

Emprendimiento social

La crisis vivida en los últimos años ha tenido como consecuencia que el emprendimiento se haya contemplado como una salida de ésta y, en concreto el emprendimiento social como forma de detectar necesidades sociales y así transformar gradualmente la vida de los individuos y, por ende, de la sociedad. Aunque se pueda pensar que el emprendimiento social es un concepto nuevo, no es así. El interés por investigar este tipo de emprendimiento comenzó a partir de los años 80 coincidiendo a su vez con el debate sobre las implicaciones de implantar o no responsabilidad social corporativa (RSC) en las empresas y la aparición de la teoría de los grupos de interés de Freeman. Aunque si es importante destacar que el punto de inflexión sobre el número de publicaciones se encuentra en el año 2005. Si bien en sus inicios el emprendimiento social se estudiaba desde una perspectiva económica hoy en día las investigaciones parten desde una perspectiva más psicológica. A lo largo del trabajo se realiza una revisión de la literatura sobre el término de emprendimiento y de manera más específica de emprendimiento social, encontrándonos como elemento común la coexistencia de tres variables: la innovación, la necesidad de transformar la vida de aquellas personas más desfavorecidas y una vinculación con la RSC. El emprendedor social se caracteriza por ser normalmente un profesional y líder interesado en desarrollar estrategias de Innovación Social al que se le deben ofrecer herramientas y mecanismos que le permitan alcanzar su objetivo social. Esta combinación de objetivos sociales, financieros y de emprendimiento, sin olvidar el pilar común entre ellos, la creación de valor social es conocido en el ámbito empresarial como el triple resultado social. La búsqueda de nuevas salidas profesionales y la identificación de necesidades sociales ha hecho que los jóvenes españoles den sentido a su vida profesional adentrándose en el mundo del emprendimiento social, acudiendo a organizaciones sin ánimo de lucro como la Fundación MásHumano que les ofrecen programas donde desarrollar su talento y así salir de la zona de confort y manifestar su compromiso con la sociedad.

Palabras clave: emprendimiento social, innovación social, talento, sociedad

Introducción

Las profundas crisis económicas vividas en los últimos años, y la capacidad del hombre para ver más allá han tenido como consecuencia que el emprendimiento sea una forma de salir de la misma. Si a ello le unimos que el mercado es competitivo y dinámico hace que surjan nuevas formas de emprendimiento.

Actualmente, el emprendimiento social es objeto de interés y atención de la sociedad en general, y tiene la capacidad de solventar y afrontar problemas sociales en aquellas circunstancias y lugares en los que el sector público, el mercado y las organizaciones no gubernamentales no pueden hacerlo.

Los retos sociales a nivel global, nacional y local no siguen trayectorias paralelas y necesitan de nuevas estrategias para hacer frente a los problemas sociales. La globalización económica puede facilitar o mejorar la vida de las personas si apuesta por la transformación y la innovación desde todos los ámbitos.

Hoy en día, el emprendimiento social facilita soluciones innovadoras a los problemas sociales pero su definición, como campo de estudio nuevo, puede ser difusa. En ella se incorporan múltiples dimensiones, dependiendo del contexto geográfico y cultural en el que se desarrollen pudiendo generar conflictos. Desconocemos si estamos ante un fenómeno social o colectivo, y se pone en cuestión si es más importante el valor económico o el social. En este punto y tras estar en contacto con emprendedores sociales, tengo la convicción de que el emprendimiento social unifica estos dos valores posicionando en el centro la creación de valor social y dejando como requisito, con el que lograr la independencia y la sostenibilidad del proyecto, la creación de valor económico como una consecución de valor social.

El emprendimiento social pretende una transformación gradual y de impacto social, para mejorar las condiciones de vida de individuos y comunidades con la creación del valor social y estrategias innovadoras.

Del emprendimiento al emprendimiento social

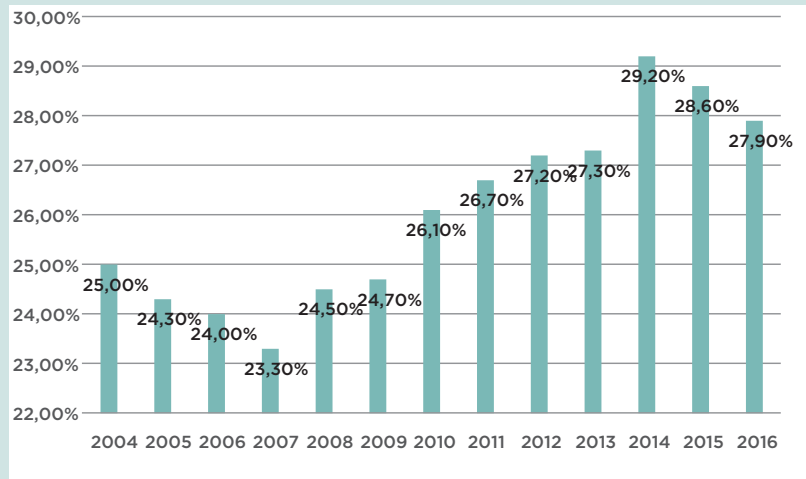
Resulta llamativo como un término que engloba unos de los motores de crecimiento económico de los países se ha convertido en un concepto que origina gran controversia (Schumpeter, 1934; Audretsch, 2004). Al igual que ocurre con el término de Responsabilidad Social Corporativa, cuando se intenta buscar una definición notoria sobre emprendimiento y de manera extensiva emprendimiento social, nos encontramos que aun a pesar del creciente interés sobre esta área de conocimiento, no existe consenso en cuanto a que se entiende por emprendimiento social al englobar diferentes tipos de emprendimientos (Moreira y Urriolagoitia, 2011; Mair y Martí, 2006; Peredo y McLean, 2006; Zahra et al., 2009).

