



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i14.166>

Innovación Social y emprendimiento social

Social Innovation and social entrepreneurship

Inovação social e empreendedorismo social

Inés Del Transito Palomeque-Córdova ¹
inespacor@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8576-1746>

Correspondencia: inespacor@gmail.com

* **Recepción:** 27/ 11/ 2019 * **Aceptación:** 30/12/ 2019 * **Publicación:** 14 /01/ 2020

- 1 Doctora en Ciencias Administrativas, Magíster en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Ingeniera Comercial, Docente de la Facultad Ciencias Administrativas en la Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.

Resumen

Este estudio pretende realizar una revisión bibliográfica sobre innovación y emprendimiento social, a los fines de aportar a los estudios del estado del arte de ambas categorías. Desde el punto de vista teórico se fundamenta en los aportes de Hernández, Tirado y Ariza, (2016), Howaldt y Schwarz, (2010); Godin, (2012); Moulaert et al., (2010), Arenilla y García, (2013); Estrada, (2014), Lepoutre, (2011); entre otros. Desde el punto de vista metodológico se ciñe a una investigación bibliográfica en la que se ha hecho revisión de la literatura que aborda estos temas. La selección de las definiciones obedece a un criterio cronológico de 1997 a 2014, se tomaron criterios de citación (es decir se toman aquellas definiciones que se incorporan en obras publicadas). A tales fines, se hizo una revisión, mediante una búsqueda manual en revistas clave de las principales bases de datos, utilizando como términos de referencia las palabras clave “innovación social.” De acuerdo con los resultados obtenidos: mientras la innovación social contribuye al bienestar social desde un ámbito mayor, no solo a partir del cambio en las empresas, sino también en las organizaciones, instituciones o en la sociedad en su conjunto, el emprendimiento social está centrado en contribuir a la sociedad a partir de las iniciativas desarrolladas en el ámbito de la empresa y los negocios. El presente trabajo ha puesto de manifiesto que existe una íntima correlación entre las definiciones concretas del concepto de innovación social y emprendimiento social, el desarrollo histórico de dichos conceptos y sus implicaciones disciplinares.

Palabras clave: Innovación social; emprendimiento social; revisión bibliográfica.

Abstract

This study intends to carry out a bibliographic review on innovation and social entrepreneurship, in order to contribute to the studies of the state of the art of both categories. From the theoretical point of view, it is based on the contributions of Hernández, Tirado and Ariza, (2016), Howaldt and Schwarz, (2010); Godin, (2012); Moulaert et al., (2010), Arenilla and García, (2013); Estrada, (2014), Lepoutre, (2011); among others. From the methodological point of view it is limited to a bibliographical investigation in which a review of the literature that addresses these issues has been made. The selection of the definitions obeys a chronological criterion from 1997 to 2014, citation criteria were taken (that is, those definitions that are incorporated into published works are taken).

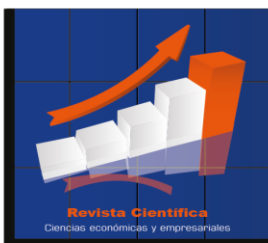
For these purposes, a review was made, through a manual search in key journals of the main databases, using the keywords “social innovation” as terms of reference. According to the results obtained: while social innovation contributes to well-being social from a larger scope, not only from the change in companies, but also in organizations, institutions or society as a whole, social entrepreneurship is focused on contributing to society from initiatives developed in the field of the company and business. The present work has revealed that there is an intimate correlation between the concrete definitions of the concept of social innovation and social entrepreneurship, the historical development of these concepts and their disciplinary implications

Keywords: Social innovation; social entrepreneurship; bibliographic review.

Resumo

Este estudo pretende realizar uma revisão bibliográfica sobre inovação e empreendedorismo social, a fim de contribuir com os estudos do estado da arte de ambas as categorias. Do ponto de vista teórico, baseia-se nas contribuições de Hernández, Tirado e Ariza, (2016), Howaldt e Schwarz, (2010); Godin, (2012); Moulart et al., (2010), Arenilla e García, (2013); Estrada, (2014), Lepoutre, (2011); entre outros. Do ponto de vista metodológico, limita-se a uma investigação bibliográfica na qual foi feita uma revisão da literatura que trata dessas questões. A seleção das definições obedece a um critério cronológico de 1997 a 2014; foram adotados critérios de citação (ou seja, são adotadas as definições incorporadas aos trabalhos publicados). Para tanto, foi realizada uma revisão, por meio de uma pesquisa manual nos principais periódicos das principais bases de dados, utilizando as palavras-chave “inovação social” como termos de referência, conforme os resultados obtidos: enquanto a inovação social contribui para o bem-estar social em um escopo mais amplo, não apenas da mudança nas empresas, mas também nas organizações, instituições ou na sociedade como um todo, o empreendedorismo social concentra-se em contribuir para a sociedade a partir de iniciativas desenvolvidas no campo da empresa e negócios. O presente trabalho revelou que existe uma correlação íntima entre as definições concretas do conceito de inovação social e empreendedorismo social, o desenvolvimento histórico desses conceitos e suas implicações disciplinares.

Palavras-chave: Inovação social; empreendedorismo social; revisão bibliográfica.



Introducción

El tema de la innovación social se ha configurado en un constructo multifactorial que ha cobrado relevancia e interés con el paso del tiempo, especialmente en el ámbito de “lo político, lo económico y lo social” (Abreu, 2011 en Hernández, Tirado y Ariza (2016). Este creciente protagonismo se debe al hecho de que, entre otras cosas, este tópico temático ha recibido diversos aportes del mundo académico, con las consecuentes prácticas innovadoras de naturaleza diversa, como responsabilidad social corporativa, economía colaborativa; así como el fomento de diversos movimientos sociales.

Aunado a lo antes expuesto, el emprendimiento social ha sido abordado por diferentes autores desde distintas aristas del saber, tales como desde la Sociología, Economía, la Antropología y la Psicología. Las ciencias económicas lo han vinculado con el desarrollo, desde un enfoque eminentemente económico; mientras que las ciencias de la Psicología, la Antropología y la Sociología lo han analizado desde un enfoque predominantemente social. Desde las distintas aristas en las que se estudia el emprendimiento se ha hablado del emprendimiento social, por ejemplo, acerca del cual no hay muchos acuerdos que se diga, hay autores para quienes se trata de un tema de beneficencia y hay otros que lo relacionan con el desarrollo económico y la responsabilidad social. En este artículo se pretende presentar una revisión bibliográfica sobre innovación social y sobre emprendimiento social a los fines de aclarar ambas categorías desde la perspectiva de varios autores, a tenor de contribuir con la revisión del estado del arte de ambos constructos para futuras investigaciones.

A tales efectos, se hizo revisión de al menos 30 referencias bibliográficas provenientes de diversos textos, tales como artículos, libros desde el año 1997 hasta el año 2014. Esta revisión se sustenta en los aportes realizados por autores desde el año 2009 en adelante, sin desestimar los aportes clásicos realizados de años anteriores, de manera de poder tener referentes y realizar un trabajo analítico ponderado desde el punto de vista académico y científico. Cabe resaltar que, el objetivo fundamental de este artículo es realizar una revisión bibliográfica sobre la innovación social y el emprendimiento social desde una perspectiva netamente conceptual y teórica.

