



LAS ESCUELAS DE PENSAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Schools of Thought in Social Entrepreneurship

Tec Empresarial
Nov, 2016 - Mar, 2017
Vol 10 Núm 3 / p. 19-28

Cris Bravo Monge
cbravo@sandiego.edu

Candidato a Doctor en Estudios de Liderazgo de la Universidad de San Diego, California, Estados Unidos. Emprendedor y profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, Costa Rica.

- Recepción del artículo: 18 diciembre, 2015
- Aprobación del artículo: 27 julio, 2016

ABSTRACT

Social Entrepreneurship is a new and exciting topic that holds a great promise in helping alleviate the social problems in the world. As a new subject, the meaning of the term is too broad which interferes with the construction and understanding of the concept. The purpose of this study is to identify the elements of the different proposals of what social entrepreneurship looks like, from the perspective of four organizations leading social entrepreneurship projects: Ashoka Foundation, Skoll Foundation, Schwab Foundation and Yunus Center; as well as from three other field and academic related institutions fostering and practicing social entrepreneurship.

Keywords: Social entrepreneurship, schools of thought, business education

RESUMEN

El emprendimiento social propone ser una promesa para el alivio de los problemas sociales del mundo. Al ser un concepto relativamente nuevo, la definición es sumamente amplia, lo cual resulta contraproducente para su construcción y diseminación. El propósito del estudio es identificar las diferentes propuestas de emprendimiento social llevadas a cabo por las cuatro principales organizaciones a nivel mundial que actualmente promueven el concepto de emprendimiento social: Fundación Ashoka, Fundación Skoll, Fundación Schwab y el Centro Yunus; así como de otras organizaciones practicantes y relacionadas con la enseñanza del concepto en educación superior. El estudio cualitativo

The study used document analysis from Skoll Foundation, Schwab Foundation, Yunus Center and Ashoka Foundation, and an open ended interview applied to experts from practitioner institutions. The study identified three clearly differentiated schools of thought, based on their views on revenue, scalability, replicability and geographic location. The definition of the different schools of thoughts is particularly important for the teaching of social entrepreneurship, and for the promotion of more adequate and accurate social policies to foster the development of social entrepreneurship.

utilizó el análisis de documentos de estas organizaciones, así como entrevistas a tres académicos expertos y practicantes del emprendimiento social. El estudio identificó tres escuelas de pensamiento claramente diferenciadas con base en su visión de cómo el ingreso, la escalabilidad y la replicabilidad de los proyectos afectan el emprendimiento social. El estudio provee evidencia de las diferencias importantes en la definición del concepto de emprendimiento social por parte de fundaciones más conocidas en el campo. La distinción de las escuelas de pensamiento es particularmente importante para la enseñanza y la definición de políticas públicas de emprendimiento social.

Palabras clave: Emprendimiento social, escuelas de pensamiento, educación empresarial



» INTRODUCCIÓN

El concepto de emprendimiento social es de gran interés para gobiernos, organizaciones no gubernamentales, corporaciones y la sociedad civil, ya que trae a la mesa la posibilidad de resolver problemas que afectan a nuestra sociedad, que ninguno de los entes anteriormente mencionados ha podido resolver de manera definitiva hasta ahora. Un repaso de la literatura muestra que no existe una única definición, ni un único marco teórico del concepto de emprendimiento social (Certo y Miller, 2008; Hill, Kothari y Shea, 2010; Nicholls, 2010; Weerawardena y Mort, 2006). Una simple búsqueda en internet de las palabras clave “emprendimiento social” resulta en más de 18 800 000 documentos en Google, más de 784 000 artículos en Google Académico y más de 200 000 artículos en Ebsco Host. Bajo este amplio concepto, sin más especificaciones, muchas actividades podrían considerarse como emprendimiento social. La lista de actividades, por ejemplo, podría incluir filantropía, caridad, responsabilidad social empresarial y actividades comerciales; aún ciertas acciones gubernamentales podrían ser clasificadas como emprendimiento social. Como resultado de no tener una única definición ampliamente aceptada, y con diferencias importantes entre los principales gestores del emprendimiento social, a este campo le faltan marcos teóricos rigurosos, lo que dificulta el desarrollo y la diseminación del concepto para fines académicos, de investigación y de desarrollo de políticas públicas.

