



## Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica

### *Social Entrepreneurship: a theoretical-practical approach*

#### *Empresa social: a abordagem teórica e prática*

Juan C. Pérez-Briceño<sup>I</sup>  
[juancarlosperezbriceno@yahoo.es](mailto:juancarlosperezbriceno@yahoo.es)

Silvana E. Jiménez-Pereira<sup>II</sup>  
[sejimenezp@gmail.com](mailto:sejimenezp@gmail.com)

Oscar A. Gómez-Cabrera<sup>III</sup>  
[ogomezcabrera@yahoo.es](mailto:ogomezcabrera@yahoo.es)

**Recibido:** 28 de enero de 2017 \* **Corregido:** 20 de junio de 2017 \* **Aceptado:** 20 junio de 2017

- I. Magister en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente de la Universidad Nacional de Loja, Loja Ecuador.
- II. Magister en Administración de Empresas, Ingeniero en Administración de Empresas, Docente de la Universidad Nacional de Loja, Loja Ecuador.
- III. Magister en Docencia Universitaria en el Sistema Modular, Magister en Educación a Distancia, Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración de Empresas, Docente de la Universidad Nacional de Loja, Loja Ecuador.

## Resumen

A pesar de no estar lo suficientemente esclarecido, el tema del emprendimiento social cuenta con distintos aportes teóricos y experiencias prácticas que han contribuido a crear un cuerpo de conocimientos en este campo. La revisión de diversos documentos ha permitido puntualizar aspectos importantes en la definición del emprendimiento, su diferenciación del emprendimiento empresarial, las características de los emprendedores sociales y de las empresas sociales, lo cual ha sido el objetivo de este trabajo. Básicamente coinciden los autores en que el emprendimiento social está caracterizado por estar dirigido a la resolución de problemas sociales sin ánimo de lucro. El emprendedor social tiene las características de todo emprendedor, pero con una altísima sensibilidad hacia las necesidades sociales, las cuales de manera heroica está dispuesto a satisfacer, convirtiéndose en un agente de cambio social. En cuanto a las empresas sociales se identificaron las características y algunos casos exitosos, tanto de organizaciones que promueven este tipo de emprendimiento como de empresas sociales que en distintos países luchan por erradicar los principales problemas que los aquejan.

**Palabras clave:** emprendimiento social; emprendedores sociales; empresas sociales; innovación social; desarrollo sostenible.

## Abstract

Despite not being sufficiently enlightened, the theme of social entrepreneurship has different theoretical contributions and practical experiences that have contributed to create a body of knowledge in this field. The review of various documents has made it possible to clarify important aspects in the definition of social entrepreneurship, its differentiation of business entrepreneurship, the characteristics of social entrepreneurs and social enterprises, which has been the objective of this work. Basically the authors agree that social entrepreneurship is characterized by being directed to the resolution of social problems without profit. The social entrepreneur has the characteristics of every entrepreneur but with a high sensitivity to social needs and that he is heroically willing to satisfy, becoming an agent of social change. In terms of social enterprises, the characteristics and some successful cases of organizations that promote this type of entrepreneurship and of social enterprises in different countries have been identified in the struggle to eradicate the main problems that afflict them.

**Key words:** Sewage treatment; contaminant levels; environmental laws; environment. social entrepreneurship, social entrepreneur, social business, social innovation, sustainable development.

## Resumo

Apesar de não ser suficientemente esclarecida, a questão do empreendedorismo social tem diferentes contribuições teóricas e experiências práticas que ajudaram a criar um corpo de conhecimento neste campo. A revisão de vários documentos permitiu ressaltar aspectos importantes na definição de empreendedorismo, a diferenciação do empreendedorismo, as características dos empreendedores sociais e empresas sociais, que tem sido o objetivo deste trabalho. Basicamente os autores concordam que o empreendedorismo social é caracterizado por ser destinado a resolver problemas sociais sem fins lucrativos. O empreendedor social tem as características de cada empreendedor, mas com uma alta sensibilidade às necessidades sociais, que heroicamente disposto a agradar, tornando-se um agente de mudança social. Quanto a características das empresas sociais e alguns casos de sucesso, ambas as organizações que promovem o empreendedorismo, como empresas sociais em diferentes países lutam para erradicar os principais problemas que afligem foram identificados.

