del ámbito de la Organización de las Naciones Unidas y las políticas económicas y ambientales de las agendas de los países miembro, se ha utilizado desarrollo sostenible, sin embargo, también se ha utilizado en otros ámbitos la palabra sustentable, generando un debate sobre las implicaciones de una y otra palabra.

El desarrollo sustentable según Bifani (1997), indica un persistente cambio, que satisface las necesidades humanas presentes y futuras, haciendo uso de los recursos naturales, el mando de la inversión y desarrollo científico-tecnológico, a la par del cambio institucional. Por ende, la sustentabilidad se entiende como un proceso que tiene como objetivo hacer un equilibrio entre el medio ambiente y los recursos naturales, sin contaminar o dañar el planeta en el que vivimos.

Por consiguiente, el emprendimiento social puede ser una alternativa que permita proponer soluciones a problemas sociales, ambientales y económicos, que fortalezca el proceso de desarrollo local y mejore la calidad de vida de los habitantes. En este sentido, el emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos (Sullivan, 2007). No obstante, según Harding (2004), el emprendedor social ha reaccionado a los

problemas económicos, ya que representan un cambio en el sector social, innovando, y asimismo actúan con una misión social, por lo que se distinguen por inducir una forma nueva de actividades.

Dicho así, la investigación presentada, toma como sujetos de estudio a tres emprendimientos en la ciudad de Tlaxcala, los cuales promueven el consumo local buscando beneficiar así a más emprendedores tlaxcaltecas. Los emprendimientos analizados, se conciben como sustentables y amigables con el medio ambiente, razón por la cual se intuye que dichos emprendedores son agentes sociales preocupándose así por el medio ambiente y la salud de las personas.

La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a Granito, fomentan acciones de apoyo a otros emprendedores de Tlaxcala y comercializan sus marcas sustentables y ecológicas. Asimismo, se promueven para que la sociedad conozca dichos productos y se fomente el consumo local y responsable.

Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Cómo han contribuido los emprendimientos sociales de la ciudad de Tlaxcala tomados como casos de estudio, al desarrollo local y a la sustentabilidad?

Preguntas específicas

1. ¿De qué manera han contribuido a solucionar problemas sociales y ambientales los emprendimientos, La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a granito, en términos de sus capacidades creativas?
2. ¿Cómo han enfrentado estos emprendimientos las problemáticas sociales, culturales y ambientales, que se les han presentado y que afectan su desempeño?
3. ¿Qué cambios o mejoras se han implementado por los emprendedores para la generación de sus productos o servicios de manera sustentable?

Objetivos de investigación

Objetivo general

Explicar la importancia de las iniciativas La casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a Granito de la Ciudad de Tlaxcala, como elementos de emprendimiento social que contribuyen al logro del desarrollo local.

Objetivos específicos

1. Identificar las capacidades creativas de los emprendimientos de La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a granito, para la solución de problemas sociales, ambientales y económicos.
2. Describir las aptitudes de los emprendimientos para el desarrollo de mecanismos con el propósito de la superación de barreras sociales, culturales y ambientales, que afectan su desempeño.
3. Reconocer los cambios o mejoras que los emprendimientos han implementado para la construcción de un producto o servicio sustentable.

Marco metodológico

En este apartado se muestra el método mediante el cual se define el tipo de investigación que se realizó y asimismo las técnicas de investigación e instrumentos que se emplearon para llevar a cabo dicho proyecto, en consecuencia se define el término de la investigación científica, que es entendida como la base esencial de las ciencias, parte de la realidad, la analiza y se apoya dentro de un contexto teórico, de modo que su objetivo es desarrollar teoría a través del descubrimiento de amplias generalizaciones o principios (Tamayo, 1994). Con base en lo anterior se entiende como investigación, a la acción de generar conocimiento acerca de diversos temas, a partir de la recolección de datos relevantes, con la finalidad de tener veracidad o proponer soluciones de problemas teóricos.

El enfoque de investigación es cualitativo, debido a que se buscó profundizar en cómo los emprendimientos sociales aportan al desarrollo local, a partir de tres casos de estudio: La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a Granito, tomando en cuenta testimonios de las propietarias y de sus conductas observables. La investigación cualitativa presenta como rasgo peculiar la flexibilidad metodológica, de modo que permite la descripción de un hecho a profundidad (Pérez, 1994).

Técnicas e instrumentos de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron como técnicas de investigación, la observación participante y la entrevista semiestructurada. La observación, consistió en la percepción atenta de un fenómeno y su descripción, en este caso las maneras en que las propietarias de los emprendimientos llevan a cabo sus actividades, tanto de elaboración de productos, como el proceso de selección de materiales y recursos que se empleaban para su fabricación, la venta y la interacción con otros proveedores.

La observación se entiende como una técnica, que se enfoca en un objeto de la realidad, que se construye mediante un hecho o fenómeno en el que se distinguen las cualidades o características que le dan sentido o identidad a éste (Taylor y Bodgan 1984).

Para la observación participante es muy importante que el investigador desarrolle relaciones de confianza previas con los sujetos de investigación, en donde el comportamiento del observador no debe ser intrusivo y los sujetos de investigación desde un inicio tienen claro el propósito de la investigación. La observación participante permite recolectar distintos tipos de datos y otorga una comprensión profunda de lo que se está estudiando, la cual debe ser contrastada con la información obtenida mediante más técnicas.

Por su parte, la entrevista semiestructurada implicó el desarrollo de un cuestionario guía, con preguntas o reactivos orientados a atender las categorías analíticas a indagar. De esta manera, el ejercicio de la entrevista implica que se pueden ir formulando las preguntas ya sea de acuerdo al guion, así como a partir de las respuestas del entrevistado, de este modo la entrevista es más dinámica y la conversación fluye de mejor manera. Taylor y Bodgan (1986), refieren a la entrevista como un conjunto de encuentros personales entre entrevistador e informante respecto a sus experiencias o situaciones.

Previo a las entrevistas, se validó el instrumento o cuestionario mediante la aplicación de una prueba piloto, con el fin de poner en práctica el cuestionario y corroborar la consistencia de los reactivos o en su caso corregir aspectos de coherencia, de palabras poco comprensibles o de una duración de la entrevista muy amplia (mayor a 40 minutos, tiempo después del cual disminuye la atención del entrevistado). La prueba piloto se aplicó a la propietaria de un emprendimiento en el estado de Tlaxcala, cuyo giro es la producción y comercialización local de alimentos libres de agroquímicos. Este emprendimiento no se consideró como parte de los sujetos de estudio de esta investigación.

Las entrevistas se aplicaron entre julio y septiembre de 2022 a la Sra. Claudia Natividad López Vences, creadora del emprendimiento “La Casa de la Abuela”, a Stephany De Santillana Olivares, creadora del emprendimiento “Botánica 121”, y por último a Pamela González Corona, creadora del emprendimiento “Granito a granito” (Figura 6).

Figura 6

Imágenes de los tres emprendimientos considerados en este trabajo. Izquierda: La Casa de la Abuela; Centro: Botánica 121; Derecha: Granito a Granito



Fuente: Imágenes obtenidas durante trabajo de campo.

El instrumento de la entrevista se puede consultar en el Anexo 1, y se estructuró en cuatro secciones: La primera comprendió información general del emprendimiento; la segunda se enfocó a las capacidades creativas de los emprendimientos para la solución de problemáticas; la tercera se centró en las aptitudes de los emprendimientos para el desarrollo de mecanismos con el propósito de la superación de barreras sociales, culturales y ambientales, que afectan su desempeño; y la cuarta a reconocer los cambios o innovaciones que los emprendimientos han implementado para la construcción de un producto o servicio sustentable. Estas secciones corresponden con las categorías analíticas de los emprendimientos sociales derivadas de la teoría y utilizadas en esta investigación. Tales categorías son congruentes con la secuencia empleada en el planteamiento de las preguntas de investigación – objetivos particulares, por tanto, los resultados del trabajo se estructuran y analizan en esta misma lógica.

CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES Y MARCO CONTEXTUAL

Antecedentes

En este apartado se presentan los antecedentes relacionados con el emprendimiento social y el desarrollo local, los cuales son relativamente recientes en la literatura pero que desde el año 2008 a la fecha se ha ido incrementando el acervo de publicaciones científicas en esta materia.

Autores como Duarte y Ruíz (2009) destacan el emprendimiento social como una opción para el desarrollo, haciendo énfasis en que la creatividad e innovación son fundamentales, asimismo destacan la importancia del emprendimiento en la educación como un espacio de formación, con el objetivo de extender una cultura de emprendimiento a nivel nacional. Dichos autores refieren que desde la formación escolar se debe incorporar en el currículo la cultura del emprendimiento y proyectar ocasiones laborales, de este modo crear oportunidades, y que los individuos se orienten hacia el desarrollo humano. Dicho así, el desarrollo humano apunta a forjar la calidad de vida de forma integral, de modo que el fomento del emprendimiento y el desarrollo local y regional amplíen las posibilidades de las comunidades para crear, innovar, y avanzar en los cambios y la mejoría económica.

Asimismo, Pacheco, Aguirre, Álava, y Cordero (2019) señalan que, teniendo como objetivo el desarrollo económico, los Estados incentivan al emprendimiento, por lo que las instituciones de educación superior realizan un papel fundamental para que los estudiantes se preparen y motiven a emprender, por lo que la universidad queda en un plano para forjar el capital humano, en este sentido la educación se considera un factor sobre la intención de emprender, por lo anterior apuestan a los jóvenes universitarios y su capacidad para llevar a cabo un emprendimiento, debido a que dichos sujetos son más accesibles al cambio, asumiendo a los estudiantes mayor conocimiento y habilidades a través de la práctica. En este sentido, la idea se basa en que el emprendimiento sea sostenible e integrando el desarrollo de competencias para emprender.

Por su parte Pedraza y Velásquez (2019) consideran que la formación para emprendedores, es un reto que va más allá del aula, haciendo énfasis en que la educación

académica se centra en la educación, basada en el crecimiento económico, por lo que fomentar el emprendimiento es una necesidad que contribuye al progreso económico y al desarrollo de las personas, por lo que elementos en la formación de emprendimientos sociales son las capacidades y habilidades para dar solución a problemas, abarcando habilidades en los sujetos de iniciativa y acción. Los mismos autores señalan que los aprendizajes para el desarrollo del emprendedor requieren de capacidades, como el liderazgo, la creatividad, el trabajo en equipo, y la comunicación asertiva, por lo que el modelo que plantean asume una variedad de recursos, como el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

De acuerdo con Bañuelos, García y Álvarez (2021) la globalización exige que los egresados de la educación superior cuenten con habilidades que impacten en el desarrollo económico, por lo que una de las habilidades más apreciadas actualmente es el emprendimiento social. En este sentido, los autores mencionados realizaron encuestas a estudiantes universitarios en distintos países de Latinoamérica, concluyendo que es importante impulsar una cultura de emprendimiento desde la educación en las escuelas e integrar factores como la innovación para que el emprendedor pueda desarrollar competitividad en su propia empresa. Igualmente sugieren que es preciso iniciar a partir de la educación básica, con el fin de que desde una temprana edad se implemente a los futuros emprendedores la importancia de crear empleos y bienestar para la sociedad. Dichos autores analizaron la incidencia de la Universidad Autónoma de Zacatecas en el emprendimiento social en comparación con otras universidades en América Latina. Observando que la Universidad de Zacatecas no brinda el apoyo para fomentar el proceso de emprender, en consecuencia, se deben implementar acciones con la finalidad de fomentar el emprendimiento social en los alumnos y darle un seguimiento.

Aldana, Tafur y Gil (2019) mencionan que el emprendimiento se entiende como una forma de pensar, sentir y actuar para la creación de valor, lo cual permite a la comunidad educativa proponer espacios de formación para construir conocimientos y desarrollar los valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y la transformación del entorno y la sociedad. De esta manera, sugieren que las prácticas pedagógicas de docentes en Barranquilla, Colombia, son muy importantes para hacer más significativo a los estudiantes el proceso de aprendizaje del emprendimiento.

Con base en los autores referidos, el desarrollo de la práctica pedagógica fomenta a los estudiantes el auto emplearse, para superar fuerzas como la desigualdad social y generar conciencia para elevar el nivel y calidad de vida, la generación del desarrollo y la sostenibilidad. Por lo que un emprendedor en vez de trabajar como empleado, aspira a convertirse en administrador de un pequeño negocio, asumiendo todo el riesgo implícito en el proceso y las recompensas. Es a partir de la innovación que se busca potenciar el tema del emprendimiento mediante el desarrollo de iniciativas. La visión de muchos países y su necesidad de innovar en distintos ámbitos productivos y sociales los impulsa a buscar mecanismos que permitan el desarrollo.

Solis, García y Mantilla (2019) han mostrado la relevancia del emprendimiento e innovación en Ecuador para la generación de empleo, y estabilidad, en donde las instituciones educativas han sido determinantes en la formación de profesionales emprendedores, a través de la incubación de empresas. Como caso, se muestra la experiencia de la licenciatura en Ingeniería Empresarial de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, a través de los resultados de los modelos de negocios sustentados por los estudiantes de grado y sus impactos en la actividad económica de los cantones de Azogues, Biblián y Déleg, áreas de influencia de la institución.

Por otra parte, la investigación de Albarrán, Franco y Salinas (2013), se enfocó en el papel que la Universidad Católica de Ávila –UCAV, de España, ha jugado en la atención del problema de dependencia y discapacidad en que se encuentran las personas mayores de 60 años. Para ello, se han realizado proyectos comunes con otras instituciones de investigación y de fomento a la cultura, así como asociaciones civiles, interesadas en el desarrollo social mediante la economía social y solidaria y el emprendimiento, que ayude a atenuar el problema social de los adultos mayores, genere crecimiento económico horizontal y sostenible, empleo y mayor cohesión social, donde la protección medioambiental es fundamental.

En la misma línea de construcción del desarrollo a partir de la integración de diferentes actores, Mujica de López (2013) destaca el modelo de desarrollo endógeno para utilizar y potenciar las capacidades humanas de la naturaleza y del ambiente, en forma eficaz

y productiva para estimular los procesos de desarrollo local. Destaca que los desequilibrios de las economías mundiales han influido en la expansión de procesos locales, para el desarrollo de economías generadoras de empleo, mejorando la producción local especialmente en áreas rurales.

Es aquí donde el emprendimiento con sus implicaciones políticas, sociales, económicas y culturales, toma relevancia en el desarrollo, sobre todo en áreas rurales. Así, mediante su propuesta de granjas integrales turísticas educativas comunitarias (GITEC), se conforman espacios de emprendimiento social para potenciar el desarrollo endógeno rural, sustentados en las cualidades, creatividad, ingenio e innovaciones del ser humano integrado en sociedades.

Vásquez (2014) refiere que ante la pobreza, la sociedad civil organizada ha tenido un papel cada vez más relevante en la generación de mecanismos para atenuar dicha problemática. Así, las empresas sociales locales se han abierto paso en la generación de beneficios económicos, sociales y ambientales. Como ejemplo, se aborda el caso del Grupo Ixtlán, empresa social indígena ubicada en la región zapoteca de Oaxaca, que contribuye al combate de la pobreza rural a través de la mejora de la calidad de vida de las poblaciones donde opera mediante la construcción de procesos de desarrollo sustentable en la comunidad.

Con respecto a la participación de hombres y mujeres en la construcción de propuestas sociales para el desarrollo, Sánchez, Macías y Mendoza (2021) plantean que, en los últimos años, las mujeres han logrado posicionarse en los mercados laborales y participar en la creación de nuevas empresas. Para ello, investigaron los factores que determinan el éxito emprendedor en empresas de reciente creación mexicanas.

Sus hallazgos mostraron que la personalidad y habilidades de hombres y mujeres emprendedores no son homogéneas, ya que las mujeres tienen éxito en los negocios debido a los elementos conductuales, extroversión, apertura y conciencia, mientras que en el sexo masculino las capacidades gerenciales determinan su éxito, en este sentido, concluyen que es necesario fortalecer la capacitación gerencial en las mujeres para asegurar su mayor éxito empresarial.

Por el mismo sentido, Ordoñez, Ruíz y Rodríguez (2019) investigaron a los emprendimientos comunitarios en el Cantón Cañar, en Ecuador, caracterizándolos desde una perspectiva de género, a partir de experiencias de vinculación con la sociedad. El estudio destacó que la participación de la mujer en el emprendimiento ha sido poco visualizada, por ello el reto es lograr la igualdad de género.

Igualmente, en el estudio previamente mencionado se identificó que las motivaciones para emprender en hombres y mujeres son distintas; mientras que en hombres son más importante las cuestiones económicas, las mujeres tienden a buscar el bien común y a comportarse de manera altruista, en este sentido, se logra posicionar a la mujer como actor clave del desarrollo del emprendimiento social. Los autores concluyen que el emprendimiento comunitario femenino con enfoque social, se da cada vez de manera más común, como alternativa para que las mujeres consoliden sus proyectos de crecimiento personal y logren la autosuficiencia económica, lo cual cobra relevancia en un contexto de crisis económica nacional.

Por su parte, Ospina (2018) indagó en los aportes del desarrollo endógeno a partir del desarrollo de emprendimientos sociales por comunidades locales, para lo cual se planteó un proyecto con técnicas participativas. En dicha investigación, artesanos de marfil de la fundación Elefantes de colores en Colombia, trabajaron en el fortalecimiento de sus prácticas culturales y en la identidad de la comunidad a través del emprendimiento social. Es importante mencionar que el proyecto se implementó con jóvenes de entre 20 y 34 años, que ya eran emprendedores solo que de manera independiente, dedicándose a la elaboración de medicinas a base de plantas, accesorios en madera o tejidos, productos de higiene personal, entre otros.

Adicionalmente, el referido autor destaca las capacidades adquiridas por la comunidad para emprender proyectos colaborativos que fortalecen los lazos de la sociedad. El emprendimiento se ha caracterizado como una ruta para el desarrollo de las comunidades y se pensó como estrategia para emerger nuevos empleos. Así, el emprendimiento en el marco del desarrollo endógeno fomenta la integración y aportes de diversos actores, lo cual le confiere características de sostenibilidad, de participación y de innovación social.

Retomando el trabajo de Ospina (2018) los emprendimientos sociales en Manizales fomentaron las capacidades artísticas, creativas y proyectivas de jóvenes artesanos, logrando transitar hacia una transformación de las comunidades y la construcción autogestiva de escenarios propicios para la creación artística. En términos metodológicos, el proyecto consideró las siguientes fases: a) un mapeo conceptual sobre las nociones de emprendimiento que la comunidad tenía; b) identificación de aquellos emprendimientos que estaban orientados al cumplimiento de metas sociales; c) establecimiento de una ruta trabajo para el fortalecimiento de capacidades de los artesanos a partir de sus potencialidades identificadas; d) acompañamiento técnico para afinar aspectos de los productos ofertados en el marco de la sostenibilidad, considerando el beneficio social, el cuidado ambiental y el cumplimiento de objetivos económico; y e) la exhibición de los productos en una galería colectiva ubicada en Manizales, donde los artesanos comparten con asistentes sus conocimientos y cosmovisión plasmada en las artesanías. De esta manera, se puede argumentar que el diseño colaborativo crea capacidades en las comunidades para generar desarrollo donde se valoren sus capacidades a partir de lo local y exista un intercambio cultural por medio de las relaciones sociales, por lo que emprender promueva un desarrollo generando economía.