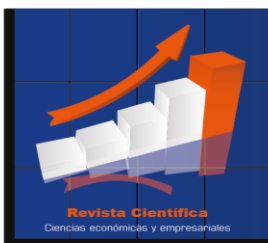
Materiales y Métodos

En este apartado se incluyen los respectivos sustentos teóricos referidos a la innovación social y al emprendimiento social, desde los enfoques económicos, empresariales y sociológicos. Se tomaron al menos 30 referencias bibliográficas entre artículos y textos que versan sobre la materia y se toman las definiciones y conceptos tanto del sintagma innovación social como del sintagma emprendimiento social. Todo ello a tenor de presentar un aporte teórico sobre el estado del arte de ambos constructos para contribuir con los estudiosos sobre esta materia.

Referentes teóricos

Aunque el sintagma innovación social es una categoría en vigor y relevancia actual, en la bibliografía especializada sobre la materia no hay concordancia exacta respecto de su significado. En contraposición a ello, se trata de una concepción que adopta varios enfoques y aristas, que puede ser tratada desde perspectivas y marcos referenciales totalmente distintos. Esta amplitud terminológica se enfatiza, dada la prevalencia de innumerables prácticas que perviven en la sociedad, lo que imposibilita determinar paradigmas sistemáticos que posibiliten la investigación científica rigurosa. Esto, a pesar de que este tópico temático recientemente se ha incorporado en programas y políticas públicas, tanto por movimientos como por organizaciones vinculadas con el cambio social.

Lo anteriormente expuesto, da cuenta de que este sintagma es un constructo que se encuentra todavía en elaboración hacia el encuentro de algún tipo de consenso de los autores sobre su definición. Actualmente, se le define más por el área en el que se desarrolle la innovación social que por sus propias peculiaridades y caracterización; sin embargo, para comprender el concepto de innovación social es preciso partir desde el marco cultural del cual proviene. (Echeverría, 2012). Este elemento tan relevante casi no ha sido abordado en la bibliografía que trata sobre esta materia. Desde esta óptica analítica, asumiendo que la IS es un proceso cultural, como resultado de la interacción en una comunidad concreta, ello conmina a establecer las variables de los sistemas culturales y las acciones de interacción y participación social que fomentan el desarrollo de la innovación. Si asumimos esta perspectiva de análisis, el considerar la innovación social como un proceso cultural producto de una comunidad concreta, obliga a objetivar cuáles serían las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que impulsan el desarrollo de la



innovación en cada contexto específico. Esta consideración de la innovación social como “producto cultural” precisa de reconocer el “contexto histórico” en el que surge. Asimismo, los principios que se ven reflejados en estas definiciones y los elementos estructurales que se articulan en forma de los rasgos que la integran.

A los fines de contextualizar y comprender mejor el término innovación social es preciso aclarar, en primera instancia que, la mayoría de los autores coinciden en que el proceso innovador comienza con una necesidad no satisfecha junto con la intención de satisfacerla. Como una forma de ilustrar este aspecto, se tiene que Mulgan, (2006: p. 37) aporta que la innovación supone el proceso por el que se buscan formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer las necesidades aún no cubiertas, satisfechas de manera deficiente o emergente.

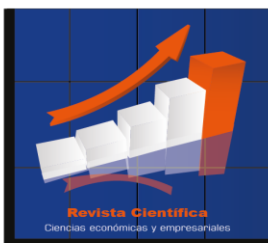
Por su parte, casi todos los enfoques y disciplinas que abordan la innovación como objeto de estudio e investigación, le otorgan a la IS una relevancia tal que lo han llegado a calificar como “motor” del proceso de “evolución social”, del “cambio social” o del “desarrollo”. Esta concepción es radical en algunos autores como Durkheim, Weber o Marx, quienes la relacionan con el desarrollo de formaciones socioculturales como puede ser el capitalismo. Por su parte, la sociología clásica ha desarrollado algunas propuestas para “analizar cuáles eran los mecanismos por los cuales las sociedades hacían el tránsito de la tradición a la modernidad y cómo se materializaban las transformaciones en cada momento social”. Hernández, Tirado y Ariza (2016).

Es así como, Durkheim, (1982) al analizar los acontecimientos económicos como hechos sociales, enfatizó sobre la relevancia de las nuevas condiciones sociales que aparecen con la división del trabajo. Simmel (1986: p. 57), por su parte, define la innovación como “*la necesidad de encontrar una fuente de ganancia todavía no agotada*” imbricando en ese proceso la interacción en el mercado y colocando este espacio de aprendizaje social en las grandes ciudades. En palabras de Weber, (1944), la perspectiva de la acción social es un aspecto a tener en cuenta junto con las acciones individuales, teniendo ambas repercusiones en las condiciones de vida de los sujetos. Weber fijará su atención a la economía como una acción dinámica y evolutiva, entendiéndola como una “acción social”. Desde la óptica de este autor se asume también la posición de la innovación como resultado de la propia dinámica de interacción social.

En contextos de unidades dialécticas entre las cuales destaca: la sociología y la economía en la que se ha centrado en la temática de la innovación, tal y como se puede verificar en los enfoques de autores como Veblem, Pareto o el propio Marx, se ha observado que son autores en los que la economía adquiere rango de estructurados social. Justamente desde estos enfoques será desde donde se hagan los principales avances respecto de los estudios sobre innovación. Por su parte y con relación a la economía e innovación como unidad dialéctica “podría asumirse que debe referenciarse como autor fundador a Schumpeter, quien se dio a conocer como precursor de este fenómeno con la publicación en 1939 de *Business Cycles*.” Hernández, Tirado y Ariza (2016).

Este autor caracteriza la innovación como una secuencia holística e integral, en la cual los tópicos económicos y sociales son más relevantes, si cabe, que los científicos-tecnológicos aunque será defensor de que sólo puede hablarse de innovación si, por una parte, la invención o descubrimiento generado en el ámbito científico entra efectivamente en el mundo empresarial, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos y productos que posteriormente van a difundirse en el tejido social a través del mercado y si, por otro, es posible constatar un cambio significativo con una determinada finalidad. Según esta última característica se aprecia que Schumpeter estaba interesado en las innovaciones radicales, poniendo especial atención en las tensiones, ambigüedades y contradicciones de las sociedades hacia la modernidad (los procesos económicos no están exentos de estos procesos). Hernández, Tirado y Ariza (2016).

Finalmente, se puede evidenciar que en la propuesta de este autor la innovación será el secreto para entender y explicar los procesos de desarrollo, configurándose en un aspecto de gran importancia para analizar los procesos que generan cambios en el ámbito del bienestar social. Por su parte, autores como Howaldt y Schwarz (2010) combinan estas definiciones, ideas y nociones y añaden además la variable temporal, de tal manera que, la innovación coadyuva a moldear partes del cambio que se volverán relevantes en el futuro. Volviendo la mirada y prestando atención al ámbito más riguroso de la economía, Hagenstrand (1952), en *The propagation of innovation waves*, trata la innovación desde la geografía económica, analizando la difusión de la innovación en el territorio como una forma de crecimiento económico. Más adelante, Drucker (1986) abordó la innovación como una forma de desarrollo para las organizaciones, teniendo como referencias la cercanía del



mercado y el estilo gerencial. En ese orden de ideas, este autor infiere que la innovación cambia algo, un proceso, el comportamiento de alguien, por tanto, la innovación debe estar siempre cerca del mercado, enfocada en el mercado y dirigida hacia el mercado.