La crisis económica surgida en el año 2008 por las hipotecas subprime que se hizo extensiva a Europa provocó una búsqueda de oportunidades tanto a nivel empresarial como social. La burbuja inmobiliaria y crisis financiera española tuvo como consecuencia el cierre de numerosos negocios y el incremento del paro, siendo aún hoy en día el segundo país a la cola de Europa, situándose en un 16.4% según fuentes del INE del 2017. Esta situación provocó un incremento en las desigualdades en la sociedad, por ello en el gráfico 1 se puede observar la evolución que ha sufrido la tasa de AROPE ofrecida por European anti poverty network, es decir, el porcentaje de población española que se encuentra en situación de exclusión social o riesgo de pobreza. Considerando que la exclusión social no solo abarca la desigualdad económica, sino que se incluyen aspectos como la precariedad laboral, déficit de formación, difícil acceso a la vivienda, etc. (Fisac et al., 2011).

El gráfico 1 pone de manifiesto que en el periodo 2004 - 2016, la tasa AROPE no ha bajado del 23,30% que el ascenso durante la crisis española tocó techo en el año 2014 y con los últimos datos publicados todavía estamos ante un porcentaje bastante alto teniendo en cuenta que económicamente España se encuentra en una situación de estabilidad macroeconómica y el paro ha disminuido. Este hecho presenta un nuevo escenario donde la búsqueda de nuevas oportunidades es vital, es decir, el emprendedor dentro de un análisis de rentabilidad y riesgo emprenderá aquellas oportunidades que no solo sean rentables, sino que además creen valor social.

Cuando iniciamos una búsqueda sobre el término de emprendimiento, es necesario acudir en primera instancia a la Real Academia Española de la

Gráfico 1. Evolución tasa de población en riesgo de exclusión social



Fuente: European anti poverty network

Lengua (RAE) la cual nos indica que es la acción y acto de emprender. Este hecho implica que los individuos que deciden emprender parten de la base de que su actividad principal será generar valor tanto de manera individual como geográfica (Nicolás, 2014). Si especificamos aún más, el emprendimiento social será esa forma de emprender que va más allá de crear valor o generar riqueza, es decir, el objetivo implicará la creación de valor social para los grupos de interés de la zona donde se desarrolle la actividad y una mejora en su calidad de vida (Moreira y Urriolagoitia, 2011).

Aquí nos planteamos la siguiente pregunta, ¿El emprendimiento social es algo nuevo, una moda? La respuesta es no, Nicolás en 2014 realiza una búsqueda sobre los orígenes del emprendimiento social, es decir, esa creación de empresas cuyo fin es la mejora del bienestar de la sociedad (Nicolás, 2014: 13-14) encontrando que ya desde el siglo XV existía preocupación por atender los problemas sociales:

- Montes de Piedad: creados en el siglo XV en Italia. El objetivo de estas empresas era ofrecer una solución al problema social de la usura.
- Cajas de ahorros: nacen en el siglo XVIII para ofrecer un sistema de remuneración del ahorro a la clase trabajadora con el fin de mejorar sus condiciones de vida.
- Cooperativas de trabajadores: nacen en la Inglaterra del siglo XIX basándose en el autoempleo asociativo, haciendo coincidir el capital con el trabajo en la propia organización.
- Mutualismo: nacido en el siglo XIX, el movimiento social colectivo buscaba eliminar el control y el monopolio que sobre determinados oficios y actividades mantenían los gremios. El desarrollo del mutualismo dio lugar a organizaciones de carácter religioso, cultural y filantrópico.
- Fundaciones y asociaciones: nacidas en el siglo XX ofrecen soluciones prácticas a problemas sociales. En la actualidad muchas grandes corporaciones crean sus propias fundaciones para llegar a la sociedad y poder comprometerse firmemente.

Desde un punto de vista académico, el emprendimiento ha sido estudiado desde muchas perspectivas. Si en sus inicios fue desde una perspectiva económica buscando esa relación entre el desarrollo económico y el beneficio, es decir, ese emprendimiento de empresarial con ánimo de lucro. Posteriormente se investiga desde un punto de vista de la psicología, sociología y antropología (Guzmán y Trujillo, 2008). Asimismo, es importante destacar que el emprendimiento se puede abordar desde 2 perspectivas (Simón et al., 2015), la teoría de la creación, el emprendedor crea oportunidades a partir de los recursos que posee (Chandler et al., 2011; Álvarez y Barney 2007) y la teoría del descubrimiento, en contraposición con la anterior las oportunidades no se crean, sino que se descubren (Álvarez y Barney 2007).