Morales, Ariza y Muñiz (2012) aluden a que la aplicación de las nuevas tecnologías genera impacto social y una innovación en el emprendimiento social. Al respecto, examinaron la creación de sitios virtuales y las experiencias de empoderamiento que dan al emprendimiento social mayor eficiencia y eficacia al ofrecer sus servicios y llegar a un mayor número de usuarios.

Por tanto, un tipo diferente de emprendimiento que se adapta a las transformaciones actuales son los emprendedores sociales, en donde se desarrollan soluciones innovadoras para crear impactos sociales positivos en la comunidad. Dichos emprendedores se basan en la responsabilidad social, económica y ambiental, en consecuencia los emprendedores necesitan apoyo para convertirse en los generadores de cambios sociales.

Sin embargo, la misión de los emprendimientos sociales suele ser complicada, por lo que una red de apoyo es fundamental. Bajo este contexto es dónde adquiere protagonismo el empoderamiento, encargado de apoyar los proyectos empresariales de naturaleza social.

Por lo que es mediante la interconexión que este se puede transformar generando impacto social. Los emprendimientos manejan redes de contacto físicas y virtuales, sin embargo, las tecnologías de la información y la comunicación o Tics han acelerado el potencial de dichas redes.

En este sentido, existen organizaciones que guían y asisten a emprendedores sociales en el desarrollo de sus redes de contacto para hacer más visible su labor. Tales iniciativas apoyan las innovaciones sociales, por lo que el empoderamiento facilita a través del internet a los emprendedores recursos ilimitados y mayor alcance.

Garay y Torres (2018) dan a conocer que la Universidad de los Llanos (Colombia) estudia y promueve el desarrollo regional, el cual contribuye al desarrollo socioeconómico y sostenible de la población. Al respecto, el emprendimiento comunitario ha funcionado como estrategia que permite potencializar habilidades individuales y colectivas que ayudan a la recuperación social, económica, cultural y ambiental a través de nuevos negocios.

Así, en el mencionado estudio se ejemplifica el caso de comunidades de Villavicencio, Colombia, en donde existen situaciones de violencia que amenazan a la población y en donde no obstante su interés por generar actividades económicas, las personas no cuentan con los recursos económicos suficientes que les facilite generar iniciativas por su propia cuenta. Debido a lo anterior, el emprendimiento comunitario ha prosperado en la pesca y en el cultivo de cacao, favoreciendo el desarrollo de capacidades de los productores y fortaleciendo el tejido social.

Aunado a lo anterior, se preserva la cultura e identidad, a la vez que genera ingresos, asimismo las mujeres que pertenecen a dicha red de tejido se dedican a la siembra de plantas medicinales y aromáticas que son comercializadas. Dicho proyecto tuvo como objetivo implementar estrategias de emprendimiento comunitario en jóvenes de la comunidad, por lo que este funciona como estrategia de desarrollo local, promoviendo una comunidad asociada, autosostenible que genere bienestar para todos.

Mujica, Smith, Chirino, García, Gutiérrez, Calderón y Quero (2013) plantean que la costura, el tejido de hamacas, la elaboración de diversos platos de la gastronomía criolla y

dulcería casera, han sido los principales emprendimientos productivos familiares que han contribuido al desarrollo sostenible en la comunidad “El Mamonal” en Venezuela. Tales emprendimientos han sido posibles en parte debido a las motivaciones que han expresado los emprendedores, que consisten en el gusto por transmitir e intercambiar conocimientos acerca de sus experiencias emprendidas.

Adicionalmente, los mueve el interés por la solución de problemáticas sociales que atienden con sus actividades productivas, lo que a su vez genera identidad y acervo cultural propio, rasgo que los distingue de cualquier otra producción masiva. La diversidad de estos emprendimientos supone eficacia, participación, solidaridad, responsabilidad, y cooperación orientados a un desarrollo local sostenible, fortaleciendo las iniciativas comunales.

Sánchez, Quintero, Sánchez, Fierro y García (2017) refieren a la innovación como una alternativa de solución nueva, eficiente, eficaz y efectiva, dando así un valor agregado a las esferas económicas y sociales. Ellos plantean que la innovación organizativa como difusión innovadora motivacional, genera ventajas competitivas en el emprendimiento, ya que se construye a partir de las percepciones de demandas y recursos, oportunidades y capacidades.

En consecuencia, la innovación organizacional anticipa escenarios a favor o en contra para quienes toman la decisión de adopción, implementación, utilización, desarrollo y evaluación. Por su parte la innovación local en las organizaciones, la relación entre culturas y comportamientos inciden en la gestión de liderazgos conocimientos y creencias que privilegian la obtención de los logros. Esto supone un modelo para el estudio de la innovación local, el cual incluye cuatro hipótesis, de acuerdo a Sánchez et al. (2017).

1. De la innovación a su difusión. El emprendimiento es una instancia que está asociada a la agenda organizacional. En consecuencia, la innovación es un tema central que genera opiniones a favor y en contra de su implementación porque anuncia el cambio organizacional y con ello el surgimiento de la resistencia al cambio. Por consiguiente, el emprendimiento de una innovación es un reto que los actores asumen como amenaza o como oportunidad en el marco del cambio organizacional.

2. Del emprendimiento a la adopción a través de la difusión. Si el balance organizacional permite la aceptación de una nueva tecnología, entonces los grupos a favor de la utilidad toman decisiones con un alto riesgo, las cuales estarían influidas por la motivación de líderes transformadores más que autoritarios, sin embargo, el emprendimiento de una tecnología puede implementarse a través de la imposición más que de la negociación o la consulta.
3. De la innovación a la implementación. Si el clima organizacional de tareas prevalece sobre el clima organizacional de relaciones, entonces se trata de un caso de emprendimiento e implementación forzados en los que talentos y líderes carecen de voz y voto, lo cual quiere decir que, el proceso está determinado sin considerar la difusión para llegar a la adopción. En este modelo los riesgos son asumidos por quien toma la decisión de implementar la innovación.
4. De la innovación a la evaluación a través de la difusión y la adopción, o la implementación. En la primera opción, la decisión de consensuar la adopción de una tecnología o proceso supone una corresponsabilidad en el establecimiento de una agenda para evaluar los costos y beneficios, alcances y límites del acuerdo entre talentos y líderes. Sin embargo, cuando la decisión de implementar la tecnología es asumida unilateralmente, entonces la autoevaluación prevalece sobre cualquier propuesta de mejora al sistema tecnológico o procesual adoptado. De este modo, el estudio de la innovación organizacional puede llevarse a cabo a partir de la contrastación de las hipótesis relativas a las trayectorias de relaciones de dependencia entre el emprendimiento, la divulgación, la adopción, la implementación y la evaluación de un sistema tecnológico o proceso organizacional que repercuta en la generación de ventajas competitivas y valores agregados.

Por lo anterior, la cultura organizacional como un factor de competencia al futuro, la orientación a la sustentabilidad es el factor determinante de Desarrollo Local. De esta manera, los deseos, saberes y capacidades actúan como condicionantes del emprendimiento de proyectos con carácter empresarial.

Alvarado y Rodero (2021) señalan que si bien el turismo es una importante actividad económica para la localidad de Mompox, ubicada en Colombia, se requieren de proyectos

innovadores que logren una mayor competitividad dentro del mercado, por tal motivo desarrolló un diagnóstico sobre el turismo, con la finalidad de que el turismo cultural y ecológico practicado, se oriente a un desarrollo sostenible que genere beneficios a la comunidad a través de incidir en la formación de emprendimientos culturales y sociales. Si bien en Mompo se desarrollan actividades turísticas encaminadas al desarrollo, caracterizadas por la cultura de su comunidad, el fortalecimiento de la identidad del territorio, así como la importancia de la preservación y la sostenibilidad, el Distrito no cuenta con un aporte que permita a la comunidad un crecimiento sostenible en el tiempo.

Por tanto, tanto el turismo cultural como el ecológico se constituyen en opciones viables para lograr el desarrollo en Mompo, mediante el cual, se generen alternativas económicas para los habitantes a partir del autoempleo y el emprendimiento, que contribuyan a la reivindicación de la cultura y el cuidado del ambiente, y la preservación de la memoria histórica. Todo esto debe repercutir en la transición de la comunidad hacia una mayor sostenibilidad, en donde se resalta el papel de los emprendimientos que conllevan además del beneficio monetario, mejoras en diversos aspectos de la comunidad y de la población en general.

El emprendimiento social se caracteriza por su énfasis en abordar problemáticas sociales sentidas tanto en la comunidad como en otros espacios cercanos, por tanto, su alcance puede considerarse como local y regional. Mediante este, se generan diversos beneficios incluyendo el económico, pero sin limitarse a este.

En este sentido, Alvarado y Roderó (2021) enfatizan que los emprendimientos sociales requieren de una importante capacidad de innovación social y de capacidades creativas de los emprendedores, así como un amplio sentido social y de compromiso ambiental, que ayuden a la construcción de soluciones pertinentes a las problemáticas identificadas y que al mismo tiempo permitan el fortalecimiento de capacidades internas y la activación económica.

Ovalles, Moreno, Olivares y Silva (2018) realizaron un análisis cuantitativo sobre las publicaciones científicas generadas dentro del periodo 2000 al 2016 y que están registradas en el ISI Web of Science, sobre el tema del emprendimiento y sus vínculos con tópicos como

habilidades, conocimiento, capacidades o desarrollo social. En su análisis expresan que el emprendimiento se ha convertido en una estrategia social para el desarrollo de habilidades que permiten proyectos como el autoempleo con posibilidades de una mejor calidad de vida.

En su investigación, dichos autores analizan el emprendimiento como una alternativa para crear y desarrollar capacidades creativas y las habilidades necesarias para proyectos que promuevan el autoempleo, por tal motivo los gobiernos han apoyado las actividades de emprendimiento, ya que estos sirven como mecanismos para combatir la pobreza. Bajo esta lógica, concuerdan que los emprendimientos sociales han propiciado importantes beneficios más allá de lo económico.

Con base en lo anterior, los emprendedores aportan en diversos aspectos significativos de la vida de la comunidad, como puede ser la generación de fuentes de trabajo para sí mismos y para la población circundante. Aunado a esto, se fomenta el crecimiento personal en varias dimensiones como son la parte profesional de gestión y administrativa, así como en las capacidades creativas o de inventiva que son fundamentales para la innovación.

Por lo anterior, dicho estudio arrojó que el emprendimiento se ha convertido en un factor relevante para el desarrollo de la sociedad y mejorar la calidad de vida. Así mismo, se ha ido incrementando su importancia e interés desde al año 2010, razón por la se debe continuar profundizando al respecto.

Desde la posición de Sáenz y López (2015) el emprendimiento social cada vez es mayor, por ello las universidades han apostado por la educación emprendedora, en consecuencia, a través de una revisión en la literatura reflexionaron acerca del emprendimiento y las competencias que se necesitan desarrollar para llevarlo a cabo. Los emprendedores sociales desean alcanzar una misión social que permita dar respuesta a problemáticas sociales y a retos empresariales, cuyo sujeto reconoce nuevas oportunidades, con un proceso de innovación, adaptación y aprendizaje, por ello es necesario incorporar cada vez más temas de emprendimiento y habilidades relacionadas dentro de los programas de estudio.

Sin embargo, también se requiere que la educación emprendedora impartida en las universidades permita que los estudiantes desarrollen capacidades con sentido de responsabilidad social. De este modo, los estudiantes participarán de manera activa en la construcción de una sociedad más democrática y promoverán transformaciones sociales en pro de la igualdad y la justicia.

Las competencias corresponden a “la síntesis de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten actuar de manera eficaz ante una situación” (Sarramona, 2007 p.32); y al respecto, Sáenz y López (2015) presentan una clasificación de competencias en emprendimiento social, COEMS, realizada a partir de la revisión teórica de diversos autores, cuyos puntos de vista son: resaltar la importancia del desarrollo de competencias en el proceso de enseñanza para lograr que la persona asuma el desafío de llevar a cabo acciones emprendedoras, fomentar dichas competencias orientadas a un crecimiento económico. De acuerdo a los autores, el objetivo principal de este enfoque de competencias es desarrollar y consolidar la cultura emprendedora. Las competencias “

No obstante, se ha intentado contribuir poniendo el énfasis en aquellas competencias que la literatura considera claves a la hora de fomentar el desarrollo de una persona emprendedora con un claro compromiso de transformación social.

COEMS 1. Competencias relacionadas con la tarea o trabajo a realizar: Innovación y creatividad, fijación de objetivos, toma de decisiones, resolución de problemas.

COEMS 2. Competencias respecto a las relaciones sociales: Liderazgo, capacidad de relaciones efectivas, comunicación, motivación, trabajo en equipo.

COEMS 3. Competencias respecto al desarrollo de capacidades personales: Iniciativa y proactividad, autonomía, adaptabilidad, confianza en sí mismo, capacidad de asumir riesgos.

COEMS 4. Competencia filosófica y ética: Código y sentido ético, conciencia del otro, pensamiento crítico, implicación en la realidad social.

En consecuencia, la capacidad de emprender, de innovar, de mejora y aprendizaje continuo y la transformación social debe ser una marca de identidad de las futuras

generaciones, por lo que es necesario que las instituciones eduquen para el emprendimiento, por lo que las competencias persiguen desarrollar emprendedores cuyo fin sea generar un cambio social duradero. Las competencias de emprendimiento social deben ser contempladas en cualquier programa educativo, permitiendo la innovación educativa, dando paso a lograr profesionistas implicados en la transformación social.

Melián, Sanchis y Soler (2010) refieren la necesidad de la financiación de un crédito cooperativo, para fomentar el emprendimiento en tiempos de crisis en España, argumentan que el emprendimiento social tiene lugar en el ámbito del Desarrollo Local, cuyo objetivo es la inserción laboral de colectivos que tienen mayor riesgo de exclusión, por lo que este es fomentado para la generación de empleo y una mejor calidad de vida. En este sentido, analizaron el papel que juega el crédito cooperativo en la financiación de emprendimiento que surge a través de la economía social a partir del Desarrollo Local, por lo que afirman que el modelo tradicional de financiación del Desarrollo Local es obsoleto, por lo que es necesario replantear la manera de obtener un financiamiento.

Con base en lo anterior, a partir del Desarrollo Local se necesitan dos pilares fundamentales para determinar el éxito del emprendimiento social: 1) la descentralización de la financiación, que ha de ir unida a una dotación de fondos más realista hacia las Administraciones Locales, para que así puedan financiar los servicios y las actividades que vienen asumiendo durante los últimos años; y 2) la búsqueda de fuentes de financiación alternativas entre la iniciativa privada, mediante la implementación de una estrategia de cooperación en red que favorezca y potencie la colaboración entre los diferentes agentes, públicos y privados, involucrados en las acciones del Desarrollo local.

Debido a los tiempos de crisis en España, se generó un gran impacto en los créditos cooperativos, por el apoyo en la financiación de iniciativas de inserción sociolaboral, razón por la que tuvieron un crecimiento muy significativo. Esta crisis incentiva un desarrollo al autoempleo, en consecuencia, son estas cooperativas de crédito y las organizaciones de inserción laboral las que responden a las necesidades de la comunidad.

Guirado, Badía, Tulla, Vera y Valldeperas (2014) investigaron la contribución de la agricultura social al desarrollo local en áreas rurales de la región de Cataluña en España. Los

autores se centran en la agricultura social manifestando que surge como una práctica innovadora, en la que una de las finalidades es la creación de nuevos empleos para las personas que han sido excluidas de otras prácticas económicas.

La agricultura social a través del trabajo ayuda a las personas vulnerables y contribuye al desarrollo de sus capacidades ofreciéndoles la oportunidad de llevar a cabo una vida de manera autónoma, que, a la vez, les aporte mejoras en la salud física y mental. Sostienen que la agricultura social puede ampliar sus ámbitos y sus beneficios para ayudar a construir una sociedad más justa y solidaria, así como crear alternativas de desarrollo local e innovación social y mejorar la situación de los colectivos socialmente más vulnerables (Guirado et al., 2014).

De esta manera, en la investigación de Guirado et al., (2014), se identificaron las iniciativas de agricultura social a través de un análisis documental y bibliográfico en donde se analizan las particularidades de dicha actividad. Mediante entrevistas semiestructuradas a distintos implicados en la agricultura social, se obtuvo información de los procesos de creación, sobre la organización y gestión de los proyectos, las tareas desempeñadas por las personas a las que dan ocupación, las dificultades que han tenido y las medidas para solucionarlas.

Algunas de las actividades que se desarrollan en la agricultura social son la elaboración de productos agroalimentarios, de restauración o productos agrarios y las artesanías. Las experiencias de agricultura social tienen como objetivo principal la ocupación de colectivos en riesgo de exclusión social en los que destacan personas con discapacidad intelectual y personas con alguna enfermedad mental.

Los tres proyectos de agricultura social analizados en términos de los procesos de creación y la generación de iniciativas particulares, fueron:

1. L'Olivera Cooperativa. Es un proyecto construido como cooperativa de integración social que se dedica a la producción ecológica de vino y aceite, cuyo emprendimiento incorpora a personas con discapacidad intelectual y trastorno mental, los actores participan de manera activa en todo el proceso productivo.

2. Bolet Ben Fet. Proyecto que se dedica al cultivo de setas para la ocupación de personas con discapacidad, dicha cooperativa también se dedica principalmente a la jardinería y tareas forestales.
3. La Klosca. Es un centro especial de empleo que se dedica a la producción ecológica de huevos, esta iniciativa trabaja en el tratamiento de los problemas de adaptación psicosocial de personas con trastorno mental.

En consecuencia, los proyectos de agricultura social se producen bajo criterios agroecológicos, por lo que contribuyen a construir alternativas económicas, para una economía más justa, ética y solidaria. Estos emprendimientos son justos porque respetan el derecho de toda persona a tener un lugar de trabajo, creando oportunidades de ocupación para las personas en riesgo de exclusión social, por lo que la agricultura social surge a partir de distintas necesidades sociales y contribuir a esta sociedad, aparece como una innovación social como mecanismo de inserción laboral, contribuyendo así al desarrollo local de territorios rurales, creando oportunidades para las personas en riesgo de exclusión, atendiendo a las necesidades de personas más vulnerables (Guirado et al., 2014).

Por su parte, Priede, López y Rodríguez (2014) dan a conocer la manera en que se desarrolla la iniciativa de empresas sociales en diversos países, ya que estas son un impulso a los emprendedores sociales, cuyos empresarios persiguen resolver problemas sociales de forma innovadora y eficiente, en este sentido, el emprendimiento social puede aportar respuestas innovadoras y eficientes a problemas sociales y medioambientales para crear una economía más sostenible y equilibrada.

Sugieren que el acceso a la financiación, el incremento en la visibilidad del emprendimiento social y las mejoras del entorno legal, contribuirán a promover el desarrollo de empresas sociales, por ello es importante profundizar en el marco jurídico y económico que regula la actuación de los emprendedores sociales en diversos países. Por ejemplo, en la cultura estadounidense se ha despertado gran interés por la creación de nuevas formas jurídicas específicas para responder a las necesidades de los emprendedores sociales, por lo que se ha creado una nueva forma jurídica denominada Benefit Corporation (empresas benéficas), la cual se ha expandido por el país, como una forma jurídica más novedosa y completa para

responder a las necesidades de los emprendedores, inversores y público en general (Priede et al., 2014).

