

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



**El emprendedor social peruano
A la luz de la propuesta teórica de ética del cuidado**

Tesis para obtener el título profesional de
Licenciado en Psicología que presenta:

Jasmin Lisette Rios Peña

Asesora:

Ángela Vera Ruiz

Lima, 2022


INFORME DE SIMILITUD

Yo, Angela Vera Ruiz, docente de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado “El emprendedor social peruano a la luz de la propuesta teórica de ética del cuidado”, del/de la autor(a)/ de los(as) autores(as) Jasmin Lisette Rios Peña

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **7%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el **21/02/2023**.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 03 de marzo de 2023

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Vera Ruiz, Angela</u>	
DNI: CE 000763279	Firma
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8491-3979	

Dedicatoria

Para que nunca perdamos la fe en que las personas pueden ser buenas, justas y responsables.



Agradecimientos

Gracias a Dios, por hacer que esto sea posible.

Gracias a mi familia,

A mi mamá, por acompañarme en este proceso y durante toda mi carrera.

A mi papá, por el maravilloso ejemplo que siempre me da.

A mi hermano, por el apoyo solidario que lo caracteriza.

Gracias por darme la oportunidad de estudiar, por su amor y dedicación.

Gracias a Ángela, por ser la mejor consejera, desde el inicio hasta final del proceso, por su honestidad y por tener siempre las palabras precisas para motivarme a seguir dando mi mejor esfuerzo en este trabajo. Gracias porque hemos conseguido que este trabajo le haga justicia al tesoro encontrado en las entrevistas con los emprendedores de cuidado.

Gracias a todos los amigos que hicieron que esto sea posible, por su apoyo totalmente desinteresado y por su gran corazón. Los quiero.

Finalmente, gracias a todos los emprendedores que conversaron conmigo sin esperar nada a cambio, dándolo todo. Gracias por abrirme la puerta a su mente y su corazón, y seguir inspirando a pesar de estar en medio de una situación tan difícil.

Sus principios y lógica son invaluable.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo indagar sobre el posicionamiento ético del emprendedor social peruano, a la luz de la propuesta teórica de la ética de cuidado desarrollada por Carol Gilligan. Para ello, se hizo uso de una metodología cualitativa de análisis temático y se identificaron 3 grandes temas: *Reflexión social y toma de acción*, *Sinergias para el desarrollo y Cuidadores formando cuidadores*. Estos abordan el proceso por el cual el emprendedor social se hace consciente de una realidad social injusta y actúa sobre ella buscando generar un impacto social que beneficie a todos, y que los implique en el proceso. Asimismo, buscan que este cambio surja desde quienes son afectados por esta problemática, generando cambios desde las estructuras sociales. Durante todo este proceso, se evidencia un razonamiento basado en el cuidado y atención de las necesidades tanto de los involucrados como de ellos mismos. Los resultados abren la posibilidad de complejizar la teoría de cuidado planteada inicialmente, de modo que considere que estas etapas son parte de un proceso que se vuelve a repetir en la medida en que los emprendedores sociales logran su objetivo. Finalmente, se plantea la importancia de que esta lógica de cuidado y atención se impulse desde el espacio educativo, a través de la enseñanza de una ciudadanía “responsable”, que valore un bienestar social y medioambiental.

Palabras clave: ética del cuidado y atención, emprendimiento social, responsabilidad.

Abstract

The objective of this study was to investigate the ethical position of the Peruvian social entrepreneur, taking in consideration the theory developed by Carol Gilligan of the ethics of care. For this purpose, a qualitative methodology of thematic analysis was used. Three major themes were identified: *Social reflection and taking action*, *Synergies for development and Caregivers training caregivers*. These themes explain the process in which social entrepreneurs become aware of an inequitable social reality and take action on it seeking to generate a social impact that benefits everyone. And taking everyone in consideration. Likewise, they want this change to arise from those who are affected by this problem, generating changes from within the social structures. Throughout this process, their logic is based on care and attention to needs of those involved and themselves. The results open the possibility of moving toward a complex understanding of the notion of theory of care proposed because these stages could be part of the process that is repeated once again as social entrepreneurs achieve their objective. Finally, it is exposed that this logic must be driven from the educational space, through teaching of a “responsible” citizenship, which values both social and environmental well-being.

Key words: ethics of care and attention, social entrepreneurship, responsibility.

Tabla de Contenidos

Introducción	7
Método	17
Técnicas de recolección de información	19
Procedimiento	20
Análisis de la información	21
Resultados y discusión	21
Conclusiones	33
Referencias	35
Apéndices	40



Introducción

El emprendimiento es un fenómeno estudiado ampliamente al ser sumamente complejo. Si bien es cierto, no existe una definición única aceptada, autores como Ács, Szerb y Autio (2015) afirman que emprender es un proceso que involucra la toma de riesgos, el reconocimiento de oportunidades, la motivación, explotación de capacidades e innovación para la creación de una idea. En adición, emprender tiene como fin obtener un crecimiento alto, escalable y crear empleos serios (Ács, Szerb, Lafuente & Lloyd, 2018). De esta manera, es importante diferenciar el proceso de emprender de la creación de una actividad de autoempleo, dado que los objetivos son diferentes. Mientras que la segunda opción responde a la necesidad de subsistencia, la creación de emprendimientos se encuentra guiada por un espíritu de innovación y aprovechamiento de oportunidades latentes para la creación de empleos y el impulso del crecimiento de una región (Ács et. al, 2018).

La importancia de estudiar el fenómeno del emprendimiento recae en el reconocimiento de su incidencia en el desarrollo de la sociedad (Ács et. al, 2018). Autores como Dhaliwal (2016) explican que los emprendimientos juegan un rol importante en el desarrollo de un país, pues pueden movilizar e impulsar el avance de diversos sectores de la economía tales como el industrial, agrícola y de servicios. Algunos ejemplos de cómo el desarrollo económico de un país fue producto de un alto nivel de espíritu emprendedor son Estados Unidos, Rusia y Japón (Dhaliwal, 2016). Esta idea es reforzada por Al-Awlaqi, Aamer y Habtoor (2018), quienes apuntan diversos beneficios de la existencia de los emprendimientos, entre ellos, la ayuda al desarrollo de las comunidades donde laboran. Asimismo, no solo las economías se ven afectadas, sino también la vida de las personas a raíz del desarrollo de soluciones novedosas, que atienden a problemas de la población haciendo uso de tecnologías que permiten una mayor eficacia en los procesos actuales (Ács et. al, 2018).

Al ser el emprendimiento un fenómeno complejo, involucra diversas dimensiones tales como la económica, política, social e individual; sin embargo, es importante tener en cuenta que el individuo emprendedor es quien hace posible que estos emprendimientos se vuelvan realidad. En ese sentido, una aproximación desde las características del perfil del

emprendedor sería importante, dado que, como menciona Baum, Fries y Baron (2007), tener en cuenta sus rasgos individuales ayudaría a entender cómo se puede desarrollar de mejor manera este fenómeno (citado en Frese & Gielnik, 2014). A continuación, se presenta un compendio de la literatura encontrada sobre el perfil de los emprendedores.

Al estudiar los rasgos propios de un emprendedor, Frese (2009) señala que su característica más distintiva es el ser activos. Esta característica cobra importancia en las diferentes etapas del emprendimiento, desde su creación hasta su consolidación y posterior mejora; no obstante, se manifiesta de forma concreta mediante tres rasgos principales. El primero, el “autoarranque”, es importante al iniciar el proyecto, pues la persona es capaz de motivarse autónomamente. Luego, el ser proactivo es una segunda característica que permite mantener a flote el emprendimiento, al efectuar mejoras oportunas en tiempos propicios. Una tercera cualidad es la persistencia frente a los obstáculos, crucial para superar las barreras que se presentan en el camino del emprendedor (Frese, 2009).

En esta misma línea, estudios de metaanálisis realizados por autores como Brandstätter (2010), mencionan que existen rasgos de personalidad asociados a los emprendedores, además, algunas características como la proactividad e innovación. De esta forma, el autor adiciona dos características muy recurrentes que encuentra en los emprendedores: la toma de riesgos y la motivación por el logro. Es decir, por un lado, serían propensos a la toma de riesgos, que se refiere a su capacidad de lidiar con situaciones inciertas, o poco estructuradas, y aun así tomar decisiones en ellas (Brandstätter, 2010). Esto también se relaciona con lo encontrado en el meta análisis realizado por Zhao, Seibert y Lumpkin (2010), en que la apertura a la experiencia y la conciencia parecen ser los rasgos que se relacionan mejor con la personalidad de los emprendedores. Por otro lado, también tendrían la motivación por el logro como característica que se manifiesta en el deseo por iniciar un propio negocio y hacer que este crezca, se expanda y logre los objetivos trazados (Brandstätter, 2010).

Adicionalmente, es importante señalar que, en el perfil de los emprendedores, la agradabilidad se señala como una característica que no guarda relación ni con la conducta ni con la intención emprendedora. Al contrario, parece correlacionar negativamente con estas variables (Zhao, Seibert & Lumpkin, 2010). Asimismo, del metaanálisis realizado por Brandstätter (2010), se desprenden ciertas pautas a tomar en cuenta al analizar el perfil de

los emprendedores. Entre ellas, el hecho de que la compilación y análisis de diversos estudios realizados generan una idea poco acotada sobre el perfil emprendedor, ya que contemplan los datos de forma separada y descontextualizada. En este sentido, estos estudios no se consideran los mediadores ni los moderadores del contexto en que se desarrolla el emprendimiento, lo cual genera una comprensión fragmentada del tema.

Por todo ello, se sugiere el uso de un modelo integrado que contemple tanto rasgos de personalidad estables como características permeables como, por ejemplo, la motivación de la persona, las circunstancias del contexto en términos de economía y cultura, entre otras variables que pueden influir en el accionar emprendedor (Brandstätter, 2010). En consonancia con esto, Kapur (2018) encuentra que la caracterización del perfil emprendedor parece cambiar, según el ámbito geográfico en que se encuentre. La evidencia de ello es que, en la India, el perfil del emprendedor presenta características diferentes a los resultados de los estudios antes mencionados, tales como la planificación, la delimitación de metas y objetivos (Kapur, 2018). De esta forma, se evidencia la importancia del contexto en la caracterización del perfil emprendedor, debido a que variables tales como la cultura juegan un rol clave en la elección de estos rasgos que los diferencian.