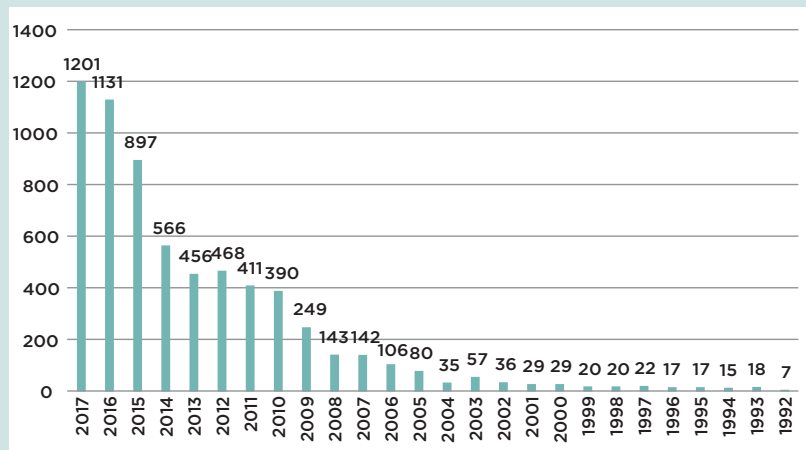
Tabla 1. Relación de definiciones de emprendimiento y autor

Autor	Definición
Cantillon (1755)	Persona que realiza actividades empresariales en medio de entornos inciertos
Say 1803	El intermediario entre el capital y el trabajo, siendo el que asume los riesgos de la actividad empresarial
Schumpeter (1934)	El emprendimiento innovador es la base de la economía. El aumento de la actividad emprendedora dependerá del clima social
Hoselitz (1960)	Individuo libre y arriesgado que busca el éxito personal y de la comunidad
MacClelland (1961)	Espíritu emprendedor es una necesidad de éxito
Ducker (1989)	Persona visionaria con intuición y espíritu emprendedor
Stevenson y Jarillo (1990)	Individuos en busca de oportunidades
Varela (1998)	Persona que percibe oportunidades y utiliza recursos financieros, humanos y técnicos para la empresa
Reynols et al. (1999)	Intento de crear un negocio, expandirse
Formichella (2002)	Individuo que crea o mejora un producto o servicio basándose en su actitud

Fuente: García y Escamilla, 2017

Asimismo, si profundizamos en el tema de nuestra investigación, el emprendimiento social, resulta llamativo que desde el ámbito académico encuentre literatura desde los años 80, coincidiendo con la preocupación creciente por parte de las empresas de si la implantación de la RSC tenía impacto en los resultados de la empresa.

Gráfico 2. Evolución de la literatura sobre emprendimiento social



Fuente: Web of Science

Si se realiza una búsqueda de artículos con el término “social entrepreneurship” en la base de datos WoS se pueden encontrar 6.788 artículos. El gráfico 2 muestra como a partir del año 2005 el interés científico hace el número de artículos publicados con impacto sea ascendente, alcanzando valores superiores al millar desde 2016.

Por ello, a continuación, se va a desglosar las definiciones encontradas en dos partes diferenciadas, por un lado, la implicación por parte de las instituciones internacionales en la realización de aportaciones al estado del arte del emprendimiento social (tabla 2), y por otro, definiciones de investigadores en el ámbito académico (tabla 3).

Tabla 2. Definiciones de emprendimiento social desde un punto de vista institucional

Institución	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. Más que dejar las necesidades sociales a los gobiernos o al sector empresarial, los emprendedores sociales identifican lo que no está funcionando y resuelven el problema cambiando el sistema extendiendo la solución y persuadiendo a sociedades enteras para que avancen. Los emprendedores sociales a menudo parecen estar poseídos por sus ideas, dedicando su vida a cambiar el sentido en su especialidad. 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. En otras palabras, todos los destacados emprendedores sociales son reclutadores de masas de promotores de cambios locales –un modelo que demuestra que los ciudadanos que canalizan su pasión hacia la acción pueden hacer casi cualquier cosa.
Echoing Green	Clasificándolo dentro del apartado de Innovación social. Los emprendedores sociales son aquellos individuos excepcionales que sueñan y aceptan la responsabilidad de una idea innovadora y aún no probada para el cambio social positivo, y acompañan dicha idea desde el sueño a 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 <i>SEQ</i> (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. Un empresario social, igual que cualquier otro emprendedor, construye organizaciones sólidas y sostenibles que pueden estar constituidas tanto sin ánimo de lucro como con él.” El emprendedor social aplica acercamientos prácticos, innovadores y sostenibles que benefician a la sociedad en general, con énfasis en los pobres y marginados; Es un concepto que recoge una aproximación única a los problemas económicos y sociales, una aproximación que trasciende sectores y disciplinas; Basada en ciertos valores y procesos que son comunes a cada emprendedor social, independientemente de que su área de trabajo sea educación, salud, reforma del bienestar, derechos humanos, derechos de los trabajadores, medio ambiente, desarrollo económico, agricultura, etc., o de si sus organizaciones se constituyen con o sin ánimo de lucro. Este es un enfoque que aleja al emprendedor social del resto del conjunto de personas y organizaciones que dedican sus vidas a la mejora social.
Skoll Centre for Social Entrepreneurship	Los emprendedores sociales son agentes de cambio en la sociedad, creadores de innovaciones que trastocan el status quo y transforman nuestro mundo a mejor. Al identificar las personas y los programas que ya están trayendo cambios positivos en el mundo, los fortalecemos para que extiendan su alcance, profundicen su impacto y fundamentalmente mejoren la sociedad.