Otra posibilidad jurídica para emprendedores sociales en Estados Unidos, de acuerdo con Priede et al., (2014), son las Low-profit Limited Liability Company, estructura híbrida que permite combinar ventajas de una organización sin ánimo de lucro, como la facilidad de organización y puesta en marcha. Las principales ventajas son fiscales y la flexibilidad, aunadas a otras ventajas como cualquier otra empresa normal con ánimo de lucro, como pueden ser la responsabilidad limitada, la captación de fondos y la posibilidad de transferir la propiedad libremente.

En Europa se empezaron a establecer distintas formas jurídicas de tipo cooperativo, tales como: la cooperativa de solidaridad social, la cooperativa social de responsabilidad limitada, las sociedades cooperativas de interés colectivo, las sociedades de finalidad social entre otras. Dichas cooperativas han tenido un gran desarrollo marcando un cambio legislativo para las empresas sociales, adaptándose a un modelo más abierto aportando al beneficio de la comunidad.

El emprendimiento social en España va en conjunto con el desarrollo de la economía, por lo que se ha desarrollado un marco jurídico común que tiene como objetivo fomentar y visibilizar dichos emprendimientos, estimulando el compromiso con el desarrollo local. De esta manera, se promueve la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad (Priede et al., 2014).

Asimismo, consideran las cooperativas sin ánimo de lucro, aquellas de integración social, ya que estas han servido de inspiración para el desarrollo del emprendimiento social, no obstante, la empresa social en España se ha enfrentado a distintos problemas, como el acceso limitado a financiación adecuada, el desconocimiento y falta de visibilidad en torno al concepto y la falta de credibilidad, así como la ausencia de un marco jurídico específico para el emprendimiento social. Por lo anterior es necesario hacer un impulso del emprendimiento social con el fin de incrementar su dinamismo.

Dicho estudio concluye que, en los países mencionados, el emprendimiento se ve de distintas formas, sin embargo, es clave para contribuir al desarrollo. Razón por la cual se debe hacer énfasis en que este vaya cada vez más en aumento para que a su vez contribuya a resolver problemáticas sociales.

Marco contextual

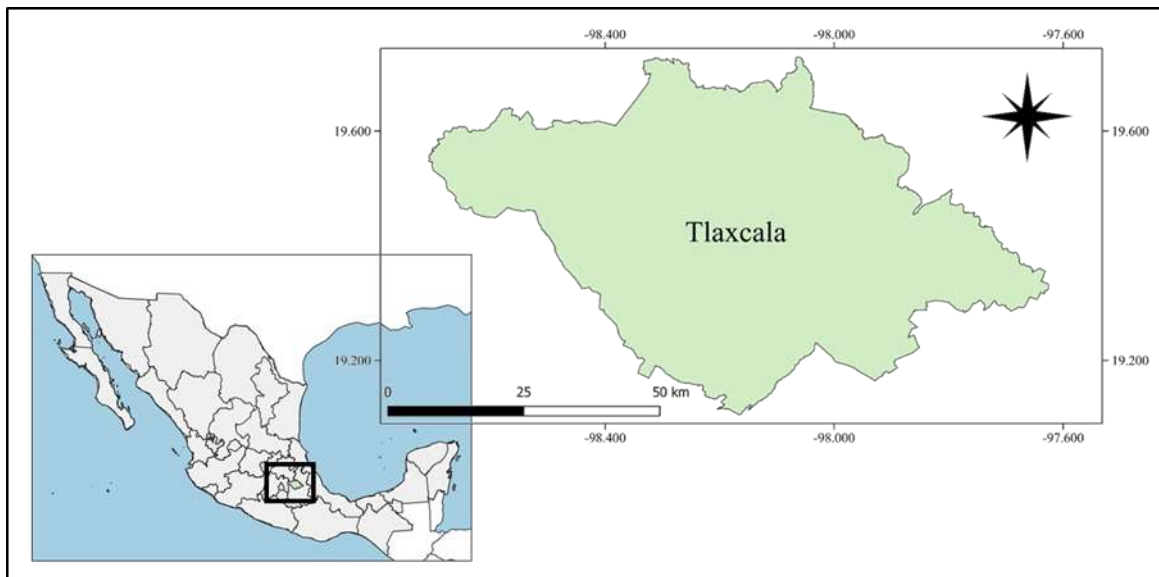
En este apartado, se muestra información contextual geográfica del Estado de Tlaxcala, es decir, se señala el contexto o escenario en el cual se desarrolla el objeto de estudio. Para ello se incluye el apartado del medio geográfico del Estado de Tlaxcala, el contexto social y el contexto de emprendimiento.

Medio físico y geográfico del estado de Tlaxcala

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el estado de Tlaxcala tiene una superficie de 3,996.6 km², lo cual lo convierte en el de menor superficie en México. Se localiza entre las coordenadas 19°43'44" y 19°06'18" de latitud norte; y entre los 97°37'31" y 98°42'30" de longitud oeste (Figura 7). Colinda al norte con los estados de Hidalgo y Puebla; al este y sur con Puebla; al oeste con Puebla, el estado de México e Hidalgo (INEGI, 2022).

Figura 7

Ubicación del estado de Tlaxcala.



Fuente: Elaboración propia con información de INEGI (2022).

La fisiografía del estado es montañosa, con presencia de altos volcanes como La Malinche en su parte sur. El clima en Tlaxcala es mayormente templado, por lo general casi nunca pasa de los 30°C. De acuerdo al Inventario Estatal Forestal y de Suelos, Tlaxcala tenía en 2014 84 mil 076 hectáreas de bosque, que representa 21.16% de la superficie estatal (SEMARNAT - CONAFOR, 2014).

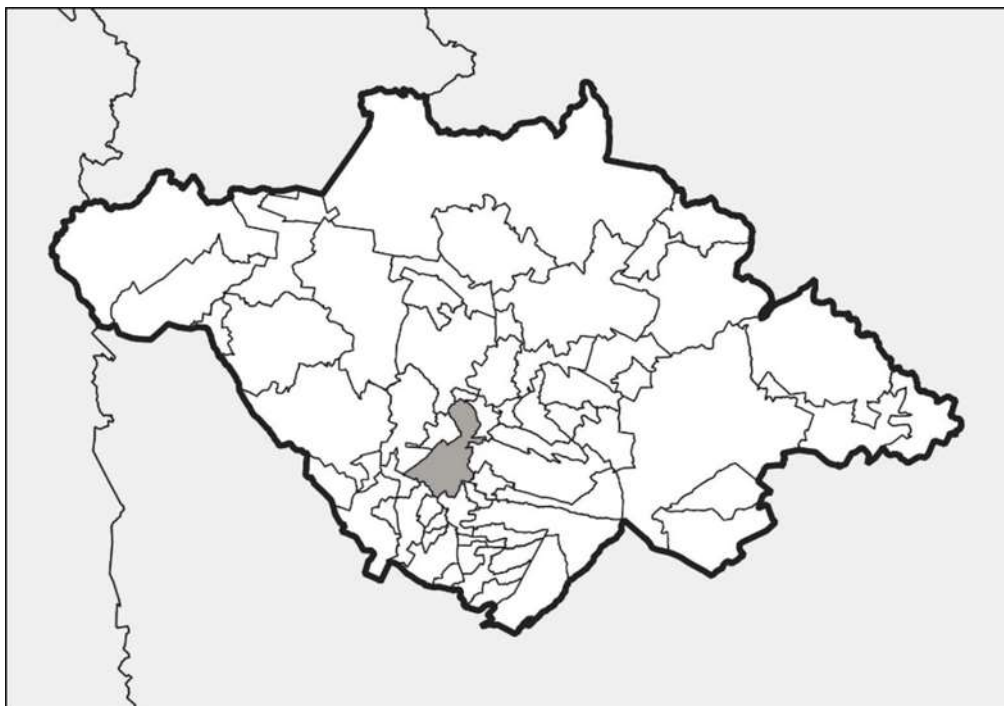
El estado de Tlaxcala, de acuerdo a INEGI, cuenta con 60 municipios y su extensión representa el 0.2% del territorio nacional, cuenta con 1,342,977 habitantes, es decir el 1.1% del total del país, en donde 693,083 son mujeres y 649,894 son hombres, el 83% de la población es urbana mientras que el 17% es rural (INEGI, 2020 y 2022).

Contexto social

El municipio de Tlaxcala es donde se ubica la ciudad de Tlaxcala de Xicohtécatl, que es la capital del estado (Figura 8). Dicho municipio tiene aproximadamente 52 km² que equivalen a 1.3% del total estatal. Sin embargo, en este municipio relativamente pequeño, se concentran casi 100 mil habitantes, que representan 7.4% del total en todo el estado (INEGI, 2020).

Figura 8

Ubicación del municipio de Tlaxcala dentro del contexto estatal.



Fuente: Elaboración propia. Nota: En gris oscuro se resalta el municipio de Tlaxcala.

Igualmente, INEGI (2020) refiere que, en el estado existen 1.07 mujeres por cada hombre, mientras que en el municipio la relación es ligeramente mayor (1.11 mujeres por cada hombre). Con relación a la población mayor de tres años que hablan alguna lengua indígena, en el estado es de 2.02%, mientras que solo 1.12% de la población en el municipio de Tlaxcala habla alguna lengua indígena.

Con respecto a la población entre 18 y 24 años que asiste a la escuela de educación superior o media superior, en el estado el porcentaje es de 3.97% mientras que el porcentaje de la población en el municipio de Tlaxcala es de 5.63, lo cual indica que en términos proporcionales, la población del municipio tiene mayores oportunidades de acceder a educación media superior y superior en comparación con el promedio estatal. Por el mismo sentido, el porcentaje de analfabetismo en todo el estado es de 2.43%, comparado con el 0.97% existente en el municipio. En términos generales, los años que en promedio asiste la

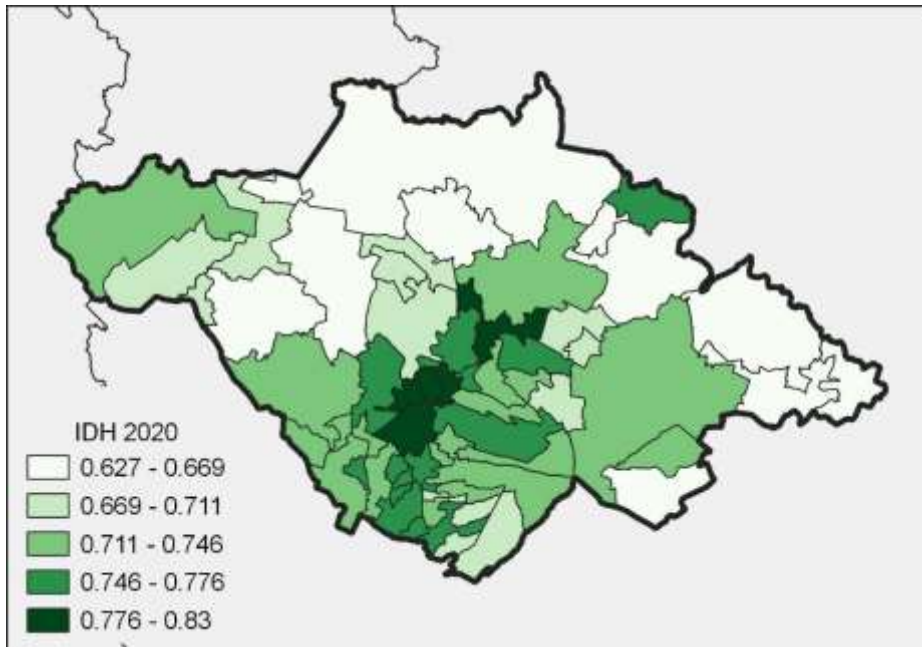
gente a la escuela en todo el estado son 9.83, mientras que en el municipio son 12.18, lo cual corresponde a educación básica en el caso estatal y a educación media superior en el municipal, todo ello con base en la información del Censo de Población y Vivienda 2020 (INEGI, 2020).

Dichas cifras se ofrecen a manera de contexto para dar una idea de que la población en el municipio de Tlaxcala puede acceder a más oportunidades educativas, no obstante, también existe una mayor concentración demográfica, lo cual puede representar mayores dificultades para acceder a oportunidades laborales ante la mayor competencia, lo cual puede acrecentarse de existir una oferta laboral insuficiente.

Con respecto a la población económicamente activa en el estado es de 63 mil personas aproximadamente, siendo el comercio el sector en donde se ocupan principalmente las personas. Por su parte, la Secretaría de Economía (2023) asume que el salario promedio mensual es de 4,600 pesos en las familias. Si bien este dato revela condiciones salariales poco adecuadas para las familias tlaxcaltecas, la problemática puede asentarse en las regiones del estado que no son cercanas a la capital. Así, el análisis de la distribución espacial en el estado del Índice de Desarrollo Humano (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020), mostró que, el municipio de Tlaxcala presenta los niveles más altos, junto con los municipios de Apizaco, Apetatitlán de Antonio Carvajal y San Juan Totolac (Figura 9).

Figura 9

Distribución del IDH en el estado de Tlaxcala.



Fuente: Elaboración propia con información del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2020).

Contexto del emprendimiento en Tlaxcala

De acuerdo a la Secretaría de Desarrollo Económico de Tlaxcala (SEDECO, 2023), en el estado se tenían registradas en noviembre de 2022, 82,520 unidades económicas, de las cuales 96.26% son microempresas que cuentan con menos de 10 trabajadores. Si se considera el número de trabajadores y el bajo nivel de facturación, podría asemejarse una microempresa con el concepto de emprendimiento, no obstante que existan factores adicionales que los diferencien.

Así, asumiendo en este trabajo tal semejanza, con fines de dar un panorama de su contexto en el estado de Tlaxcala y con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) de INEGI, la categoría “Comercio al por menor” definida

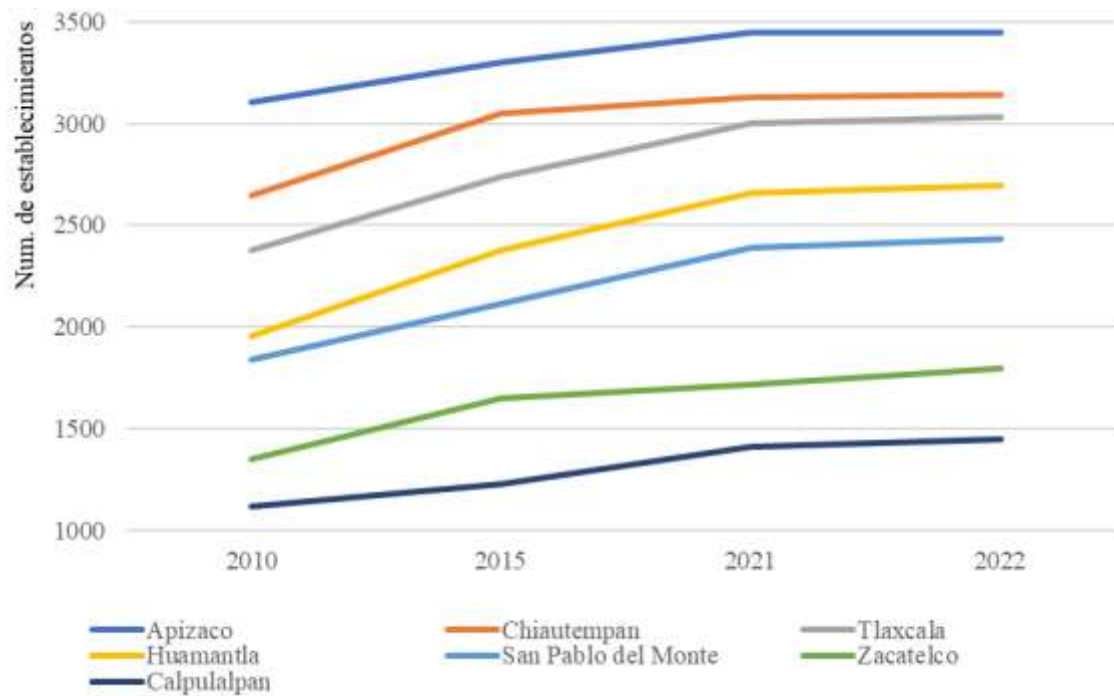
en el SCIAN², puede incluir a muchos de los emprendimientos registrados en el estado, sobre todo aquellos que tienen máximo cinco trabajadores. Por tanto, considerando dicha actividad económica y personal empleado, en el estado de Tlaxcala se tenían registrados poco más de 36,400 establecimientos a noviembre de 2022 (INEGI, 2023).

Cabe destacar que, en 2010, el número de establecimientos era de 27,800, lo cual indica que la cifra ha ido en aumento. Llama la atención además que, en el año 2021, correspondiente a la pandemia por COVID-19, el total de establecimientos era de 36,000, ligeramente menor al registro de 2022. Otro aspecto por mencionar es que siete municipios concentran la mitad del total de establecimientos, entre los cuales se encuentra el municipio de Tlaxcala (Figura 10).

² Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. <https://www.inegi.org.mx/scian/>

Figura 10

Número de establecimientos de comercio al por menor en los principales municipios del estado de Tlaxcala.



Fuente: Elaboración propia con información de (INEGI, 2023).

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Este capítulo tiene como objetivo presentar los fundamentos teóricos conceptuales que sirven de referente para esta investigación. El capítulo inicia revisando el concepto de emprendedor, seguido del concepto central en este trabajo, el cual corresponde a emprendimiento social, que se comprende de mejor manera una vez revisado el concepto de emprendimiento.

Posteriormente se discute el concepto de desarrollo sostenible y su relación con el emprendimiento social. Finalmente se introduce el concepto de desarrollo local para identificar los vínculos de este paradigma con los emprendimientos sociales y la sustentabilidad.

Emprendimiento

Joseph Schumpeter (1883-1950), fue un reconocido economista, que, mediante sus teorías sobre el emprendedor, entendió a la innovación y sus cambios producidos, así como al empresario, como causas fundamentales del desarrollo económico de las localidades y regiones. Para este autor:

La función de los emprendedores es la de reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa. (Schumpeter, 2010, p 132)

Por ende, se comprende que la innovación juega un papel muy importante en el desarrollo económico, buscando generar ganancias de forma novedosa. En este sentido, de acuerdo con Schumpeter (1934), los emprendedores son solucionadores de problemas, líderes e innovadores. Adicionalmente, el emprendedor es una persona dinámica que

promueve la innovación. Schumpeter (1942) en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*, refiere que la función de los emprendedores va acorde con evolucionar el modelo de producción al aprovechar una capacidad técnica no probada, con el fin de producir un nuevo producto o uno ya existente de una nueva manera; o bien solventar de un nuevo sitio o material no utilizado; o reestructurar una industria.

En la misma línea, Hagen (1962) y Hamilton y Harper (1994), mencionan que la creatividad de un emprendedor es un elemento clave para el crecimiento económico y asimismo la transformación social. Ellos definen al emprendedor como una persona creativa que soluciona problemas y genera un desarrollo económico, por tanto, el avance en la tecnología y el cambio social estimulan la aparición de distintos emprendedores.

El concepto de emprendimiento ha tomado gran importancia ante la necesidad de superar los crecientes problemas económicos. La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (en español significa pionero), y se refiere a la capacidad que un individuo posee para alcanzar un objetivo, o bien aptitudes que permiten nuevos proyectos y alcanzar mayores logros (Silva, Botero y Soto, 2014).

Papanek (1962) y Harris (1970), postulan que cuando las condiciones económicas son favorables, el emprendimiento y el crecimiento pueden llevarse a cabo de manera adecuada. De acuerdo con estos investigadores, el desarrollo emprendedor es una función de los atractivos económicos, lo que se refiere a la unión entre ganancias económicas y el estímulo interno que da pauta al desarrollo emprendedor, por ello la ganancia económica se toma en cuenta como la acción suficiente para el impulso a emprendedores en la economía (Mohanty, 2006).

