BOLETÍN DE PRENSA No. 324 –>>

En México se requieren de más relaciones personales para poder iniciar y sostener un emprendimiento: AGM.

Factores más importantes para que inicie el emprendimiento social son la familia nuclear, amigos y pareja.

A partir de la investigación "Capital social relacional y embeddedness local en el emprendedurismo social mexicano y análisis comparado con el caso español", se ha encontrado que las iniciativas ciudadanas, no solo los movimientos sociales van en aumento, en especial empresas sociales y organizaciones civiles que buscan dar aumento soluciones a temas primordiales como el ambiente, la desnutrición, el desempleo, entre otros; así lo sostuvo Alejandro García Macías, profesor investigador del departamento de Comunicación y titular del estudio.

Explicó que esta investigación busca medir la inversión de los emprendedores sociales en el capital social para que su iniciativa rinda frutos, es decir, conocer qué tanto gasto existe en la generación de relaciones personales para que se incruste la idea en la comunidad. En este sentido, indicó que se tomaron muestras de México y España con 55 iniciativas y 60 emprendedores de ambas naciones.

El investigador reveló que los factores más importantes para que el emprendimiento social inicie son en primera instancia la familia nuclear, amigos y pareja, quienes aportan recursos, apoyo social y motivación; en un segundo plano, se encontró que "amigos de los amigos" ayudan a diversificar la iniciativa, para que posteriormente, el emprendedor crezca y evolucione con el apoyo de incubadoras, universidades, asociaciones civiles, entre otras.

Precisó que se ha encontrado que en México se requieren de más relaciones personales para poder iniciar y sostener un emprendimiento, pues en el país las redes son en promedio de 100 contactos importantes para conformarla, mientras que en España sólo son de 25 personas.

Asimismo, García Macías sostuvo que en el caso de España, la duración y tamaño de redes es más estable que en México, pues los emprendedores sociales españoles apuestan por contactos de más largo plazo, lo cual habla de procesos de concientización y participación ciudadana, esto como respuesta a la crisis económica que se vive en la nación ibérica.

Como parte de estos resultados, se detectó que el 70% de los encuestados indicó que las plataformas de medios sociales como Facebook o Twitter no han sido un instrumentos predominante para potencializar una iniciativa de emprendimiento social, con lo que la comunicación cara a cara y la negociación directa sigue imperando, pues está asociada a procesos de confianza recíproca.

Por otro lado, comentó que los emprendedores sociales españoles ven con mayor escepticismo, desesperanza y falta de optimismo su iniciativa en comparación con los mexicanos, esto debido a la complicada situación económica por la que está pasando España, mientras que los

connacionales visibilizan un porvenir más promisorio y con mayores posibilidades de invertir.

Finalmente, el investigador del departamento de Comunicación agregó que ante la incapacidad gestora y organizativa de los gobiernos para resolver las necesidades de la población, los emprendimientos sociales están siendo nuevos procesos para la generación de economía social solidaria, la cual busca distribuir de manera más equitativa los capitales.