**Palavras chave:** empreendedorismo social; empreendedores sociais; empresas sociais; inovação social; desenvolvimento sustentável.

## Introducción

Las exigencias del mundo globalizado de hoy conllevan a los países a buscar el desarrollo sostenible y generar valor, no solamente económico sino también social y humano. Esto ha impulsado la práctica del emprendimiento social, pero su análisis tiene la dificultad de que el mismo no está claramente definido en cuanto su conceptualización, alcance, herramientas y prácticas. Los distintos enfoques que han ido configurando este término, sin lograr un acuerdo general, ofrecen la oportunidad de ahondar en su teoría y práctica, y reflexionar para buscar puntos en común que permitan configurar un marco referencial sobre el cual abordar las investigaciones en ese campo. El presente artículo, tiene como

fin realizar una revisión documental del emprendimiento social, para lo cual se realiza una descripción del origen y conceptos del emprendimiento social, caracterización de los emprendedores sociales y estudios sobre las empresas sociales, lo cual permite presentar con un enfoque pragmático lo que representa este fenómeno que tanto interés despierta cada día como una posibilidad de realizar un mundo mejor.

## Desarrollo

### Origen del término “emprendimiento social”

Si bien, como lo declara las Naciones Unidas en su página web, “el concepto de desarrollo ha cambiado con los años y en la actualidad los países han acordado que el desarrollo sostenible, que fomenta la prosperidad y las oportunidades económicas, un mayor bienestar social y la protección del medio ambiente, es el mejor camino a seguir para mejorar la vida de la población” (Naciones Unidas, 2017), los mecanismos mediante los cuales se logra ese desarrollo siguen basados en las distintas iniciativas económicas y sociales que realizan los individuos o grupos de personas organizados, que hoy en día pueden o no ser llamados emprendedores. Esta posibilidad tiene que ver con la complejidad y variación del término según su evolución histórica. En el siglo XVIII, Cantillon (1755), citado por Rodríguez (2009), introducía el término “entrepreneur” y definía al emprendedor como “el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones”. Rodríguez, 2009, observa que la teoría económica clásica abarcó el tema del emprendimiento, pero sin un consenso, debido a las distintas perspectivas que sus representantes establecieron en su apreciación: como el individuo que asume el riesgo (Cantillon, Baudeau, Thunen, Bentham); como el trabajador superior (Say y Smith); como el hombre inteligente (Cantillon, Quesnay, Baudeau y Turgot), o como el innovador (Smith, Bentham y Mangoldt). Esta diversidad de tendencias para la época se ve reflejada hoy en día, cuando no se vislumbra un tipo homogenizado de emprendimiento. Para generalizar el tema del emprendimiento se distinguen dos características: una, donde el emprendedor es tomador de riesgo y persona demasiado inteligente (Cantillon, Thunen y Baudeau); y otra, en la cual el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia (Bentham y Smith) (Jackson et al., 2001).

Las variaciones del término que siguen a las distintas posturas de los representantes de las variadas teorías o escuelas de economía no han permitido lograr una visión única del emprendimiento. En este contexto, de antigua ambivalencia de este concepto, el llamado emprendimiento social acapara la atención como fenómeno diferencial del tradicional emprendimiento empresarial. En este ensayo se revisan algunos de las definiciones que se han pretendido dar a tal fenómeno.