Desde este marco referencial, innovar no se ciñe únicamente a la capacidad de hacer algo nuevo, es trascender hasta lograr su concreción y comercializarlo exitosamente, lo que involucra no sólo la innovación tecnológica, sino también cambios organizacionales, gerenciales y comerciales.

Un referente muy relevante y digno de considerar al momento de analizar la innovación desde la perspectiva económica radica en la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). En su Manual de Oslo (1997), en el cual se apunta que la innovación no es un objetivo o fin en sí mismo sino una manera a través de la cual puede crecer la producción y la productividad, así como que contribuye a incrementar la competitividad de una empresa, y puede contribuir a reducir los costes de producción y a estar presente en nuevos mercados.

En este orden de ideas, y a propósito de lo anterior, el Libro Verde de la Innovación de la Comisión Europea (1995) explica que la innovación se asume como sinónimo de producción, adopción y exploración de una novedad, en las esferas económica y social, de forma que otorgue soluciones inéditas e inmediatas a los problemas y logre responder a las necesidades de las personas y de la sociedad. Esta asunción permite establecer la vinculación directa entre la innovación y las formas para satisfacer mejor las necesidades de la sociedad, considerando para ello que esta óptica posee un enfoque económico y productivo.

Al continuar con la línea de la innovación desde una tendencia del mercado y la función del producto, Freeman, (1997) sugiere que la innovación es el proceso de interacción en el que se efectuarán los intentos para elaborar o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Por consiguiente, la innovación desde un enfoque económico se configura en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado.

En líneas generales se podría decir que, en el marco de la disciplina económica, la innovación es un proceso complejo que conlleva nociones al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios. Todo ello estaría compuesto por dos vertientes: la primera, especializada en el conocimiento, mientras que la segunda se dedica fundamentalmente a su aplicación. A este respecto, Hernández, Tirado y Ariza (2016), refieren lo que se presenta a renglón seguido:

Aunque una primera aproximación al término innovación parece concebirlo como la manifestación de la invención y de la creatividad en nuevas formas de mercados y valores económicos, su desarrollo e impacto en el tejido social implicará un amplio abanico de actividades económicas y productivas que ponen de manifiesto su propósito, que no es otro que la mejora continua del producto, del mercado, de la organización, de la sociedad, del entorno y, en definitiva, del bienestar de las personas y de la sociedad. (P. 09)

De allí que, el sintagma nominal innovación social es un término que abarca mucho más allá de la mera invención y creatividad para emprender y desarrollar actividades de mercado, su ámbito de acción trasciende mucho más allá de eso, lo cual comporta la optimización de todos los procesos de producción, comercialización, procesos económicos y financieros apostando al alcance del logro del bienestar de las personas y de la sociedad en general.

Principales definiciones del concepto de innovación social

Existen autores como Godin, (2012) por ejemplo, que asumen que se puede considerar los inicios del concepto de innovación social desde el siglo XIX, específicamente a partir de la revolución francesa. Por su parte, otros autores marcan el origen de la innovación social como objeto de estudio, a partir de los trabajos de Weber y Schumpeter, (Hillier et al., 2004) y, e incluso hay quienes lo sitúan en épocas mucho más contemporáneas, ubicando los inicios de este concepto hacia la década de los años setenta del siglo pasado (Cloutier, 2003). Sin embargo, otro equipo de investigadores sitúa la eclosión de la innovación social en el conato de paliar las lagunas de las teorías economicistas y tecnocráticas, las cuales obviaban en sus análisis los aspectos de cohesión social y territorial (Moulaert et al., 2010). Desde este marco y sin lugar a dudas, se considera que el contexto de crisis económica y financiera que se desarrolla en el mundo a partir de 2008, trayendo consigo la necesidad de realizar profundas restricciones presupuestarias del gasto público y el consecuente debilitamiento del estado del bienestar, ha estimulado la reflexión teórica, al mismo tiempo que ha suscitado espacios de acción social que el Estado y el mercado no llegan a cubrir de forma adecuada.



A la luz de las consideraciones anteriores, en pos de hacer una revisión significativa de la concepción del término innovación social, seguidamente se presentan las definiciones más relevantes acerca de la innovación social en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1. Principales definiciones del concepto de innovación social según diversos autores e instituciones desde 2009 hasta 2014

Autor/Institución/año	Definición
OCDE, 2009	El término “innovación social” se utiliza para describir el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios o modelos) para satisfacer las necesidades sociales. Al igual que en otros campos, la innovación social es distinto de “mejora” o “cambio”... Sugiere incremento de la creatividad e invención vital para la innovación... Aunque existe una superposición entre mejora, cambio, innovación, espíritu empresarial y creatividad.
Red Six (Social Innovation Exchange y Young Foundation) 2010	Las innovaciones que son sociales, tanto en sus fines y sus medios.
Howaldt y Schwarz, 2010	Son nuevas combinaciones y/o configuraciones de las prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales, promovida por ciertos actores o constelación de actores de una forma intencional con el objetivo de satisfacer mejor necesidades y problemas.
Hubert, 2010	Son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales (más efectivamente que las alternativas) y que crean nuevas relaciones sociales y de colaboración fomentando las capacidades sociales para la acción.
Cahill, 2010	La innovación social es una iniciativa, producto, proceso o programa que cambia profundamente las rutinas básicas, recursos, flujos de autoridad o las creencias de cualquier sistema social (por ejemplo individuos, organizaciones, barrios, comunidades y sociedad enteras).
Andrew and Clein, 2010	La innovación social implica el deseo de hacer las cosas de manera diferente a pensar en términos de transformaciones a las instituciones y prácticas sociales. La innovación social requiere el aprendizaje y la capacidad institucional para aprender. Son las “regiones de aprendizaje,” por tanto, elementos críticos en los procesos de innovación social.