Fuente: Enciso et al., 2012, pp. 64-65

Las instituciones analizadas por Enciso et al., 2012 tienen como elemento común tres variables la innovación, la necesidad de transformar la vida aquellas personas más desfavorecidas y una vinculación con la RSC al considerar que una empresa socialmente responsable puede tener su origen en el emprendimiento.

Tabla 3. **Relación de autores y definición de emprendimiento social**

Autores	Definición
Simón et al., 2015	Las oportunidades que el emprendedor descubre nada tienen que ver con la posibilidad de lucrarse, sino con la posibilidad de producir un cambio significativo.
Priede et al., 2014	Profesionales responsables, capaces de unir visión empresarial e impacto social duradero en el tiempo, se configuran como una alternativa real e innovadora para la solución de problemas sociales, comunitarios y medioambientales.
Zahra et al., 2009: 522	Abarca las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora.
Martin & Osberg (2007)	Aceptando que la definición como tal entraña limitaciones, consideran que el emprendimiento social se diferencia de otro tipo de emprendimientos o activismo por el tipo de acción, es decir, el activismo social trata de influenciar en los agentes del mercado y la sociedad, el emprendedor social trata de generar valor social.
Light(2006)(1)	El emprendedor social se trata de cualquier individuo, grupo, red, organización o alianza, que busca un cambio sostenible y a gran escala, desarrollado a través de ideas innovadoras sobre cómo afrontar los problemas sociales importantes.
Dees y Anderson (2006)	El emprendimiento social será la utilización de técnicas empresariales para crear nuevas formas de alcanzar objetivos sociales.
Austin,Stevenson y Wei-Skillern (2006)	Partiendo de 4 variables falla de mercado, misión, movilización de recursos y medición de resultados. Consideran que existirá emprendimiento social cuando una falla en el mercado y las fuerzas del mercado no satisfacen una necesidad social fomentando la aparición de oportunidades de emprendimiento social.
Roberts y Woods (2005)(2)	Es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados.
Shane y Venkataraman (2000)	El emprendimiento social parte un proceso secuencial, existencia, detección y explotación de la oportunidad, teniendo tres factores complementarios para tener éxito conocimiento, capacidades y alerta emprendedora.
Norris,1983; Skloot, 1983; Emerson y Twersky, 1996	Las iniciativas de las organizaciones no lucrativas que buscan nuevas formas de obtener recursos financieros.

Fuente: Elaboración propia a partir de Moreira y Urriolagoitia 2011; Nicolás 2014.

En la tabla 3 hemos acercado al lector una relación de definiciones sobre emprendimiento social, teniendo como elemento diferenciador con respecto al emprendimiento comercial o de negocio, que el fin último no es obtener lucro, sino que puedan ser fuentes generadoras de cambios, que su emprendimiento ofrezca un valor sostenido en la sociedad

El triple resultado social

El perfil del emprendedor social es un profesional y líder interesado en desarrollar estrategias en Innovación Social al que se le deben ofrecer herramientas y metodologías para entender el contexto general de cómo diseñar e implementar prácticas sociales que mejoren la calidad de vida de las personas. Son personas que, aunque tienen la misma esencia que un emprendedor comercial (Drayton, 2002), poseen características propias.

(1)
Citado en Priede et al., 2014

(2)
Citados por Guzmán y Trujillo (2008)

Tabla 4. **Características del emprendedor social**

Autor	Características
Curto (2012)	Misión crear valor social; es capaz de identificar necesidades sociales; contraataca soluciones innovadoras; su aversión al riesgo está por debajo de la media; y dispone de escasos recursos para llevar a cabo su labor".
Dees (2011)	Una idea poderosa, creatividad, potencial para extender su impacto, calidad empresarial y fuerte fibra ética.
Martin y Osberg (2007)	Debe tener la capacidad de equilibrar la transformación social y la satisfacción de necesidades sociales.
Peredo & Chrisman (2006)	Poseer una visión social colectiva
Bornstein (2005)	Confianza en el protagonismo y la participación de los destinatarios de la acción.
Drayton (2002)	Creatividad, calidad emprendedora, capacidad de impacto y ética.
Waddock y Post (1991)	Capacidad de encauzar en una misión un problema social y credibilidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de Moreira y Urriolagoitia 2011.