Así, el emprendedor:

Se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. (Duarte y Ruíz, 2009, p 329)

Dando continuidad a lo anterior:

Se intuye que el emprendimiento es significativo para lograr el desarrollo local, el cual es planteado como el beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con prontitud de las respuestas a las demandas de la comunidad, lo que reconoce al emprendedor como figura auténtica en el progreso permanente de una localidad a nivel municipal y/o regional. (Duarte y Ruíz, 2009, p 328)

En consecuencia, el emprendimiento se entiende como la capacidad que tiene un individuo para generar innovaciones de autoempleo, asumiendo riesgos con ayuda de la creatividad que ejerce, adaptándose a los cambios que posee la sociedad, generando una economía para el desarrollo. Algunos autores lo consideran como el descubrimiento de oportunidades, con el fin de obtener un beneficio económico

Emprendimiento Social

Una vez entendido y definido el concepto de emprendimiento, es necesario abordar el emprendimiento social para identificar las diferencias con las que cuenta uno del otro y distinguir su contraste.

El emprendimiento social debe contribuir al desarrollo local a partir de ciertas características o capacidades que manifiestan los emprendedores. Al respecto, Baber, Jain y Baber (2012), plantean que para que exista desarrollo, los emprendedores deben crear una sociedad capaz de innovar, hacer un cambio y ser creativos; este emprendedor se caracteriza porque detecta problemas y propone soluciones, ya que dispone de habilidades y es capaz de realizar cosas en beneficio. Los mismos autores destacan puntos importantes de un emprendedor para el desarrollo social; oportunidad de empleo, mejorar la calidad de vida,

utilizar de manera óptima los recursos, contribución al crecimiento económico de las naciones y la satisfacción social.

De lo anterior se deduce que un emprendedor social es importante para el desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Relacionado a esto, Johnson (2003) refiere que el emprendimiento social es un enfoque innovador a alguna necesidad social que trae consigo innovación y hace hincapié a resolver problemas sociales.

De acuerdo con Peredo y McLean (2006, p.12), el emprendimiento social: “Se impulsa por objetivos sociales; y se lleva a cabo por personas cuyo fin se basa en aumentar el valor social, y contribuir al bienestar de la comunidad”.

De acuerdo al Documento Marco de Reflexión sobre el Emprendedurismo y la Innovación Social (Program Urbl III, 2013) un emprendedor social va más allá del beneficio económico y su razón se encuentra en crear oportunidades de empleo y mejorar la calidad de vida personal y social. De este modo, el emprendedor social es una persona con habilidades para innovar y generar bienes y servicios de forma creativa y responsable, innovando acciones orientadas a lograr un determinado fin, a través de relaciones interpersonales y la combinación de recursos (Silva, Botero y Soto, 2014). Asimismo, refieren que aludir al emprendimiento social implica reconocer tres ejes sobre los cuales se desarrolla la actividad: un objetivo social, un modelo de negocios sostenible y una forma innovadora de abordar un problema social.

Haugh (2005), considera al emprendimiento social como actividades que crean oportunidades para el cambio social y la creación de organizaciones sociales con el fin de llevar a cabo el valor social. Por su parte, Bargsted (2013) señala que el emprendimiento social considera igualmente importantes la posibilidad de tener una opción económica, con la construcción de propuestas que atiendan problemáticas locales diversas. Por tanto, las iniciativas deben ir hacia la superación de necesidades sociales y el logro de beneficios otros como los ambientales, la salud, etcétera, que impacten positivamente en la comunidad.

No obstante, es importante que se diferencie entre los propósitos de un emprendimiento y aquellos que caracterizan a un emprendimiento social. Así, una de las

principales diferencias entre ambas categorías, es que los emprendimientos sociales tienen un predominio por incluir como parte fundamental de sus objetivos, las causas sociales y/o ambientales por sobre los económicos.

Por lo anterior se deduce que los emprendimientos sociales, cuentan con un interés particular por el medio ambiente, en el desarrollo social y en el desarrollo local. Además de buscar soluciones a problemáticas sociales de la región, innovar, ser creativos y crear oportunidades de autoempleo.

En palabras de Álvarez et al. (2018), el emprendimiento social se entiende como una acción empresarial que une el logro de la riqueza con la mejora de la calidad de vida de las personas, por lo que los autores diferencian el emprendimiento clásico del emprendimiento social, haciendo alusión a que este último enfatiza en el cuidado del medio ambiente y a su vez perciben a los individuos como personas cuyas necesidades básicas o de realización personal deben ser satisfechas. De manera similar, Light (2006), señala que el emprendimiento social busca un cambio sostenible que a través de la innovación puede afrontar problemáticas sociales.

Para Curto (2012), los emprendedores sociales son capaces de identificar necesidades sociales y proponer soluciones con ayuda de la innovación, utilizando habilidades y creatividad, asimismo diferencia a estos por crear un impacto social, generando beneficios que lleguen al mayor número de personas posible. Relacionado a lo anterior, para Moreira y Uriolagoitia (2011), el emprendimiento tradicional se centra en un interés económico, por lo que busca alcanzar este impacto, mientras que el emprendimiento social es similar a este, excepto que su interés también se basa en generar beneficios sociales.

Falcone, Jiménez, Tinejero y Serna (2016), sostienen que el emprendimiento social busca generar beneficios económicos a la par de un desarrollo en el bienestar humano, por lo que definen a la cultura emprendedora como aquella que lanza nuevos proyectos con la capacidad de resolver problemas, teniendo como base la innovación, la responsabilidad y la autonomía. A su vez, los mismos autores enfatizan en los negocios sustentables, haciendo alusión a que estos no tienen un impacto negativo en el medio ambiente, la sociedad o la economía, sino más bien buscan lograr un resultado positivo, por lo que definen un negocio

sustentable como una organización que contribuye en actividades amigables con el medio ambiente, al tiempo que produzca un beneficio económico.

Urribarri et al. (2021), manifiestan que el emprendimiento social se relaciona con la forma de pensar y plasmar ideas que pueden ser materializadas. Por tanto, los emprendedores sociales generan formas creativas para alcanzar el cambio social a través de nuevas organizaciones, por lo que su principal característica es ser un líder con visión de desarrollo comunitario.

De acuerdo a la literatura revisada sobre el emprendimiento social, se aprecia consistencia en que este crea oportunidades de empleo a partir de problemáticas sociales e identifica un equilibrio entre el cuidado del medio ambiente, por lo que desarrolla una manera nueva de enfrentar problemas, dichas soluciones son innovadoras frente a los desafíos sociales, culturales y ambientales, estos satisfacen las necesidades sociales a través de las oportunidades que crean, a su vez resaltan la creación de valor social.

Pereira (2003), enfatiza que un emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla, mientras que De Vries (1977), considera que un emprendedor es quien lleva a cabo una idea a través de la innovación, administración y toma de riesgos.

Bajo esta propuesta, un emprendedor es aquella persona que crea nuevas organizaciones, a partir de la innovación, construye iniciativas de negocio, asumiendo los riesgos que conlleva, motivado por una visión específica.

Desarrollo Sostenible

La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, realizada en Río de Janeiro, Brasil en 1992, es el referente a partir del cual los países miembros de la ONU incorporan en su agenda política la preocupación ambiental, adoptando como estrategia el multilateralismo para el cumplimiento de los compromisos asumidos. El concepto de desarrollo sostenible aparece inicialmente en el documento titulado Informe sobre Nuestro Futuro Común [1987-1988]

coordinado por Gro Harlem Brundtland, el cual sirvió de base para la cumbre de Río de Janeiro de 1992.

Así, el desarrollo sostenible se entiende como aquel que permite “satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” (Our Future Common, 1987). Diez años después de la Cumbre de Río, se volvieron a reunir los países de la ONU en Johannesburgo, Sudáfrica, reafirmando su compromiso en pro del desarrollo sostenible, comprometidos así a construir una sociedad más humanitaria y equitativa que respete la dignidad de todos los seres humanos, asumiendo la responsabilidad de promover a nivel local, regional y mundial el desarrollo social y económico, así como la protección ambiental y el desarrollo sostenible, asimismo proclamaron por el plan de aplicación de las decisiones de la cumbre mundial sobre el Desarrollo Sostenible.

En el año 2012 se conmemoró el vigésimo aniversario de la primera cumbre de Río, organizándose la conferencia de las naciones unidas sobre el desarrollo sostenible Río +20, en la cual los Estados miembro acordaron trabajar en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) basados en los objetivos de desarrollo del milenio (CEPAL, 2013). Las tres cumbres mencionadas han servido de plataforma para que los Estados discutan y adopten los principios de la sostenibilidad a su visión de desarrollo en lo local, regional y global.

Sustentabilidad

Es importante analizar brevemente el concepto de sustentabilidad, dado que es común que se asuman como sinónimos, derivado de la traducción del término *sustainability* al español. Al respecto, Zarta (2018), sostiene que sustentabilidad se debe entender como la producción de bienes y servicios donde se satisfacen las necesidades del ser humano y a su vez se avale una mejor calidad de vida a toda la población, esto de forma innovadora, protegiendo al medio ambiente, por medio de la participación ciudadana en el proceso de desarrollo aprovechando los recursos naturales, pero a su vez fortaleciendo las condiciones del medio ambiente.

De acuerdo con Martínez y Martínez (2016), existen diferencias importantes entre los términos “sostenibilidad” y “sustentabilidad”, por lo que hacen una comparación en torno a las implicaciones de cada término y critican fuertemente al concepto sostenible por diversas limitaciones que ellos resaltan. En primer lugar, plantean que el concepto sostenibilidad plantea conservar el mismo modelo de crecimiento económico, únicamente acoplando factores de atenuación ambiental para permitir su persistencia en el tiempo. Sin embargo, no se cuestiona la relación causa-efecto en el análisis de las problemáticas sociales o ambientales propias del modelo económico. De igual forma, evade la controversia en los aspectos socioeconómicos y las consecuencias de este modelo económico. Por lo anterior, deducen que la sostenibilidad busca primordialmente el crecimiento económico y la producción económica.

Caso contrario es el concepto desarrollo sustentable, el cual refiere a un constante proceso de cambio, donde la explotación de los recursos naturales, la dirección de la inversión y progreso científico- tecnológico, junto al cambio institucional, permiten compatibilizar la satisfacción de necesidades sociales presentes y futuras (Bifani, 1997, como se citó en Martínez y Martínez, 2016).

Los mismos autores expresan que el desarrollo sustentable se aboca a erradicar la pobreza, y a su vez satisfacer las necesidades básicas, asimismo está orientado a mejorar la calidad de vida de los habitantes, sin embargo, este se olvida de que hay que elaborar alternativas de desarrollo de acuerdo a las necesidades específicas de cada región, por lo que se recalca la estimación del dominio nacional.

En el mismo sentido crítico, Leff (1998), señala que el discurso del desarrollo sostenible apunta las políticas ambientales en los ajustes de la economía neoliberal para dar solución a los problemas ambientales y al uso consciente de los recursos naturales. Así, la sustentabilidad es un proceso que se va alimentando a partir de la determinación de metas por cumplir y la contribución de los actores que participan en la sociedad, asimismo lleva una relación entre el presente y el futuro, además de incluir lo económico y lo social asegurándose de una calidad de vida, garantizándolo a las futuras generaciones, considerando que la cantidad de recursos del planeta son limitados. En síntesis, la sustentabilidad involucra

aquellas acciones que realiza el ser humano para su vida cotidiana, sin perjudicar el medio ambiente y sus recursos, respetando el compromiso de asegurar el bienestar de las futuras generaciones (Panceri, 2021).

López et al. (2005), mencionan que la definición de desarrollo sostenible se ha ido ajustando a las condiciones sociales en donde el ser humano es parte de un sistema que une el crecimiento económico con la preservación de los recursos naturales aunado a la disminución del deterioro ambiental, la equidad social en un entorno de gobernabilidad política en los niveles, local, regional, nacional y global, asimismo argumentan que este incorpora la palabra “sostener” a partir de tres enfoques, el social, el económico y el ecológico, tomando en cuenta que para que sea sostenible desde todos los puntos de vista debe ofrecer instrumentos para elevar la calidad de vida de la población y a su vez salvaguardar los recursos naturales y defender la equidad de género lo cual involucra un compromiso de todos los habitantes en la Tierra.

Por lo expuesto, el desarrollo sostenible y la sustentabilidad van de la mano, por su parte la sustentabilidad hace referencia a hacer un uso correcto de los recursos naturales, sin comprometer los de las generaciones futuras y el desarrollo sostenible considera lo social, lo cultural y lo económico que en un ambiente equitativo estima el cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente.

Desarrollo local

Boisier (2001) refiere que el enfoque local del desarrollo da respuesta a los problemas causados por la desorganización económica y el desempleo provocado por la decadencia industrial, llevando a que utilizar procedimientos locales ha ido ganando vigencia en la actualidad. El mismo autor sostiene que el desarrollo endógeno se comprende como la capacidad que posee un territorio para aprovechar los beneficios del aprovechamiento de sus bienes y capacidades locales y así enriquecer la economía; asimismo es la capacidad que posee un territorio para emplear su propia estrategia de desarrollo con el fin de alcanzar los objetivos definidos por los actores locales (Boisier 2003).

Otro de los autores que son referentes en los estudios sobre el desarrollo local es Vázquez-Barquero (1988) quien lo define como una serie de procesos que conllevan al crecimiento de la economía y al cambio estructural, para mejorar la vida de la población. De esta manera, el autor refiere a tres aspectos fundamentales en donde se construye el desarrollo local: 1) la parte económica en la que los empresarios locales inciden en la gestión de los factores productivos locales para hacer frente a las exigencias del mercado y ser competitivos; 2) la cuestión sociocultural que implica la construcción de valores sociales e institucionales que deben servir de base al desarrollo; y 3) una dimensión político administrativa en la cual las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable.

Por su parte, Garofoli (1995), uno de los más notables exponentes del “nuevo regionalismo” europeo, define el desarrollo endógeno de la siguiente manera: Desarrollo endógeno se refiere a la capacidad que tiene el ser humano para transformar el sistema socio-económico y con ello la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de las características anteriores. Desarrollo endógeno es, en otras palabras, la habilidad para innovar a nivel local.

Mientras que Barreiro (2000), plantea que, si la cooperación y la asociación son un factor clave para el éxito del desarrollo local, se necesita averiguar cómo funciona, de qué manera se genera y por qué determinados territorios son más propensos a que sus agentes colaboren, en cambio, otros son débiles en los hechos cooperativos, pues son los que, activan y combinan los recursos existentes de una manera adecuada. Lo anterior es lo que produce desarrollo para el territorio.

Por su parte, Casanova (2004) sostiene que:

El desarrollo local es visto como un proceso en el que a partir de una sociedad local conservando su territorio e identidad refuerza su economía y sus dinámicas sociales y culturales, logrando así una mayor intervención y control de los mismos. En este sentido, para llevar a cabo dicho proceso, es necesaria la participación de los agentes

y que a su vez se relacionen dentro de un territorio concreto, este debe considerar factores como: el crecimiento económico, la equidad, el cambio social y cultural, la sustentabilidad ecológica, y el enfoque de género, con la finalidad de elevar la calidad de vida de los habitantes de una población. (p.26)

En consecuencia, es primordial recalcar el valor del desarrollo local, visto como la forma para generar mejores condiciones de vida, integrando los objetivos particulares, como el fomento del empleo, la sostenibilidad del medio ambiente, y el cambio social.

Quintero y Gallardo (2008) conciben al desarrollo local como un proceso de transformación en la estructura política y socioeconómica de la región, la cual se enlaza al progreso social de la comunidad, así el desarrollo local transforma las capacidades políticas, culturales y económicas del territorio, las cuales fijan objetivos de desarrollo, para resolver problemas, implementar la innovación, fomentar la participación social, entre otros aspectos.

El desarrollo local se entiende entonces como los recursos que posee un territorio que contribuyen también al desarrollo sostenible, cuyas iniciativas consideran los aspectos económico, social y cultural de las regiones con la solución a problemas del medio ambiente, por ello es importante tener una visión basada en la capacidad de llevar a cabo actividades que aprovechen los recursos propios de cada región, procurando la economía social y el respeto al medio ambiente, con ello es importante impulsar el emprendimiento social para fortalecer las economías locales.

El objetivo del desarrollo local es alcanzar una mejor calidad de vida, reforzar los lazos colectivos, fomentar el crecimiento y la generación de empleos, conservar el medio ambiente y obtener un desarrollo en las comunidades, con ello se estimula la innovación y la creatividad de los individuos, así como el impulso de la interdependencia, generando un cambio en el desarrollo.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se presentan a continuación los resultados del trabajo, los cuales se han estructurado en congruencia con el orden de los objetivos particulares de investigación. De esta manera, se comienza con un apartado que aborda de manera breve, la caracterización de los tres emprendimientos seleccionados en la investigación.

El segundo apartado presenta los elementos que dan cuenta de las capacidades creativas de los emprendimientos de La Casa de la Abuela, Botánica 121 y Granito a granito, para la solución de problemas sociales, ambientales y económicos; seguido del apartado sobre las aptitudes de los emprendimientos para el desarrollo de mecanismos con el propósito de la superación de barreras sociales, culturales y ambientales, que afectan su desempeño. Por último, abordaremos los cambios o innovaciones que los emprendimientos han implementado para la construcción de un producto o servicio sustentable. De esta manera, a partir de los hallazgos señalados, se contrasta la evidencia empírica obtenida con los aspectos teóricos, discutiendo las similitudes y diferencias con respecto a las categorías analíticas del emprendimiento social señaladas en el apartado teórico de esta investigación.

Caracterización de los emprendimientos

Los emprendimientos “La Casa de la Abuela”, Botánica 121” y “Granito a granito”, se caracterizan por fomentar las economías locales, la solidaridad entre quienes participan en ellos, así como un compromiso ambiental, teniendo como principal objetivo el ser amigables con el medio ambiente y promover el autoempleo beneficiando así económicamente a distintas familias. Dichos emprendimientos surgieron a partir de la necesidad de sus propietarias por tener un punto de venta fijo en donde ofrecer sus productos, además de los artículos de otros emprendimientos con los que colaboraban. En consecuencia, la Sra. Claudia Natividad López Vences, propietaria de La Casa de la Abuela, sobre el origen del emprendimiento menciona que...

Surge por la necesidad de tener un punto fijo en donde poder ofertar mis productos que ya había demanda en el mercado y sólo andábamos en ferias, en expos y en dos

o tres puntos había estos productos, pero no todos y entonces la gente empieza a pedirnos, en dónde te encontramos entre semana, en dónde podemos conseguir tus productos y demás, entonces surge este espacio. (Comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Figura 11

Entrevista a la Sra. Claudia Natividad López Vences, propietaria de La Casa de la Abuela



Fuente: Trabajo de campo. (2023).

De igual forma, E. De Santillana, propietaria del emprendimiento Botánica 121 menciona que...

Botánica 121 nace de la necesidad de tener un punto de venta, de tener productos botánicos de marcas de cosmética mexicana específicamente natural, vegana, ecológica, sustentable, entonces el tener productos a granel y tener un concepto más etnobotánico, nace por la necesidad de tener un punto de venta (comunicación personal, 20 de abril de 2023).

Por su parte, P. González propietaria del emprendimiento Granito a Granito, refiere que...