Ahora bien, dentro del emprendimiento en general, se destaca, de manera más reciente, un tipo específico de emprendimiento denominado social, cuya conceptualización está aún en proceso de consolidarse (Pérez, Jiménez & Gómez, 2017; Macke, Rubim, Domeneghini & Da Silva, 2018). Sin embargo, diferentes conceptualizaciones ensayadas coinciden en señalar que este fenómeno se caracteriza principalmente por la capacidad de los emprendedores de crear valor social mediante la solución de problemáticas sociales y/o ambientales, de forma eficiente y sostenible. Asimismo, por lograr resultados a largo plazo (Pérez, Jiménez & Gómez, 2017).

A este tipo específico de emprendimiento se le adjudica también la capacidad de crear un cambio en el orden social, dado que motiva a quienes se encuentran afectados por problemáticas sociales a plantear soluciones frente a ellas. De esta forma, los cambios que se generan provienen desde los sectores socioeconómicos más bajos de la sociedad y no se requiere de un financiamiento estatal, de empresas ni de instituciones filantrópicas (Pérez, Jiménez & Gómez, 2017). Por ello, es importante mencionar que, si bien podemos apreciar

que la definición hace énfasis en la creación de valor social, no debe equipararse este concepto a la filantropía o la caridad (Ács, Boardman & McNeely, 2013).

Las diferencias entre el concepto de caridad, filantropía y emprendimiento social son claramente señaladas por Ács et al. (2013), ya que mencionan que la característica que une a estos conceptos es la creación de valor y ayuda social, pero esto ocurre de formas distintas. Por un lado, la caridad tiene como objetivo atender a una situación específica aliviando un sufrimiento actual y urgente, pero manteniendo las estructuras sociales tal como están y sin proyección de permanencia en el tiempo; es decir, los resultados son cortoplacistas y acotados a problemas específicos. Por otro lado, la filantropía tiene como fin el crear cambios más duraderos, a través de la inversión en proyectos que brinden herramientas a las personas para ayudarse a sí mismas; sin embargo, al igual que la caridad, se financia con el capital de organizaciones externas que brindan fondos para ejecutar sus actividades.

De forma diferente, los emprendimientos sociales se sostienen apoyados de sus propios modelos de negocio, que les brindan la rentabilidad necesaria para la creación de un valor social que, con su crecimiento, permita un cambio en las estructuras sociales, a través de la innovación e intercambios beneficiosos para resolver problemas (Ács et al., 2013). Todo ello en busca de un cambio profundo y sostenido, desde las estructuras sociales (Ács et al., 2013).

Respecto a los estudios que dan cuenta de los rasgos que caracterizan a los emprendedores sociales, se encuentra aún poca investigación empírica al respecto como mencionan Riedo, Kraiczy y Hack (2019). No obstante, investigaciones como la desarrollada por estos autores, ayudan a dilucidar el tema y muestran la necesidad de diferenciar esta rama de estudio del resto de literatura que aborda el emprendimiento, debido a que, teóricamente, las características de perfiles de emprendedores empresariales y sociales no serían iguales. Es así que existen rasgos fuertemente marcados en la personalidad de emprendedores sociales que no parecen incidir en la personalidad de un emprendedor empresarial, y viceversa (Riedo, Kraiczy & Hack, 2019).

En esta misma línea, existe un estudio realizado por Nga y Shamuganathan en el 2010, que buscó establecer relaciones entre los cinco grandes rasgos de la personalidad y las dimensiones del emprendimiento social (visión social, sostenibilidad, innovación, redes

sociales y retorno financiero). En este se concluye que el factor que tiene influencia en todas las dimensiones presentadas es el de agradabilidad (Nga & Shamuganathan, 2010). Lo cual se relaciona con los hallazgos de İrengün y Arikboğa (2015) que señalan a la empatía como característica central de los emprendedores sociales, la cual les beneficiaría en el mantenimiento de relaciones sociales exitosas. De la misma manera, Mair y Noboa (2006) exponen como una capacidad de los emprendedores sociales el sentir con el otro. Además, se considera importante el elemento cognitivo de juicio moral y el elemento afectivo de la empatía en el perfil de emprendedores sociales (Mair & Noboa, 2006).

De igual forma, también se hace referencia a la capacidad del emprendedor social de actuar motivado por un reconocimiento empático del otro y por una evaluación cognitiva que los lleva a actuar en favor de un bien común (Mair & Noboa, 2006). Lo cual guarda relación con lo postulado por Riedo, Kraiczy y Hack (2019), quienes afirman que los emprendedores sociales se caracterizan por un sentimiento de angustia personal. Esta se refiere a un deseo de actuar frente a una situación percibida como injusta, una interpelación a la acción para la consecución del objetivo planteado, en favor del bien ajeno. Este planteamiento no se aleja del modelo expuesto por Miller, Grimes, McMullen y Vogus (2012) quienes postulan que la compasión, siendo una emoción caracterizada por la orientación empática hacia los otros, resulta ser el elemento más relevante que motivaría la creación de emprendimientos sociales, ya que permitiría que el emprendedor se comprometa en velar por las necesidades desatendidas de una población que padece a causa de injusticias sociales (Miller et al., 2012).

Específicamente, en el panorama de América Latina, se encuentra un estudio del perfil emprendedor social realizado por Nga, Prialé, Darmohraj, Moschetti, Fuchs y Sáenz (2018) en los países de Perú y Argentina, que analiza la forma en que se relacionan los cinco grandes rasgos de la personalidad y las dimensiones del emprendimiento antes mencionadas. Se encuentra que el rasgo que más influye positivamente en todas las dimensiones es el de conciencia (Nga et al., 2018). Cabe resaltar que hay diferencias entre los resultados obtenidos en ambos países. En el caso peruano, se encontró que los rasgos de personalidad tienen mejores relaciones con las dimensiones, en comparación con la muestra argentina. Estas diferencias son explicadas tomando en cuenta las características de la cultura y economía del país. Así, por ejemplo, siendo el colectivismo un rasgo presente en

la cultura peruana, rasgos como la conciencia y la agradabilidad cobran mayor relevancia en el perfil del emprendedor social (Nga et al., 2018).

Específicamente en el Perú, una investigación realizada por Caballero, Fuchs, Prialé y Nga (2014) abre la posibilidad de explorar con mayor detenimiento el perfil del emprendedor social local. Entre sus resultados más importantes están que tanto la conciencia como la agradabilidad son los rasgos de personalidad que tienen mejor relación con las dimensiones del emprendimiento social (Caballero et al., 2014). De igual manera, un estudio realizado por la Vera, Prialé, Espinosa y Ninahuanca (2020) aborda las experiencias de estos emprendedores sociales basándose en las cinco dimensiones teóricas de emprendimientos sociales reportadas por Nga y Shamuganathan (2010). Se concluye de este estudio que la dimensión de aprecio por las prácticas sostenibles sería un elemento central para comprender las acciones de los emprendedores sociales, debido a que sería la dimensión responsable del fomento de la sensibilidad frente a la problemática y el elemento que lleve a tomar acción sobre esta situación (Vera et al., 2020).

En esta misma línea, se ha realizado un estudio cualitativo que busca explorar a profundidad cómo se desarrolla la dimensión de aprecio por las prácticas sostenibles, a través de las historias de vida de los emprendedores sociales peruanos, específicamente, en la ciudad de Lima (Vera, Prialé, Espinoza & Ninahuanca, 2019). Producto de este estudio, se analizan dos narrativas: la Autotrascendencia social, referida a la forma en que la persona adquiere una conciencia y sensibilidad de interdependencia con el mundo; y, por otro lado, la narrativa de Prácticas Sostenibles, que explica las acciones con las que el emprendedor social llega a concretar en acciones su conciencia de interdependencia con el entorno (Vera et al., 2019).

En síntesis, según la literatura revisada a nivel local e internacional, en el perfil de los emprendedores sociales se presentarían rasgos como la agradabilidad (Caballero et al, 2014; Nga & Shamuganathan, 2010), la empatía y juicio moral (İrengün & Arikboğa, 2015; Mair y Noboa; 2006), la angustia personal (Riedo, Kraiczy & Hack, 2019), la compasión (Miller, et al., 2012) y el aprecio por la sostenibilidad (Vera et al., 2019; Vera et al., 2020).

Lo que da cuenta de una forma de pensar y actuar en función de aliviar las necesidades del otro y actuar frente a los problemas sociales que afectan a una población, más allá de los intereses particulares del individuo; así se encuentran rasgos empáticos de

reconocimiento del otro, conciencia sobre sus acciones y el impacto que estas tienen. Este tipo de posicionamiento es claramente diferente al que se reporta en perfiles de emprendedores empresariales, y da luces de un razonamiento ético particular, diferente al descrito por Santos, Barroso y Guzmán (2013) como el pensamiento tradicional en los negocios, que consiste más bien en un comportamiento basado en un egoísmo competitivo que busca incansablemente beneficios propios y no considera potenciales daños que se pueden ocasionar a otros.

En ese sentido, resulta importante esclarecer el perfil de los emprendedores sociales en relación con su posicionamiento ético, pues tal como menciona Pareja (2013), el razonamiento ético y el posicionamiento filosófico y moral de los emprendedores es lo que le otorga profundidad a la búsqueda por lograr mejoras sociales. Respecto a la literatura sobre el razonamiento ético de los emprendedores sociales, se muestran posturas contrarias. Por un lado, existen autores que argumentan que los emprendedores sociales tienen, por definición, un desarrollo moral superior (Mier, 2012); sin embargo, por otro lado, hay también quienes se muestran críticos al respecto y señalan que las motivaciones de los mismos no estarían direccionadas principalmente a la búsqueda de una mejora social (Chell, Spence & Perrini, 2016). No obstante, existen también investigaciones que concluyen que el posicionamiento ético de los emprendedores sociales consistiría en una apuesta constante del individuo por actuar sobre la situación que lo rodea siendo consciente de su rol en la sociedad, y su papel dentro de relaciones que construye con los demás (Dey & Steyaert, 2014).