Con tantos sectores procurando desarrollar el emprendimiento social, es

importante identificar las diferentes propuestas de lo que puede representar el emprendimiento social, de manera que académicos y practicantes continúen construyendo en los principios acordados, que le permitan al campo expandirse, ser enseñado y practicado (Short, Moss y Lumpkin, 2009), y verdaderamente cumplir con su promesa de construir una sociedad más equitativa. Aún más, la clarificación de la definición satisface otros dos objetivos: los practicantes podrán evaluar la eficiencia y efectividad de su emprendimiento social; y los desarrolladores de políticas públicas podrán adecuar las políticas legislativas y sociales para promover el emprendimiento social (Peredo y McLean, 2006). Esta investigación considera el discurso de las principales organizaciones diseminadoras del emprendimiento social y la aplicación de los conceptos de emprendimiento social en el campo. El propósito de este artículo es dibujar cómo en la práctica se definen ciertas escuelas de pensamiento de emprendimiento social para una construcción más sólida del campo, y que facilite la enseñanza del tema, así como la aplicación de políticas para fomentar el campo.

El estudio cualitativo responde a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Se delinean escuelas de pensamiento dentro del campo del emprendimiento social?
 - a. ¿Cómo definen el concepto de emprendimiento social las principales fundaciones mundiales que actualmente lo promueven?
 - b. ¿Cómo definen el concepto de

emprendimiento social algunas organizaciones practicantes del campo, asociadas con las principales fundaciones?

- c. ¿Cuáles son los aspectos específicos en los que difieren las definiciones de emprendimiento social?

- d. ¿Cómo impacta la ubicación geográfica de las organizaciones su definición de emprendimiento social?

2. ¿Qué implicaciones tienen las diferentes definiciones en la enseñanza y en la práctica del emprendimiento social?

ANTECEDENTES

En términos generales, el emprendimiento en los negocios busca identificar un segmento en el mercado que no está siendo considerado, y diseña un producto o servicio que atienda a este mercado de manera rentable. El emprendimiento social también identifica un segmento en el mercado que no está siendo atendido adecuadamente, con la diferencia de que el problema que este emprendimiento intenta resolver es un problema social, y este es el único punto de coincidencia de todas las definiciones de emprendimiento social.

Los investigadores Dees y Anderson (2006), Defourny y Nyssens (2010), Hoogendoorn, Pennings y Thurik (2010), y Nicholls (2010) han intentado estudiar las diferencias de conceptos encontradas en la literatura. Dees y Anderson (2006) identifican a dos escuelas de pensamiento basadas en la práctica de perspectivas, prioridades y valores: la Escuela de Em-

Este artículo identifica las diferentes propuestas de emprendimiento social llevadas a cabo por las principales organizaciones y entidades académicas a nivel mundial que actualmente promueven dicho concepto

presa Social y la Escuela de Innovación Social. La Escuela de Empresa Social considera como emprendedor social a aquella persona que organiza y opera un negocio que apoya un objetivo social, ya sea que el negocio reparta ganancias o no; la Escuela de Innovación Social considera como emprendedor social al individuo que revoluciona los patrones de producción de valor social. Defourny y Nyssens (2010) señalan algunas diferencias entre el concepto de emprendimiento social en Europa y en Estados Unidos. Ellos identifican a la Escuela de Ingreso Generado, la Escuela de Innovación Social y la Escuela EMES (por la Red europea de apoyo a la empresa social), basados en la producción de bienes y servicios, el riesgo económico, gobernanza y canales de difusión; además, establecen que las Escuelas de Ingreso Generado y de Innovación Social son propias de la Escuela de Emprendimiento Social de Estados Unidos. Hoogendoorn et al. (2010) realizan un estudio de treinta y una investigaciones empíricas sobre emprendimiento social, y logran identificar cuatro escuelas de pensamiento: la Escuela de Emprendimiento Social, la Escuela de Innovación Social, la Escuela de Emergencia de la Empresa Social (EMES) y la Escuela de Reino Unido. El artículo presenta ideas diferenciadoras entre estas escuelas, como: estructura legal, innovación, distribución de ganancias, ingresos, y gobernanza (Hoogendoorn et al., 2010). Se destaca del artículo de Hoogendoorn et al., que sus descubrimientos se basan en el estudio empírico del campo, y que es la investigación en conexión con la práctica lo que permite el desarrollo de teorías comprobables (Einsehardt, 1989), además de reconocer la dominación de la tradición europea y americana del discurso de emprendimiento social.