### **Concepto de emprendimiento social**

Sobre el emprendimiento existen diversas clasificaciones según distintos criterios y autores. De manera genérica, Acebedo y Velasco (2017) plantean la siguiente tipología:

Cultura de emprendimiento (o cultura emprendedora)

Se refiere al proceso educativo y a la actitud ciudadana para solucionar problemas del entorno o mejorar la calidad de vida de un grupo de personas. Es el contexto que forma a la persona emprendedora y base de los demás modos del emprendimiento. Su consecuencia es el desarrollo de las distintas expresiones de emprendimiento social, dado por la capacidad de una sociedad de afrontar sus situaciones problemáticas y de promover pautas de mejoramiento para el bienestar social.

### **Emprendimiento individual**

Se refiere a la capacidad de una persona de ser creativa e innovadora en todos los aspectos de su vida: familiar, social, laboral, de hábitos saludables, de estudio, de espiritualidad. Es decir, es la habilidad que tiene un individuo de dejar mejor cada sitio o situación en el que interactúa. Es dejar huella en la medida que sirva al desarrollo humano. En síntesis, es una actitud personal propia de personas innovadoras y creativas, entusiastas y con alto nivel de realización y proactividad en cualquier medio y circunstancia.

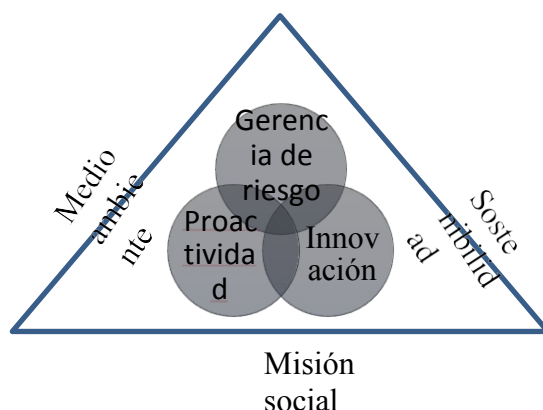
### **Emprendimiento social**

Para este tipo, se diferencian dos formas de emprendimiento, muy cercanas entre sí, que se apoyan y se aportan características. Por una parte, el emprendimiento social en sentido estricto, aquel cuyo objetivo es dar solución a un problema social en aquellos sectores de la economía y la acción del Estado son ineficaces y el emprendedor social se aboca sin ánimo de lucro, y, por otra parte, el emprendimiento como liderazgo social, que corresponde a personas que se hacen visibles y asumen retos en comunidades con necesidades manifiestas.

## Emprendimiento empresarial

También conocido como “empresarismo”. Hace referencia a la capacidad de generar empresa o a la capacidad de una organización para crecer y desarrollarse, manteniendo pautas de responsabilidad social y ética empresarial.

Específicamente sobre el tema del emprendimiento social, Weerawardena y Sullivan (2006), a partir de la revisión de la literatura emergente determinaron que el mismo no tenía una estructura teórica coherente. Por ello delinearon un modelo empírico multidimensional de emprendimiento social, identificando las dimensiones nucleares: innovación, pro-actividad y gerencia de riesgo, así como las restricciones dentro de las cuales operan los emprendedores sociales, identificando áreas clave en las que la estrategia y las operaciones pueden estar alineadas en contextos de servicio del emprendimiento social. Todos estos hallazgos son representados en la Figura 1.



**Figura 1. Modelo multidimensional de emprendimiento social de Weerawardena y Sullivan (2006)**

Así mismo, Malunga, Gervase y Virimai (2014), refieren a autores como Dees (2001), Light (2010) y Smith y Stevens (2010), quienes destacan la importancia creciente del término emprendimiento social, pero afirman que el mismo aún no está claramente definido por lo que existe controversia sobre lo que realmente significa. Sin embargo, esto no ha impedido que los investigadores sociales e instituciones, sientan gran interés en este concepto y coincidan en que es una herramienta para resolver los problemas sociales, aquellos tantos que los esfuerzos de muchos gobiernos y la caridad de los filántropos no han logrado solucionar.