Siguiendo esta última idea, al hablar de un posicionamiento ético que involucra una relación con otros, resulta crucial considerar la postulación teórica de la ética del cuidado desarrollada por Gilligan (1985). La misma presenta una forma de razonamiento diferente a la tradicional; esta se basa en una mirada del ser humano en interconexión con quienes lo rodean, de forma que se reconoce una incidencia mutua, que considera que cada persona impacta en la vida de los demás, de la misma forma que otros impactan en la suya (Gilligan, 1985). Esta teoría, además, les otorga sentido a aquellos componentes antes mencionados como la empatía y compasión, pues estos estarían a la base de una preocupación genuina por el bienestar de los demás (Gilligan, 1985 en Alvarado, 2004; Fitz-Gibbon, 2018).

Es así que esta propuesta cambiaría la forma de concebir el desarrollo ético de las personas al centrarse en el aspecto relacional del ser humano, del contacto con el otro que proporciona una nueva mirada del tema (Alvarado, 2004). Según estas premisas, la persona no debería limitarse al cumplimiento de normas, leyes y obligaciones motivado por un razonamiento abstracto de justicia, sino que actuaría siguiendo un sentido de responsabilidad que reconozca al otro como un semejante sobre el cual se posee responsabilidad (Alvarado, 2004). Asimismo, este constituye un posicionamiento distinto respecto al mundo que nos rodea y trae consigo una nueva lógica de solución a distintos problemas con los cuales lidiamos (Gilligan, 1985).

Al analizar la propuesta de Gilligan, se pueden distinguir tres estadios por los cuales las personas transcurren antes para alcanzar un desarrollo pleno en la lógica de cuidado y atención. El paso por ellos supone siempre una situación de crisis que obliga a la persona a cuestionar los presupuestos sobre los cuales su lógica descansa y a avanzar al siguiente nivel contemplando de una manera más integral las situaciones que se le presentan (Gilligan, 1985). El primer estadio lo comprende la fase denominada “egoísmo” y se caracteriza por un cuidado de uno mismo y una preocupación por el propio bienestar de forma exclusiva, dejando de lado a quienes lo rodean; además, supone también una desconexión de la persona con su ambiente (Chávez, 2019; Gilligan, 1985). De esta forma, los razonamientos que se realizan se justifican en base a los deseos y necesidades propias. Adicionalmente, al percibirse la persona como desconectada de su entorno, cuenta con una menor cantidad de recursos disponibles para afrontar circunstancias difíciles (Gilligan, 1985).

Para pasar a la segunda fase denominada “altruismo”, la persona reflexiona sobre su accionar y lógica previa, y comprende que se encuentra en un entorno más amplio, que forma parte de una sociedad en el que cumple un rol importante (Chávez, 2019). De esta forma, gradualmente se asume que, además de cuidarse a sí misma, cada persona tiene la responsabilidad de cuidar también a quienes la rodean. Sin embargo, en esta transición, se realiza un balance entre las propias necesidades y las necesidades de los demás que resulta aún confusa. Se busca “hacer lo correcto” para lograr insertarse a la sociedad y ser reconocido, pero no se logra plenamente, y no se llega a una solución satisfactoria para la

propia persona y su entorno (Gilligan, 1985). De esta forma, la persona podría terminar descuidando su propio cuidado al tratar de satisfacer las necesidades externas.

Finalmente, se encuentra la fase de “responsabilidad”, en la que la persona vuelve a pasar por un proceso de crisis que le permite reflexionar sobre la necesidad de integrar, de una forma más coherente para sí misma, el cuidado de los demás y el cuidado propio. En esta fase, el sentido de responsabilidad está mejor desarrollado, pues se resuelven de mejor manera las tensiones entre las propias necesidades y las de los demás, y se tiene en consideración los propios deseos y metas. En ese sentido, se deja de lado una imagen de autosacrificio que prioriza al otro y se entiende que el cuidado de uno mismo es también crucial, y que mejora el cuidado que se puede tener de los demás (Chávez, 2019; Gilligan, 1985).

En cuanto a los estudios que pueden servir de referencia sobre la relación de los emprendedores sociales y la ética del cuidado, se encuentra el de André y Pache (2014) que desarrolla teóricamente una propuesta que apunta a que los emprendimientos sociales pueden ser también considerados como emprendimientos de cuidado. Estos autores postulan la idea de que los emprendedores sociales ejercen su rol de cuidado y atención propio y hacia los demás, durante todo el proceso que implica emprender (André & Pache, 2014). Es decir, desde la fase de reconocimiento de la problemática, el emprendedor establece lazos que lo sensibilizan con la forma en que las personas vivencian estas situaciones. Luego, al pasar por la fase de planificación y puesta en marcha de las acciones concretas, el emprendedor social toma en cuenta en todo momento las necesidades de la población afectada. En último término, se presenta la fase de evaluación de la ejecución, en que el emprendedor evalúa el impacto que estas acciones tuvieron en las personas con las que trabajó, y a su vez, evalúa también los impactos que estas acciones tuvieron en sí mismo (André & Pache, 2014).

De esta manera, la relevancia de este estudio radica en que permite vislumbrar el posicionamiento ético de los emprendedores a lo largo de todo el proceso del emprendimiento e indaga sobre la forma en que asumen responsabilidades sobre quienes lo rodean y sobre sí mismo. Con el fin de aterrizar la postulación de Gilligan al estudio de los emprendedores sociales en el contexto peruano, se debe tener en cuenta que el Perú es un país en que esta investigación adquiere relevancia. Ello debido a que, este país posee un

índice muy alto de injusticia e inequidad en la sociedad, a pesar del crecimiento económico que se ha mantenido estable durante 27 años. Según indica el INEI (2020), la economía peruana logró un crecimiento promedio anual de 4,8% durante los años 2010 a 2019, lo cual representa cifras positivas, que debido a la pandemia, no pudieron mantenerse estables. Sin embargo, estas cifras de crecimiento económico no son consistentes con la realidad social que se vivencia, pues el aumento continuo del PBI no se ha traducido en avances en términos de productividad, bienestar en la población y mayores oportunidades de desarrollo (Vera et al., 2016; Camayo, Vásquez & Zavaleta, 2017).

Cabe señalar que uno de los causantes de esta inconsistencia entre prosperidad económica y atención a problemáticas sociales se debe, entre otros factores, al ineficiente manejo de recursos por parte de las entidades estatales. Tal como menciona el Banco Mundial (2021), durante las últimas décadas, no ha sido posible una consolidación de las acciones de parte del Gobierno. La desconfianza de la población sobre sus gobernantes ha seguido creciendo, así como la segmentación y corrupción que vive el país.

Frente a ello, y con la presencia de una crisis sanitaria que agrava y complejiza los problemas sociales que existen, resulta evidente que se necesitan adoptar medidas que ayuden a la sociedad peruana a atender estos retos sociales, económicos y ambientales. Además, que permitan acortar las inequidades propias de las estructuras sociales desiguales y favorecer la cohesión entre la comunidad. Para la atención de los puntos antes mencionados, el desarrollo de emprendimientos sociales aparece como una alternativa viable (Farber et al., 2015).

Al hablar del emprendimiento social en el Perú, se encuentra que si bien esta nación posee una tradición emprendedora que data de años atrás (Nga et al., 2018), no hay claridad respecto al tipo de emprendimiento denominado como “emprendimiento social”, ni hay un manejo de este término incluso por quienes lo llevan a cabo. A pesar de ello, menciona Vera et al. (2016) que existe un interés creciente respecto al tema y un panorama favorable para el desarrollo de estos. Adicionalmente, Nga et al. (2018) menciona que han existido antecedentes de este tipo de iniciativas al registrarse figuras como la economía solidaria, el cooperativismo y las microfinanzas. Asimismo, es importante tener en cuenta que, en el ecosistema de emprendimiento social peruano, existen organismos que favorecen el desarrollo de los mismos (organizaciones no gubernamentales internacionales, inversoras);

sin embargo, también existen trabas que truncan la consolidación de los mismos, entre ellas, las políticas del Estado que se muestran como barreras para su crecimiento (Vera et al., 2016).

Al pasar a revisar investigaciones que ahonden en el estudio de la ética del cuidado en emprendedores sociales peruanos, se encuentra la realizada por Chávez (2019). Este estudio se realizó en el Cusco y tuvo como uno de sus objetivos analizar los casos de emprendimiento social femenino, a través de la ética del cuidado de Gilligan (Chávez, 2019). Se concluye de este que los emprendimientos sociales llevados a cabo representan para las emprendedoras un desarrollo tanto de ellas mismas y de sus proyectos personales, como una mejora en la comunidad en que se encuentran. Además, que, al llevar a cabo estos proyectos, tanto desde el inicio hasta la posterior aplicación de este, ellas mantienen dentro de sus premisas centrales la búsqueda del bien para sus beneficiarios y para la comunidad (Chávez, 2019).

En este sentido, con todo lo mencionado anteriormente, el objetivo de la presente investigación fue indagar sobre el posicionamiento ético del emprendedor social peruano, en relación con la propuesta teórica de la ética de cuidado desarrollada por Carol Gilligan, sobre cuidado y atención (1985). Para ello, se hará uso de un método de análisis temático (Braun y Clarke, 2006) que permite utilizar el marco teórico explorado para producir categorías temáticas a partir del discurso de los participantes del estudio.

Método

Participantes

En cuanto a los participantes, en la presente investigación se entrevistó a un total de 13 emprendedores sociales (9 hombres, 4 mujeres). Los datos más relevantes de ellos y sus emprendimientos se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1

Datos de los participantes

Seudónimo	Nivel socioeconómico	Edad (años)	Rubro del emprendimiento	Antigüedad del emprendimiento (años)
-----------	----------------------	-------------	--------------------------	--------------------------------------

Giuliana	Medio	29	Género y educación	3
Néstor	Medio alto	29	Educación y ciencia	4
Javier	Alto	28	Educación y consultoría	4
Fiorella	Medio bajo	18	Educación y tecnología	5
María	Alto	42	Trabajo	8
Pedro	Alto	38	Alimentos	3
Fany	Alto	40	Educación	5
Víctor	Alto	36	Moda sostenible	5
Francesco	Alto	40	Alimentos	3
Luis	Medio	55	Agricultura	10
Juan	Alto	32	Moda	8
Julian	Alto	53	Educación y ambiente	25
Carlos	Alto	36	Educación	9

Los criterios de selección usados fueron, por un lado, que las edades de los emprendedores sociales estén comprendidas entre los 18 y 60 años. Adicionalmente, que hayan sido iniciadores de un emprendimiento social en el Perú y que este tuviera una antigüedad mínima de 3 años. Este último criterio, debido a que, según el Global Entrepreneurship Monitor, los emprendimientos se consideran como establecidos, es decir, que cuentan con un grado de solidez suficiente en el mercado cuando ya han superado la etapa de despegue de los primeros 3 años (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda & Morales, 2018).