En la siguiente sección se describen las generalidades de las organizaciones utilizadas en este estudio. Existen cuatro fundaciones importantes a nivel mundial que



han influenciado la propagación del concepto de emprendimiento social: Fundación Ashoka, Fundación Skoll, Fundación Schwab y Centro Yunus. Estas poderosas organizaciones trabajan en pro de la disseminación del emprendimiento social alrededor del mundo, pero con definiciones y expectativas distintas.


Fundación Ashoka. La Fundación Ashoka busca apoyar el esfuerzo de emprendedores sociales para resolver problemas sociales. Fue fundada en 1980 por el estadounidense Bill Drayton, y se auto define como una red de apoyo al emprendimiento social con más de tres mil miembros, con presencia física en treinta países y con proyectos en más de setenta países. Ashoka desarrolla su misión a través de la intervención crítica en tres niveles: personal, grupal, y sectorial (Fundación Ashoka, 2015).

Fundación Skoll. La Fundación Skoll promueve el cambio social a gran escala a través de la inversión en proyectos de emprendimiento social que ya están en marcha. Fundada en 1999 por Jeff Skoll, se ha convertido en una de las fundaciones más importantes en el campo del emprendimiento social, habiendo invertido más de \$500 millones

de dólares alrededor del mundo (Fundación Skoll, 2015).

Fundación Schwab. La Fundación Schwab busca promover el avance del emprendimiento social como catalizador de la innovación y progreso social. Fundada en 1998 por el economista suizo Karl Schwab, la fundación específicamente define al emprendedor social como un líder visionario que logra el cambio social a gran escala a través de proyectos que sean innovadores, sostenibles y de gran alcance. La Fundación Schwab no invierte, ni otorga dinero a las organizaciones de emprendimiento social. La Fundación tiene su base en Ginebra, Suiza (Fundación Schwab, 2015).

Centro Yunus. El Centro Yunus, originalmente el Secretariado Yunus, fue creado en el 2002 por el profesor bangladesí Muhammad Yunus. La función del Centro es la de promover la creación de negocios sociales. Los negocios sociales son definidos como compañías financieramente sostenibles, que no generen dividendos a sus accionistas, dedicadas a alcanzar un objetivo social (Centro Yunus, 2015).

El estudio consultó con tres expertos académicos que practican en el área del 

» emprendimiento social, quienes brindan instrucción sobre emprendimiento social en instituciones de educación superior y pertenecen a una organización que promueve el emprendimiento social. Cada uno de estos expertos trabaja en la enseñanza y práctica del emprendimiento social de manera indirecta con alguna de las cuatro fundaciones mencionadas anteriormente. A continuación se brinda el detalle de las organizaciones representadas por los expertos.

Global Social Benefit Institute. El Global Social Benefit Institute (GSBI) es una iniciativa del Centro Miller para el Emprendimiento Social, ubicado en la Universidad de Santa Clara en Silicon Valley, California. La misión del Instituto es la de ayudar a hacer crecer a empresas sociales a través de una metodología específica, y se acompaña al emprendedor con un mentor del Silicon Valley. A la fecha, GSBI ha trabajado con más de cuatrocientos veinte negocios sociales en más de sesenta países, y cuenta con un equipo de ochenta y ocho mentores del Silicon Valley (Global Social Benefit Institute, 2015).

Universidad BRAC. La Universidad BRAC es una iniciativa de la Fundación Construcción de Recursos en las Comunidades (BRAC por Building Resources Across Communities). Fundada en el 2001 por Fazle Hasan Abed, esta universidad promueve el compromiso de trabajar por el desarrollo y el progreso de Bangladesh. Su Centro de Desarrollo del Emprendimiento (CED por Centre for Entrepreneurship Development) inició operaciones en el 2001 y promueve el emprendimiento social (Universidad BRAC, 2015).

Socialab. Es una organización no gubernamental, sin fines de lucro que apoya el desarrollo de iniciativas que tengan un impacto social positivo. Fundada en el 2008, y con oficinas en Argentina,

Chile, Colombia, México y Uruguay, Socialab ayuda a los emprendimientos sociales que estén en una etapa inicial (Socialab, 2015).