Por su parte Chica, Posso y Montoya (2016) afirman que el emprendimiento social es un área de interés relativamente reciente, siendo Bill Drayton, fundador de Ashoka (la asociación de emprendedores sociales más grande del mundo) quien popularizó en los años ochenta el término de “emprendedor social” para referirse a aquellos emprendedores cuyo objetivo principal es generar cambio social, abordando problemas sociales a través de plataformas empresariales. Para estos autores el emprendimiento social permite la integración de actores y agentes socio-económicos, tanto de las esferas públicas como privadas, y hace posibles nuevas formas y expresiones de innovación social dando lugar a nuevos modelos de negocios. Desde su perspectiva, el emprendimiento social lo constituyen organizaciones que trabajan en programas de proyección social en donde al interior de la misma se usan conceptos administrativos y empresariales.

Después de revisar distintas definiciones, Guzmán y Trujillo, 2008, concluyen de forma integradora que el emprendimiento social es “un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales”.

Además de las diversas concepciones del emprendimiento social, éste se presenta relacionado con otros términos, lo que complica aún más su precisión. Aparece asociado a innovación social, responsabilidad social empresarial, y más concretamente con empresas sociales o empresas con impacto social, como lo plantean Barki, Comini, Cunliffe, Hart y Shu (2015), destacando que todos tienen en común la noción del uso de un modelo de negocio con un alto propósito, la sustentabilidad financiera y el impacto social. Estos autores citan a Yunus (2010) como uno de los impulsores del concepto del “negocio social” con su argumento de “no pérdidas, no dividendos”, estableciendo que el principal objetivo del mismo es el impacto social y que todos los beneficios deberían ser reinvertidos en la organización.

En lo que se refiere a la innovación social Marín y Rivera, 2014, citan la definición de la Universidad de Stanford (Centre for Social Innovation, 2009) que la declara como “una solución a determinados problemas de forma más efectiva, eficiente y sostenible, mediante la creación de valor social, cambiando los roles y las relaciones entre capital privado, soporte público y la filantropía, con miras sobre la sociedad en su conjunto y no en individuos privados”. Con esto se aclara que la innovación

social no significa sólo innovación con enfoque social, ni hacer más cosas sociales de forma innovadora, sino que en esencia se busca la reconstitución de toda la sociedad que sea innovadora, creándose y recreándose a través de la participación de sus integrantes, para ellos mismos (Donoso, 2012). De esta manera declaran una relación bidireccional entre la innovación social y el emprendimiento social.

### **Características del emprendedor social**

A partir de las distintas definiciones del emprendimiento social se deriva la caracterización de variados tipos de emprendedores sociales. Al respecto, Patiño, Gómez y Cruz (2016) establecen que en el caso del emprendedor social, existen dos líneas ideológicas bien definidas: la primera considera que el mismo debe ser concebido como una variante del emprendedor, y la segunda establece que éste es una categoría aparte de los emprendedores de negocio. Estos autores esbozan las características de los emprendedores sociales a través de un conjunto de definiciones recopiladas por Encino et al (2012), como puede apreciarse en la siguiente tabla.