Dawson and Daniel, 2010	La innovación social puede describirse en términos generales como el desarrollo de nuevos conceptos, estrategias y herramientas que apoyan a los grupos para alcanzar el objetivo de la mejora del bienestar; innovación social es cómo resolver los problemas sociales y el cumplimiento de los objetivos sociales para mejorar el bienestar social.
Sinergiak, 2011	Actitudes, ideas, iniciativas, actividades, organizaciones, servicios o productos que tienen como motivación dar respuesta a necesidades sociales, económicas, culturales u organizacionales y pueden también perseguir y producir beneficios sociales.
Agnés Hubert, BEPA, CE, 2011	Las innovaciones sociales son innovaciones que son sociales tanto en sus fines como en sus medios. Específicamente, definimos las innovaciones sociales como productos (nuevas ideas, servicios y modelos), que cumplan simultáneamente las necesidades sociales (más eficaces que otras alternativas) y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones. Son innovaciones que no sólo son buenas para la sociedad sino que también mejoran la capacidad de actuar societariamente.
Rockefeller Foundation, 2011	Lo que parece más útil como una definición es que la innovación social se refiere realmente a la innovación en el sector social - en otras palabras, la innovación aplicada a los problemas ambientales, sociales y de salud, a diferencia de los negocios. La innovación social puede estar asociada con el emprendimiento social, pero creo que eso es una definición muy estrecha. Creo que la innovación social, viene en cuatro categorías. No es la innovación de productos, que es lo que la mayoría de la gente piensa cuando piensa en la innovación... hay innovación de procesos. ¿Cómo hacer que las cosas, no sólo lo que haces? Así, estética, no sólo una cosa nueva, sino que puede estar haciendo las cosas viejas en formas nuevas... En tercer lugar, está la innovación del mercado, en el que realmente está transformando el funcionamiento de los mercados, y en el espacio social, como en el sector con fines de lucro, esas son formas muy poderosas para innovar... y luego la cuarta categoría es la innovación organizacional. También en este caso, creo que la gente no suele tener ese tipo de mentalidad cuando piensan acerca de lo que significa la innovación. Pero otra es una forma muy poderosa.
OCDE, 2011	La innovación social es la que puede afectar a un cambio conceptual, de proceso o de producto, un cambio organizacional así como los cambios en la financiación, y puede hacer frente a nuevas relaciones



	<p>con las partes interesadas y territorios... la innovación social busca encontrar respuestas a</p> <p>los problemas sociales mediante:</p> <p>a- La identificación y la entrega de nuevos servicios que mejoren la calidad de vida de los individuos</p> <p>y las comunidades</p> <p>b- La identificación y la implementación de nuevos procesos de integración del mercado de trabajo,</p> <p>nuevas competencias, nuevos empleos y nuevas formas de participación así como diversos elementos que cada uno contribuya a mejorar la posición de los individuos en la población activa</p>
Harayama y Nitta, 2011	<p>Nuevas estrategias, conceptos, ideas y organizaciones que responden a necesidades sociales de todo tipo (desde las condiciones de trabajo, la educación para el desarrollo comunitario y la salud) que se extienden y fortalecen a la sociedad civil.</p>
European Union, 2012	<p>Las innovaciones sociales son nuevas ideas, instituciones o formas de trabajar, que satisfagan las necesidades sociales de manera más eficaz que los métodos existentes. A menudo, la innovación social consiste en la reconstrucción y la reutilización de las ideas existentes: la nueva aplicación de una vieja idea o la transferencia de una idea de una parte a otra</p>
Arenilla y García, 2013	<p>Desarrollo de productos o procesos novedosos que están orientados a la resolución de los problemas más acuciantes de las personas y a la satisfacción de sus principales necesidades, suponen una mejora de las condiciones anteriores así como una transformación del entorno social y las relaciones humanas</p>
Estrada, 2014	<p>Una innovación de ese tipo es el conjunto de planes, políticas, acuerdos, mecanismos sociales, formas de organización de la sociedad civil, que crea nuevos y exitosos servicios y procesos destinados a la solución de problemas sociales específicos, en la organización política y social, en la justicia, la salud, el trabajo, la participación ciudadana, el acceso a servicios públicos, la educación, el acceso a la cultura, al descanso, a la recreación y a un medio ambiente sano, en los ámbitos locales, regionales, nacionales o globales. Todo ello con indicadores y metas verificables respecto a su impacto</p> <p>y a la transformación social por la aplicación de la innovación, y que cumpla los límites de consenso, es decir, que respete, como mínimo, los acuerdos de la ONU en los campos de aplicación, o a menos, que no sean incompatibles con estos.</p>

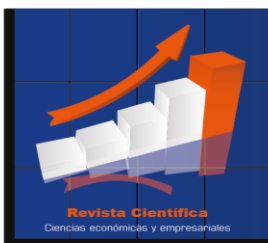
Fuente: Hernández, Tirado y Ariza (2016). Edición Propia (2019)

El otro término a analizar en este trabajo radica en el denominado emprendimiento social, el cual hoy por hoy se ha conformado en un campo de interés y acción activa en el desarrollo de la investigación científica durante las últimas tres décadas (Lisetchi & Brancu, 2014; Zahra et al., 2009). Es así, como diversos investigadores han colocado en relieve el atractivo acerca del abordaje del estudio y análisis de éste constructo social, específicamente en el tema y abordaje empresarial (Austin, et al., 2006; Certo & Miller, 2008; Peredo & McLean, 2006; Peredo & Chrisman, 2006; Schendel & Hitt, 2007).

Este tópico temático sobre el emprendimiento social no solo reviste interés para los investigadores, sino también para el ámbito de la económica (Gangemi, 2006), y para los empresarios (Bornstein, 2007; Hemingway, 2005) e incluso para quienes detentan funciones y roles en políticas públicas que involucren esta materia. (Korosec & Berman, 2006). Empero, pese a que éste tópico goza de ese interés cada vez mayor, el gremio conformado por académicos y profesionales distan mucho de llegar a un acuerdo en lo que respecta a la semántica del término. Esto es determinar en forma consensuada el real significado del emprendimiento social. En ese orden, Dacin et al., (2010) afirman que el *estatus quo* de la anarquía conceptual, imposibilita un mayor progreso en esta área del saber.

Una de las razones que hace tan difícil el consenso entre los autores que han ofrecido sus aportes y consideraciones sobre el tópico radica en que éste es un sintagma que se caracteriza por su polivalencia (Bacq & Janssen, 2011; Nicholls, 2008; Weerawardena & Mort, 2006). Por otra parte, desde una perspectiva de la praxis, puede referirse la puesta en práctica de diversos negocios de naturaleza social. Generalmente, lo que se estila es que el Estado, a través del gobierno otorgue respaldo de las principales fundaciones en el campo como Ashoka, Skoll Foundation, o Schwab Foundation, las cuales han sido de capital relevancia para su avance. Es por eso que el gobierno diseña y propone el contexto de organización, a objeto de fomentar la generación de nuevas ideas empresariales y sociales mediante el apoyo financiero de las mismas.

Un punto que presenta coincidencia entre todos los investigadores es que el emprendimiento social tiene como fin último y misión principal coadyuvar hacia el bienestar de la sociedad (Austin et al., 2006; Dees, 1998; Lasprogata & Cotten, 2003; Peredo & McLean, 2006; Perrini & Vurro, 2006;



Sharir & Lerner, 2006), enfrentar exitosamente los problemas sociales que se susciten (Alvord et al., 2004; Bornstein, 2007; Light, 2006) y que surjan soluciones victoriosas para reducir a su mínima expresión, las apremiantes necesidades sociales (Mair et al., 2006; Mair & Marti, 2006; Seelos & Mair, 2005). E incluso es consideración de algunos estudiosos de la materia el pensar que las empresas sociales poseen el potencial para producir transformaciones importantes en “la percepción, la formulación de políticas, o la aplicación de los cambios sociales en el sector público.” (Waddock & Post, 1991).