METODOLOGÍA

La metodología de investigación fue cualitativa, y se enfocó en realizar un análisis de documentos de cuatro organizaciones mundiales que trabajan en la diseminación del concepto de emprendimiento social, y de tres organizaciones menores que trabajan desarrollando proyectos de emprendimiento social; además, se llevaron a cabo entrevistas a tres expertos académico-practicantes en el campo del emprendimiento social.

Selección de la muestra. La población incluye a todas las organizaciones que promueven el emprendimiento social en el mundo, así como los académicos-practicantes que acompañan a estas organizaciones en el desarrollo de los proyectos de emprendimiento social, y en la enseñanza del emprendimiento social en instituciones de educación superior. La muestra es no aleatoria y por conveniencia. Las cuatro instituciones fueron seleccionadas por su notoriedad en la literatura (Dees y Anderson, 2006; Defourny y Nyssens, 2010; Hoogendoorn et al, 2010; Nicholls, 2010). Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo por conveniencia: cada sujeto entrevistado colabora indirectamente con una de las cuatro organizaciones más importantes que promueven el concepto de emprendimiento social, y además imparte lecciones sobre emprendimiento social en una institución de educación superior.

Los datos fueron recolectados a través de: (a) un análisis de documentos oficiales de la Fundación Ashoka, Fundación Skoll, Fundación Schwab y Centro Yunus, y (b) entrevistas a tres expertos que laboran en organizaciones promoviendo el emprendimiento social: Global Social Benefit Institute en Estados Unidos, Universidad BRAC en Bangladesh, y Socialab en Argentina.

Análisis de documentos institucionales.

El estudio analizó los documentos institucionales de cuatro organizaciones: Fundación Ashoka, Fundación Skoll, Fundación Schwab y el Centro Yunus. Los documentos analizados incluyeron reportes anuales, sitios de internet, comunicados de prensa, así como entrevistas a los gerentes generales y presidentes de las organizaciones disponibles al público en sus sitios de internet, o en medios públicos. Específicamente, el estudio comparó: misiones organizacionales, estrategias para alcanzar su misión, ubicación geográfica de las oficinas centrales, ubicación geográfica de los proyectos y características de los proyectos. Como sugiere Fitzgerald (2007), los documentos proveen de información relevante acerca del contexto y la cultura de las instituciones, además de proveerle al investigador una ventana para leer entre las líneas de discurso oficial, y posteriormente triangular la información a través de entrevistas, observaciones y cuestionarios. El análisis de documentos le permitió al investigador comprender mejor las avenidas tomadas por las organizaciones para alcanzar la definición de emprendimiento social que actualmente promueven, y compararla con los resultados de las entrevistas a los expertos.

Entrevistas. Las entrevistas fueron semi-estructuradas, y consistieron en preguntas abiertas que les permitieran a los expertos discutir lo que para ellos eran los aspectos más relevantes de emprendimiento social. Los entrevistados narraron acerca de cómo se involucraron con el emprendimiento social, dieron su definición de este concepto, se les solicitó comparar y contrastar su definición con otras en el campo y opinar acerca de la importancia de la ubicación geográfica de su organización; finalmente, se les preguntó cómo sugerirían ellos el avance de la investigación y la enseñanza del emprendimiento social a nivel universitario.

Análisis de datos. La organización y el reporte de los datos siguen un método de marco analítico (Patton, 2002), en donde las preguntas contestadas por los participantes fueron organizadas pregunta por pregunta para facilitar su comparación. La información obtenida del análisis de documentos también fue incluida en esta matriz. Esta opción le permitió al investigador comparar las respuestas específicas y determinar similitudes y diferencias que existen en las organizaciones. Este estudio no utilizó ningún *software* para el análisis cualitativo.

Codificación. La codificación crea el ligamen entre los datos y los hallazgos (Saldaña, 2013). Los temas que emergían fueron codificados para facilitar el análisis; los códigos fueron categorizados y de estas categorías emergen los temas. La codificación utilizó diferentes instrumentos gráficos para ayudar en la comprensión de los datos: hojas de Excel, mapas conceptuales y nubes de palabras.

Representaciones gráficas. Dos tipos de representaciones gráficas fueron utilizadas en este estudio para ayudarle al investigador a comprender los datos: mapas conceptuales y nubes de palabras.