Se debe recalcar también que no se consideró como un criterio a analizar el nivel de impacto que cada emprendimiento tiene sobre la problemática social que se abarca, dado que cada uno de los emprendimientos analizados se encuentra en diferentes estadios y atravesando nuevos retos, debido a la crisis sanitaria. Es así que, en estas circunstancias, el aporte actual o impacto que pueden tener se encuentra sujeto a diferentes factores que no serán objeto de estudio en la presente investigación.

En este sentido, como se ha mencionado anteriormente, la antigüedad de los emprendimientos varía desde los 3 y los 25 años, siendo la media 7.1 años. Además, la cantidad de empleados que colaboran en el emprendimiento también cambia considerablemente en cada caso, siendo 3 el mínimo y 63 el máximo, con una media de 10.7. En el caso de los participantes, se reporta un nivel de estudios predominantemente superior y sus niveles socioeconómicos varían de entre medio bajo hasta alto. Finalmente, la cantidad de participantes considerados se decidió siguiendo el criterio de saturación al determinar que ya no se obtenía nueva información (Charmaz, 2006).

En cuanto a las consideraciones éticas, se hizo uso de un protocolo de consentimiento informado que detalla el objetivo de la investigación, así como la confidencialidad de los datos y el cuidado de la identidad del participante. Para ello, se procedió a cambiar los nombres de los participantes, así como todo dato que pudiera permitir su identificación. También se resaltó que la participación en el estudio era absolutamente voluntaria y que se podría finalizar con la entrevista, en caso que el participante no desee continuar. De igual forma, se pidió una autorización verbal para grabar en audio las entrevistas y realizar un posterior análisis detallado. Los consentimientos se explicaron a detalle oralmente antes de cada entrevista, con el fin de que los participantes resuelvan cualquier duda que pueda generarse. Al finalizar la entrevista, se les agradeció a los participantes por su colaboración y se les ofreció la posibilidad de agendar una posterior reunión para una devolución general de los resultados.

Técnicas de recolección de información

En cuanto a los instrumentos que se utilizaron, por un lado, se contó con una ficha sociodemográfica en la que se recogen los datos generales de los emprendedores, así como algunas características de sus emprendimientos (Apéndice B). Por otro lado, también se

hizo uso de una guía de entrevista semiestructurada construida especialmente para este estudio (Apéndice C). La construcción de la misma se realizó en base a la propuesta teórica de Carol Gilligan sobre ética del cuidado y la atención (1985). Asimismo, para asegurar la integridad de los resultados, se contó con un criterio de jueces, que supuso una revisión del instrumento por parte de tres expertos en el tema.

Sobre los temas que se contemplaron en esta guía de entrevista, en primer lugar, se buscó conocer cómo se encontraba el emprendedor en el contexto actual, que resulta particular, al estar en medio de una pandemia y una emergencia sanitaria producto del Covid-19. Una vez abordado este tema, se procedió a indagar sobre la motivación que lo llevó a emprender socialmente. En este tema se abordó brevemente la problemática social que se busca resolver para luego pasar a la segunda área, de relaciones interpersonales, en el cual se ahondó sobre las relaciones que el emprendedor social establece con los diferentes involucrados en el emprendimiento. Un tercer tema tocado estuvo relacionado al análisis de sí mismos, pues resultaba importante conocer su posicionamiento ético a la luz de la propuesta sobre ética del cuidado. Finalmente, a través de esta guía se buscó discutir y validar la pertinencia de la aplicación de la teoría propuesta sobre cuidado y atención en la población de emprendedores sociales peruanos, y en el caso propio del emprendedor.

Procedimiento

Respecto al procedimiento que se siguió, inicialmente se obtuvieron los datos de contacto de los participantes mediante referencias de expertos en el tema. Asimismo, el contacto inicial con los mismos se realizó mediante correo electrónico y a través de redes sociales (LinkedIn). En este primer mensaje se les explicó la finalidad de la investigación, así como en qué consistiría su participación. Una vez que accedieron a ser parte de la misma, se concertó una fecha y hora para llevar a cabo entrevista mediante llamadas telefónicas. En cada llamada telefónica, se procuró mantener los parámetros necesarios para establecer un encuadre adecuado por este medio de comunicación. De esta manera, se estableció una relación de respeto y cordialidad entre los participantes y la investigadora, que facilitó el rapport entre ellos. Asimismo, se explicó nuevamente los aspectos éticos relevantes de la investigación, haciendo uso del protocolo de consentimiento informado. Luego, se procedió a grabar la entrevista, en caso el participante accediera a dar su

consentimiento. También, se recaudaron los datos sociodemográficos de los participantes y de sus emprendimientos por medio de la ficha de datos sociodemográficos creada para esta investigación. Una vez llenados estos datos, se procedió a realizar las entrevistas.

Una vez concluidas las entrevistas, se procedió a transcribir textualmente la información obtenida, cuidando en todo momento que no se pierda la confidencialidad de los datos. Igualmente, se tomó en cuenta los datos obtenidos mediante las fichas de datos y, con toda esta información, se realizó un análisis temático en que se establecieron los resultados y se discutieron hallazgos. Todo ello dio lugar también a la elaboración de las conclusiones finales del estudio. Finalmente, se buscará realizar, del mismo modo, una devolución de los resultados obtenidos a todos los participantes del estudio.

Análisis de la información

La información proveniente de las entrevistas se analizó usando el método cualitativo de análisis temático (Braun & Clarke, 2006), que consiste en un proceso que involucra seis fases de análisis de la información obtenida en la aplicación de las entrevistas. La primera fase consiste en la familiarización con la información disponible a través de la transcripción de las entrevistas realizadas y una inmersión inicial. La segunda fase busca generar códigos iniciales que encapsulan significados relevantes mencionados por los participantes, de acuerdo al objetivo de la investigación. Luego, se pasaría a una tercera fase en la que se agrupan estos códigos en contenidos más grandes, conocidos como temas, que agrupan significados relevantes encontrados. En una cuarta fase, se vuelve sobre los temas elegidos y se establecen relaciones con el contenido teórico desarrollado en el marco del trabajo. Una quinta fase consiste en nombrar estos temas de una forma que recopile fielmente lo que recoge cada agrupación. Finalmente, en una sexta fase, se da la elaboración del reporte. Para ello, se hará uso de la revisión bibliográfica disponible desarrollada a lo largo del texto.

Resultados y discusión

El objetivo de la presente investigación fue indagar sobre el posicionamiento ético del emprendedor social peruano, en diálogo con la propuesta teórica de la ética de cuidado

desarrollada por Carol Gilligan, sobre cuidado y atención. En cuanto a los resultados obtenidos, a partir del análisis temático realizado, se han encontrado tres grandes temas. Estos se articulan y describen el proceso por el cual transcurre el emprendedor social desde sus inicios accionando sobre una problemática social hasta la búsqueda de replicar el impacto obtenido, a través de otros agentes a los que empodera e inspira.

En un primer tema, denominado *Reflexión social y toma de acción*, se explica cómo los emprendedores sociales (ES) se hacen conscientes de una realidad social desfavorecedora, deciden actuar sobre ella y se convierten en agentes creadores de valor social y medioambiental. En un segundo tema, denominado *Sinergias para el desarrollo*, se detalla la forma en que los ES buscan un bienestar general integrando las necesidades de todos los involucrados en el emprendimiento, y la forma en que se mantiene un trato de cuidado con los mismos, a través de la puesta en marcha del emprendimiento. Finalmente, el tercer tema denominado *Cuidadores que forman cuidadores* enfatiza sobre la visión de agencia que se tiene de los involucrados y la forma en que el ES inspira a otros a replicar este proceso, de forma que se genere un patrón circular que repita y expanda el cambio generado volviendo siempre sobre el objetivo de impactar en la sociedad desde dentro de las estructuras sociales.

Reflexión social y toma de acción

Este primer tema recoge el proceso por el que transcurren los ES al tomar conciencia de vivencias y experiencias que generan malestar sobre una población específica. Esto ocurre a través del contacto con una realidad social que es percibida como injusta, difícil y que afecta a un grupo de personas, comunidades y al ambiente. En esta sección podemos identificar este despertar de los ES a accionar frente a circunstancias sociales adversas. Ello tiene estrecha relación con su caracterización como sensibles y conscientes, respecto dinámicas sociales injustas identificadas (Mair & Noboa, 2006; Caballero; İrengün & Arikboğa, 2015; Nga et al., 2018).

Bueno, sabes, es que los internos no tienen acceso al trabajo, no tienen manera de ganar dinero, de generar ingresos, no tienen manera de ayudar a sus hijos, a sus familias que [...] y su esposa no puede trabajar porque tiene que cuidar a los niños y

ya es un círculo vicioso sin fin y la familia tampoco tiene dinero. (Juan, 32 años, Moda).

Así, al mismo tiempo que el emprendedor amplía su visión del problema, se involucra cada vez más en el entorno y despierta en ellos una motivación de intervenir en esta realidad, con el objetivo de generar un impacto positivo sobre la misma. Este accionar tendría a su base una interpelación a la acción que ciertos autores señalan como una angustia, compasión o preocupación personal que se basa en una visión empática del sentir con el otro, que lo impulsa a actuar tratando de aliviar el sufrimiento o las consecuencias negativas de la problemática identificada (Riedo, Kraiczy & Hack, 2019; Miller, Grimes, McMullen & Vogus, 2012). Con todo esto, el propósito común que muestran los ES sería el deseo de generar un impacto positivo en la sociedad, que mejore las condiciones actuales teñidas por injusticias y desventajas que afectan el pleno desarrollo de las personas y al ambiente mismo. Esto toma la forma inicial de iniciativas de diverso tipo, pero termina dando lugar a la creación de un modelo de operación social que les permite iniciar su impacto.