**Tabla 1. Definiciones de emprendedores sociales**

Fuente	Definición
Ashoka	Los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los problemas sociales más acuciantes. Son ambiciosos y persistentes, abordando las principales cuestiones sociales y ofreciendo nuevas ideas para un cambio a gran escala. Son tanto visionarios como extremadamente realistas, preocupados por la puesta en práctica de su visión por encima de cualquier otra cuestión. El emprendedor social presenta ideas que son sencillas para el usuario, comprensibles, éticas y compromete un apoyo generalizado para maximizar la cantidad de personas que podrán ponerse en pie, aprovechar su idea y llevarla a la práctica.
Echoing Green	Emprendedores sociales son aquellos individuos excepcionales que sueñan y aceptan la responsabilidad de una idea innovadora y aún no probada para el cambio positivo; y acompañan dicha idea desde el sueño hasta la realidad. Lo que permite a los emprendedores sociales conseguir impacto duradero en los más difíciles problemas es una combinación especial de creatividad rompedora y ejecución rotunda, que nosotros denominamos el coeficiente de inteligencia social emprendedora.
Schwab Foundation	Los empresarios sociales pilotan la innovación y transformación social hacia varios campos, incluyendo educación, salud, medio ambiente y desarrollo empresarial. Persiguen aliviar la pobreza con celo emprendedor, métodos empresariales y el coraje de innovar y superar las prácticas tradicionales.
Skoll Centre for social entrepreneurship	Los emprendedores sociales son agentes de cambio en la sociedad, creadores de innovaciones que trastocan el <i>statu quo</i> y transforman nuestro mundo a uno mejor.

**Fuente: Patiño, Gómez y Cruz (2016)**

También en relación a las características de los emprendedores sociales, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio académico de investigación sin ánimo de lucro que recopila y difunde información global sobre la actividad emprendedora, presentó un reporte de la actividad emprendedora social en el año 2010 basado en las entrevistas realizadas en 2009 a una muestra de 150.000 adultos en 49 países (Curto, 2012). A pesar de que el informe tiene en cuenta un amplio y heterogéneo grupo de países, y por lo tanto es difícil establecer patrones comunes en lo que al emprendimiento social se refiere, Curto (2012) extrae varias conclusiones significativas respecto a las características de los emprendedores sociales, a saber:

- 1) En general, aunque es más frecuente que quien empiece una empresa social sea un hombre, y no una mujer, esta diferencia es menor que la que existe en el ámbito de las empresas comerciales.
- 2) El rango de edad en la cual los individuos son más propensos a estar involucrados en un emprendimiento social es entre los 25 y los 44 años. Aunque, en las economías más desarrolladas (sobre todo en EE.UU. y Suiza) son más propensos a hacerlo los individuos de entre 18 y 24 años.
- 3) Los individuos con un mayor nivel educativo los que más se involucran en empresas de naturaleza social. En concreto, entre los emprendedores sociales el porcentaje más elevado corresponde a personas con algún tipo de educación post-Secundaria.
- 4) El estatus laboral de los emprendedores sociales es de trabajadores autónomos. A esta categoría le siguen los trabajadores solo a tiempo parcial, a tiempo parcial o completo, estudiantes y otras categorías.
- 5) En cuanto al tipo de negocios preferidos por los emprendedores sociales se notan diferencias entre las economías menos desarrolladas y las más industrializadas. Mientras que en las primeras los emprendedores sociales se preocupan especialmente por cubrir necesidades básicas como pueden ser la sanidad, el acceso al agua y su salubridad o el apoyo a actividades agrícolas de zonas rurales, en las segundas, ellos se centran en dar apoyo a la cultura, proveer servicios a las personas discapacitadas, colaborar en procesos de recogida de residuos y protección del medioambiente u ofrecer actividades gratuitas como puede ser el networking social.

Por su parte, Patiño, Gómez y Cruz (2016) al estudiar las competencias de emprendedores/innovadores sociales en Colombia, concluyen que ellos no perciben claramente que su actividad sea empresarial, sino que un alto porcentaje lo aprecia como una actividad con la cual se pueden plantear soluciones a problemas sociales, más con un carácter altruista que con la posibilidad de generar un beneficio económico para el emprendedor por lo que no valora la competencia de vendedor. Esto explica porque uno de los problemas más recurrentes que identificaron los emprendedores del estudio es la dificultad para la consecución de recursos, dado que la competencia de vendedor involucra en primer lugar la capacidad para vender la idea del proyecto. También destaca en este estudio el poco valor que los emprendedores dan a los conocimientos que han adquirido en sus procesos de formación, bien sea en el colegio o en la universidad; mientras dan mayor valor a otras competencias relacionadas con el desarrollo social y las habilidades para la gestión.