Estos emprendedores y sus organizaciones sociales deben aplicar estrategias de mercado para alcanzar su objetivo social, utilizando modelos de negocio que les ayuden a alcanzar su misión. Del mismo modo, las organizaciones con ánimo de lucro cuyo propósito principal es de carácter social también cuentan con objetivos que son al mismo tiempo sociales y financieros. Esto se describe como el “triple resultado social” y se diferencia de los emprendimientos comerciales en que su objetivo social o medioambiental siempre se encuentra en el centro de sus operaciones, es decir, el objetivo primordial de este tipo de emprendimiento es la creación de valor social (Dees & Anderson, 2006; Mair & Marti, 2006; Martin and Osberg, 2007; Peredo & McLean, 2006; Murphy & Combs, 2009), teniendo en cuenta que el impacto sostenible se alcanzará cuando se produzca una transformación social (Moreira y Urriolagoitia 2011).

Los objetivos pueden lograrse de distintas maneras dependiendo de la estructura del emprendimiento social: el beneficio de un negocio puede destinarse para apoyar un objetivo social y el emprendimiento puede dar cumplimiento a su objetivo social a través de su propia actividad.

La capacidad del emprendedor por ayudar a mejorar el bienestar social lleva a que una parte del proceso del emprendimiento sea diferenciarse mediante la innovación. Por ello, la Apuesta por la Innovación Social que se enmarca en los objetivos de la Estrategia Europa 2020 definiendo como innovación social la búsqueda de nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están actualmente cubiertas por el mercado o el sector público, o de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad, capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración, es decir, diseñar e implementar prácticas sociales que mejoren la calidad de vida de las personas (Comisión Europea 2010).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su informe de 2016 entiende la innovación social “como una necesidad de dar respuesta a un reto social que integra diferentes visiones (económica, social, medioambiental...) y que supone un cambio sistémico que favorece las interacciones entre agentes (instituciones, empresas, organizaciones civiles...) y grupos de interés”

(GEM,2016: 123). Para Alonso – Martínez et al., 2015 será aquella innovación desarrollada por gobiernos, empresas e individuos que contribuyen mediante el uso de nuevas tecnológicas, y desde una visión social y medioambiental mejorar la calidad de vida de la sociedad y, al mismo tiempo, permite generar beneficios económicos sostenibles.

La Innovación Social es un fenómeno complejo que hasta hace prácticamente 5 años no se ha despegado de conceptos como la RSC o emprendimiento social. Si bien describe un rango muy amplio de actividades, no existe una definición única de consenso público y se refiere a un campo predominantemente práctico, en el que las definiciones y significados han surgido de personas que hacen cosas nuevas de manera diferente, en lugar de reflexionar de manera teórica. Incluye acciones como: Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios; Liderazgo de Proyectos y Programas; Emprendimiento Social e iniciativas de Empresas Sociales; Reconfiguración de Relaciones Sociales y Estructuras de Poder; Innovación en el Trabajo; Nuevos Modelos de Desarrollo Económico Local; Transformación Social y Cambio de Sistemas; Gestión sin fines de lucro; y el Desarrollo Sostenible Liderado por Empresas Privadas. El informe COTEC de 2016, después de realizar un exhaustivo análisis de definiciones de innovación social, observó algunos elementos comunes (COTEC, 2016:170-171):

- Innovación para el bien común: se hace hincapié en la accesibilidad de la innovación social, frente a una innovación privada⁽³⁾.
- Productos, servicios o modelos: se destaca la diversidad de formato de las iniciativas que «cumplen simultáneamente necesidades sociales y crean nuevas relaciones»⁽⁴⁾. En 2013, la Comisión Europea definía dicho concepto como «innovaciones que son sociales, tanto en su fin como en su proceso»⁽⁵⁾.
- Colaboración entre sectores: se observa una tendencia a hablar de la interacción entre diferentes actores y se insiste en que «no se limita a un solo sector o campo»⁽⁶⁾.
- Generador de cambios sistémicos: cada vez más se enfatiza la necesidad de cambios radicales y disruptivos de «las percepciones, las conductas y las estructuras que anteriormente originaban (estos) problemas»⁽⁷⁾.
- Sostenible y escalable: se define como una propuesta que genera valor social y económico y tiene potencial de impacto a gran escala con «soluciones creativas (...), que generan un gran crecimiento y oportunidades de negocio rentables»⁽⁸⁾.

⁽³⁾
Ver Phills et al., 2008 y Murray
Gaulier-Grice y Mulgan, 2010.

⁽⁴⁾
Ver Westley, 2008 y Murray
Gaulier-Grice y Mulgan, 2010.

⁽⁵⁾
Ver [http://ec.europa.eu/
regional_policy](http://ec.europa.eu/regional_policy)

⁽⁶⁾
Ver Mumford, 2002 y Bacon,
Faizullah, Mulgan y Woodcraft,
2008.