En ese periodo fue que hice un curso de la problemática de la deforestación y ya estando en campo, conociendo a la gente, viviendo la realidad, es que me empiezo a cuestionar: qué más se puede hacer con el caucho. Estando ahí conocí a esta comunidad y a Pedro que es un viejito de 89 años, y de esa manera me terminé comprometiendo para ver qué otras cosas hacer. (Víctor, 36 años, Moda sostenible).

De esta manera, retomando la teoría de ética del cuidado de Gilligan (1985), se podría mencionar que los ES actuarían preocupados por atender las necesidades que tienen las personas a su alrededor, ya sea en ámbitos distantes o cercanos, y que sentirían un deseo de apoyarlos como una interpelación propia. Asimismo, esto guardaría relación también con la propuesta de André y Pache (2014) que apunta a que los emprendedores sociales ejercen un rol de cuidado y atención propio y hacia los demás durante el proceso de emprender. En esta primera fase, desde el reconocimiento de la problemática, el emprendedor establece lazos que lo sensibilizan con la forma en que las personas vivencian estas situaciones.

Sí claro, a ver, lo que nos mueve a nosotras es, y al principio no inició así, pero cuando vimos que podíamos tomar acción sobre algo que estaba pasando lo

hicimos. No lo hicimos porque quisiéramos ganar algo, lo hicimos porque pensábamos que nuestro aporte podría ser valioso para mejorar la vida de otras personas, y no necesariamente con la gente que se relaciona directamente con nosotras porque lo que hacíamos era como un beneficio por escalas. Entonces no necesariamente lo hacemos para beneficiarnos sino porque nos interesa la vida de los demás. (María, 42 años, Empleabilidad).

Posicionamiento Responsable

Ahora bien, es importante notar la mirada desde la cual los ES se posicionan para generar un impacto social. Al respecto, ellos manifiestan valorar el cuidado y atención propio como un requisito necesario para accionar e impactar sobre la vida de otras personas. De esta manera, son conscientes de que sus acciones tendrán una repercusión cada vez mayor y mejorada, mientras más puedan trabajar en sí mismos.

De esta forma, se crea un camino de autorreflexión, a través del emprendimiento, en el que los ES ponen en valor el estar bien, ya que les permite seguir ayudando cada vez más y mejor a los demás. En este equilibrio de prioridades (cuidarse a sí y a los demás por igual), se reconoce, tal como señala Gilligan, que los ES se encuentran en un estadio de desarrollo ético de “responsabilidad” que implica que los mismos mantienen un equilibrio que les resulta satisfactorio y adecuado del cuidado propio y hacia los demás, y lo valoran por igual, sin descuidar ambos roles (1985).

O sea, tampoco pienso que debemos inventar la pólvora o ser la Madre Teresa de Calcuta, super sacrificada. No creo en eso la verdad, creo que cada quien desde su área y desde su autocuidado da lo que puede dar. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

Asimismo, los ES reportan seguir prácticas de cuidado que les permitan mantener un balance personal que les sea útil para aproximarse de mejor manera al cuidado de los demás. De esta forma, se evidencia que la búsqueda de un bienestar propio también se encuentra guiada por un sentido de mejor cuidado hacia los demás. Es así que los ES muestran una constante reflexión sobre sí mismos y sobre la incidencia que tienen sobre los demás.

Creo que están muy conectados, pero realmente no creo que nadie pueda cuidar del otro sino cuida de sí mismo. Si una persona no tiene límites claros, no va a poder poner límites a otra persona. Si una persona es muy dura consigo misma, va a ser dura con los demás también. Entonces creo que empieza por uno, si uno no cuida de uno mismo, va a cuidar de repente un poquito del otro, pero no va a ser tan potente... Sí, cómo vas a promover alegría si tú no estás alegre. Cómo vas a promover tranquilidad, si tú no estás tranquilo. Cómo vas a promover conciencia si tú no eres una persona consciente. Si podrías impactar 10/10 creo que impactarías a 5 o a 6, pero no totalmente. (Carlos, 36 años, Educación).

Esta noción de responsabilidad permite que los ES reconozcan su rol dentro del circuito de funcionamiento del mundo que los involucra, y en el cual sus acciones tienen impacto en la vida de otros. Por ello, se muestran cuidadosos con sus acciones reconociendo el alcance de estas y su impacto sobre la vida de los involucrados en el emprendimiento social. Esta consciencia de los ES les permite también cuestionar la forma en que se relacionan con los demás y mejorar cada vez más su trato, estableciendo relaciones horizontales que benefician finalmente a todos, como se ve en la siguiente temática.

Sinergias para el desarrollo

Un aspecto clave que se desarrolla en esta segunda narrativa, y a la vez ayuda a entender el accionar de los ES, es reconocer que actúan motivados por conseguir un bienestar general, en comunidad. Logran ello sopesando las necesidades de todos los involucrados y las propias, de modo que logren atenderse ambas. Además, buscan otorgarle un rol central a su aporte, pues solo con un trabajo en conjunto se logrará la meta trazada.

En este sentido, los ES entrevistados reportan una lógica de balance entre los intereses económicos y los de la población, en la cual, se integra el cuidado del otro como un aspecto fundamental que no puede ser dejado de lado incluso si hay riesgo de pérdidas a nivel económico de por medio. Esto tendría coherencia con lo señalado por estudios antes realizados en los que se encuentra que los ES tienen como elemento diferencial el salir del molde del perfil del *homo-economicus* que caracteriza a otros empresarios que crean empresa con fines puramente económicos y de beneficio propio (Manzano-Arrondo, 2016).

Por ejemplo, en el caso de mi empresa, la responsabilidad para nosotros es estar super super seguros que el producto que proveemos es seguro. Tenemos que tomar pruebas constantes para saber si está bien. Nos ha tocado tomar la decisión de no poner la máquina en ciertos lugares. Eso se podría, por ejemplo, *bypasear*, si el gerente comercial dijera “qué rayos, no le importa a nadie, vamos”. Pero nos preocupa en realidad la salud de los clientes y eso es para nosotros un punto de decisión para varias cosas. Desde que pones o no pones un filtro en el momento correcto; por ejemplo, te podrías ahorrar 200 dólares si lo haces mal. Pero, no pues. La razón de ser es cuidar a la gente. No podemos hacer eso. (Francesco, 40 años, Alimentos).

De esta manera, se muestra una preocupación genuina de los ES por los involucrados, ya que van más allá del modelo de negocio planteado y ofrecen tanto facilidades como acompañamiento constante a sus involucrados. Por tanto, se podría mencionar que la propuesta teórica del cuidado se hace evidente en la medida en que existe un énfasis en la satisfacción de necesidades del beneficiado, que no se limita a un cumplimiento de las actividades previstas, sino que sigue una lógica situada en el contexto (Kohen, 2005). Esto les permite evaluar las variables propias de cada situación para establecer propuestas más centradas en el bienestar de cada persona.

Por ejemplo, a algunos chicos se les da un horario especial, que ningún otro lugar podría dar. Incluso trabajaban en remoto desde antes. Algunos querían optar por carreras universitarias, en universidades públicas. Entonces les dábamos periodos de gracia, como permisos pagados porque sabíamos que estaban cumpliendo sus sueños de entrar a una universidad. Les dábamos semanas completas también porque algunos querían ir a universidades en provincia. Otros querían quedarse a trabajar con nosotros y quieren seguir avanzando. Tenemos tal nivel de confianza que sabemos que vale el esfuerzo que podamos hacer de subvencionar su educación, que no necesariamente aporta a la empresa, pero sí suma a su formación propia y como somos una familia, los entendemos. (Javier, 28 años, Educación y consultoría).

En consonancia con lo antes expresado, se puede evidenciar que existe un trato cercano, de constante apoyo, y sobre todo horizontal, entre los ES y los involucrados. Esto

tiene que ver con lo encontrado por Vera et al. (2019), pues se indica que los ES mantienen relaciones horizontales y de cuidado del otro en sus acciones, y que existe una constante búsqueda de un balance que beneficie a los involucrados y al entorno.

Con los docentes es una relación de servicio, o sea, para mí son mis clientes y tratamos de entender cuáles son sus necesidades y cómo los podemos apoyar mejor. Pero tratamos de apoyarlos, o sea, darles herramientas para que se puedan desempeñar mejor. Pero, a pesar de que los vea como mis clientes, es una relación de igual a igual, bastante horizontal. Yo siento que soy un proveedor a su servicio. Y bueno colaboramos, diseñamos juntos los proyectos, ideamos las soluciones. Entonces ahí hay un trabajo colaborativo también. (Fany, 40 años, Educación y Agua).

De esta forma, resulta necesario que, al emprender socialmente, se generen sinergias y aprendizajes bidireccionales entre los ES y los beneficiarios, que les permiten enriquecer sus conocimientos y mejorar su accionar. Es así que se reconoce a los involucrados como agentes cuyo papel tiene igual importancia. En esta lógica, los ES se posicionan como parte de un grupo social más grande (una familia, una comunidad) que los agrupa a todos y cuya importancia es mayor que él mismo. Esta idea guarda estrecha relación con lo que Liévano y Londoño (2013) denominarían como un pensamiento sistémico, una forma de pensamiento caracterizada por considerar que las relaciones o interacciones de los elementos de un conjunto son más importantes que la individualidad. Es así que los ES son capaces de pensar en un avance conjunto que integra a quienes se encuentran a su alrededor, porque la importancia estaría puesta en el grupo y no solo en su rol como ES.