### **Experiencias de emprendimiento social: empresas sociales.**

Los emprendimientos sociales se materializan a través de las denominadas empresas sociales. En el informe de emprendimiento social presentado por el GEM (Curto, 2012) se mencionan las tres principales características que poseen en mayor o menor medida estas empresas, que en modo resumido son:

- Prevalencia del fin social (o medioambiental) frente al fin económico.
- Capacidad de auto-sostenibilidad.
- Presencia de innovación.

En función de la relevancia que tengan estos factores, se pueden identificar cuatro tipos de empresas sociales, a saber:

1. ONG tradicional: el objetivo social/medioambiental es el único o principal y tiene el estatus de organización sin ánimo de lucro.
2. Empresa social sin ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental es el único o principal; tiene estatus de organización sin ánimo de lucro y es innovadora en su(s) proyecto(s).
3. Empresa social híbrida: el objetivo social/medioambiental es el único u ocupa una posición muy importante y existe una estrategia de generación de ingresos que está integrada o es complementaria a la misión de la organización.
4. Empresa social con ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental ocupa una posición importante pero no tiene por qué ser el único y existe una estrategia clara de generación de ingresos.

Curto (2014), presenta las tres formas más comunes que los emprendedores sociales utilizan para difundir sus innovaciones a gran escala y sus ejemplos, citadas por Dees, Anderson & Wei-Skillern (2004) en un estudio de la Universidad de Stanford, a saber:

- Elaboración de un modelo organizativo, o estructura capaz de movilizar recursos y personas. Por ejemplo, Frederick H. Goff ayudó a establecer, en 1914, The Cleveland Foundation, la fundación comunitaria más antigua de América, creando un nuevo tipo de intermediario filantrópico que ponía los activos de donantes individuales bajo el control de Consejos de Administración comunitarios, los cuales tenían un amplio conocimiento de las necesidades locales.

- Creación de un programa, es decir, un conjunto de acciones integradas con un fin específico. Es el caso de la organización Boot Camp for New Dads (BCND), creada en California en 1990 por Greg Bishop, para enseñar a padres primerizos. Con el fin de que hospitales, iglesias, bases militares y organizaciones comunitarias pudiesen aplicar su proyecto, Bishop diseñó un programa de implementación. Se puede acceder al programa efectuando un pago por la licencia más los costes de capacitación.

- Establecimiento de unos principios, diseñando unas pautas y definiendo los valores deseables para llevar a cabo el proyecto social. El Knowledge is Power Program (KIPP) es una red de escuelas públicas gratuitas en EE.UU. que se dedican a preparar a estudiantes de comunidades desfavorecidas para acceder a la universidad. Las escuelas comparten unos principios generales

conocidos como los Cinco Pilares: expectativas elevadas; elección y compromiso; mayor tiempo; poder para dirigir; y centrarse en resultados.

Más allá de estos ejemplos de emprendimiento social en Norteamérica de la década de 1990, hoy en día son una referencia múltiples iniciativas llevadas a cabo en el mundo en desarrollo, varias décadas después del nacimiento de Ashoka, una de las primeras organizaciones diseñadas explícitamente para financiar emprendedores sociales, fundada por Bill Drayton en 1980 sobre la creencia del gran potencial de los mismos para resolver los problemas sociales, y con el propósito de empoderarlos con recursos financieros y una red profesional al interior de la que sean capaces de diseminar sus ideas y soluciones (Barendsen y Gardner, 2004, citado por Guzmán y Trujillo, 2008). También es el caso de la entidad de microcrédito Grameen Bank, con sede en Bangladesh, fue fundada en 1976 por el Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus a nivel internacional, uno de los casos más conocidos.