Todo viene a partir de que yo empecé a cambiar hábitos por unos más amigables con el medio ambiente en mi propia vida y luego lo empecé a replicar con mi familia y amigos y después me acerqué a las redes sociales para compartir estos tips con las personas y en las redes sociales las personas me preguntaban, ¿en dónde encuentro un popote de metal o unos cubiertos de bambú, o unos tupper³, o champú sólido, etcétera? Entonces me di cuenta que en Tlaxcala no había estas alternativas tan exploradas, y pues me puse a vender, empecé a ir a bazares, y ya después con el recurso que saqué de ahí se pudo fundar un local fijo, entonces ya eran productos también de personas que necesitaban de un espacio donde poder venderlos (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Derivado de lo anterior, se observa que los tres emprendimientos identificaron la ventaja que les podía traer el contar con una ubicación fija para que sus clientes pudieran adquirir con mayor facilidad los productos ofertados, además de poder exhibir en su espacio los productos de otros emprendedores que complementen su oferta.

Una parte fundamental en el origen y mantenimiento de los emprendimientos ha sido el contar con una estructura familiar o de amigos cercanos, quienes han impulsado los proyectos de diferentes maneras por lo que el emprendimiento de La Casa de la Abuela menciona el apoyo familiar que ha tenido, ya que ellos han abrazado el proyecto, el apoyo familiar ha sido la base sobre la cual lo ha podido construir y fortalecerlo. En este sentido,

³ Nombre genérico que la gente ha dado a los recipientes de plástico que se utilizan para transportar o guardar alimentos y otros productos. El nombre proviene de la marca registrada Tupperware

Pamela Gonzáles, fundadora de Granito a granito cuenta que la familia siempre ha apoyado su emprendimiento.

Un hecho importante observado es que los tres emprendimientos acá mencionados tienen entre cuatro y cinco años de haber iniciado actividades ya como emprendimientos formales y ubicados en un espacio abierto al público, poco antes de que iniciara la pandemia por COVID-19. Así...

La Casa de la Abuela” funciona hace cuatro años y medio [desde mediados de 2019], iniciando con una marca propia de alimentos agroecológicos y orgánicos, la cual lleva por nombre “Doña Trigo Selecto”, luego de que esta diera un giro cuando más emprendedores se unen y cambia a “La Casa de la Abuela” (C. López, comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Por su parte, la propietaria de Granito a Granito comenta que...

“De promover la vida ecológica tengo desde el 2019 y de ahí me llevó al emprendimiento que inició en 2020 y fue un año de ir a los bazares, y ahorita voy a cumplir dos de tener el local fijo”. (P. Gonzáles, comunicación personal, 28 de abril de 2023). De igual manera, la propietaria de Botánica 121 mencionó que su emprendimiento surgió en el 2018.

De acuerdo a los objetivos específicos de la investigación, se presenta a continuación el análisis de la información, estructurada en cada uno de los tres enfoques considerados como fundamentales para el desempeño de los emprendimientos sociales en su rol de actores de desarrollo local. Así, se describen y discuten los testimonios de los tres emprendimientos, a partir de las categorías teóricas que conducen este estudio: (1) Capacidades creativas para la solución de problemas; (2) Aptitudes para la superación de barreras; y (3) el papel de la innovación para la construcción del emprendimiento social.

Capacidades creativas de La casa de la abuela, Botánica 121 y Granito a granito, para la solución de problemas sociales, ambientales y económicos.

De acuerdo a Baber, Jain y Baber (2012), los emprendedores sociales son capaces de innovar, mediante la creatividad, tanto para la identificación de problemas como para la propuesta de soluciones, que favorezcan a la sociedad al tiempo que se generen beneficios económicos, a partir de lo local, tal como da a conocer Boisier (2003).

Así, una de las capacidades creativas identificadas en los tres emprendimientos corresponde a la manera de elegir el nombre que los representan.

De esta manera, las tres propietarias optaron por un nombre que transmite significados y valores asociados con la empatía, la idiosincrasia mexicana, además que fueran fáciles de recordar. Al respecto, C. López, mencionó que eligió el nombre...

“La Casa de la Abuela”, porque tú vas a la casa de tu abuela y te sientes feliz, te sientes abrazado, te sientes apapachado y bueno puedes correr y jugar y brincar y sentarte y la abuela te consiente, entonces justamente por eso el nombre (comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Similar al emprendimiento anterior, menciona E. De Santillana:

Buscaba un nombre que fuera fácil de recordar, algo que fuera como muy mexicano, la verdad es que siento que tenemos bastantes palabras dentro del léxico mexicano entonces siempre quise algo que se sintiera como muy apapachador, algo fácil y justo esto la pronunciación y que en escritura fuera lo más sencillo, entonces cuando empiezo a buscar palabras mexicanas sale como cachito, pedacito, y justamente buscando no había ninguna que se llamara cachito, entonces al inicio era cachito de cielo o cachito de no sabía completamente el nombre, entonces salió cachito de tierra, porque al final todos los productos son esta parte de botánica y de productos naturales, entonces es este cachito de tierra que nosotros ocupamos para crear cada uno de los productos, y Botánica 121 nace de la necesidad de tener un punto de venta, como tal Cachito de Tierra es un negocio que es el 99% digital, entonces siempre buscamos tener un espacio distinto y Botánica nace de este nombre, de tener productos botánicos

de marcas de cosmética mexicana específicamente natural, vegana, ecológica, sustentable (comunicación personal, 20 de abril de 2023).

Por su parte, P. González comenta: “Me dio la idea de que tú eres un granito de arena y yo otro e individualmente nos vemos muy chiquitos, tal vez tus acciones son pequeñas, pero si las hacemos en conjunto hacemos toda una playa, así todos sumamos” (comunicación personal, 28 de abril de 2023). En este sentido, se aprecia la capacidad creativa de las involucradas al seleccionar un nombre que vaya acorde a los productos que están ofreciendo, dicho nombre que representa a los emprendimientos es original e ingenioso.

Como se mencionó previamente, las capacidades creativas han sido señaladas como uno de los elementos imprescindibles en el emprendimiento social (Duarte y Ruíz, 2009; Hagen, 1962; Hamilton y Harper, 1994), lo cual ha sido observado en los tres emprendimientos considerados en esta investigación

Con respecto a las capacidades creativas enfocadas a la solución de problemas sociales o ambientales, estas se evidencian en la finalidad de los emprendimientos por ofrecer productos amigables o de mínimo impacto al ambiente en comparación con otros productos del mercado. De esta manera, los productos ofertados contribuyen de diferentes maneras a disminuir la incidencia de problemas ambientales, como la generación de residuos sólidos o la emisión de sustancias químicas de alta capacidad contaminante y poco biodegradables. Los emprendimientos han establecido mecanismos internos de control y regulación de los productos que se expenden, asegurándose que sean elaborados con base en sustancias naturales biodegradables, en el caso de artículos cosméticos, así como de alimentos cultivados libres de patógenos y sustancias químicas sintéticas como los abonos inorgánicos, pesticidas, fungicidas y demás agroquímicos. De esta manera, los productos deben cumplir una serie de requisitos para que sean admitidos, que le brinden seguridad y confianza al consumidor o al usuario de que no están afectando al ambiente local y más allá.

Referente a esto, C. López, menciona que...

Todos lo que trabajamos en la producción agroecológica contribuimos muchísimo al planeta, contribuimos a que haya menos pesticidas en los alimentos, en el medio

ambiente, si hay personas con problemas de cáncer obviamente disminuye, si somos una buena opción para mejorar al planeta (comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Sobre la misma línea, E. De Santillana añade...

Se crea conciencia en la sociedad acerca del consumo de productos y sobre todo acerca del después de cuando se terminan los productos, porque mínimo el 80% de la población en México ocupa un jabón, un champú, y un desodorante, muchas veces tu ocupas ese producto que es de necesidad básica, a lo mejor una crema no es algo básico dependiendo el estrato social al que tú pertenezcas pero al menos los productos de higiene muchas veces los compras y terminan los envases en la basura, o son envases que se tardan años en degradarse y nosotros creamos productos, hemos vendido aproximadamente más de 300 mil productos, entonces esos 300 mil productos son envases que no han terminado en los océanos o son productos biodegradables, muchos dicen es que es un envase, pero si lo dividimos o lo multiplicamos por todos los que son a nivel nacional si genera un gran impacto el ya no generar tanta basura” (comunicación personal, 20 de abril de 2023). Acorde a lo anterior, P. González, “Hemos aportado a distintos objetivos que ayudan a un desarrollo sustentable, desde promover el consumo, la producción consciente, hasta poder apoyar a mujeres que se independicen con su trabajo, siento que es un pequeño granito de arena el poner un local, pero si tú quieres lo puedes expandir a que sea una herramienta para quién lo necesita, para exponer su trabajo, para quien quiera educarse y saber por qué los plásticos son malos y mediante el consumo consciente pueden aprender que hábitos cambiar para dejar de hacerlo, etcétera” (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Como se observa, dichos emprendimientos se enfocan en contribuir a disminuir la contaminación ambiental reduciendo el uso de plásticos, así como implementando alternativas ecológicas que aportan un beneficio a la sociedad en su salud y en el ambiente en que viven. Al respecto, Falcone, Jiménez, Tinejero y Serna (2016) y Álvarez et al. (2018) refieren que una de las características notables de los emprendimientos sociales es el hecho

de que su preocupación fundamental es la existencia de una problemática ambiental o social, a partir de la cual se detonan las capacidades creativas de los emprendedores para generar posibles soluciones al tiempo que constituyen un medio de vida.

Para los emprendimientos sociales debe ser importante el aportar soluciones que ayuden principalmente a la comunidad en donde se asientan, que contribuyan a un mejor bienestar tanto en lo económico como en un ambiente mejor y más sano, que a su vez constituye un beneficio para los habitantes. Por consiguiente, C. López...

Primero hablemos de la parte de salud obviamente, tu consumes algo diferente y tu salud va a mejorar, hablemos de la economía local, al menos 54 familias de Tlaxcala [sus proveedores] semanalmente tienen una percepción económica segura porque es algo que tiene la casa de la abuela, que quien llega y si trae algo a vender y vale 20 pesos va a tener sus 20 pesos en cuanto el producto se venda” (comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

De modo similar, E. De Santillana...

El beneficio yo creo que siempre en todos los emprendimientos es económico, lo haces por una razón económica, pero la realidad es que tenemos como eslogan cuidando de ti y del planeta, siendo una marca completamente responsable, la parte del beneficio es saber que tengo una empresa que es completamente responsable con el medio ambiente desde la elaboración la fabricación, la manufactura del producto hasta una vez que el producto se termina, son envases completamente compostables entonces siempre he tratado de meterme y ser 100% transparente con el negocio, el detrás de los productos y todo lo que conlleva, entonces el beneficio va desde lo económico, desde el impacto ambiental, desde lo social, porque también somos una empresa socialmente responsable generando trabajo desde apicultores, agrícolas, a nivel nacional y también el tener un emprendimiento y saber que tú lo consolidas sola pues es muy satisfactorio (comunicación personal, 20 de abril de 2023).

A su vez, P. González...

Desde ser un lugar para emprendimientos o marcas Tlaxcaltecas que no hallaban dónde exponer sus productos, creo que desde ahí es el primer beneficio para otras personas, para crear esto que llamamos e-comunidad, de comunidad ecológica, entonces ser este espacio seguro para ellos y seguro para los consumidores, de que yo quiero cambiar mis hábitos, pero tengo este obstáculo de no saber dónde los consigo, a qué precio, que sean marcas confiables que de verdad funcionen, entonces como aquí probamos todo y pasa por ciertos filtros antes de poder ser aprobado, creo que también le ahorramos y les damos esa seguridad a los consumidores de que lo que están adquiriendo de verdad es bueno para el planeta, su salud y su bolsillo (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Por consiguiente, dichas emprendedoras aluden a que los productos aportan beneficios a la salud al ser elaborados con ingredientes naturales, asimismo ayudan a disminuir residuos, al reutilizar envases o bien, fabricarlos con materiales completamente reciclables o biodegradables. Por consiguiente, en el beneficio económico promueven la economía local y generan empleo o alternativas económicas para más familias que elaboran los alimentos y artículos que posteriormente son vendidos en los emprendimientos. La conjugación de proponer soluciones creativas a problemas socio ambientales en combinación con la generación de un negocio propio y de oportunidades laborales que incidan en la economía local es una característica que está presente en los tres emprendimientos analizados, lo cual abona a la sustentabilidad y al desarrollo local como ha sido propuesto por López et al. (2005) y Vázquez-Barquero (1988).

Continuando con los vínculos entre el emprendimiento social y el desarrollo local, se observó que, en los tres casos aparece constantemente la utilización de los saberes tradicionales en términos de las alianzas que se construyen entre proveedores y las propietarias de los emprendimientos. En el Caso de La Casa de la Abuela la propietaria valora mucho las sugerencias o comentarios que le hacen sus proveedores, a quien ella misma nombró como sus aliados, esta incorporación de los saberes tradicionales ha sido señalada por Sánchez et al. (2017) como un elemento relevante para el desarrollo local. A su vez el vínculo con los proveedores y clientes, quienes en conjunto hacen funcionar estos

establecimientos, todo a partir de los recursos naturales, desde de una perspectiva responsable con el ambiente

Aptitudes de los emprendimientos en el desarrollo de mecanismos para superar barreras sociales, culturales y ambientales

De acuerdo a Bargsted (2013), el emprendimiento social no tiene como objetivo único ni el más importante el de generar un negocio rentable ante una oportunidad de emprender, ya que su esencia se encuentra en la elaboración y ejecución de iniciativas orientadas a la superación de problemas sociales y el logro de un beneficio común a un grupo humano. En esta misma lógica, para Curto (2012) los emprendedores sociales deben mostrar capacidades para la identificación de necesidades sociales y proponer soluciones pertinentes, mediante diferentes estrategias creativas.

Cuando se indagó con los tres emprendimientos sobre los obstáculos que han enfrentado a lo largo de sus respectivos proyectos y la manera en que los han ido superando, se identificaron algunas estrategias que se han ido implementando... Al respecto, C. López...

Cada día hay un reto, chico o grande cada día hay un reto, pues perseverancia, sobre todo constancia, no ponerte a llorar por algo que está ahí, sino búscale las soluciones y trabajar para resolverlo, siempre hay muchos, cuando eres emprendedor te vas a topar con las alzas del producto, con las alzas de la renta, sobre todo en las alzas económicas la gasolina sube, tus productos tienen que subir, tu no los quieres subir porque estás aplicando economía solidaria, entras en un choque emocional y existencial y esos son desafíos, hay muchos en el camino (comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Bajo la misma línea, E. De Santillana...

La falta de experiencia, no estudié negocios ni nada similar, el saber crear un modelo de negocio es algo muy necesario, si no creas un buen modelo de negocio no va a poder avanzar, han sido retos de todo un poco (comunicación personal, 20 de abril de 2023).

De manera similar, P. González...

El primero fue encontrar un lugar fijo, que, con ahorros de emprendedor, sobre todo pasar de lo digital a lo físico son gastos de renta, de empleados, luz, adaptar todo el lugar, tiene diseño ecológico, ponerlo bonito si tuvo una inversión, fue un reto conseguir ese recurso, saber poner prioridades, lo que más ha costado es cambiar la mentalidad de las personas que están muy acostumbradas a las cosas de plástico que contaminan y de más (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Las propietarias aseguran que siempre existen trabas en el camino de un emprendedor, sin embargo, con perseverancia, buscando respuesta a dichos problemas y paciencia, estos pueden salir adelante, en su caso promoviendo la economía local y los productos sustentables. Las principales barreras identificadas han sido el aumento de precios que eventualmente hace que la gente deje de comprar esos productos, otro elemento es la resistencia de la gente a cambiar hábitos como el uso de bolsas de plástico. La inversión inicial también ha sido un factor a resolver, así como la poca experiencia en el manejo del emprendimiento. Sin embargo, las propietarias de los emprendimientos han encontrado estrategias para superarlas, como el ser autodidactas para aprender mejores maneras de administrar su negocio, ser empáticas con sus clientes para que se comprenda el hecho de tener que aumentar sus precios y convencerlos del problema que generan los plásticos de un solo uso. La capacidad de los emprendedores para superar diversas barreras ha quedado evidenciada en los tres emprendimientos, lo cual es consistente por lo planteado por Bargsted (2013), Priede, López y Rodríguez (2014).

El papel de la innovación en la construcción del emprendimiento social

De acuerdo con Light (2006) la manera en que los emprendimientos buscan solventar las limitaciones que se van presentando, implica cambios o mejoras que se introducen en su desempeño cotidiano. Tales cambios deben constituir formas innovadoras de abordar las diversas problemáticas sociales (Silva, Botero y Soto, 2014).

Para el emprendimiento social son fundamentales las innovaciones pensadas e implementadas, de esta manera, cada uno de los emprendimientos acá analizados ha llevado a cabo acciones con miras a modificar su quehacer, incluyendo la creación de productos o servicios novedosos para la sociedad. Por tanto, C. López...

Estamos realmente reuniendo productos locales, productos sanos, productos limpios, nosotros personalmente, el equipo va directamente a los huertos, a las hortalizas, a los sembradíos, a las granjas, a cualquier hora del día en cualquier momento y vamos y caemos como paracaidista para checar que las cosas se estén haciendo bien, tenemos comida vegana, comida vegetariana, cosas que sabemos que no vas a encontrar en otro lado, por ejemplo lo que servimos aquí, vas a encontrar las cosas más inéditas que hayas visto o que hayas consumido incluso, y no porque sean de otro mundo, sino simplemente porque son cosas que hacemos al momento con lo que tenemos (comunicación personal, 20 de marzo de 2023).

Por su parte, E. De Santillana...

Vamos 100% de innovación en la parte de cosméticos, estamos por lanzar maquillaje con extractos botánicos, nuestra base de maquillaje que vamos a lanzar tiene aproximadamente 15 extractos botánicos diferentes, a comparación de muchos que ahorita solo ponen ácido hialurónico o vitamina C la nuestra va a tener aproximadamente 15 extractos, entonces va a ser multiactiva, así se va a llamar, es un tinte con color que además de que te da color es multiactiva por los diferentes ingredientes que tiene te va a nutrir (comunicación personal, 20 de abril de 2023).

Respecto a P. González...

Botellas, que se les hace algo que es *upcycling* que es reciclaje creativo y de esta manera aprovechamos algo que alguien vería como basura para hacer un nuevo recurso o un nuevo producto, entonces eso le ha agregado más valor a los productos, asimismo, la implementación de picnics, pensaba en experiencias, citas o lugares a los que pudieras salir sin hacer tantos residuos entonces siempre me han gustado los picnics, dije bueno, normalmente cuando alguien hace un picnic luego compran la fruta en cierto supermercado y viene con la charola de plástico, cuando lo pudieras comprar a un productor local, o puedes llevar tu *tupper* y evitas el unicel, el vino por ejemplo es una marca de Tlaxcala, y dije talvez alguien quiere que se vea bonito pero no sabe cómo hacerlo a la par ecológica, entonces nosotros les vamos a poner todo este arreglo lindo para que sepan que pueden disfrutar de una experiencia sin generar residuos y que todo sea retornable, entonces los desechables ya no existen y otra persona puede disfrutar después de una experiencia de nuevo y es algo diferente (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Resulta claro el trabajo de innovación que realizan las involucradas en cada uno de sus emprendimientos, ya que ninguna de las acciones que resaltan es repetitiva, cada una de ellas con creatividad, iniciativa y uso de su imaginación han puesto en marcha estos actos para brindar a la sociedad un beneficio. De esta manera, la innovación representa un elemento fundamental para el emprendimiento social, lo cual ha sido señalado por Sánchez, Quintero, Sánchez, Fierro y García (2017), así como por Curto (2012).