Una de las consecuencias de la confusión y variedad de la definición conceptual del término es considerar que el emprendimiento sea potestad exclusivamente de aquellas organizaciones que asumen el emprendimiento sin fines de lucro. (Lasprogata & Cotten, 2003), frente a otras consideraciones que sugieren que el emprendimiento social puede desarrollarse por empresas lucrativas si y solo si se hallan a cargo de organizaciones sin fines de lucro (Wallace, 1999), “como organizaciones con pérdidas financieras permanentes.” (Baron, 2007), que efectúan “acciones de tipo filantrópico” (Ostrander, 2007), o” como aquellas actividades empresariales con un objetivo social” (Certo & Miller, 2008; Van Slyke & Newman, 2006; Ven, Sapienza, & Villanueva, 2007).

Entre las definiciones más difundidas y aceptadas en el ámbito científico de este sintagma, destaca la desarrollada por Mair y Martí (2006), quienes asumen el emprendimiento social como “un proceso de creación de valor mediante nuevas combinaciones de recursos”. Estas combinaciones de recursos están destinadas principalmente a explorar y explotar las oportunidades para crear valor social, estimular el cambio social o satisfacer nuevas necesidades sociales. (Alonso, González y Nieto, 2015).

A continuación, se presenta en la tabla N° 2, algunas de las definiciones más relevantes en el campo del emprendimiento social a saber desde 1997 hasta 2014:

Tabla 2. Principales definiciones de Emprendimiento social según autores desde 1997 hasta 2014

Autor/Institución/año	Definición
Leadbeater (1997)	Conducta empresarial con fines sociales y no con objetivos lucrativos, en el que los beneficios generados por actividades de mercado se utilizan en beneficio de un grupo desfavorecido en particular.
Dees & Elias; Dees. (1998)	Agente de cambio en el sector social que: 1) Adopta la misión de crear y sostener valor social, 2) Reconoce y persigue nuevas oportunidades para alcanzar esa misión, 3) Participa en un proceso de continua innovación, adaptación y aprendizaje, 4) Actúa con valentía y sin estar limitado por los recursos disponibles, y 5) Es transparente y presenta una mayor rendición de cuentas.
Thompson et al. (2000)	Una persona que detecta una oportunidad y que satisface alguna necesidad no satisfecha por el Estado, y que reúne los recursos necesarios (por lo general personas, a menudo voluntarios, dinero y otros activos) y los utiliza para generar el cambio social.
Alvord et al. (2004)	La creación de soluciones innovadoras que resuelvan los problemas sociales inmediatos y movilicen las ideas, capacidades, recursos y acuerdos sociales necesarios para lograr una transformación social sostenible.
Light (2006)	Un individuo, grupo, red, organización o alianza de organizaciones que busca un cambio sostenible a gran escala a través de la aplicación de nuevas ideas. Estas ideas son distintas a las aplicadas por los gobiernos, las organizaciones no lucrativas, y las empresas para hacer frente a los problemas sociales.
Austin et al. (2006)	Define el emprendimiento social de forma innovadora, como la creación de valor social a partir de actividades que puede ocurrir dentro o fuera de organizaciones lucrativas o no lucrativas, privadas o públicas.
Mair and Martí (2006)	Un proceso de creación de valor mediante nuevas combinaciones de recursos
Peredo and McLean (2006)	Una persona o grupo organizativo que pretende crear valor social, a través de actividades innovadoras que aprovecha las capacidades y recursos de las que disponen, y asume un cierto riesgo por las actividades que realiza.
Martin and Osberg (2007)	Define el emprendimiento social como: 1) la identificación del contexto actual 2) la identificación de



	la oportunidad y el desarrollo de una nueva propuesta de valor social para desafiar el equilibrio, y 3) el establecimiento de un nuevo equilibrio que alivie las necesidades de los grupos más desfavorecidos a través de la imitación y la creación de un ecosistema estable que asegure un futuro mejor para el grupo y la sociedad.
Nicholls (2008)	Una motivación socio-moral del emprendedor o una actividad empresarial que tiene una misión social.
Zahra et al. (2009)	Aquellas actividades y procesos realizados, que logran descubrir, definir y aprovechar las oportunidades que mejoran la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de las organizaciones existentes de una manera innovadora.
Dacin et al. (2010)	Características individuales, procesos y actividades sociales que conducen inevitablemente a la discusión y al debate. Estas actividades son difíciles de resolver, ya que están aplicadas a todo tipo de actividades empresariales sociales en todos los contextos
Lepoutre (2011)	Un proceso de creación de valor mediante nuevas formas de combinación de recursos. Estos recursos están destinados principalmente a explorar y aprovechar las oportunidades para crear valor social y a estimular el cambio social o cubrir necesidades sociales. Además, implica el ofrecimiento de servicios y/o productos, pero también puede referirse a la creación de nuevas organizaciones.
Gatica et al. (2012).	El proceso y la oportunidad de crear valor para la sociedad, generando un cambio o impacto en la comunidad, ya sea mediante la creación de productos y servicios, o mediante nuevos modelos de negocios o nuevas organizaciones. Estas actividades son impulsadas a partir de las acciones de un individuo, de un colectivo o de diversas organizaciones que se desenvuelven en un contexto determinado.
Schwab Foundation (2014)	La aplicación de enfoques prácticos, innovadores y sostenibles que benefician a la sociedad en general, y ponen el énfasis en aquellos que son marginados y pobres.

Fuente: Alonso, González y Nieto, (2015). Edición Propia (2019).

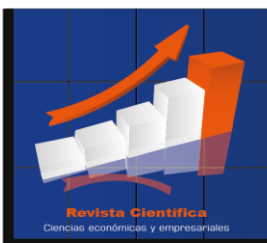
Fundamentos metodológicos

En este tópico se especifican los procedimientos metodológicos seguidos para realizar la revisión bibliográfica sobre las categorías innovación social y emprendimiento social desde el punto de vista teórico, presentando las definiciones de diversa índole y connotación según los autores haciendo revisión de al menos 30 textos entre material bibliográfico y hemerográfico; así como por la web desde el año 1997 hasta el año 2014, como se explica a renglón seguido:

Procedimientos metodológicos de rigor científico-investigativo

La selección de estas definiciones obedece a un criterio cronológico de 1997 a 2014, se tomaron criterios de citación (es decir se toman aquellas definiciones que se incorporan en obras publicadas), relevancia (aquellas que dan lugar a marcos teóricos más o menos elaborados) y genuinidad (es decir, que aporta elementos de gran impacto, ya sea por el hecho de que se han consolidado dentro de escuelas de pensamiento, o bien por pertenecer a instituciones de referencia en el ámbito de la innovación social).