Yo creo que un emprendedor social piensa en la comunidad primero antes que en él... Como individuos no somos tan importantes, sino que el grupo es lo importante. O sea, que tú haces esto por todos, cuando nosotros hablamos lo hacemos por todos. O sea, no puedes pensar en ti para hacer esto porque te corta las alas. Pero el grupo es lo importante y con eso vas a llegar lejos porque tienes esa gasolina. La gasolina es la del grupo: eso te da la gasolina. Tus socios, tus trabajadores, el ambiente, todo el mundo: no eres tú son todos. Puedes tener mil trabajadores, puedes tener 20 socios, puedes tener un millón de usuarios. Pero son ellos, no eres tú. Si tú te pones

a pensar en ti y no pensar en las demás personas, vas a pensar en hacer plata y vas a perder. (Pedro, 38 años, Alimentos).

En este sentido, para que este avance se pueda dar en conjunto, deben ser tomados en consideración por igual los beneficiarios, proveedores, equipo y todos los actores que integren el circuito del emprendimiento social. Esto ocurriría desde el inicio, pasando por la implementación y desarrollo del emprendimiento, hasta generar mejoras y seguir desarrollando la solución conjuntamente. Esta idea también es desarrollada por André y Pache (2014), ya que menciona que, se toma en cuenta en todo momento las necesidades de la población afectada también como una forma de cuidado.

Adicionalmente, cobra sentido con la propuesta de Coronado, Hernández y Pitre (2018) que apuntan que es necesaria una colaboración activa y equitativa para que el emprendimiento social se constituya como tal. En base a ello, se encuentra que las alternativas implementadas por los ES consideran la visión de quienes están involucrados en la problemática, haciéndolos parte de todo el proceso de la solución, para crear una alternativa de utilidad para los beneficiados. En este punto, también se evidencia una lógica de cooperación que sería la fuerza motriz que sostiene la ética de cuidado (Kohen, 2005), pues es en base a ella que las acciones se motorizan.

Nosotros nunca hemos tratado de imponer algo, siempre hemos sido transparentes como empresa. Entonces si queríamos probar algo, lo llevábamos, por ejemplo, a los niños. Bueno, los niños son mucho más abiertos. Llevas el taller y si les interesa lo llevan, si no, pues juegan y lo dejan así nomás. Con los papás, cuando propusimos para elaborar los proyectos, ellos son los creativos y con experiencia y los que quieren aprender. Entonces con el proceso igual van aprendiendo y lo aceptan. Nunca nos ha pasado que les hemos impuesto algo... (Néstor, 29 años, Educación y ciencia).

Otro aspecto importante de los ES, que se relaciona con la búsqueda de un bienestar general, es el razonamiento centrado en el otro que se evidencia frente a circunstancias difíciles de resolver en términos éticos. En estos casos, se muestra una reflexión que busca el bienestar del otro, incluso sobre normas o leyes establecidas. Al respecto, la propuesta de Gilligan (1985) menciona que, en el estadio más alto del razonamiento ético del cuidado, la persona es capaz de aplicar una ética contextualizada y centrada en la relación que se

establecen con las personas; es decir, una forma de razonamiento más amplia, con parámetros ajustables, pero que siempre priorizan el bienestar de un grupo social.

De todas maneras, en relación a decisiones éticas o no éticas, sí me queda claro que la ética no necesariamente está ligada a las leyes. ¿Por qué? Porque las leyes siempre cambian, por ejemplo, en Estados Unidos hace años era normal que se tuviesen esclavos. Era normal y era una ley. Conforme va pasando el tiempo, uno evoluciona con el pensamiento y te vas dando cuenta de que le haces daño a esa persona porque no tiene el derecho a realizar otra acción. Entonces yo creo que, aunque todavía no se ha presentado una situación así, si hubiese alguna ley o algún tema que no le hace bien a alguien, no tendría que cumplirlo. Por el ejemplo que te doy, por más que me digan que es un tema legal, si le va a hacer daño a alguien, no puedo hacerlo (Víctor, 36 años, Moda sostenible).

De igual manera, frente a problemáticas que involucran a sus beneficiarios, los ES razonan usando una “lógica de red”, que caracteriza la ética del cuidado. Tal como menciona Kohan (2005), esta pone foco en las responsabilidades de cada persona, en lugar de en los derechos u obligaciones, que tendría a cumplir. Ello se expresa en que los ES se preocupan por la conservación y cuidado de las relaciones interpersonales que mantienen con los involucrados, más que solo por otras variables como las económicas o contractuales.

[Al hablar de una persona del equipo] Teníamos un trato y yo le estaba fallando, a pesar de que le había avisado con anticipación. No sé, en ese momento sentía que estaba fallando yo, no solo a nivel económico, sino como mujer a mujer. Por no cumplir mi palabra y no pensar en qué iba a hacer ella cuando saliera de nuestra organización, cómo iba a estar. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

[Al hablar de las beneficiarias] Además, todo el programa se caería porque así formamos el vínculo de confianza con las chicas que llevan el programa y no se puede cortar de raíz. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

Esta forma de pensamiento sería posible gracias al tipo de relación empática y de comprensión que los ES establecen con sus involucrados, que se ha discutido antes, y que los invita a ponerse en el lugar del otro. Lo mismo, los lleva a preguntarse de forma constante qué es lo que ellos necesitan y valoran. En este sentido, ello cobra relevancia en

un contexto como el actual, en el que se lleva a cabo esta investigación. Siendo esta una situación excepcional caracterizada por la presencia de una pandemia causada por el virus del Covid-19, se reconocen diversas problemáticas que surgen y aquejan a la población. El confinamiento decretado a nivel mundial y especialmente en nuestro país cambia las condiciones en que la población vive, generando dificultades como la falta de abastecimiento de bienes para la subsistencia y la disminución de ingresos de la población, en general.

Frente a esta difícil situación, los ES ajustan sus acciones y redirigen sus esfuerzos a atender situaciones particularmente difíciles para los demás. Es así que se reactualiza el proceso inicial, antes descrito, de reconocimiento de problemáticas sociales y paso a la acción, que constituye la primera fase de la ruta de emprendimiento social. Es por ello que las propuestas planteadas se reajustan, adaptan o reconfiguran con el fin de atender nuevas necesidades que surgen para estas personas.

Como emprendedora me he sentido muy angustiada, porque el grupo que depende directamente de nosotras, que es una de las responsabilidades que tengo; y el otro grupo más grande que también son una responsabilidad grande, de trabajadoras que son cuidadoras del hogar. En ambos es un poco frustrante sentir que no les puedes ayudar porque son grupos que ahorita están pasando por necesidades, que necesitan ingresos y realmente no tenemos cómo ayudarlas. Esa es una de las cosas más fuertes; lo otro es la preocupación de ver qué haces, pero de la preocupación tienes que pasar a la acción. (María, 42 años, Empleabilidad).

Es así que se reactualiza esta lógica de reflexión social, reconocimiento de problemáticas y nuevamente se busca accionar para contribuir a cubrir estas necesidades encontradas en la población beneficiaria. Sin embargo, a modo de reflexión, los ES reconocen que, incluso en situaciones difíciles, como la actual, su papel y el de los involucrados siguen siendo igualmente importantes, pues se cree firmemente que solamente trabajando en conjunto y generando sinergias se podrá salir adelante.

Pero, por ahora, lo que ha hecho es juntarnos más, no. Ya que había alguna diferencia, o algo, más que todo estamos, bueno, la tenemos clara y la única manera de superar esta pandemia es estando en conjunto. (Luis, 55 años, Agricultura).

A modo de conclusión, en este tema se ha podido contemplar que los ES muestra un pensamiento que considera a los demás y al impacto de sus acciones en el mundo. Esto se expresaría a través de la ética del cuidado dando lugar a la consideración del mundo como una red de constante interacción, en la que los sujetos se encuentran conectados interdependientemente (Kohen, 2005) y tendría sentido con lo que otro estudio denomina “conciencia sistémica” que permitiría a los ES reconocer cómo las acciones que llevan a cabo y las relaciones que generan repercuten en la vida de los demás y en el mundo mismo (Vera et al., 2019).

Cuidadores formando cuidadores

Esta última temática, siguiendo la línea del impacto positivo que los ES buscan, se aborda la forma en que estos empoderan a cada una de las personas beneficiadas con el objetivo de que puedan ser, a su vez, responsables de direccionar su vida de una manera en que puedan ser felices y exitosas.

En principio, es importante recordar que, desde la lógica del cuidado, los ES son responsables en la medida en que son capaces de atender, de una forma equilibrada, a sus necesidades y las de sus beneficiarios. De esta forma, dicho en palabras simples, son capaces de cuidar de sí mismos y generar un impacto positivo en el entorno que lo rodea. Consecuentemente, es esta la mirada que buscan inculcar a través de su ejemplo.

Para comprender cómo funciona esta dinámica, en primer lugar, es necesario aclarar que los ES se caracterizan por mantener una visión positiva y esperanzadora del otro, en tanto reconocen su potencial y agencia para generar cambios. Si bien esta visión puede ser diferente en los inicios del emprendimiento, con el tiempo evoluciona para darle paso a una visión de confianza en la capacidad de las personas. Ello guarda relación con la idea expresada por Mair y Mart (2006) sobre lo que denominan el capital social relacional, que consiste en la capacidad de los ES de establecer relaciones de confianza, el respeto y amabilidad con otras personas. Se evidencia, de igual forma, que ello es importante, ya que repercute de forma positiva en los objetivos del emprendimiento, al propiciar un mayor involucramiento de los beneficiarios.

Entonces por eso yo sí creo y creo mucho en la capacidad de la gente que tenemos a nuestro alrededor, y que es cuestión de darle las herramientas y el contexto para que

pueda desarrollar grandes cosas. Hay muchas cosas que mejorar, pero imagínate cómo no voy a pensar que podemos lograr grandes cosas. (Víctor, 36 años, Moda sostenible).

Asimismo, hay un reconocimiento y respeto por la autonomía de pensamiento de cada persona, por lo que valoran y reconocen los diversos caminos que pueda tomar cada persona para lograr sentirse realizado y hacer realidad sus sueños.

Lo que queremos es empoderarlas, y que quien decida, en realidad, lo que quieren o no quieren hacer sean ellas, pero que no sea por falta de opciones. Entonces, todo lo que quieras hacer está bien, pero primero mira todos los caminos que hay. Entonces queremos darles la oportunidad de decidir, todas las opciones son válidas, pero que sepan. (María, 42 años, Empleabilidad).