Lo que diferencia a estos tres emprendimientos de otros, es que su principal preocupación se basa en el cuidado del medio ambiente, así como fomentar el autoempleo, reproducir la economía solidaria, y a su vez mejorar la calidad de vida de los habitantes gracias al consumo de productos naturales, a partir de lo local, estos pueden ser una alternativa al crecimiento económico y desarrollo que contribuyen al bienestar de la población, tal como considera Casanova (2004).

Estos emprendimientos inician su proyecto con el fin de promover un impacto social, que va más allá de un beneficio económico, ya que integran otros elementos enfocados a un planeta más limpio y una mejor vida al generar uno mismo su propio empleo.

La información hasta acá presentada da cuenta del análisis realizado sobre tres aspectos fundamentales que definen a los emprendimientos sociales, que son comúnmente mencionados en la literatura académica en la materia. Sin embargo, igualmente importante es el hecho de que la información compartida por las tres propietarias entrevistadas da cuenta de otros aspectos que no se contemplaron en esta investigación como categorías analíticas, pero que conviene enfatizar.

Así, se pudo identificar que el enfoque de género constituye una parte importante de la filosofía detrás de los tres emprendimientos. Al respecto, Granito a granito es liderado por una mujer, la cual integra dentro de su red de proveedores una mayoría de mujeres, tal como lo destaca P. González: “Pero en los productores están desde mamás solteras, de hecho, el 90 por ciento de nuestras productoras son mujeres” (comunicación personal, 28 de abril de 2023).

Por su parte Botánica 121 identifica que el hecho de ser mujer destaca el mayor esfuerzo que representa para las mujeres el emprender, ya que comúnmente a ellas no se les reconoce como meritorio el iniciar su propio negocio, lo cual no ocurre en el caso de emprendimientos dirigidos por hombres, ya que estos llaman más la atención e incluso reciben más apoyo. Al respecto:

Yo como mujer muchas veces no es lo mismo el emprendimiento de una mujer al de un hombre el cómo se apoya a nivel familiar y social no es algo solamente personal entonces el que la gente te lo reconozca creo que es algo que he aprendido a sobrellevar”. (E. De Santillana, comunicación personal, 28 de abril de 2023). Misma razón, que señalan Ordoñez et al. (2019) en que, el emprendimiento ha sido poco visualizado en las mujeres, por ello el reto es lograr la igualdad de género.

Otro elemento vinculado a lo anterior es que se percibe que los emprendimientos encabezados por mujeres tienden a enfocarse más en establecer redes de colaboración, proveeduría y clientelares, con otras mujeres, quizá en la búsqueda de establecer vínculos interpersonales mediados por valores como la sororidad y la reciprocidad. Si bien este fenómeno no se consideró como parte de los objetivos de la investigación, sería prudente ahondar mayormente en los tipos e intensidad de relaciones que se establecen entre las

mujeres al frente de los emprendimientos con sus pares o con proveedores y clientes. Lo que sí es un hecho es que dos de los emprendimientos acá analizados son de mujeres dirigidos específicamente a más mujeres, ya que en su mayoría se venden productos como copas menstruales, maquillaje para la cara, las pestañas o labiales, pañales ecológicos, tónico, facial, serum, etcétera, sin que estos excluyan completamente a productos que igualmente pueden adquirir hombres, como champú, productos a granel, desodorante, cepillos de dientes, y sin fin de productos que pueden ser utilizados por ambos sexos, en este sentido, la idea es que la sociedad en general conozca y consuma los productos y sus beneficios.

En el caso de La Casa de la Abuela, si bien la propietaria no aludió a que le interesa vincularse preferentemente con mujeres, si se observa que las personas que laboran con ella y gran parte del círculo cercano de colaboradores son mujeres.

Para finalizar, se identificó que los tres emprendimientos estudiados tuvieron relación con la propuesta de Sáenz y López (2015, quienes mencionan las competencias específicas de los emprendimientos sociales. Al respecto, se observó que en los tres emprendimientos se visualiza la innovación, al realizar productos que con la creatividad, se hacen únicos, debido al empeño que pone cada individuo, la toma de decisiones y el liderazgo que llevan consigo las fundadoras de estas iniciativas, asumiendo riesgos y resolviendo problemas que se presenten, asimismo, la capacidad de relaciones efectivas con los involucrados en el emprendimiento, tanto los productores como los clientes, la comunicación y el trabajo en equipo, la adaptabilidad y confianza en sí mismos han sido elementos clave para que estos sean cada vez más fuertes, más conocidos y más gente se siga sumando a estos proyectos.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El emprendimiento social en Tlaxcala se ha convertido en un factor importante de autoempleo con base en las aptitudes adquiridas por cada persona, cuya capacidad desprende la habilidad de crear productos innovadores, lo cual convierte al emprendedor en promotor del desarrollo en la sociedad, por ello la sustentabilidad cobra gran valor, debido a que los emprendimientos acá estudiados tienen como principal objetivo cuidar del medio ambiente a través de productos ecológicos, en consecuencia obtener una mejor calidad de vida.

Al respecto, dentro del Estado de Tlaxcala son escasos los estudios acerca del emprendimiento social, por lo que se le ha dado poca difusión al fenómeno estudiado, sin embargo cada vez toma más relevancia y más personas lo comienzan a estudiar y a dispersar, en América Latina y México, cada vez son más las personas que se interesan en dicho tema, lo que significa que es relevante para los investigadores y que hay que indagar más al respecto, debido a que en los últimos años se encuentra más información referente a esta línea de investigación.

Acerca de la metodología implementada se destaca que esta obtiene información detallada acerca del tema de estudio, a su vez, profundiza mediante la observación participante que se realizó en los productos que ofrecen dichos emprendimientos y la entrevista semiestructurada se adapta a los cuestionamientos en el proceso de investigación y permite la inclusión de temas que surgen durante la recolección de datos, asimismo estas técnicas comprenden las experiencias y opiniones que los entrevistados atribuyen por lo que fue útil saber cómo ocurrieron los hechos el porqué de los emprendimientos y la razón del giro que estos tomaron.

Por su parte la selección de informantes que se utilizó presenta ventajas para obtener la información deseada, ya que fue directamente con los creadores de cada emprendimiento y estos tuvieron total libertad al expresar cómo surgieron sus emprendimientos, la manera en que estos ayudan a otras personas y el cambio que han tenido en su vida al crearlo y fomentar la vida ecológica y sustentable.

Las categorías teóricas que se utilizaron fueron: (1) Capacidades creativas para la solución de problemas; (2) Aptitudes para la superación de barreras; y (3) el papel de la innovación para la construcción del emprendimiento social. Se eligieron de modo que fueron los puntos más relevantes del emprendimiento social, de manera que la creatividad siempre está presente al momento de elaborar su mercancía, misma que da solución a problemas sociales, tal es el caso del deterioro ambiental, a su vez estos individuos superan problemas que surgen dentro de sus establecimientos como el pago de renta, la subida de precios, la competencia, etc. Y en este sentido la innovación juega un papel importante que destaca que cada producto es único y su elaboración es innovativa a partir del proceso de elaboración y los componentes que integran dicho artículo.

No obstante, al hacer el trabajo de campo se descubrieron otras categorías como la perspectiva de género, ya que, si bien el emprendimiento social lo puede integrar cualquier individuo cuya creación sea innovadora, o resuelva alguna problemática social, se observó más la presencia de mujeres en las tres empresas, tanto en el local físico como en la producción de cada mercancía, de modo similar se descubrió la categoría de la solidaridad, ya que las tres fundadoras de “La Casa de la Abuela”, “Granito a granito” y “Botánica 121”, destacan el rol de la solidaridad al mostrar total apoyo hacia los demás emprendedores y su unión y colaboración para conseguir un fin común mostrando así la unión que existe, de modo que comparten intereses e inquietudes por tal motivo empatizan con los integrantes de sus establecimientos.

La significancia de este estudio está en destacar al emprendimiento social como estrategia económica para el desarrollo de las comunidades, asimismo este da soluciones innovadoras a problemas sociales y ambientales. Motivación, conciencia, creatividad, entre otras habilidades integran el perfil del emprendedor social, al tiempo que estos individuos tienen la voluntad de aportar a la sociedad un bien común.

El emprendimiento social, visto desde los sujetos acá estudiados, nace de una necesidad económica, sin embargo, estos se destacan como sociales debido a que muestran gran interés en ofrecer productos de calidad y ser amigables con el medio ambiente, por lo

que son capaces de producir efectos positivos para el desarrollo local sostenible e impulsar el crecimiento económico de la región.

Es necesario hacer un seguimiento en la difusión de estos emprendimientos y destacar la labor que realizan, comprometidos a cambios en pro de la sociedad.

En concordancia con algunos autores ya mencionados, se destaca la importancia de promover el emprendimiento social desde la educación, así fomentar el emprendimiento social como parte del currículo escolar es una opción para que los jóvenes enfrenten los desafíos de un entorno cambiante, fomentando su autoempleo, mediante la generación de ideas creativas y administración de su propio negocio.

Los emprendimientos sociales de este proyecto se consideran generadores de empleo, y se destaca la inclusión que integran en sus emprendimientos, ya que sin discriminación alguna, cualquier actor que integre un producto sustentable, o bien, amigable con el medio ambiente puede formar parte de la red de estos, sin importar género, edad, posición, etc.

Dicha investigación contribuye a los estudios de desarrollo local y emprendimiento social de México y Tlaxcala, fomentando los impactos que estos aportan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albarrán, C., Franco, M., y Salinas, F. (2013). Envejecimiento de la población: Un reto para la sociedad y la universidad. *INFAD Revista de psicología*, 1 (2), 59-69. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349852060005>
- Aldana, E., Tafur, J., Gil, I., y Mejía, C. (2019). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. *Archivos venezolanos de farmacología y terapéutica*, 38 (2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55964524002>
- Alvarado, Y. y Rodero, A. (2021). Mompox, Bolívar sustentable y sostenible en el tiempo. *Turismo y sociedad*, 28, 39-56. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576267205002>
- Baber, R., Jain, S., & Baber, P. (2012). Social entrepreneurs: Changing the face of society. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/236003969_Social_Entrepreneurs_Changing_the_face_of_Society
- Bargsted, A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13 (25), 121-132.
- Bañuelos, V., García, F., y Álvarez, R. (2021). El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica: caso Zacatecas, México. *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 12
- Barreiro, J. (2000). *Desarrollo desde el territorio: A propósito del desarrollo local*. Recuperado de: <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Barreiro.pdf>.
- Boisier, S. (2001). *Desarrollo (Local): De que estamos hablando?* En Boisier, S. Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. Rosario: Homo Sapiens, 2001. p. 1-22.
- Boisier, S. (2003). *El desarrollo en su lugar*. Universidad católica de Chile, Santiago.

- Bifani, P. (1997). Medio Ambiente y Desarrollo, Universidad de Guadalajara, 699 pp.
- Casanova, F. (2004). Desarrollo local, tejidos productivos y formación, Montevideo, Uruguay: Cinterfor, Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- CEPAL. (2013). Desarrollo Sostenible en América Latina y El Caribe.
- Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: Innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-164.pdf>
- Del Pozo Iribarría, J.A., Ruíz, M.A., Pardo, A. y San Martín, R. (2002). Efectos de la duración del desempleo entre los desempleados. *Psicothema*, 14, (2), 440-443
- De Vries, K. (1977). La personalidad emprendedora: una persona en la encrucijada *Revista de Estudios de Gestión*, 14, 34-47
- Duarte, T., y Ruíz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV (43), 326-331. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Falcone, F., Jiménez, L., Tinajero, L., y Serna, A. (2016). Emprendimiento social en México. *Vincula Tegica EFA*, (1), 399-437. <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/399-437%20-%20Emprendimiento%20Social%20en%20M%E2%80%9Axico.pdf>
- Garay, S., y Torres, J. (2018). El emprendimiento comunitario, como estrategia de desarrollo regional en jóvenes víctimas de la violencia. Avances caso: La Madrid, Villavicencio. *NOVUM, Revista de ciencias sociales aplicadas*, 1 (8), 49-58. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571360729003>
- Gobierno de México. (2023). Data México, Tlaxcala. Disponible en <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/tlaxcala-tl?redirect=true>
- Guirado, C., Badía, A., Tulla, A., Vera, A., y Valldeperas, N. (2014). La agricultura social en Catalunya: innovación social y dinamización agroecológica para la ocupación de

- personas en riesgo de exclusión. *Anger. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (17), 65-97. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29632345004>
- Hagen, E. E. (1962). *On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins*. Homewood, IL: Dorsey Press
- Hamilton, T., & Harper, A. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of economic studies*, 21(6), 3-18.
- Harris, R. (1970). Migration, unemployment and development: A two-sector analysis. *The American Economic Review*, 60(1), 126–142.
- Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine? *Business strategy review*, 15 (4), 39-43.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (s/f). Clasificación para Actividades Económicas
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. Series calculadas por métodos econométricos a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/#Tabulados>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (23 de noviembre de 2022). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENOEN) Tlaxcala, Tercer trimestre de 2022. Comunicado de prensa número 697/22. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoen/enoe_ie2022_11_Tlax.docx

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Tabulados>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). Marco geoestadístico nacional, v.2022. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/temas/mg/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas - DENUE. Consultado en junio 2023. Disponible en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Johnson, S. (2003). *Literature review on social entrepreneurship*. Canadian Center for Social Entrepreneurship.
- Leff, Enrique (1998) Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder. Editores Siglo XXI, S,A de C.V. México. 285 p.
- Light, P. (2006). Reshaping Social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, 4 (3), 47-51.
- López, D., López, S., y Ancona, I. Desarrollo sustentable o sostenible: una definición conceptual. *Horizonte sanitario*, 4 (2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457845044002>
- Martínez, R., y Martínez, D. (2016). Perspectivas de la sustentabilidad: teoría y campos de análisis. *Revista pensamiento actual*, 16 (26).
- Melián, A., Sanchis, J., y Soler, F. (2010). El Crédito Cooperativo, como instrumento financiero para el fomento del emprendimiento en tiempos de crisis. CIRIEC-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (68), 111-139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17418681007>
- Mohanty S. K. (2006). *Fundamentals of Entrepreneurship*. New Delhi: Prentice Hall of India.

- Mora, P., Aguirre, J., Álava, G., y Cordero, J. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista economía y política*, XV (30). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571162031002>
- Morales, A., Ariza, J., y Muñiz, M. (2012). El emprendedor social y el E-empowerment de las redes virtuales. Cricc-España, *Revista de economía pública, social y cooperativa* (75), 152-177. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798009>
- Morales, M. (2006). El desarrollo local sostenible. *Economía y desarrollo*, (140), 60-71.
- Moreira, P., y Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista española del tercer sector* (17), 17-40.
- Mujica de López, M. (2008). Granjas integrales turísticas educativas comunitarias. Iniciativas de emprendimiento social para el desarrollo local en áreas rurales. *Multiciencias*, 8 (3), 315-326. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411667008>
- Mujica, M., Smith, C., Chirino, I., García, G., Gutiérrez., X., y Quero, M. (2013). Emprendimientos productivos familiares: estrategia local en red para el desarrollo sostenible del caserío "El Mamonal". *Multiciencias*, 13. (3), 238-250
- Odum, E. (1986). *Fundamentos de Ecología*. Nueva Editorial. México.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2014). El empleo informal en México: situación actual, políticas y desafíos. Notas sobre formalización. Programa de promoción de la formalización en América Latina y el Caribe. OIT - Oficina Regional para América Latina y el Caribe
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2024). *Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo. Tendencias 2024*
- Ordoñez, M., Ruiz, P., y Rodríguez, R. (2019). Emprendimiento comunitario con enfoque de género: Un estudio en el cantón Cañar. *Revista de ciencias sociales (VE)*, XXV (4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28062322011>

- Ospina, D. (2018). Construcción de comunidades colaborativas desde el diseño y el emprendimiento endógeno. *Revista EAN*, 84, 63-77
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., y Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: Un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23 (81).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055767013>
- Informe Brundtland. (1987). Our Common Future.
- Panceri, J. (2021). Sustentabilidad: Economía, desarrollo y medioambiente. Editorial Biblos.
- Papanek, G. F. (1962). The Development of Entrepreneurship. *American Economic Review*, 52(2), 45-58
- Pedraza, M., y Velásquez, S. (2019). Formación para emprendedores, un reto que va más allá del aula. *NOVUM, Revista de ciencias sociales aplicadas*, II (9), 166-183.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571360752009>
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía, gestión y desarrollo*, 1, 9-26
- Pérez, G. (1994). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes, Madrid: Editorial la Muralla.
- Peredo, M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of world business*, 41(1), 56-65.
- Pineda, J y Bustamante, J. (2016). Ciudades y regiones en el contexto contemporáneo. Bogotá: Universidad de los Andes, Centro Interdisciplinario de Estados Unidos sobre Desarrollo (Cider), Ediciones Uniandes; Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Priede, T., López, C., y Rodríguez, A. (2014). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (80), 4-28.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17431338001>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). Informe sobre Desarrollo Humano.

Program Urb-AI III (2013). Documento marco de reflexión sobre el emprendedurismo y la innovación social. IV. Seminario Internacional sobre Emprendedurismo e Innovación Social. L' Hospitalet 27-28 de junio.

Quintero, M y Gallardo, L. (2008). La estrategia de desarrollo local en el contexto de la globalización. *Aldea mundo*, 13 (26), 39-48
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54315493005>

Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7 (1), 45-51.

Sáenz, N., y López, A. (2015). Las competencias de emprendimiento social, COEMS: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *Revesco Revista de Estudios Cooperativos*, (119), 159-182.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36741404007>

Sánchez, A., Quintero, M., Sánchez, R., Fierro, E., y García, C. (2017). Gobernanza del emprendimiento social: Especificación de un modelo para el estudio de la innovación local. *Nómadas. Critical journal of social and juridical sciences*, 51 (2).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18153284014>

Sánchez, Y., Macías, M., y Mendoza, J. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista venezolana de gerencia*, 26, (94). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29069612023>

Sarramona, J. (2007). Las competencias profesionales del profesorado de secundaria. *Estudios sobre educación*, 12, 31-40

Secretaría de Desarrollo Económico de Tlaxcala [SEDECO]. (2023). Reglas de operación del Programa de Apoyo a la Reactivación Económica y Fomento a la Cultura Emprendedora en Tlaxcala. SEDECO.

<http://www.sedecotlaxcala.gob.mx/index.php/cursos-convocatorias/2-uncategorised/21-red-de-apoyo-al-emprendedor>

Secretaría de Economía (2023). Portal de Información Económica: Estado de Tlaxcala.

<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/tlaxcala-tl#:~:text=En%20el%20primer%20trimestre%20de,mensual%20de%20%244.6k%20MX.>

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales – Comisión Nacional Forestal [SEMARNAT-CONAFOR]. Sistema Nacional de Información y Gestión Forestal. Inventario Estatal Forestal y de Suelos - Tlaxcala 2014.

Schumpeter, J. A. (2010). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London and New York: Routledge.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Silva, A., Botero, L., y Soto, P. (2014). Sistematización de las experiencias de madrinazgo en la Ciudad de Medellín con las corporaciones para el desarrollo y la autonomía económica de las mujeres de atención a la primera infancia. (Tesis de maestría, Medellín, Universidad EAFIT).