A tales fines, se hizo una revisión bibliográfica, mediante una búsqueda manual en revistas clave de las principales bases de datos (tales como: ISI Web of Knowledge, SCOPUS), utilizando como términos de referencia las palabras clave “innovación social” y otras combinaciones (“se define la innovación social”, “definición de innovación sociales”, “innovación social se refiere a”, “innovación social es conceptualizada“, “dimensiones de la innovación social”, y “la investigación sobre la innovación social”). Se consideró como un criterio también que los idiomas de las publicaciones más pertinentes eran el inglés y el español, por ser los ámbitos de mayor influencia del tema objeto de estudio. Un primer resultado de esta búsqueda arrojó un total de 1.986 registros. Sobre este catálogo inicial se decidió aplicar un filtro más restrictivo consistente en que en el cuerpo del artículo apareciese la definición explícita de la innovación social. Utilizando este criterio se redujo la relación a un total de 62 artículos, que dieron lugar a 48 definiciones diferentes, de los cuales se tomaron 30 artículos de los que se tomó una definición, obteniendo 15 definiciones por sintagma, esto es 15 definiciones de innovación social y 15 definiciones de emprendimiento social.



Análisis y discusión de resultados

En el devenir histórico del tiempo, se han ido incluyendo una serie de definiciones nuevas que se han visto influenciadas por el momento histórico en el que surgían, imbuidas por tanto de los valores proyectados por los agentes sociales que los proponían, lo cual ha sido útil, por un lado para enriquecer el concepto y para profundizar por otro, los elementos propios de la reflexión teórica. Esta dependencia de los valores proyectados por los agentes sociales, que solo pueden ser definidos en un contexto determinado, ha enriquecido el concepto, pero también ha imposibilitado la obtención de una definición unitaria y aceptada de pleno por toda la comunidad científica. Pese a esta dificultad, se han desarrollado interesantes esfuerzos por identificar lo que podría considerarse como “componentes estructurales” de la innovación social, como punto de arranque para desarrollar una definición de consenso, que tenga a la misma vez una utilidad práctica y teórica en este ámbito.

La definición del constructo innovación social comprende diferentes aspectos a juzgar por las concepciones de los autores desde antes de 2009 hasta 2014. A este respecto puede observarse que la innovación comporta creatividad, inventiva nuevos productos, modelos bienes y servicios para resolver problemas que aquejan a la sociedad; que implica cambios desde una visión empresarial, también se concibe la innovación como nuevas combinaciones de prácticas de corte social, también es vista como iniciativas de organizaciones en productos y programas que cambia las rutinas básicas de cualquier sistema social.

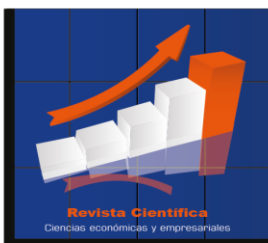
Se concibe a su vez a la innovación social como el deseo de hacer las cosas en términos diferentes, se piensa en cambio de la práctica social; en el desarrollo de nuevas estrategias para alcanzar el bienestar, para resolver problemas y cumplir objetivos de bienestar colectivo; actitudes, actividades, organizaciones, cuya motivación es dar respuesta a los problemas sociales, económicos, culturales y organizacionales para alcanzar beneficios sociales; nuevas ideas, servicios y modelos que se acoplen a las necesidades sociales en forma más eficiente que otras alternativas, la innovación aplicada al ambiente, a la salud desde 4 dimensiones: innovación de procesos, innovación de mercado, y la innovación organizacional; cambio organizacional y financiero para dar respuesta a los problemas sociales mediante el mejoramiento de la calidad de

vida y nuevos procesos de integración al mercado de trabajo; desarrollo de productos novedosos orientados a la solución de los problemas, transformación del entorno social y las relaciones interpersonales. Finalmente, la innovación social es vista como un conjunto de planes, políticas y mecanismos sociales y formas de organización social que crean nuevos servicios y procesos destinados a la solución de procesos especiales.

Por su parte, las concepciones del sintagma emprendimiento social también presentan una gran diversidad de definiciones, así las cosas a éste constructo se le ha definido como conducta empresarial con fines sociales pero sin fines de lucro, en la que los beneficios generados serán aportados a grupos sociales desfavorecidos; también se define como agente de cambio en el sector social para crear y sostener valor social; el emprendimiento social visto como una persona que detecta una oportunidad y que satisface las necesidades sociales no resueltas por el Estado y reúne los recursos necesarios para generar el cambio deseado.

También se conceptualiza al emprendimiento social como la creación de soluciones innovadoras que resuelvan los problemas sociales inmediatos y lograr la transformación social sostenible; se define además como un individuo, grupo, red, o alianza de organizaciones que buscan un cambio sostenible a gran escala, mediante ideas nuevas distintas a las gubernamentales y organismos sin fines de lucro para hacer frente a los problemas sociales. El emprendimiento social es concebido además como la creación de un valor social, mediante diversas combinaciones de recursos; como la identificación del contexto, de la oportunidad, desarrollo de valor social, para aliviar las necesidades de los grupos sociales más desfavorecidos mediante un ecosistema estable que asegure un futuro mejor para el grupo y la sociedad.

A su vez, el emprendimiento social también se define como la motivación socio-moral del emprendedor o empresa que tiene una misión social, que realiza actividades y procesos que mejoran la riqueza social a través de la creación de empresas y gestión de organizaciones de manera innovadora; se define asimismo como el proceso de creación de valor social, cambio social y cobertura de necesidades sociales, mediante la creación de nuevos productos y servicios y organizaciones.



Aunada a las definiciones anteriores se incluye ésta: el emprendimiento social como los procesos de creación de valor social, mediante nuevos productos y servicios y nuevas organizaciones impulsadas por individuos, colectivos o diversas organizaciones en un contexto determinado; como la aplicación de enfoques prácticos, innovadores y sostenibles que benefician a la sociedad en general con énfasis en los marginados y pobres.

Este artículo presenta una revisión de la literatura sobre la innovación social y sobre el emprendimiento social (Choi & Majumdar, 2014; Kirwan et al., 2013; Short et al., 2009). Así, tras la presentación de estos conceptos, se ha evidenciado cierta confusión que se ha puesto de manifiesto en este estudio. Entre las contribuciones de este estudio se encuentran los diferentes conceptos y definiciones de ambos constructos. A partir del análisis realizado se puede afirmar que si bien la innovación social y el emprendimiento social persiguen el mismo objetivo, el bienestar de la sociedad (Alvord et al., 2004), estos conceptos reflejan aspectos diferentes (Westley & Antadze, 2010). Mientras la innovación social contribuye al bienestar social desde un ámbito mayor, no solo a partir del cambio en las empresas, sino también en las organizaciones, instituciones o en la sociedad en su conjunto, el emprendimiento social está centrado en contribuir a la sociedad a partir de las iniciativas desarrolladas en el ámbito de la empresa y los negocios. De esta forma, el ámbito de actuación del emprendimiento social es más reducido que el de la innovación social. (Phills et al., 2008).

En los últimos años, la innovación y el emprendimiento social han alcanzado una gran relevancia, como prueban los distintos trabajos publicados en el ámbito académico (Dacin et al., 2011). Además de esta creciente importancia en la literatura, las implicaciones sociales que estas iniciativas tienen sobre el desarrollo económico y social descubre un importante campo de estudio aún por explorar. Actualmente se considera que el desarrollo económico y el bienestar de la sociedad pasan por la consolidación de organizaciones híbridas que combinan indistintamente prácticas sociales y comerciales. (Paché & Santos 2013). La profundización en este campo de estudio constituye una línea futura de investigación.