En España es bien conocido el exitoso caso de La Fageda, empresa de productos lácteos ideada por el emprendedor y psicólogo Cristóbal Colón con la finalidad de dar trabajo a personas institucionalizadas. (Curto, 2014)

En la India, el Dr. Bindeshwar Pathak tuvo la iniciativa de atacar un problema sanitario y ético de su país, como lo es la recolección de excremento humano de forma manual por parte de un grupo de personas identificado como “los intocables”, surgidos a partir del sistema de castas vigente en India. El emprendimiento se llama Sulabh, el cual busca desarrollar una sociedad basada en iguales oportunidades para todo ser humano independiente de su casta, raza y naturales atributos. Su principal objetivo es la liberación económica y social de la comunidad de recolectores de la insalubre y

subhumana tarea de limpiar y transportar sobre sus cabezas las heces humanas. Sulabh provee de inodoros ecológicos creados por ellos a las zonas rurales de India para que sean usados en lugar de las letrinas secas, motiva a la gente para que utilicen los inodoros comunitarios, capacita y ubica a los recolectores en otros oficios, y abre escuelas para ofrecer una educación moderna con inglés y computación a los hijos de los recolectores; adicionalmente produce biogás y fertilizantes a partir del excremento humano. Son muchos los beneficios que ha logrado con este emprendimiento Sulabh International, la organización sin fines de lucro más grande de la India. (Praño y Praño, 2014).

En cuanto a Latinoamérica, Chica, Posso y Montoya (2016) mencionan que según los estudios del GEM del 2009 Colombia ocupaba el segundo lugar en la realización de emprendimientos sociales (5%), después de Argentina que con un 7,6% que presentaba el porcentaje más alto de desarrollo de este tipo de emprendimientos tanto en América Latina, como a nivel mundial. Venezuela presentaba un mayor porcentaje de emprendimientos sociales nacientes, con un 3,8% pero en el momento de pasar a la siguiente etapa este número disminuía considerablemente (0,3%). En Brasil el total del número de emprendimientos era muy bajo (0,4%), así como en Guatemala (0,5%) y Ecuador (0,7%). Ya para el 2011, las cifras del GEM emprendimiento social, mostraban datos interesantes en cuanto a la consolidación de emprendimientos sociales en Colombia y en Argentina.

Chica, Posso y Montoya (2016), revelan específicamente en Colombia, desde 2012 se ha venido trabajando, a partir de un proceso de construcción colectiva e interinstitucional del Nodo Nacional de Innovación Social, en la formulación de la política pública de innovación social, para crear valor para la sociedad mediante prácticas, modelos de gestión, productos o servicios novedosos que satisfagan una necesidad, aprovechen una oportunidad y resuelvan un problema de forma más eficiente y eficaz que las soluciones existentes, produciendo un cambio favorable en el sistema en el cual opera. Esta innovación social se debe caracterizar por tener potencial de escalabilidad, replicabilidad, ser sostenible, promover mayores niveles de empoderamiento de la comunidad y generar alianzas entre diferentes actores de la sociedad.

En México, Cárcamo (2010), analiza el rol de la organización no gubernamental Bioplaneta, y su red de relaciones con diferentes actores como comunidades de indígenas, universidades y entidades gubernamentales, la cual coordina esfuerzos de estos múltiples agentes para crear bienestar socioeconómico a través de la actividad emprendedora social basada en proyectos productivos,

generación de empleo, proyectos sobre ecoturismos y calidad del medio ambiente, que se han traducido en la mejora de las comunidades locales a través del desarrollo sustentable.

## Conclusiones

Este trabajo ha pretendido lograr un marco referente sobre el emprendimiento social y si bien no existe un acuerdo general sobre lo que significa este término y sus elementos asociados como los emprendedores sociales y las empresas sociales, se puede observar que existen más puntos de coincidencia que diferencias. Existe un acuerdo general en que la innovación social que trae este tipo de emprendimiento resulta de una clara utilidad para ayudar la compleja problemática socio – económica que viven muchos países, sobre todo los países menos desarrollados y que muchos gobiernos no logran resolver.