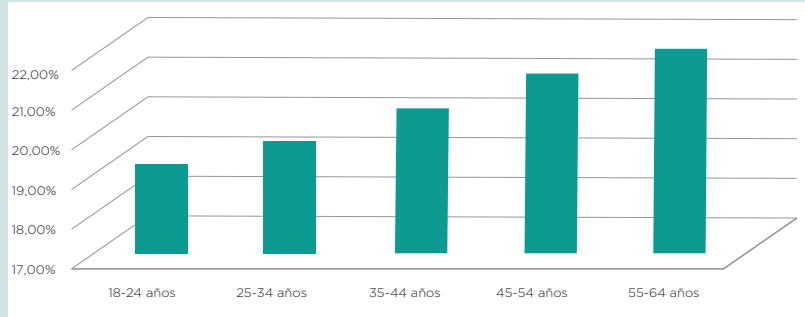
⁽⁷⁾
Ver Nilsson, 2003 y el Centro de
Innovación Social de Toronto,
2010.

⁽⁸⁾
Ver Saul, 2011.

La Innovación Abierta, por ejemplo, describe un nuevo modelo de desarrollo de productos basado en el flujo libre de información e ideas entre departamentos y organizaciones, y es parte del resultado de las tecnologías digitales que han permitido nuevas formas de colaboración entre usuarios y empresas. Este concepto y su práctica se reflejan mucho en el campo social, en el que desde hace mucho tiempo se presta atención para involucrar a los ciudadanos en el diseño y desarrollo de innovaciones sociales.

Dada la confusión que existe en la delimitación del término de innovación social, son interesantes los resultados del informe GEM 2016, donde a través de un cuestionario y la siguiente pregunta: ¿Sabe en qué consiste la innovación social? se extraen conclusiones relevantes acerca de la percepción que tiene la población sobre el tema de estudio.

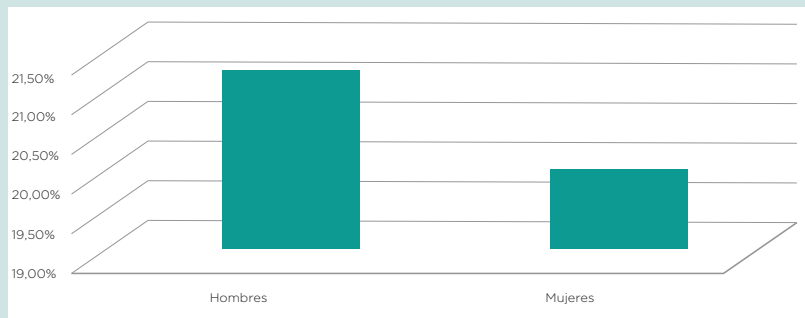
Gráfico 3. Según franja de edad



Fuente: informe GEM 2016

Una de las principales conclusiones que extrae el informe GEM es que en una sociedad donde el nivel cultural ha aumentado en las últimas décadas, las estrategias de concienciación social se esperaba que el colectivo juvenil mostrara un mayor conocimiento sobre la innovación social. Los resultados que han obtenidos son inversos, es decir, es el colectivo de la tercera edad quienes muestran conocer las implicaciones de la innovación social.

Gráfico 4. Según genero

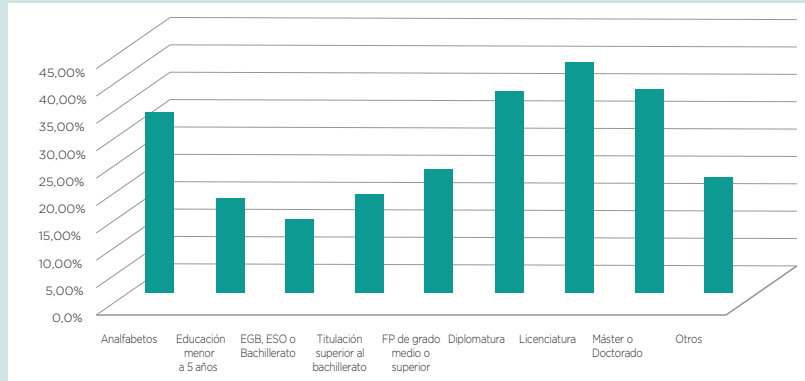


Fuente: informe GEM 2016

Otra variable a destacar es el género, hoy en día donde la sociedad reclama igualdad de género en todos los ámbitos, el informe muestra como el avance de la sociedad española hacia igualdad y conocimiento de las preocupaciones sociales está prácticamente igualado, la diferencia es mínima (1,5%).