- **Mapas conceptuales:** ayudan a identificar los elementos que son estudiados y la relación entre ellos (Miles y Huberman, 1994). Los mapas desarrollados para el estudio muestran, de forma gráfica, los elementos más importantes de cada unidad estudiada. Los diagramas le ayudaron al investigador a identificar los elementos de la narrativa dentro del marco analítico, específicamente para plasmar los modelos de negocio que cada organización fomenta.
- **Nubes de palabras:** cuentan la frecuencia de las palabras en un texto y luego realizan una representación gráfica de la frecuencia de palabras. Esta representación visual le permite

al usuario tener un concepto general de los temas más importantes en un texto. Las nubes de palabras se están utilizando cada vez más como una herramienta preliminar para el análisis de datos y como una herramienta de validación de hallazgos e interpretaciones (McNaught y Lam, 2010).

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Los temas emergentes le permitieron al estudio identificar cuatro categorías: **1) ingresos:** fuente deseada de fondos para financiar el emprendimiento social; **2) escalabilidad:** tamaño deseado de la organización; **3) replicabilidad:** habilidad del proyecto para ser ejecutado en otros lugares o en otros mercados; y **4) ubicación:** importancia de la ubicación geográfica de las oficinas centrales y de los proyectos ejecutados.

Debido a que el concepto de emprendimiento social está tan ampliamente definido, la misma idea puede incluir: filantropía, caridad, acciones gubernamentales, responsabilidad social corporativa, o negocios con misión social. Esta situación dificulta la generación de teoría, de investigación y de políticas públicas efectivas. El objetivo del estudio era el de identificar cómo definen el concepto de emprendimiento social las principales organizaciones mundiales que actualmente promueven esta noción, así como organizaciones menores que trabajan en la aplicación del emprendimiento social en

el campo y en la enseñanza en instituciones de educación superior, con el fin de determinar si existen escuelas de pensamiento mejor delimitadas que las que señala la literatura hasta ahora. Las preguntas de la investigación fueron respondidas a través del análisis de documentos de la Fundación Ashoka, la Fundación Skoll, Fundación Schwab y el Centro Yunus, y a través de entrevistas a tres expertos practicantes en el área de emprendimiento social que trabajan en centros que activamente promueven este concepto en la práctica y en la academia. Los resultados contribuirán a identificar claramente las principales escuelas de pensamiento del emprendimiento social y, consecuentemente, a mejorar la claridad a la hora de enseñar, practicar y divulgar el concepto de emprendimiento social en la academia y en la práctica. >>



» Basado en el análisis de documentos, la Fundación Ashoka define el emprendimiento social como una iniciativa de un emprendedor social, que brinda una solución innovadora a un problema social (Fundación Ashoka, 2015). Para la Fundación Ashoka, la iniciativa puede ser económica o no económica. La Fundación Skoll define el emprendimiento social como una actividad que identifica una oportunidad de negocio y desarrolla un producto o servicio que establece un nuevo equilibrio; el emprendimiento social debe ser un proyecto de gran escala (Martin y Osberg, 2007). La Fundación Schwab define al emprendedor social como un líder visionario que logra el cambio social a gran escala, a través de proyectos innovadores, sostenibles y de gran alcance (Fundación Schwab, 2015). El Centro Yunus se enfoca más en el concepto de negocio social que en el de emprendimiento social. Este centro define el negocio social como un proyecto que tiene un objetivo social y que opera como un negocio comercial, de manera financieramente sostenible; el negocio no depende de subsidios, ni de caridad (Yunus, 2008). Mientras que las organizaciones investigadas concuerdan que el fin de todo emprendimiento social es el de resolver un problema social, se revelan diferencias específicas y evidentes en relación con el concepto de ingresos, replicabilidad, escalabilidad y ubicación geográfica.

Ingreso. Un emprendimiento social puede obtener los fondos necesarios para operar la actividad a través de la venta de productos o servicios, o a través de donaciones. Si el

emprendimiento social recibe los fondos a través de donantes, entonces opera de manera similar a una organización sin fines de lucro. Si el emprendimiento social genera sus propios ingresos, entonces opera de manera similar a un negocio comercial.

Para los entrevistados del Global Social Benefit Institute y BRAC University, es necesaria la generación de ingresos propios a través de la venta de productos o servicios. Ambos expertos hicieron la distinción entre un negocio social y una institución caritativa. Por otro lado, el experto entrevistado de Socialab considera que, si bien es importante que la organización genere sus propios ingresos para asegurar que la operación transcurra sin interrupciones, el objetivo del emprendimiento social es el de resolver un problema social, indistintamente de cómo se logre. Al respecto comentó: “Lo importante es el bienestar de la gente. En mi opinión, si son auto sostenibles o no, o la forma legal que utilicen es absolutamente secundaria” (Representante de Socialab, comunicación personal, 27 de abril de 2015).