Conclusiones

El objeto de análisis de la innovación social transcurre de enfocarse en la aplicación de la innovación técnica a las esferas sociales, a concentrarse en las relaciones entre una sociedad problematizada en busca de soluciones y éstas mismas soluciones, siendo estadios intermedios de este cambio de interés el cómo las innovaciones responden a problemas sociales o la aportación específica que se hace desde el ámbito concreto de la acción social o de las organizaciones sin ánimo de lucro.

En definitiva, el presente trabajo ha puesto de manifiesto que existe una íntima correlación entre las definiciones concretas del concepto de innovación social y emprendimiento social, el desarrollo histórico de dichos conceptos y sus implicaciones disciplinares. En más ocasiones de las que sería deseable el estudio de la innovación social y el emprendimiento social ha sido realizado desde una perspectiva parcial, sin el enfoque holístico que este asunto requiere. Precisamente, este trabajo aporta nuevos matices, perspectivas y colores que contribuyen a un mejor conocimiento del fenómeno y a tender puentes entre el árbol de la innovación social, el emprendimiento social y el bosque del modelo de sociedad que se pretende construir en la sociedad actual.

Referencias

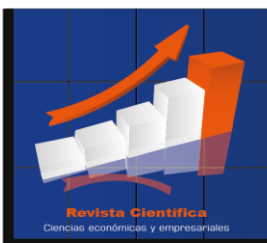
1. Abreu, (2011) ABREU, J. (2011): “Innovación social, conceptos y etapas”, Daena, International Journal of Good Conscience, 6 (2), 134-148.
2. Alonso, D.; González, N. & Nieto, M. (2015): "Emprendimiento social vs innovación social", Cuadernos Aragoneses de Economía, vol. 24, nº 1-2, (119-140).
3. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
4. Ashoka. (2014). Ashoka - innovators for the public. Retrieved from <https://www.ashoka.org/>

5. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
6. Arenilla and García, (2013)): *Innovación Social. La integración social en la administración pública*, Editorial Netbiblo, La Coruña.
7. Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403.
8. Baron, D. P. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.
9. Certo & Miller, (2008) Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267-271.
10. Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376.)
11. COMISIÓN EUROPEA (1995): *El libro verde de la innovación*, En: ec.europa.eu/research/.../com_2011_0048_csf_green_paper_es.pdf
12. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
13. Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *The Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57
14. Dawson, P., Daniel, L., & Farmer, J. (2010). Editorial. *International Journal of Technological Management*, 51(1), 1-8.
15. Dawson, P., & Daniel, L. (2010). Understanding social innovation: A provisional framework. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 9-21.

16. Dees, J. G., & Elias, J. (1998). The challenges of combining social and commercial enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 8(1), 165-178.
17. Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76, 54-69.
18. Drucker, P. (1986): *La innovación y el empresario innovador*, Editorial Norma, Bogotá
19. Durkheim, (1982) DURKHEIM, E. (1982): *La división del trabajo social*, Akal, Madrid.
20. Echaverría, J. (2008): “El Manual de Oslo y la innovación social”, *ARBOR, Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXIV 732, Julio-Agosto, 609-618.
21. Echeverría, j. & Gurrutxaga, A. (2012): *La luz de la Luciérnaga*, Plaza y Valdés, Madrid.
22. EUROPEAN COMMISSION (2011): “Innovation Union”, Brussels. En línea: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm. (Consulta: 13-07-2019).
23. European Commission. (2014a). Europe 2020. Retrieved from http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm
24. European Commission. (2014b). Oslo manual. THE MEASUREMENT OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL ACTIVITIES. Retrieved from <http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf>
25. European Commission. DG Regional and Urban Policy. (2013). Guide to social innovation. Retrieved from http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf
26. Friedman, M. (2007). *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York:
27. EUROPEAN COMMISSION (2012): “Barriers to Social Innovation, FP 7 Project TEPSIE”. Brussels. En
28. línea: <http://www.tepsie.eu/images/documents/tepsie.d3.1barrierstosocialinnovation.pdf> (Consulta: 13-07-2019).
29. Freeman, C. (1997): *The Economics of Industrial Innovation*, MIT Press, IllinoisEuropean Union, (2012)

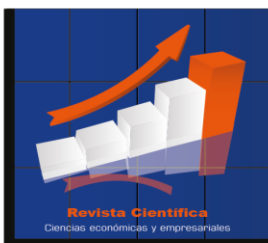
30. Gangemi, J. (2006). Green growth areas for entrepreneurs. *BusinessWeek Online*.
31. Gatica et al. (2012). *La innovación social en Chile y el rol del estado en su desarrollo*.
Escuela de Administración Pontificia
32. Godin, B. (2012): *Social innovation: Utopias of innovation from 1830 to the present*.
Project on the intellectual History of innovation, INRS, Montreal, Working paper No. 11.
33. Hagenstrand, T. (1952): *The propagation of innovation waves*, Royal University of Lund
34. Hemingway, C. A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233-249.
35. Hochgerner, J. (2010). Considering the social relevance of innovations, preface at Howaldt.
J. and Schwarz, M. (2010) Social Innovation: Concepts, Research Fields and International Trends, IMO International Monitoring
36. Hernández, Tirado and Ariza, (2016) “El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199.
37. Hillier, J., Moulaert, F. & Nussbaumer, J. (2004): “Trois essais sur le rôle de l’innovation sociale
dans le développement territorial”, *Géographie, Économie, Société*, 2(6), 129-152.
39. Hochgerner, J. (2011): “The Analysis of Social Innovations as Social Practice”. En línea:
<http://www.socialinnovation2011.eu/wp-content/uploads/2011/04/The-Analysis-of-Social-Innovations-as-Social-Practice.pdf> (Consulta 13-07-2019).
41. Howaldt, J. & Schwarz, M. (2010): *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends*. En línea:
http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20.pdf
42. (Consulta: 13-07-2019).
43. Hubert, A. (2010): “Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union”. En línea: http://www.net4society.eu/_media/Social_innovation_europe.pdf
(Consulta: 13-07-2019).

44. Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S., & Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: The global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714.
45. Lettice, F., & Parekh, M. (2010). The social innovation Libro Verde de la Innovación de la Comisión Europea
46. Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S., & Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: The global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714. (1995)
47. Light, P. C. (2006). Reshaping social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, 4, 47-51.
48. Lisetchi, M., & Brancu, L. (2014). The entrepreneurship concept as a subject of social innovation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 124(0), 87-92.
49. Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social entrepreneurship* Palgrave Macmillan New York.
50. Mair, J., Battilana, J., & Cardenas, J. (2012). Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 353-373.
51. Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
52. Martin and Osberg (2007) Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.
53. Moulaert, F., Maccallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2010): *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, Katarsis, EU's Framework Program 6, Final Report.
54. Mulgan, G. (2006): "The process of social innovation", *Innovations*, 7(1), 145-162.
55. Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. & Sanders, B. (2007): *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, The Young Foundation, London.
56. Nicholls, A. (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change* Oxford University Press.