La historia ha puesto de manifiesto que una forma de transformar cualquier sociedad debe estar sustentada en la educación. De la revisión de literatura sobre innovación social se extrae la siguiente conclusión, a medida que aumenta la formación de una persona, su grado de conocimiento de la innovación social también aumenta. Por lo tanto, es probable que las personas más formadas contribuyan en mayor medida a la mejora en el bienestar de la sociedad. (GEM 2016: 128). Por ello cabe esperar que la línea de tendencia sea al positiva a medida que se van superando niveles educativos. Los resultados que muestra el informe GEM está dentro de lo previsto aunque resulta llamativos dos resultados, por un lado entre aquellos que han cursado una diplomatura y un master, poseen el mismo nivel de conocimiento de la innovación social y, por otro lado tal y como muestra

Gráfico 5. Según nivel de estudios alcanzados



Fuente: informe GEM 2016

el informe es destacable que aquellos colectivos que son susceptibles de ser destinatarios de gran parte de las medidas de emprendimiento social o programas sociales, sea uno de los colectivos que mayor conocimiento tiene de lo que es la innovación social.

El Talento joven: Nueva tendencia del emprendimiento social

Tras una más de una década, en la que las administraciones públicas han empoderado el emprendimiento social, nos encontramos con un cambio de tendencia ante una nueva generación de talento joven que busca trabajar y dar sentido a su vida profesional a través del emprendimiento social o acercándose a organizaciones sin ánimo de lucro.

Del mismo modo, estas administraciones están otorgando reconocimientos y premios por sus programas, existen organizaciones, como Fundación Máshumano, que ofrezcan la posibilidad de que los jóvenes españoles puedan desarrollar su talento.

Desde la Fundación Máshumano se apuesta por una generación de jóvenes con espíritu emprendedor que lideren el cambio y la transformación necesaria de las organizaciones y la sociedad del siglo XXI.

Bajo el área Jóvenes de la fundación desde hace trece años se impulsa el “Premio Jóvenes Máshumano”, iniciativa pionera en España cuyo objetivo principal es sensibilizar a quienes serán los líderes del futuro, fomentando una manera de emprender diferente y formando profesionales capaces de crear empresas desde la base de la RSC, que generen impacto directo, no sólo en el tejido empresarial español, sino también en la sociedad mediante de la creación de empleo integrador, es decir, poniendo al empleado, a la sociedad en el centro de todas las decisiones de la empresa.

A través de este programa se busca premiar iniciativas orientadas a la transformación social y empresarial en el marco de la creación de empresas flexibles, digitales, humanas y socialmente responsables. Para ello, se lanza anualmente una convocatoria pública abierta dirigida a jóvenes de edades comprendidas entre 14 y 30 años que quieran poner en marcha o reforzar un proyecto empresarial, ofreciéndoles el ecosistema de apoyo necesario para que puedan convertir su idea en un modelo de negocio sostenible. Se espera

que con su talento y creatividad encuentren soluciones a los retos que pone la sociedad del siglo XXI.

Una vez pasan a formar parte del programa, se ofrece a los emprendedores toda la información, herramientas, habilidades y formación necesarias para convertir una idea o proyecto incipiente en una realidad empresarial sostenible y responsable, utilizando una metodología basada en la participación, cooperación, sensibilización y aprendizaje colaborativo, ya que la mayoría de las actividades propuestas se dirigen al “grupo” como elemento incentivador y de autoaprendizaje. En la última convocatoria se inscribieron más de 300 personas y 170 proyectos, destacando por el alto grado de innovación social. Este hecho pone de manifiesto el compromiso de nuestros jóvenes en contribuir a la sociedad con unas empresas más humanas.

Los modelos de negocio “futuras empresas” deben caracterizarse por ser organizaciones responsables, que apuesten por las personas como principal activo de la organización en la que se trabaje con modelos de gestión basados en la flexibilidad, apostando por la diversidad e invirtiendo en formación e innovación como clave para mejorar su competitividad, en definitiva, empresas más humanas y enfocadas a un futuro más sostenible y humano.

Como valor añadido y diferencial respecto a otras iniciativas de este tipo, se trabaja el emprendimiento socialmente responsable como elemento fundamental para construir una sociedad más humana y más justa. De esta manera, la Responsabilidad Social como factor clave para la creación de valor empresarial es la característica que mueve nuestra acción con los jóvenes.

Otra de las claves de este Premio es la puesta en común de proyectos empresariales con proyectos de emprendimiento social. Porque se entiende que todos los proyectos, independientemente del objetivo que tengan, bien sea comercial o social, tienen impacto en la sociedad. Por tanto, el objetivo va mucho más allá de la creación de un premio de emprendimiento: se trabaja para crear una red de jóvenes capaces de transformar la sociedad y los entornos laborales apostando por las nuevas formas de trabajo que les permitan desarrollarse de forma integral y equilibrada en el terreno personal y profesional.

Referencias bibliográficas

Alonso, D., González, N. y Nieto, M. (2015): La innovación social como motor de la creación de empresas. *Universia Business Review*, 47, 48-63.

Álvarez, S. A., y Barney, J. B. (2007): Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Organic, azoes emContexto*, 3(6), 123-152.

Audretsch, D. B. (2004): Does Entrepreneurship Capital Matter? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(5), 419-429.

Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006): “Social and Comercial entrepreneurship: same, different, or Both?” *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 1-22.