Las experiencias de empresas sociales y de sus patrocinantes así lo confirman, y abren un mundo de oportunidades para muchos líderes emprendedores que pueden llevarlas a la práctica. En este sentido, el no contar con un cuerpo sólido de conocimiento sobre el emprendimiento social en la comunidad científica, no ha impedido que este fenómeno se expanda con sus distintas variantes y resuelva tantas necesidades personales, comunitarias, de países y del mundo entero. El emprendimiento social debe promoverse a través de las acciones individuales, empresariales, gubernamentales y no gubernamentales porque así lo reclama la realidad actual. Cada uno de estos actores tiene mucho que aportar para que este fenómeno se expanda exitosamente para bien de la humanidad.

## Referencias

Acebedo, M. y Velasco, M. (2017) “Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos”, *Revista CIEG*, 27, pp. 102-116. Disponible en: [http://www.grupociieg.org/archivos\\_revista/Ed.%2027%20\(102-116\)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017\\_articulo\\_id290.pdf](http://www.grupociieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20(102-116)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf) [Consultado 29-11-2016]

Barki, E., Comini, G., Cunliffe, A., Hart, S. y Shu, S. (2015) “Social entrepreneurship and social business: retrospective and prospective research”, *Revista de Administração de Empresas*, 55(4), pp. 380-384. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v55n4/0034-7590-rae-55-04-0380.pdf> [Consultado 29-11-2016]

Cárcamo, M. (2010) “Emprendimiento social y desarrollo regional: dos vertientes de análisis para abordar el caso de Bioplaneta”, *Carta Económica Regional*, 22(106), pp. 65-85. Disponible en: <http://revistascientificas.udg.mx/index.php/CER/article/view/5516/5067> [Consultado 29-11-2016]

Chica, M., Posso, M y Montoya, J. (2016) “Importancia del emprendimiento social en Colombia”, 2, *Working Papers*, Disponible en: <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1915> [Consultado 29-11-2016]

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*, 13. Disponible en: [http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013\\_tcm5-75666.pdf](http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf) [Consultado 29-11-2016]

Rodriguez, A. (2009) “Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial”, *Pensamiento y gestión*, 26, pp. 94-119. Disponible en: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508> [Consultado 29-11-2016]

Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008) “Emprendimiento social- revisión de literatura”, *Estudios gerenciales*, 4(109), pp. 105-125. Disponible en: [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/278](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/278) [Consultado 29-11-2016]

Martin, A. y Rivera, I (2014) “Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica”, *Acta Universitaria*, 24 (E-1), pp. 48-58. Disponible en: <http://www.acuedi.org/ddata/8491.pdf> [Consultado 29-11-2016]

Malunga, P., Gervase, C. y Virimai, V. (2014) “Social Entrepreneurs and Community Development, A Literature Analysis”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16). Disponible en: <http://digitalknowledge.cput.ac.za/jspui/bitstream/11189/1739/1/social%20entrepreneurs.pdf> [Consultado 29-11-2016]

Naciones Unidas (2017). Naciones Unidas. Disponible en: <http://www.un.org/es/sections/what-we-do/promote-sustainable-development/> [Consultado 30-11-2016]

Patiño, O., Gómez, M. y Cruz, E. (2016) “Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. El caso del Premio ELI de la Universidad EAN”, *Revista esc.adm.neg.*, 81, pp.75-90. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a04.pdf> [Consultado 30-11-2016].

Proaño, F. y Proaño, L. (2016) “Emprendimiento social en India: Poniendo fin a los Intocables”, *Revista Universitaria Ruta*, 18(2), pp. 91-110. Disponible en: <http://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/799/874> [Consultado 30-11-2016]

Weerawardena, J. y Sullivan, G. (2006) “Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model”, *Journal of World Business*, 41, pp. 21-35. Disponible en: <http://seipa.edu.pl/s/p/artykuly/92/928/Social%20entrepreneurship%202006.pdf> [Consultado 30-11-2016]