Escalabilidad del proyecto. La escalabilidad del proyecto se refiere a la habilidad del proyecto de aumentar su tamaño en términos de beneficiarios o en términos de ingreso. Con respecto a la escalabilidad, tanto los representantes de Socialab y BRAC University concordaron en que la escalabilidad del proyecto es deseable, pero no obligatoria, para que un proyecto se considere como emprendimiento social. Por otro lado, el representante de Global Social Benefit Institute considera que la

escalabilidad es una característica obligatoria para este tipo de iniciativas; aún más, de acuerdo con la Fundación Skoll, si un proyecto no es escalable, entonces es considerado como un proveedor de servicio social, y no como un emprendimiento social (Martin y Osberg, 2007).

Replicabilidad del proyecto. La replicabilidad del proyecto se refiere a la habilidad del proyecto a ser replicado en otras áreas geográficas o en otros mercados. Para el representante de BRAC University, cada región es única, por lo tanto específicamente ellos ven la replicabilidad de sus proyectos únicamente posible en la región de Asia Sur. El representante de Socialab tuvo una reacción similar ante esta pregunta; él considera que los proyectos que desarrollan podrían ser replicados únicamente en la región de Latinoamérica, y aun así ciertos ajustes deben ser realizados. Para el representante del Global Social Benefit Institute, la replicabilidad demuestra un modelo de negocio robusto, lo cual es una condición obligatoria para un emprendimiento social, y es eso lo que promueven en este instituto.

Ubicación geográfica. Durante la entrevista, a los participantes se les preguntó por la ubicación de sus oficinas centrales y por la ubicación de sus proyectos de emprendimiento social. BRAC University realiza proyectos mayoritariamente en Bangladesh, pero también se han extendido a otras regiones del sur de Asia. Socialab realiza sus proyectos en Argentina, sin embargo, Socialab tiene oficinas en otros países

El estudio identificó tres escuelas de pensamiento claramente diferenciadas con base en su visión de cómo el ingreso, la escalabilidad y la replicabilidad de los proyectos afectan el emprendimiento social

latinoamericanos como Chile, Colombia, Uruguay y México. El Global Social Benefit Institute realiza proyectos en África y Latinoamérica, pero sus oficinas se encuentran ubicadas en la Santa Clara University, en Silicon Valley, California. Para los tres entrevistados, la ubicación de las oficinas centrales tiene un impacto directo en la manera en que desarrollan sus proyectos.

Para Sociallab, el hecho de que la organización sea latinoamericana impacta directamente en que atiendan únicamente problemas que aquejan al área de Latinoamérica, y deben enfocarse estrictamente en esta región. Al respecto, el representante de Sociallab comentó: “Los países latinoamericanos comparten características culturales y sociales, razón por la cual todas nuestras oficinas son similares y trabajan con problemas similares” (Representante de Sociallab, comunicación personal, 27 de abril del 2015).

El representante de BRAC University comparte esta opinión, ya que él considera que el estar cerca de los beneficiarios de sus proyectos en Bangladesh mejora las probabilidades de éxito de los proyectos de su organización. Al respecto comentó: “La educación del consumidor meta, su ambiente, el ambiente legal y cultura, hacen una diferencia en la manera que debemos de actuar en nuestros proyectos; la cercanía es esencial” (Representante de BRAC University, comunicación personal, 27 de abril del 2015).

De igual manera, para Global Social Benefit Institute la ubicación es crucial, pero por razones distintas a la de los otros participantes. Para el GSBI, la ventaja

del instituto es su proximidad al Silicon Valley. La ubicación del instituto impacta la manera en que ellos exitosamente implementan proyectos alrededor del mundo. Así lo comentó el representante de esta institución: “Nuestra metodología de implementación no estaría tan influenciada por el Silicon Valley; nosotros combinamos el estilo del Silicon Valley con nuestro ímpetu de erradicar la pobreza y apoyar el emprendimiento social alrededor del mundo” (Representante del Global Social Benefit Institute, comunicación personal, 18 de abril, 2015).