57. OECD. (2010). Entrepreneurship and innovation. Retrieved from <http://www.oecd.org/cfe/smesentrepreneurshipandinnovation.htm>
58. OECD. (2014). LEED forum on partnerships and local development. Retrieved from <http://www.oecd.org/cfe/leed/>
59. Ogburn, W. F., & Duncan, O. D. (1964). *On culture and social change: Selected papers* University of Chicago Press
60. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (1997) OCDE (1996): *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Manual de Oslo*, European commission.
61. OCDE (2008): *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Manual de Oslo*,
62. European Commission.
63. Ostrander, S. A. (2007). The growth of donor control: Revisiting the social relations of philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(2), 356.
64. Pache, A., & Santos, F. (2013). Inside the hybrid organization: selective coupling as a response to competing institutional logics. *Academy of Management Journal*, 56(4), 972. Peredo &
65. Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6, 34-43.
66. Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *Journal of Socio - Economics*, 38(6), 878.
67. Pot, F., & Fietje Vaas. (2008). Social innovation, the new challenge for europe. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57(6), 468-473.
68. Sahlman, W. A. (1996). Some thoughts on business plans. In W.A. Sahlman, H. Stevenson, M.J. Roberts, & A.V.Bhide (Ed.), *The entrepreneurial venture* (pp. 138-176). Boston: Harvard Business School Press: Harvard Business School Publ.
69. Schendel, D., & Hitt, M. A. (2007). Introduction to volume 1. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 1-6.

70. Schumpeter, J. A. (1912). *Theorie der wirtschaftlichen entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot.
71. Schwab Foundation. (2014). Schwab foundation for social entrepreneurship. Retrieved from <http://www.schwabfound.org/>
72. Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
73. Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16(4), 584-603.
74. Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
75. Sharra, R., & Nyssens, M. (2010). Social innovation: An interdisciplinary and critical review of the concept. *Université Catholique De Louvain Belgium*,
76. Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161
77. Simmel, (1986) SIMMEL, G. (1986): *Sociología, estudios sobre las formas de socialización*, Schwab Foundation. (2014). Schwab foundation for social entrepreneurship. Retrieved from <http://www.schwabfound.org/>
78. Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social en Alianza, Madrid
79. Thompson et al. (2000) Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338.
80. Van Slyke & Newman, (2006) Van Slyke, D. M., & Newman, H. K. (2006). Venture philanthropy and social entrepreneurship in community redevelopment. *Nonprofit Management and Leadership*, 16(3), 345-368.
81. Ven, A. H. V. d., Sapienza, H. J., & Villanueva, J. (2007). Entrepreneurial pursuits of self- and collective interests. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3/4), 353.
82. Von Hippel, E. (2005). *Democratizing innovation*. Cambridge, MA: MIT press.
83. Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change.

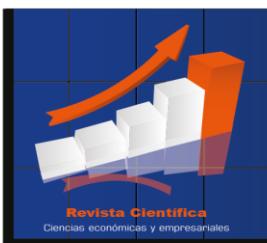


84. Wallace, S. L. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(2), 153-174.
85. Weber, M. (1944): *Economía y sociedad*, FCE, México.
86. Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35. Weerawardena & Mort, (2006)
87. Westley & Antadze, (2010) Westley, F. & Antadze, N. (2010): "Making a Difference Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact", *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15 (2), 1-19
88. Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519

References

1. Abreu, (2011) ABREU, J. (2011): "Social innovation, concepts and stages", *Daena, International Journal of Good Conscience*, 6 (2), 134-148.
2. Alonso, D. ; González, N. & Nieto, M. (2015): "Social entrepreneurship vs social innovation", *Cuadernos Aragoneses de Economía*, vol. 24, No. 1-2, (119-140).
3. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3), 260-282.
4. Ashoka. (2014). Ashoka - innovators for the public. Retrieved from <https://www.ashoka.org/>
5. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 1-22.
6. Arenilla and García, (2013)): *Innovación Social. Social integration in public administration*, Editorial Netbiblo, La Coruña.
7. Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23 (5-6), 373-403.
8. Baron, D. P. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of*

- Economics & Management Strategy, 16 (3), 683-717.
9. Certo & Miller, (2008) Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. Business Horizons, 51 (4), 267-271.
10. Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. Journal of Business Venturing, 29 (3), 363-376.)
11. COMISIÓN EUROPEA (1995): The green book of innovation, En: ec.europa.eu/research/.../com_2011_0048_csf_green_paper_es.pdf
12. Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. Organization Science, 22 (5), 1203-1213.
13. Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. The Academy of Management Perspectives, 24 (3), 37-57
14. Dawson, P., Daniel, L., & Farmer, J. (2010). Editorial. International Journal of Technological Management, 51 (1), 1-8.
15. Dawson, P., & Daniel, L. (2010). Understanding social innovation: A provisional framework. International Journal of Technology Management, 51 (1), 9-21.
16. Dees, J. G., & Elias, J. (1998). The challenges of combining social and commercial enterprise. Business Ethics Quarterly, 8 (1), 165-178.
17. Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. Harvard Business Review, 76, 54-69.
18. Drucker, P. (1986): The innovation and the innovative entrepreneur, Editorial Norma, Bogotá
19. Durkheim, (1982) DURKHEIM, E. (1982): The division of social work, Akal, Madrid.
20. Echaverría, J. (2008): "The Oslo Manual and Social Innovation", ARBOR, Science, Pensamiento y Cultura, CLXXXIV 732, Julio-Agosto, 609-618.
21. Echeverría, j. & Gurrutxaga, A. (2012): La luz de la Luciérnaga, Plaza y Valdés, Madrid.
22. EUROPEAN COMMISSION (2011): "Innovation Union", Brussels. Online: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm. (Consultation: 13-07-2019).
23. European Commission. (2014a). Europe 2020. Retrieved from



http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm

24. European Commission. (2014b). Oslo manual. THE MEASUREMENT OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL ACTIVITIES. Retrieved from <http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf>

25. European Commission. DG Regional and Urban Policy. (2013). Guide to social innovation. Retrieved from http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf

26. Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. New York:

27. EUROPEAN COMMISSION (2012): “Barriers to Social Innovation, FP 7 Project TEPsie”. Brussels. En

28. line: <http://www.tepsie.eu/images/documents/tepsie.d3.1barrierstosocialinnovation.pdf> (Consultation: 13-07-2019).

29. Freeman, C. (1997): The Economics of Industrial Innovation, MIT Press, IllinoisEuropean Union, (2012)

30. Gangemi, J. (2006). Green growth areas for entrepreneurs. BusinessWeek Online.

31. Gatica et al. (2012). Social innovation in Chile and the role of the state in its development. Pontifical Administration School

32. Godin, B. (2012): Social innovation: Utopias of innovation from 1830 to the present. Project on the intellectual History of innovation, INRS, Montreal, Working paper No. 11.

33. Hagenstrand, T. (1952): The propagation of innovation waves, Royal University of Lund

34. Hemingway, C. A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 60 (3), 233-249.

35. Hochgerner, J. (2010). Considering the social relevance of innovations, preface at howaldt.

J.and Schwarz, M. (2010) Social Innovation: Concepts, Research Fields and International Trends, IMO International Monitoring

36. Hernández, Tirado and Ariza, (2016) “El concepto de innovación social

©2019 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).