Es así que los ES apuestan por impactar en la mentalidad de las personas involucradas, con el fin de obtener un cambio que se sostenga con el tiempo, y pueda replicarse a través de estos terceros, que serán formados mediante el fortalecimiento de su agencia. Así se espera que los involucrados tomen acciones en beneficio de su comunidad y de la sociedad. De esta manera, se apuesta por un cambio más profundo y sostenido, desde las propias estructuras sociales (Ács et al., 2013). Así, el énfasis está en la transformación personal, de comportamiento o pensamiento, más que en la entrega de bienes sin más.

Entonces es lo mismo que darle una canasta a alguien. Ahorita en el tema de la cuarentena está super bien que le podamos dar algo a alguien, pero si nos acostumbramos y acostumbramos a esas personas a dar y recibir, entonces no estamos creando el impacto que podrías generar creando actores de cambio. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

De esta forma, se les invita, a través de su ejemplo, a generar un cambio en sus vidas y las de los demás, siguiendo una lógica de responsabilidad que equilibre ambos ámbitos. Siguiendo esta idea, los ES serían quienes brindan inspiración a aquellos que se encuentran en contacto con ellos y con su emprendimiento. Esto se relaciona también con lo encontrado por un estudio en que los ES se posicionan como líderes que inspiran a sus beneficiarios y la población, en general, a seguir su ejemplo y ser capaces de transformar la realidad con sus propias acciones (Vera et al., 2019).

Entonces creo que el vínculo debe ser como ser un maestro y una inspiración, de saber que pueden contar con alguien, y de instalar en la persona la suficiente autoestima para que diga “yo puedo hacer mis cosas”. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

De esta forma, el cambio de una persona impacta sobre otra y se forma sucesivamente un impacto cada vez más grande. Lo cual es concordante con la visión propuesta de Gilligan (1985) que guió esta investigación, pues se reconoce la mutua incidencia de una persona sobre otra, generando redes de impacto, en las que las acciones de cada quien tienen un eco sobre la vida de las personas en su entorno, y, consecuentemente, sobre el mundo mismo.

Empieza por transformar la vida de las personas y generar semillas para que este movimiento empiece a ser más fuerte y se expanda. (Carlos, 36 años, Educación).

En ese tema, por ejemplo, esa persona puede llevar ese conocimiento a más personas, de repente a su familia o lo cuenta en clases, al profesor y, poco a poco, esa semillita que lleva esa persona crea más semillitas, según lo que vea esa persona, las vivencias que vaya teniendo puede ir germinando. (Giuliana, 29 años, Género y educación).

Lo explicado abre el panorama a que la teoría de Gilligan puede complejizarse para describir lo encontrado, pues se reconoce un proceso que funciona de forma circular, por el cual se replica esta influencia iniciada por el ES, a través de nuevos agentes de cambio que actúan impactando en otras vidas, tal como quien inició este primer cambio. Esto permite, a su vez, un cambio desde dentro de las estructuras sociales, a través de quienes padecen las problemáticas identificadas, que constituye el principal objetivo perseguido por los ES (Farber et al., 2015).

Conclusiones

De acuerdo con el objetivo de esta investigación, que fue indagar el posicionamiento ético de los emprendedores sociales peruanos, en relación a la propuesta de ética de cuidado, se concluye lo siguiente. Los emprendedores sociales peruanos muestran un razonamiento ético particular, que les permite reconocer situaciones de injusticia social y actuar sobre ella buscando siempre un equilibrio entre los intereses de

todos los involucrados. Esto cobra sentido, desde el marco de la ética del cuidado, pues ejercen un rol de cuidado y atención de los demás que se equilibra con el propio, y a través del cual se generan sinergias para realizar cada vez un mayor social positivo. Finalmente, se busca que este cambio surja desde las estructuras mismas de la sociedad, pues se alienta e inspira a quienes son afectados por la problemática a actuar sobre su realidad ejerciendo su propia agencia.

Haciendo referencia al contexto actual, debe mencionarse que, tanto nuestro país como el mundo, se encuentran marcados por injusticias sociales que afectan a cierta parte de la población. Además, existe una afectación del medio ambiente a raíz de prácticas empresariales poco responsables y un estilo de vida que no prioriza su cuidado. Es así que, como un ejemplo de lo antes mencionado, el escenario en el que se lleva a cabo la presente investigación se enmarca en un contexto de pandemia por la presencia del virus covid-19 que ha dado lugar a una situación de cuarentena obligatoria en numerosos países, entre ellos, el nuestro.

Este contexto presenta particularidades a tomar en cuenta. Entre ellas, siendo este un contexto que afecta social y económicamente a la población, ha resultado particularmente difícil conseguir que los participantes accedan a brindar una entrevista. Asimismo, las entrevistas tuvieron que realizarse de modo telefónico para hacer posible su realización. Esto podría considerarse un limitante, debido a que, al realizarse por este medio, se perdieron los matices propios de una entrevista presencial. No obstante, esta situación también constituye una oportunidad para reflexionar sobre el tema investigado y explorar, a través del testimonio de los entrevistados, sobre la consistencia e integridad de las teorías que indagan sobre posicionamiento ético de los emprendedores sociales peruanos.

En cuanto a las consecuencias prácticas que derivan de esta investigación, por un lado, se considera que sería de utilidad generar espacios de reflexión para aquellos que lideran grandes organizaciones con impacto en el mundo. Esto con el objetivo de que puedan sensibilizarse y adoptar esta nueva lógica de pensamiento, considerando las necesidades de los demás y el impacto de sus prácticas sobre el medioambiente.

Por otro lado, sería importante inculcar esta lógica de cuidado y atención también desde espacios educativos, a través del impulso de una ciudadanía “cuidadora”. De esta

forma, se podría alentar a las siguientes generaciones a accionar con un razonamiento en el que busquen un impacto positivo en favor del bienestar social y medioambiental, en lugar de guiarse por una lógica de desarrollo individualista, centrada en el sí mismo.

Asimismo, a nivel teórico, los hallazgos del presente estudio abren la oportunidad a complejizar la teoría de Gilligan, considerando la posibilidad de que se produzca un patrón circular que permite que quienes son responsables consigo mismos y con los demás puedan a su vez inspirar a su entorno a llegar a un nivel de ética del cuidado superior. Esto se produciría dado que los emprendedores sociales, a pesar de este contexto, demuestran un razonamiento y accionar involucrando a quienes se encuentran en su entorno, y buscando que ellos sean concientizados sobre su papel en el cambio social. De este modo, estos últimos se convierten en agentes sociales que dan inicio nuevamente a este ciclo por el cual se actúa en favor de quienes los rodean y de la sociedad. Este proceso se encuentra graficado a continuación en la Figura 1 que ilustra la formación de un círculo virtuoso a través de los tres temas desarrollados en el presente trabajo.



Figura 1. Propuesta de proceso circular de la ética del cuidado.

Referencias

- Ács, Z., Boardman, M. & McNeely, C. (2013). The social value of productive entrepreneurship. *Small Business Economics*, 40 (3), 785-796.
- Ács, Z., Szerb, L & Autio, E. (2015). The Global Entrepreneurship and Development Index 2014. The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, D.C., USA.
- Ács, Z., Szerb, L., Lafuente, E. & Lloyd, A. (2018). The Global Entrepreneurship Index 2018. The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, D.C., USA.
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2018). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *The International Journal of Management Education*. 10.1016/j.ijme.2018.11.003
- Alvarado, A. (2004). La ética del cuidado. *Aquichan*, 4(1), 30-39.
- Antonio, T., Lanawatib, S., Wirianac, T. & Christina, L. (2014). Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 251 – 257.
- Banco Mundial (2021). *Repensar el futuro del Perú. Notas de política para transformar al Estado en un gestor del bienestar y el desarrollo*. Oficina de Lima, Perú: Grupo Banco Mundial.
- Baum, J. & Frese, M. (2007). Entrepreneurship as an area of psychological study: An introduction. *The Psychology of Entrepreneurship*, 1-18.
- Brandstätter, H. (2010). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta analyses. *Personality and Individual Differences*. 10.1016/j.paid.2010.07.007
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Caballero, S., Fuchs, R. M., Prialé, M. A. & Nga, J. K. H. (2014). The influence of the Big 5 personality traits on the social enterprise start-up intentions: A Peruvian case. *Taylor's Business Review*, 4(1).

- Camayo, W., Vásquez, C. & Zavaleta, L. (2017). Análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/621422>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Chávez, M. (2019). *Emprendimiento social femenino y su incidencia en el desarrollo social de la provincia de Cusco en los años 2013 - 2016* (tesis de maestría). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Lima.
- Chell, E., Spence, L., Perrini, F. & Harris, J. (2016). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical? *Journal of Business Ethics*, 133(14), 619-625. doi.org/10.1007/s10551-014-2439-6
- Coronado, A., Hernández, H. & Pitre, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos Ciencia y Tecnología*, 2(10).
- Dey, P. & Steyaert, C. (2014). *Journal of Business Ethics*, 133(4), 627-641. doi.org/10.1007/s10551-014-2450-y
- Dhaliwal, A. (2016). Role of Entrepreneurship In Economic Development. *International Journal of scientific research and management (IJSRM)*, 4(6), 4262-4269.
- Faerma, R. (2015). Ética del cuidado: Una mirada diferente en el debate moral. *Revista de Teoría del Derecho de la Universidad de Palermo*, 2(1), 123-146.
- Farber, V., Caballero, S., Priaré, M. & Fuchs, R. M. (2015). Social Enterprises in Lima: Notions and Operating Models. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 1(1), 56-78.
- Fitz-Gibbon, A. (2018). CHAPTER 3: The Ethics of Care and Violence. *In Value Inquiry Book Series*, 324, 37-47.
- Frese, M. (2009). Toward a Psychology of Entrepreneurship - An Action Theory Perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437-496.
- Frese, M. & Gielnik, M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413-38.
- Gilligan, C. (1985). *La moral y la teoría. Psicología del desarrollo femenino*, México DF, México: Fondo de cultura económica.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). *Panorama de la Economía Peruana 1950-2019*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1726/Libro.pdf
- Irengün, O. & Arikboğa, S. (2015). The Effect of Personality Traits on Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195.
- Kapur (2018). The Importance of Entrepreneurship in India.
https://www.researchgate.net/publication/323825716_The_Importance_of_Entrepreneurship_in_India
- Kohen, B. (2005). Ciudadanía y ética del cuidado. *Revista Word*, 11.
<http://www.ward.edu.ar/files/default/pdf/netward11/modulo-12.pdf>
- Liévano Martínez, F., & Enrique Londoño, J. (2013). El pensamiento sistémico como herramienta metodológica para la resolución de problemas. *Revista Soluciones De Postgrado*, 4(8), 43-65. <https://revistas.eia.edu.co/index.php/SDP/article/view/354>
- Macke, J., Rubim, J., Domeneghini, J. & Da Silva, K. (2018). Where do we go from now? *Research framework for social entrepreneurship Journal of Cleaner Production*, 183, 677- 685.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Manzano-Arrondo, V. (2016). Un psicópata llamado Homo Economicus. *Análisis Económico*, 31(77), 7-26.
- Mier, A. (2012). *El emprendimiento social: un camino hacia el desarrollo humano sostenible*. (Tesis de maestría). Universidad de Cantabria: España.
- Nga, J. & Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 259-282.
- Nga, J., Prialé, M. A., Darmohraj, A., Moschetti, M., Fuchs, R. M. & Sáenz, M. (2018). Personality traits and social entrepreneurship dimensions in Peru and Argentina. *Compendium*, 5(11), 120 - 143.