Solis, J., García, F., y Mantilla, X. (2019). Emprendimiento con pertinencia social y territorial. Caso: Universidad Católica de Cuenca, Azogues- Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24 (88).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051004>

Sullivan, D. (2007, febrero). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference? *Academy of management perspectives*, 21 (1), 77-78.

Tamayo, M. (1994). *El proceso de la investigación científica*. México. Editorial Limusa.

- Taylor, S y Bodgan, R. (1984). “La observación participante en el campo”. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Urribarri, Á., Cubas, M., Aquino, R., y Peralta, F. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de ciencias sociales* (Ve), XXVIII (1), 275-287.
- Vázquez, A. (1998). Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo, Editorial Pirámide, Madrid, España.
- Vázquez, A y Garofoli. (1995). Desarrollo económico local en Europa. Colegio de Economistas. España.
- Zarta, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: Un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa. Revista de humanidades*, (28), 409-423
<https://www.redalyc.org/journal/396/39656104017/html/#fn2>

ANEXOS

Anexo 1. Guion de entrevista

Nombre del emprendimiento: _____

Nombre del entrevistado: _____ Fecha: _____

Edad: _____

- 1.- ¿Qué es para ti tu emprendimiento?
- 2.- ¿Cómo surge dicho emprendimiento?
3. ¿De qué manera se ha beneficiado usted a partir de que tiene su emprendimiento?
4. ¿Se siente satisfecha/o con lo que ha conseguido o faltan cosas?
5. ¿Quién o quiénes colaboran con usted en el emprendimiento?
6. ¿Percibe que su emprendimiento genera beneficios para la sociedad?
7. En caso de que el informante si perciba beneficios sociales, preguntar ¿cuáles y que tan importante para la sociedad son estos beneficios y si han contribuido a resolver problemas sociales, ambientales u otras?
8. Qué retos o dificultades se le han presentado para mantener su emprendimiento y cómo los ha ido resolviendo?
- 9.- ¿Qué diferencia a su emprendimiento, de otros emprendimientos ya existentes en el lugar o la región?
- 10.- ¿Qué mejoras se han hecho en los productos que acá se venden, que representen innovaciones?

Anexo 2. Información obtenida a partir de la aplicación de las tres entrevistas

Entrevista 1

20 de Marzo de 2023

Claudia Natividad López Vences

Emprendimiento: La Casa de la Abuela

52 años

¿Qué es para usted La Casa de la Abuela?

Es un punto donde se congregan marcas locales particularmente, es un punto en donde podemos ofrecer productos de producción agroecológica. Es un punto de reunión en donde muchas personas pueden llegar, sentarse, no solo platicar y comer, sino generar negocios.

¿Cómo surge “La Casa de la Abuela”?

Surge con la marca Doña Trigo Selecto, que es mi marca propia, surge por la necesidad de tener un punto fijo en donde poder ofertar mis productos que ya había demanda en el mercado y sólo andábamos en ferias, en expos y en dos o tres puntos habían estos productos pero no todos y entonces la gente empieza a pedirnos, en dónde te encontramos entre semana, en dónde podemos conseguir tus productos y demás, entonces surge este espacio primero como “Doña Trigo Selecto”, está así más o menos como dos años, dos años y algo y de repente compañeros empiezan a unirse al proyecto, empiezan... Oye! Ya supimos que abriste, ¿Por qué no tienes mis salsas? ¿Por qué no tienes esto? Entonces ahí es dónde empieza a surgir la idea de cambiarle el nombre, porque ya no era solo Doña Trigo, ya era Doña Trigo y varios más, pensando en darle un nombre cálido, un nombre en donde todos se pudieran sentir cómodos, acogidos, en donde se pudieran sentir como algo propio también, ahí justamente surge el cambio de nombre que es “La Casa de la Abuela”, por qué la Casa de la Abuela, porque tú vas a la casa de tu abuela y te sientes feliz, te sientes abrazado, te sientes

apapachado y bueno puedes correr y jugar y brincar y sentarte y la abuela te consiente, entonces justamente por eso se cambia al nombre de La Casa de la Abuela, pero surge así y se va transformando de esta manera.

Lleva 4 años y medio el establecimiento.

¿De qué manera considera que se ha beneficiado si es que así ha sido a partir de que creo este emprendimiento?

Fíjate que sí, muchos beneficios, bastantes, principalmente el social, cuando eres socialmente aceptado, cuando eres socialmente correspondido entonces viene mucha cosa reciproca a ello, entonces habla de lo económico pues yo te puedo decir que yo vivo de este negocio, es mi fuente de vida, es lo que me da para comer y para mis gastos, pero no solamente a mí, sino a 54 familias Tlaxcaltecas, entonces yo estoy al frente gracias a Dios y gracias a todo esto que se ha venido dando como una avalancha hermosa que es de demasiado trabajo y tú sabes que para que se forme una avalancha primero hay que hacer una pelotita y esa pelotita tiene que crecer, crecer y no es nada más hacerla crecer sino que esa pelotita vaya firme, es un trabajo muy largo, si tiene muchas, muchas, muchas bendiciones en todos los sentidos poco a poco La Casa de la Abuela ha ido generando credibilidad en el mercado, ha venido teniendo sus adeptos y bueno en todos los sentidos a mí me complace mucho cada mes poder darle su mesada a mis compañeros de sus ventas respectivas y ver su cara, realmente esto se puso mucho mejor cuando vino la pandemia, curiosamente cuando vino la pandemia esto se fue para arriba por qué porque muchos de los compañeros no tenían un punto de venta, todos andábamos para allá y para acá, de hecho yo nunca estuve en La Casa de la Abuela cuando la puse, yo decía que salga para la chica que me ayuda, para mis gastos y yo sigo en lo mío así andábamos todos, en él va y ven, en las ferias, en los eventos grandes, en la ciudad de México, incluso en el extranjero, dando a conocer nuestras marcas, quienes ya teníamos una marca registrada, quienes no tenían pues dándole credibilidad a lo que hacían, entonces justamente ya mi visión era de productos agroecológicos u orgánicos, eso era la visión y la postura, yo ya contaba con un registro agroecológico y entonces eso me da más credibilidad a mí pero no a mis compañeros, entonces empecé a tejer una buena historia en la cual pude enlazar a productores e invitarlos a que empezaran a hacer una transformación y quienes no

tenían o quienes ya tenían una transformación avanzada que pudieran tener una certificación y entonces fui seleccionando a muchos de ellos para que pudiéramos hacer esto bien y hacerlo de una mejor manera y entonces así fue que empezamos a hacer esa parte de enlaces de crecimiento y de fortalecimiento.

¿Se siente satisfecha con lo que ha logrado o considera que faltan algunas cosas?

Me siento feliz, contenta, pero no satisfecha, yo creo que la satisfacción va a ser cuando veamos un supermercado como tal con todos los productos Tlaxcaltecas y con todos los productos agroecológicos, creo que ahí si el creador y la vida me lo permite ese día va a ser un día de satisfacción en el que diga ¡Se logró!, mientras es felicidad, es gratitud, por poder brindar cosas lindas al planeta, a la gente que lo consume, pero no es todavía una satisfacción que digamos woow

¿Quién o quiénes colaboran dentro del emprendimiento, es decir empleados, productores, etc?

Pues somos muchos, está mi familia principalmente que abrazó el proyecto, mi hija, aquí hay gerencia administrativa, gerencia general, representante, cajeros, productores, cocineros, somos muchos, somos suficientes.

¿Percibe que el emprendimiento genera beneficios para la sociedad en general?

Totalmente sí, porque primero hablemos de la parte de salud obviamente, tu consumes algo diferente y tu salud va a mejorar, hablemos de la economía local, al menos 54 familias de Tlaxcala semanalmente tienen una percepción económica segura porque es algo que tiene la casa de la abuela, que quien llega y si trae algo a vender y vale 20 pesos va a tener sus 20 pesos en cuanto el producto se venda y bueno hablamos también de que tenemos otras formas de hacer transacciones, de poder ayudarnos, yo por ejemplo a muchos compañeros llegan con una necesidad y traigo todo esto, traigo 50 cervezas, ¿Cuánto es? Tengo a mi mamá enferma, tengo a mi hijo en el hospital que se yo, ¿Cuánto es? No sé, son 3 mil pesos. ¡Ten!, ve y solucionalo y eso es algo que ellos agradecen y no es porque yo tenga mucho, es porque es el trabajo de todos, yo tengo que mover esas 50 cervezas en menos de un mes para que ese

dinero que tomé de alguien que quien sabe quién fue sea recuperado y es una forma de que podamos hacer las cosas mejor.

¿Qué retos o dificultades se le han presentado para mantener su emprendimiento y cómo los ha ido resolviendo si es que los ha podido resolver?

Pues sí, yo creo que cada día hay un reto, chico o grande cada día hay un reto, pues perseverancia, sobre todo constancia, no ponerte a llorar por algo que está ahí, sino búscale las soluciones y trabaja para resolverlo, siempre hay muchos, cuando eres emprendedor te vas a topar con las alzas del producto, con las alzas de la renta, sobre todo en las alzas económicas la gasolina sube, tus productos tienen que subir, tu no los quieres subir porque estás aplicando economía solidaria, entras en un choque emocional y existencial y esos son desafíos, hay muchos en el camino.

¿Ha tenido la solución a dichos problemas?

Si, por lo general se encuentran con paciencia, con constancia, con meditación, no quedándote callado, externándolo al grupo de trabajo, haciendo equipo, porque si yo cargo con todo pues no puedo, tengo que ver si hay un problema, cómo lo ves tú, tú ves esto, yo veo esto, cuál es la mejor solución, tomar en consideración y en cuenta a todos.

¿Considera que ha contribuido a resolver algún problema social o ambiental?

Sí, todos lo que trabajamos en la producción agroecológica contribuimos muchísimo, aunque no se ve al planeta, contribuimos a que haya menos pesticidas en los alimentos, en el medio ambiente, si hay personas con problemas de cáncer obviamente disminuye, la familia misma, si, si somos una buena opción para mejorar al planeta.

¿Qué diferencia a su emprendimiento “La Casa de la Abuela” de otros emprendimientos que ya existen en la región?

Pues yo me siento bien contenta porque creo que somos contados, si es que no los únicos en el Estado de Tlaxcala que estamos haciendo algo así, que estamos realmente reuniendo productos locales, productos sanos, productos limpios, nosotros personalmente, el equipo va

directamente a los huertos, a las hortalizas, a los sembradíos, a las granjas, a cualquier hora del día en cualquier momento y vamos y caemos como paracaidista para checar que las cosas se estén haciendo bien y cuando hemos encontrado algo que no se está haciendo bien con mucho dolor, con mucha pena, le decimos hasta que no cambies tus prácticas regresa.

¿Qué mejoras se han hecho en los productos que se venden aquí que representen alguna innovación?

Hay muchos y hay mucha satisfacción al respecto, hay bastantes, tenemos comida vegana, comida vegetariana, cosas que sabemos que no vas a encontrar en otro lado porque por ejemplo lo que servimos aquí vas a encontrar las cosas más inéditas que hayas visto o que hayas consumido incluso, y no porque sean de otro mundo, sino simplemente porque son cosas que hacemos al momento con lo que tenemos, generalmente tú vas a un restaurante o algún otro espacio donde te brinden servicio de comida y te ofrecen algo que tienen en una carta fijo y establecido y nosotros no, nosotros por ejemplo hoy estamos sirviendo unas tapas que tienen una crema de papa abajo con un pan de masa madre y con pimiento morrón en dulce, y esas cosas no las consigues en otro lado, es diferente, y eso es innovador y llamativo, hoy tuvimos la oportunidad de que nos visitaran personas extranjeras y se quedaron como ¡Wooooow! Y piensan que van a pagar aparte un dineral y cuando les decimos son 80 pesos y ellos pensaban que iban a pagar 250 o 300 pesos por haber comido algo tan diferente, o un sope con chapulines por ejemplo que en un evento en Playa del Carmen te lo venden no sé en 350 pesos aquí te lo venden en 20 pesos... y cosas así.

Entrevista 2

20 de Abril de 2023

Stephany De Santillana Olivares

Emprendimiento: Botánica 121

25 años

¿Qué es para ti tu emprendimiento?

Para mí mi emprendimiento es el motivo o la razón del porqué trabajo, cuando inicié el proyecto en realidad nunca inicié pensando que fuera un modelo de negocio o viéndolo de esa forma, solamente lo veía como un poco de ingreso extra pero poco a poco se convirtió en el motivo de servir.

¿Cómo surgió tu emprendimiento?

Surgió en el 2018 fue hace 5 años, me iba a ir a un voluntariado a Perú entonces el trabajo nunca fue una opción, nunca quise y mi bisabuela se dedicó a vender productos de cosmética natural por muchísimos años, entonces ella fue la que me dijo vende esta marca, que en realidad es una marca que en la actualidad ya no existe, era una marca egipcia y empecé con esos productos, la verdad es que me empezó a ir muy bien y después yo empecé a buscar tutoriales o recetas en YouTube literal como de productos y los empecé a llevar a cabo junto con una materia de mercadotecnia en la universidad, entonces teníamos que crear una empresa como muy chiquita y la verdad es que a mucha gente le empezó a gustar.

¿Por qué el nombre de tu emprendimiento?

Cuando yo inicié el proyecto justamente buscaba un nombre que fuera fácil de recordar, algo que fuera como muy mexicano, la verdad es que siento que tenemos bastantes palabras dentro del léxico mexicano entonces siempre quise algo que se sintiera como muy apapachador, algo fácil y justo esto la pronunciación y que en escritura fuera lo más sencillo, entonces

cuando empiezo a buscar palabras mexicanas sale como cachito, pedacito, y justamente buscando no había ninguna que se llamara cachito, entonces al inicio era cachito de cielo o cachito de no sabía completamente el nombre, entonces salió cachito de tierra, porque al final todos los productos son esta parte de botánica y de productos naturales, entonces es este cachito de tierra que nosotros ocupamos para crear cada uno de los productos.

Y Botánica 121 nace de la necesidad de tener un punto de venta, como tal Cachito de Tierra es un negocio que es el 99% digital, entonces siempre buscamos tener un espacio distinto y Botánica nace de este nombre, de tener productos botánicos de marcas de cosmética mexicana específicamente natural, vegana, ecológica, sustentable, entonces el tener productos a granel y tener un concepto más etnobotánico, nace por la necesidad de tener un punto de venta.

¿Estudiaste algo similar a esto?

No, de hecho, me salí un año antes de la carrera, estaba estudiando imagen pública, hace medio año empecé a estudiar mercadotecnia y finanzas digitales, entonces la otra carrera me faltó de hecho un semestre para terminar.

¿De qué manera consideras que te has beneficiado si es que así ha sido a partir de que creaste este emprendimiento?

Pues el beneficio yo creo que siempre en todos los emprendimientos es económico o sea, lo haces por una razón económica, pero la realidad es que yo siempre he sido y tenemos como eslogan cuidando de ti y del planeta, siendo una marca completamente responsable o sea en la parte del beneficio es saber que tengo una empresa que es completamente responsable con el medio ambiente desde la elaboración la fabricación, la manufactura del producto hasta una vez que el producto se termina, son envases completamente compostables entonces siempre he tratado de meterme y ser 100% transparente con el negocio, el detrás de, los productos y todo lo que conlleva, entonces el beneficio va desde lo económico, desde el impacto ambiental, desde lo social, porque también somos una empresa socialmente responsable generando trabajo desde apicultores, agrícolas, a nivel nacional y también les digo, el tener un emprendimiento y saber que tú lo consolidas sola pues es muy satisfactorio.

¿Te sientes satisfecha con lo que has logrado o considera que faltan algunas cosas?

Siento que me faltan cosas, siento que ya llevo un gran avance para los 25 años que tengo y los 5 años que llevo del negocio, creo que ya tengo algo más sólido a comparación de otros negocios que llevan talvez más tiempo y no han logrado consolidar como ciertas cosas, pero siempre he dicho que como va creciendo el negocio van creciendo los sueños y las metas y los objetivos entonces si siento que me falta mucho todavía, desde las líneas que quiero abarcar, el tipo de producto, en el modelo de negocio me siento bastante cómoda, es algo que yo cree para que el negocio se adaptara a mí, no yo al negocio, que creo que es muy importante, pero sí, me siento conforme con el trabajo que he realizado hasta hoy pero no me siento como alguien conformista con lo que ya tiene.

¿Quién o quiénes colaboran contigo en tu emprendimiento?

Aproximadamente llegan a ser hasta 85 colaboradores, estamos hablando que son aproximadamente ya en familias, que la empresa tiene impacto, son más de 250 personas a nivel nacional, todos los productores con los que trabajamos, dese materia prima, manufactura, envases, etiquetado, son completamente nacionales, siempre digo, la empresa es 100% Tlaxcalteca pero en manufactura se hace aquí, se hace en Nuevo León, en Jalisco y en León, entonces la realidad es que como trabajo con distintos laboratorios que son especialistas en distintas áreas la manufactura pues es a nivel nacional, pero tenemos un montón, desde ingenieros químicos, desde personas que nos apoyan con la venta en tienda, colaboradores que son distribuidores, puntos de venta, la realidad es que si somos bastantes.

¿Percibes que el emprendimiento genera beneficios para la sociedad en general?

Sí, yo siempre digo, muchas veces cuando la gente dice es que una empresa o un emprendimiento aquí en Tlaxcala cierra cree que no tiene un impacto, pero les digo, si yo no vendo mis productos, estamos hablando que yo tengo 40 puntos de venta a nivel nacional, si yo dejo de vender esos productos, 40 personas dejan de tener un ingreso, alto o bajo pero dejan de tenerlo, y estamos hablando que si de esas familias o de esas personas depende una persona nada más estamos hablando que ya 80 personas se ven afectadas y si a veces tienen hijos y se va desglosando entonces sí, en realidad yo creo que es un beneficio empezando por

lo económico, por los modelos de negocio que tenemos para la venta y distribución de los productos, desde la parte de comercialización con otros puntos de venta, consignación, y sobre todo con las empresas con las cuales les compramos o agricultores o apicultores al menos aquí en Tlaxcala que pasaron de ser apicultores que solamente vendían de uno a dos litros de miel a lo mejor diarios a vender aproximadamente desde 50 a 100 litros mensuales, el impacto es 100% económico, pero también cuidamos mucho esta parte, trabajar con apicultores que sean libres de pesticidas en los campos, en realidad si tiene un beneficio muy en general, porque además de que nosotros vendemos los productos y obviamente nosotros nos vemos beneficiados pues la gente que trabaja con nosotros lo ve, a todos les digo para mí en la parte del negocio el beneficio tiene que ser colateral, aquí no es un beneficio vertical, es completamente horizontal, en donde si yo crezco todos podemos ir creciendo parejo.

Se crea conciencia en la sociedad acerca del consumo de productos de belleza que es la 5ta industria que más deja a nivel mundial y sobre todo acerca del después de cuando se terminan los productos, porque les digo mínimo el 80% de la población en México ocupa un jabón, un champú y un desodorante, muchas veces tu ocupas ese producto que es de necesidad básica, a lo mejor una crema no es algo básico dependiendo el extracto social al que tú pertenezcas pero al menos los productos de higiene muchas veces los compras y terminan los envases en la basura, o son envases que se tardan años en degradarse y nosotros creamos productos, hemos vendido aproximadamente más de 300 mil productos, entonces esos 300 mil productos son envases que no han terminado en los océanos o son productos biodegradables, muchos dicen es que es un envase, pero si lo dividimos o lo multiplicamos por todos los que son a nivel nacional si genera un gran impacto el ya no generar tanta basura.