Bornstein, D. (2005): *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*, Debate, Editorial Random House Mondadori, Barcelona.

Cantillon, R. (1755): *Essay on the Nature of Trade in General*, London: Henry Higgs, (edition and translation 1959).

Chandler, G. N., DeTienne, D. R., McKelvie, A., y Mumford, T. V. (2011): Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375-390.

- 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 http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%2013_tcm4-75666.pdf (última revisión, mayo 2012).
- Cotec** (2016): La innovación social en España. Informe Cotec 2016. Madrid, España
- Dees, J.G.** (2011): "El Significado del Emprendimiento Social", Revista Española del Tercer Sector, 17, enero-abril, www.fundacionluisvives.org/rets/17/articulos/60219/index.html (última revisión, mayo 2012)
- Dess, J. G. y Anderson, B.** (2006): Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field A special volume from ARNOVA Occasional papers series 1(3) Rachel Mosher – Williamson,ed.
- Drayton, W.** (2002): The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business California Management Review 44(3), 120-132.
- Ducker, P.** (1989): La innovación y el empresariado innovador. Mexico: Ed. Hermes.
- Emerson, J., y Twersky, F.** (1996): New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge, and Lessons of Non-profit Enterprise Creation. Roberts Foundation, San Francisco.
- Enciso, M., Gómez, L. y Mugarra, A.** (2012): "La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual", CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social Cooperativa, 75, 55-80.
- European Commission** (2010): Innovation Union. Disponible en: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm.
- Fisac, R.; Moreno, A.; Mataix, C. y Palacios, M.** (2011): La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo. Revista Española del Tercer Sector, 17, (65) pp. 41-66.
- Formichella, M.** (2002): El concepto del emprendimiento y su relación con la educación, empleo y desarrollo local. Chacra Experimental Integrada Barrow.
- Fundación Máshumano** (2017): resumen ejecutivo, análisis de los proyectos presentados en la XII edición del premio jóvenes máshumano
- García, Y. M. y Escamilla, S.** (2017): Emprendimientos femeninos en el Ecuador. Working papers, Universidad Rey Juan Carlos.
- Guzmán, A. y Trujillo, M.A.** (2008): Emprendimiento social; una revisión de literatura. Revista Estudios Gerenciales, 109, (24), pp. 105 -125.
- Hoselitz, B.** (1960): The early history of entrepreneurial theory. New York: AMS Press.
- Global Entrepreneurship Monitor** (2016): informe GEM España.
- Light, P.** (2006): Reshaping Social entrepreneurship Stanford Social Innovation Review, 4(3), 47-51.
- Mair, J. y Marti, I.** (2006): Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight, 41(1), 36-44.
- Martin, L. y Osberg, S.** (2007): Social entrepreneurship: the case for definition. Stanford Social Innovation Review, 5(2), 28-39.
- Mc Clelland, D. C.** (1961): The achieving society. Princeton: Van Nostrand.
- Moreira, P. y Urriolagoitia, L.** (2011): El emprendimiento social. Revista Española del Tercer Sector nº17, enero-abril 2011 Madrid (pp 17-40)
- Nicolás, C.** (2014): Emprendimiento social. Tesis doctoral. Universidad de Murcia
- Norris, W. C.** (1983): New frontiers for business leadership. Dorn Books Minneapolis,MN.
- Peredo, A.M., y Chrisman, J.** (2006): Towards a theory of community-based enterprise. Academy of Management Review, 31(2), 309-328.
- Peredo, A. M., y Mclean, M.** (2006): Social entrepreneurship: A critical review of the concept. Journal of World Business, 41(1), 56.
- Priede, T., López-Cozar, C., Rodríguez, A.** (2014): Análisis del marco económico-jurídico específico

para emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. CIREC - España. Revista de Economía pública, Social y Cooperativa. 80, pp.5 - 28

Reynolds, P., Hay, M., y Camp, R. (1999): Global Entrepreneurship Monitor. 1999. London School Business. Babson College: Kauffman Center For Entrepreneurial.

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

Say, J.B. (1803): Tratado de Política Económica, Fondo de Cultura Económica, Méjico.

Schumpeter, J. (1934): The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Cambridge: Harvard University Press.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000): The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. Academy of Management Review, 25 (1), 217-226.

Skloot, E. (1983): Should not-for-profits go into business? Harvard Business Review, 61(1), 20-27.

Simón, V.; Sastre, O. y Revuelto, R. (2015): El emprendedor social: análisis de la alerta social. Suma de Negocios, 6, pp. 155 -165.

Stevenson, H., y Jarillo, J. (1990): A Paradigm of Entrepreneurial Management. Strategic Management Journal, 11, 17-27.

Varela, V. (1998): El espíritu empresarial y la generación de empleos. Universidad Pontificia Bolivariana, 47(144), 65.

Waddock, S. & Post, J. (1991): Social entrepreneurs and catalytic change. Public Administration Review 51(5), 393-401.

Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., y Shulman, J. (2009): A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing, 24(5), 519.