- Pareja (2013). El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías. *Servicios Sociales y Política Social*, 15(102). doi: 11-22. ISSN: 1130-7633
- Patiño, O., Cruz, E. & Gómez, M. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales: El caso del Premio ELI de la Universidad EAN. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (81), 75-90.
- Pérez, J., Jiménez, S. & Gómez, O. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica práctica. *Dominio de las Ciencias*, 3(1), 3-18.
- Riedo, V., Kraiczy, N. & Hack, A. (2019). Applying Person-Environment Fit Theory to Identify Personality Differences between Prospective Social and Commercial Entrepreneurs: An Explorative Study. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 989–1007.
- Santos, Francisco J., & Barroso, María de la O., & Guzmán, Carmen (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, (35).
- Yusuf, N. & Albanawi, Y. (2016). The Role of Entrepreneurship in Economic Development in Saudi Arabia. *Business and Economics Journal*, 7(1).
- Vera, A., Prialé, M., Espinoza, A. & Ninahuanca, E. (2019). Narrativas de sostenibilidad en emprendedores sociales de Lima Metropolitana. *Summa Psicológica UST*, 16 (2), 88-97.
- Vera, A., Prialé, M., Espinoza, A. & Ninahuanca, E. (2020). Modelando una propuesta conceptual para analizar características psicosociales de emprendedores sociales peruanos. *Liberabit*, 26(1).
- Vera, A., Prialé, M., Fuchs, R., Espinosa, A., Seminario, M. & Ninahuanca, E. (2016). Hacia una comprensión del ecosistema emprendedor social peruano: contexto y características del emprendimiento social en Lima. *Ciências Sociais Unisinos*, 3(52), 343-353.

Apéndices

Apéndice A: Consentimiento Informado

La presente investigación está siendo desarrollada por Jasmin Rios, estudiante de la carrera de psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, como parte del curso de Seminario de Tesis a cargo de la docente Ángela Vera. La presente entrevista tiene como objetivo indagar sobre el posicionamiento ético del emprendedor social peruano, en relación con la propuesta teórica de la ética del cuidado. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá brindar una entrevista con una duración aproximada de 1 hora y media. La información obtenida será utilizada exclusivamente con fines de aprendizaje y manteniendo la total confidencialidad sobre la identidad del participante.

La participación en este estudio es totalmente voluntaria, por lo que el participante podrá retirarse del estudio en el momento que lo considere pertinente. Si tiene alguna duda sobre este proceso, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación. Asimismo, si no desea responder alguna de las preguntas durante la entrevista, tiene usted el derecho de abstenerse de responder y hacérselo saber a la investigadora. Luego de culminado el proceso de investigación, se agendará una reunión posterior de devolución de los resultados generales hallados.

Para información adicional, puede usted dirigirse a la investigadora, Jasmin Rios, al correo jasmin.rios@pucp.pe, o a la profesora del curso, Angela Vera, al correo averar@pucp.edu.pe.

Desde ya le agradecemos su participación.

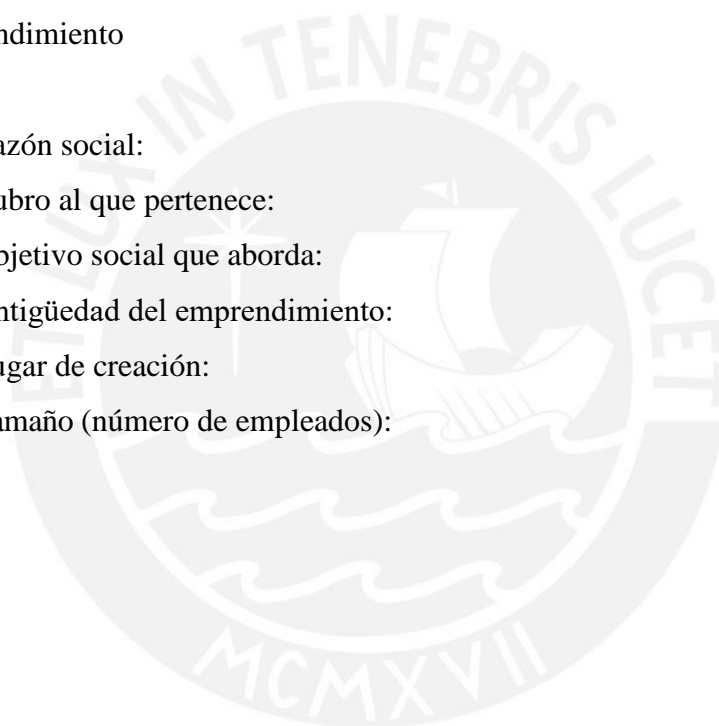
Apéndice B: Ficha de datos

Datos del Emprendedor

- Nombre completo:
- Edad:
- Lugar de residencia:
- Grado de instrucción:
- Nivel socioeconómico autopercebido:

Datos del Emprendimiento

- Razón social:
- Rubro al que pertenece:
- Objetivo social que aborda:
- Antigüedad del emprendimiento:
- Lugar de creación:
- Tamaño (número de empleados):



Apéndice C: Guía de Entrevista

1. ¿Cómo se encuentra en esta coyuntura del COVID- 19?
 - a. ¿Cómo lo ha hecho sentir esta situación?
 - b. ¿Qué preocupaciones tiene en este momento?
2. ¿Cuál es el estado de su emprendimiento actualmente?
3. ¿Cuál es su rol dentro de este emprendimiento?
4. ¿Cómo fue que decidió crear este emprendimiento?
 - a. ¿Cuál es el fin que busca lograr con su emprendimiento? ¿Cuál es la problemática o problemáticas sociales aborda su emprendimiento?
 - b. ¿A quiénes afecta esta problemática?
5. ¿Cuál es el modelo de operación de su emprendimiento?
 - a. ¿De qué forma genera valor social?
6. ¿Quiénes son los individuos y grupos de interés que están involucrados en este emprendimiento (y participan o son afectados tanto a nivel interno como externo de la organización)? (En términos de personas, grupos, comunidades y proveedores, clientes, beneficiarios, colaboradores)
7. ¿Cómo es su relación con los grupos de interés antes mencionados?
 - a. ¿Cómo describiría la relación con sus socios? ¿Cómo describiría la relación con sus colaboradores? ¿Cómo es su relación con sus beneficiarios?
8. ¿Qué tipo de cambios creería que ha habido en las relaciones antes descritas, debido a este nuevo contexto, con la presencia del covid19?
9. ¿Considera que las acciones que realiza y las decisiones que toma en el emprendimiento tienen repercusión en la vida de estos grupos de interés?
 - a. ¿De qué forma?
10. ¿Podría mencionar alguna situación en la que haya habido un desencuentro u oposición entre sus necesidades propias y las de los grupos de interés involucrados en este emprendimiento?
 - a. ¿Qué criterios tomó en cuenta para resolver esta situación?
11. Ya que se ha abordado el tema de su emprendimiento y los involucrados, es importante saber también sobre usted, como iniciador del mismo. ¿Cómo se definiría a sí mismo? El emprendimiento habla del emprendedor

- a. ¿Qué es esencial en usted? ¿Hay alguna característica que lo defina?
12. ¿Cuáles considera que son los principios o valores que guían su conducta y siempre tiene presentes?
13. ¿Qué implica para usted ser una persona ética?
 - a. ¿Puede pensar en las características que describirían a una persona así?
14. ¿Qué significa para usted ser responsable?
 - a. ¿Cómo aplica esta definición a sí mismo?
15. Puede describir alguna situación, relacionada a su emprendimiento, en que se haya enfrentado a una decisión ética difícil de resolver
 - a. ¿Cómo actuó al respecto? ¿Cuáles fueron las variables que tomó en cuenta?
Y en las circunstancias actuales, ¿ha habido alguna situación de este tipo?
16. ¿De qué manera sus principios éticos se vieron interpelados en esta situación?
 - a. ¿De qué forma estos fueron cuestionados?
17. En base a lo previamente expuesto y considerando que esta investigación busca indagar sobre la teoría de ética del cuidado que postula que el “ser ético” no se trata de cumplir normas guiándonos por un razonamiento abstracto, sino que significa actuar siguiendo un sentido de responsabilidad (una preocupación genuina por los demás, la comunidad y uno mismo), ¿qué opinión le genera esta teoría?, ¿cuál sería la utilidad de aplicarla en emprendedores sociales peruanos?
18. ¿Cómo piensa que podría aplicar esta teoría a sí mismo?
19. Finalmente, considerando que el término "emprendimiento de cuidado" ha sido usado para hacer referencia a los emprendimientos sociales porque estos permiten al emprendedor social ejercer un rol de cuidado y atención propia, y hacia los demás durante todo el proceso que implica emprender, ¿de qué manera podría aplicar (o no) esta propuesta a su emprendimiento?