¿Qué retos o dificultades se te han presentado para mantener tu emprendimiento y cómo los has ido resolviendo si es que los has podido resolver?

La falta de experiencia, yo no estudié negocios ni nada similar, el saber crear un modelo de negocio es algo que es muy necesario, si no creas un buen modelo de negocio no va a poder avanzar, se va a quedar en un emprendimiento y no vas a dar el brinco a una empresa, cuando tú no aprendes a delegar, que me costó muchísimo trabajo, el creer que tú puedes hacer todo y cuando te das cuenta las manos no te alcanzan ni el tiempo si es importante y habla desde

la parte del ego, que nadie va a saber más que yo, y claro, nadie va a conocer tu negocio más que tú pero si tú no le enseñas a la gente a cómo trabajar el negocio nunca va a ser tan escalable como tú lo necesitas, entonces va desde conocimientos, preparación, preparación, talleres o cursos, que muchas veces en México no se llevan a cabo, varias de las certificaciones, o de las capacitaciones que se tienen que tomar nuestros ingenieros químicos los tienen que tomaren el extranjero porque en México no existe ese tipo de educación en la parte de la cosmética natural, entonces ha sido de todo, desde los retos económicos, en realidad yo nunca recibí donaciones, dinero prestado o regalado, literal empecé con mil pesos, que fui comprando cositas, que hice exfoliantes para labios, luego volví a invertir y así poco a poco he sabido hacer las inversiones a comparación de alguien que pudiera empezar con otro tipo de ingreso, han sido retos de todo un poco, pero la realidad es que yo he dicho que cuando alguien inicia con retos es más fácil saber hacer las cosas, porque cuando todo inicia tan fácil muchas veces cuando llegan las crisis no sabes que hacer y cuando empiezas con poco dinero, con poco haces maravillas a comparación de muchos que inician a lo mejor con un capital mayor y que cuando tienen poco pues ya no saben qué hacer, entonces sí ha sido de todo, desde económico, social, apoyo, porque al final yo como mujer muchas veces no es lo mismo el emprendimiento de una mujer al de un hombre el cómo se apoya a nivel familiar y social no es algo solamente como personal entonces el que la gente te lo reconozca creo que es algo que he aprendido a sobrellevar.

¿Qué diferencia a su emprendimiento de otros emprendimientos que ya existen en la región?

Al menos a nivel local considero que no tengo una competencia directa, claro existen más marcas, y yo siempre lo digo, desde las señoras que hace años hacían sus cremas en su casa y las recomendaban con amigas, ellas fueron pioneras, pero nosotros como marca a lo que nos hemos enfocado a comparación de otras es ser 100% transparentes desde la manufactura, porque muchas veces son productos naturales hechos en China, en Japón, en otros países, las formulaciones son 100% creadas desde cero, siempre les explico, hay en la parte de cosmética natural las fórmulas de maquila y las fórmulas de desarrollo, las de maquila es si a ti te interesa vender una crema y yo soy un laboratorio a ti te puedo vender la misma crema que a otra persona, es una fórmula genérica nosotros no tenemos fórmulas genéricas, todos los productos que tenemos y que tenemos aproximadamente 68 todas las fórmulas son

creadas desde cero, no tenemos una fórmula que le hayamos comprado a otra marca ni nada, todo es creado exclusivamente para la marca, que muchas veces las marcas te dicen que es algo único y son fórmulas de maquila, entonces nosotros ofrecemos productos completamente diferentes en formulación, le invertimos muchísimo a investigación en la formulación, ya que nosotros tenemos los aparatos para hacer nano fórmulas, las nano fórmulas son fórmulas tanto líquidas viscosas, cremas, cualquier otro tipo de producto de cosmética, pero con las moléculas 4 veces más chicas a comparación de una convencional, esto hace que tenga una mejor retención en la piel, ustedes vean beneficios muchísimo más rápidos y que son tecnologías que la mayoría de las marcas no hacen o que no ocupan porque es muy costoso, entonces todo eso se hace en México, claro que ocupamos extractos Botánicos a nivel mundial y eso es algo muy importante que mucha gente nos dice, por qué no solo ocupan ingredientes mexicanos, les digo si tenemos la oportunidad de traerles un ingrediente que ocupa una marca muy reconocida a nivel mundial de un laboratorio Francés y eso lo puedo traer y hacerlo acá en México ese activo con otros productos, lo hago. Trato de incorporar no solamente ingredientes mexicanos, sino ingredientes a nivel mundial y de tallas internacionales de primer nivel pero a un costo muchísimo más accesible, nosotros nos hemos inclinado siempre a que sean productos accesibles, no digo que sean baratos, pero para el promedio o hacia el target al que nosotros nos enfocamos es bastante accesible a comparación de otras marcas. Uno sería la formulación, dos el modelo de negocio, muchas marcas para que pueda vender sus productos y distribuir te piden cantidades exorbitantes a la realidad económica del país ahorita y nosotros nos vamos adaptando, el negocio se tuvo que adaptar a mí y el negocio se adapta a la gente, no la gente se adapta al negocio, somos un negocio completamente amigable en todos los sentidos, siento que si tenemos muchos diferenciadores además de que creamos productos que van más allá de lo básico, innovadores como los perfumes de cabello, somos la única marca a nivel nacional que los empezó a hacer, en la parte de nano fórmulas existen seis marcas a nivel nacional que tienen la tecnología para hacer nano fórmulas porque son máquinas muy específicas.

Las nano fórmulas son, supongamos que tú tienes un suero convencional del supermercado y tienes uno de la marca de nosotros, entonces al momento de que tú lo aplicas es algo que es invisible a la vista porque son moléculas 4 veces más chicas, nuestro producto es más

ligero y hace que tenga una absorción más rápida pero penetre muchísimo mejor a las 3 capas de la piel, aunque sean ingredientes más pesados, nuestros ingredientes penetran y nutren y no dejan efecto borrador, es una tecnología de hacer fórmulas más amigables para la piel y para el modo de uso.

¿Consideras que se ha implementado alguna otra innovación además de lo ya mencionado?

Vamos 100% de innovación en la parte de cosméticos, ahorita estamos por lanzar en el mes de Julio o Agosto la parte de maquillaje con extractos botánicos, nuestra base de maquillaje que vamos a lanzar tiene aproximadamente 15 extractos botánicos diferentes, a comparación de muchos que ahorita solo ponen ácido hialurónico o vitamina C la nuestra va a tener aproximadamente 15 extractos, entonces va a ser multiactiva, así se va a llamar, es un tinte con color que además de que te da color es multiactiva por los diferentes ingredientes que tiene te va a nutrir además de que es un producto que vas a traer todo el día, porque la mayoría de las mujeres utilizamos base de maquillaje pero no te hace nada, te cubre, te da color y ya, pero no le hace nada a tu piel, entonces aprovechando que es un producto que muchas ocupamos todos los días y que lo traes todo el día y que lo vuelves a retocar vamos a ponerle ingredientes que hagan también diferentes beneficios a la piel.

Entrevista 3

28 de abril de 2023

Pamela González Corona

Emprendimiento: Granito a granito

24 años

¿Qué es para ti tu emprendimiento?

Es una comunidad y un espacio de productores y consumidores conscientes que con pequeñas acciones y cambios quieren sumar a beneficiar al medio ambiente, ya sea con lo que ellos produzcan o generen o cambiando hábitos mediante su consumo.

¿Cómo surgió tu emprendimiento?

Todo viene partir de que yo empecé a cambiar hábitos por unos más amigables con el medio ambiente en mi propia vida y luego lo empecé a replicar con mi familia y amigos y después me acerqué a las redes sociales para compartir estos tips con las personas y en las redes sociales las personas me preguntaban, ¿en dónde encuentro un popote de metal o unos cubiertos de bambú, o unos tupperts, o shampoo sólido, etc.? Entonces me di cuenta que en Tlaxcala no había estas alternativas tan exploradas, y pues me puse a vender, empecé a ir a bazares, y ya después con el recurso que saqué de ahí se pudo fundar un local fijo, entonces ya eran productos también de personas que necesitaban de un espacio donde poder venderlos.

¿De qué manera consideras que te has beneficiado si es que así ha sido a partir de que creaste este emprendimiento?

De manera tangible, ha sido un ingreso económico extra pero en lo demás me ha ayudado mucho a conocer otros proyectos conscientes, otras marcas mexicanas que tienen causas y que han querido llegar a distintos rincones de México porque no tienen un local fijo, entonces Granito ha servido justo como ese espacio seguro donde ellos pueden promocionar su

proyecto y asegurarse de que a alguien le interese y la platique tanto como ellos lo harían que son los creadores, hay proyectos que tienen causa, por ejemplo vendemos la copas menstruales y esta marca de copas es mexicana, pero aparte de todo tiene un impacto positivo en la sociedad porque por cada copa que compras se dona una a una niña de escasos recursos, entonces ellos han querido ver en dónde se canalizan estos recursos para donarlos y también hemos servido como eso nosotros, hemos ido a regalar a COBAT de aquí de Tlaxcala y también he ayudado en eso.

¿Te sientes satisfecha con lo que has logrado o consideras que faltan algunas cosas?

Si, obviamente siempre quieres hacer más y me gustaría saber que tanto más podemos lograr, pero hasta ahora con los valores que ha intentado tener granito han ido muy de acuerdo y también con los aliados que hemos intentado ayudar que quieren ser proveedores aquí, hemos abierto puertas. Estoy muy feliz.

Me gustaría que hubiera más granito a granitos en otros lugares de Tlaxcala porque también tenemos productos de Tlaxcaltecas, entonces también expandirnos a otros Estados para que conozcan a los productores que hay en Tlaxcala, tener más campañas y tener más productos, porque al final lo que queremos es enseñar a las personas que para todos los productos que tienen plástico o que son desechables hay una alternativa ecológica, entonces creo que nos falta investigar más en un catálogo más amplio en ese tipo de productos y ojalá pronto tengamos más.

¿Por qué el nombre de tu emprendimiento “Granito a granito”?

Porque para lo de actuar por el medio ambiente muchas personas tienen miedo a empezar por algo porque sienten que su acción va a ser muy chiquita, comparada con la de una gran empresa que contamine, comparada con el resto de personas que no cambian sus hábitos, etc. Entonces me dio la idea de que tú eres un granito de arena y yo soy otro e individualmente nos vemos muy chiquitos, tal vez sientes que tus acciones son muy pequeñas, pero si las hacemos en conjunto y cada uno suma desde su trinchera pues hacemos toda una playa, así todos sumamos.

¿Quién o quiénes colaboran contigo en tu emprendimiento?

Principalmente estoy yo, que lo fundé y que ahora por mis posibilidades puedo estar aquí la mayoría del tiempo, pero también me han ayudado amigas por ejemplo, o personas que llegan a estudiar con giros hacia la ecología, por ejemplo había una chica que trabajaba con nosotros que estudió biología, y a ella le interesaba todo esto de la producción mediante plantas o como respetuosa con el ambiente porque era lo que tenía el giro de su carrera, pero en los productores están desde mamás solteras, de hecho el 90% de nuestras productoras son mujeres que eso va de acuerdo a los valores que tenemos y sobre todo son mexicanas, casi todas, las marcas son mexicanas, más bien todas las marcas son mexicanas de distintas partes, de Puebla, de Tlaxcala, entonces eso ayuda a promover el consumo local, el consumo consciente y también está mi familia, que directamente no trabajan conmigo, pero siempre están te ayudo con esto, etc. Entonces ellos de manera informal apoyan mucho.

¿Percibes que el emprendimiento genera beneficios para la sociedad en general?

Yo creo que sí, desde ser un lugar para emprendimientos o marcas Tlaxcaltecas que no hallaban dónde exponer sus productos, creo que desde ahí es el primer beneficio para otras personas, para crear esto que llamamos e-comunidad, de comunidad ecológica, entonces ser este espacio seguro para ellos y seguro para los consumidores, de que yo quiero cambiar mis hábitos, pero tengo este obstáculo de no saber dónde los consigo, a qué precio, que sean marcas confiables que de verdad funcionen, entonces como aquí probamos todo y pasa por ciertos filtros antes de poder ser aprobado, creo que también le ahorramos y les damos esa seguridad a los consumidores de que lo que están adquiriendo de verdad es bueno para el planeta, su salud y su bolsillo.

¿Cómo te basas en los productos que entran que percibas que si cumplen con las características?

Cuando está en mis posibilidades voy y los visito hasta donde los elaboran, para saber que, si están cumpliendo con todo esto que sean ingredientes naturales, que no sean revendidos los productos, por ejemplo, tenemos una marca que hace los productos a partir de bolsas de plástico recicladas, entonces esta marca la conocí porque yo fui a una campaña de reciclaje, llevé mis bolas, y me dijeron oye, ¿quieres ir a ver el proceso? Y ya vi cómo las fundían y las transformaban en estas libretas, entonces dentro de las posibilidades irlos a visitar para

ver que sí sea así, la señora que hace sus jabones tiene su propio huerto, y de ahí cultiva las plantitas para hacerlos, es algo respetuoso con el medio ambiente, la marca de las copas tiene certificaciones, entonces me pongo a investigar y me tomo muy en serio ver marcas que de verdad cumplan con lo que dicen.

¿Consideras que has contribuido a resolver algún problema social o ambiental?

Quiero creer que sí, no sé hasta en qué medida lo he podido hacer, pero siento que si hemos aportado a distintos objetivos que ayudan a un desarrollo sustentable, desde promover el consumo, la producción consciente, hasta poder apoyar a mujeres que se independicen con su trabajo, siento que es un pequeño granito de arena el poner un local, pero si tú quieres lo puedes expandir a que sea una herramienta para quién lo necesita, para exponer su trabajo, para quien quiera educarse y saber por qué los plásticos son malos y mediante el consumo consciente pueden aprender que hábitos cambiar para dejar de hacerlo, etc.

La idea de Granito no era acercar a las personas a consumir productos ecológicos, sino a cambiar hábitos, los productos ecológicos van de la mano de una vida consciente que pueden llevar pero no es lo único que puedes hacer, porque al final es volver a consumir, entonces seguirle compartiendo a la gente que con lo que pueda aportar sigue siendo válido aunque no siempre puedan comprar aquí o en otra tienda ecológica, creo que eso es lo que más ha sido un mensaje que hemos querido llevar porque yo inicié con algo chiquito, por ejemplo dejar los desechables, entonces es un acción que creo que las demás personas pueden hacer e ir construyendo, por redes sociales es muy sencillo tener el alcance a distintas personas y con distintas perspectivas y contextos, para que sepan que lo que les acomode de alguna manera pueden sumar.

¿Qué tiempo tienes con tu emprendimiento?

De promover la vida ecológica tengo desde el 2019 y de ahí me llevó al emprendimiento que inició en 2020 y fue un año de ir a los bazares, y ahorita voy a cumplir dos de tener el local fijo.

¿Qué retos o dificultades se te han presentado para mantener tu emprendimiento y cómo los has ido resolviendo si es que los has podido resolver?

El primero fue encontrar un lugar fijo, que con ahorros de emprendedor, sobre todo pasar de lo digital a lo físico son gastos de renta, de empleados, luz, adaptar todo el lugar, tiene diseño ecológico, ponerlo bonito si tuvo una inversión, fue un reto conseguir ese recurso, saber poner prioridades porque sigo siendo una persona joven que quiere salir, que a veces cuando ves dinero lo quieres para otra cosa, pero saber poner prioridades y esto va para mi emprendimiento y para lo que quiero construir, entonces eso fue algo de educación financiera que aprender por ti mismo y ya cuando está fijo el local, lo que más ha costado es cambiar la mentalidad de las personas que están muy acostumbradas a las cosas de plástico que contaminan y de más, no falta la persona que entra y dice yo para que quiero un cepillo de bambú si en la farmacia de mi casa me venden el de plástico y está más cerca y todos esos peros que ponen, entonces hay personas que vienen, comentan eso y no consumen ni suman nada, y ha sido difícil no desanimarte con esos comentarios y aparte seguir creyendo en la causa del proyecto, eso lo ha hecho difícil pero como dije que el proyecto tenga una causa que no sea solo venderte por vender, sino cambiar tu consciencia ambiental que apoyes a otras marcas y de más, que sea toda esta red de cambio hace que sea más sencillo sobrellevarlo y querer sacarlo adelante.

¿Qué diferencia a su emprendimiento de otros emprendimientos que ya existen en la región?

El que intentamos que todo tenga una congruencia e impacto por el medio ambiente, no lo dejamos solamente en la venta ni en canalizar a los productores y luego pasar el producto y ya, sino ver que de verdad sean respetuosos con el medio ambiente y a la vez cuando compartimos post de nuestros productos no ponemos solo las propiedades del producto sino también como es bueno para tu salud y para el medio ambiente, va un poco de la mano de la educación ambiental y que los beneficios que hay gracias a Granito a granito se expanden en otros para la sociedad, por ejemplo lo que decía de las copas, tú puedes comprar la copa aquí pero al final la donación intentamos que se canalice a unas chicas del mismo Estado, entonces esto hace que todo sea cíclico y pueda tener beneficios para todo Tlaxcala.

¿Estudiaste algo relacionado con tu negocio y su giro o fue por gusto?

Fue por vocación, encontré mi vocación en camino a estudiar, porque yo estudié finanzas en 2016 y a mitad de esa carrera me metí a Economía, entonces nada que ver con esto, pero

cuando estaba estudiando me hacían mucho énfasis en que ustedes están para generar utilidades para las empresas y yo decía no puede ser que toda mi carrera se vaya a englobar solo en dinero, quiero hacer algo más y las clases de recursos humanos me llamaban mucho la atención entonces empecé a aprender el trato a las personas, ventas, y luego de productos respetuosos con el medio ambiente y en el camino encontré lo de cambiar mis hábitos dije bueno que tal si uno lo que estudié de llevar negocios con lo que me gusta del medio ambiente y salió Granito.

¿Qué mejoras se han hecho en los productos que representen alguna innovación o dentro de tu negocio?

Tenía velas que estaban hechas en envases de cristal que eran botellas recortadas de vidrio, entonces estas botellas de vidrio venían de productos y ahora tenemos las de los vinos, entonces a esas botellas se les hace algo que es upcycling que es reciclaje creativo y de esta manera aprovechamos algo que alguien vería como basura para hacer un nuevo recurso o un nuevo producto, entonces eso le ha agregado más valor a los productos, igual la idea de vender las cosas ecológicas como algo bueno también para la salud, no solo para el medio ambiente, porque esto hace que las personas a las que no les importa tanto el medio ambiente, sino más bien como algo interno bueno para su cuerpo hace que abra una nueva perspectiva de puedo probar este producto porque va a ser bueno para mi cuerpo, aunque no tengan interés por lo del medio ambiente, pero indirectamente también se suman al movimiento.

Implementé “Picnics”, ya que pensaba en experiencias, citas o lugares a los que pudieras salir sin hacer tantos residuos entonces siempre me han gustado los picnics, dije bueno, normalmente cuando alguien hace un picnic luego compran la fruta en cierto supermercado y viene con la charola de plástico, cuando lo pudieras comprar a un productor local, o puedes llevar tu tupper y evitas el unicel, el vino por ejemplo es una marca de Tlaxcala, y dije talvez alguien quiere que se vea bonito pero no sabe cómo hacerlo a la par ecológica, entonces nosotros les vamos a poner todo este arreglo lindo para que sepan que pueden disfrutar de una experiencia sin generar residuos y que todo sea retornable, entonces los desechables ya no existen y otra persona puede disfrutar después de una experiencia de nuevo y es algo diferente.