Escuelas de pensamiento. El estudio logró identificar tres escuelas de pensamiento. Los nombres de las escuelas se basan en sugerencias provistas por el artículo de Dees y Andersen (2006); sin embargo, este estudio incluye diferentes separaciones de las escuelas y diferentes características. El presente estudio identifica tres escuelas de pensamiento de emprendimiento social: la Escuela de Innovación, la Escuela de Negocios del Oeste y la Escuela de Negocios de Asia.


La Escuela de Innovación considera que todos los individuos que tienen como objetivo la solución de problemas sociales son considerados emprendedores sociales. Las Escuelas de Negocios del Oeste y de Asia consideran que la organización debe producir sus propios ingresos como parte de su modelo de negocios para poder ser considerados como emprendedores sociales. La división entre la Escuela de Negocios Sociales del Este y la Escuela de Negocios Sociales de Asia se basa en los nuevos conceptos que aporta este estudio. Existen otros estudios (Hoogendoorn et al, 2010; Defourny y Nyssens, 2010) que mencionan a la Escuela de Negocios Sociales Europea (EMES); esta escuela considera al emprendimiento social como una alianza cercana entre la sociedad civil, gobierno y sector privado; la principal organización que promueve esta visión es el Emergence of Social Enterprise de Europa. Hoogendoorn et al. incluyen una escuela adicional: la Escuela del Reino Unido. Estas escuelas no fueron consideradas en este estudio. El resumen de los resultados 

Tabla 1: Escuelas de Pensamiento de Emprendimiento Social

Escuela	Definición de emprendimiento social	Características del emprendimiento social	Organizaciones estudiadas
Escuela de Innovación	Individuos que trabajan en la solución innovadora de problemas sociales.	La innovación es el componente clave. La generación de ingresos propios, escalabilidad y replicabilidad son deseados, pero no obligatorios.	Fundación Ashoka SocialLab
Escuela de Negocios Sociales del Oeste	Negocios sin fines de lucro que generen sus propias fuentes de ingreso a través de la venta de productos o servicios, mientras cumplen con una misión social.	La generación de ingresos propios, la escalabilidad y la replicabilidad son componentes obligatorios.	Fundación Skoll, Fundación Schwab y Global Social Benefit Institute
Escuela de Negocios Sociales de Asia	Negocios sin fines de lucro que generen sus propias fuentes de ingreso a través de la venta de productos o servicios, mientras cumplen con una misión social.	La generación de ingresos propios es obligatoria; pero la escalabilidad y replicabilidad es deseada, pero no obligatoria.	Yunus Center y BRAC University

» se encuentra en la tabla 1.

La Escuela de Innovación. La Escuela de Innovación define al emprendedor social como el individuo que promueve la solución de problemas sociales de manera innovadora. Para la Escuela de Innovación, la innovación en la solución de problemas sociales es el componente más importante; otros componentes como ingreso, escalabilidad y replicabilidad son deseables, pero no obligatorios. La Fundación Ashoka es la organización más importante que promueve este concepto; la organización practicante, Socialab, también se adhiere más cercanamente a este concepto. La Escuela de Innovación se ha asociado como parte de la visión de emprendimiento social de Estados Unidos; y Socialab trabaja en el área latinoamericana.

La Escuela de Negocios Sociales. Dentro de la Escuela de Negocios Sociales, el componente principal es el negocio social, descrito como un ente emprendedor, sin fines de lucro, que genera sus propios ingresos por medio de la venta de un producto o servicio, mientras atiende a una visión social. Dentro de la Escuela de Negocios Sociales, este estudio encontró dos divisiones: La Escuela de Negocios Sociales del Oeste y la Escuela de Negocios Sociales de Asia.

La Escuela de Negocios Sociales del Oeste. Para la Escuela de Negocios Sociales del Oeste, los tres componentes de ingreso, replicabilidad y escalabilidad son indispensables para cualquier organización que se considere un emprendimiento social. La Fundación Skoll y la Fundación Schwab promueven este concepto, así como el Global Social Benefit Institute. Es importante notar que estas tres instituciones tienen sus oficinas principales en Estados Unidos y Europa Occidental.

La Escuela de Negocios Sociales de Asia. Para la Escuela de Negocios So-

ciales de Asia, el emprendimiento social debe generar sus propios ingresos para ser financieramente sostenible; pero los factores de escalabilidad y replicabilidad son deseables, no obligatorios. El Yunus Center es la organización más importante en la promoción de este concepto, junto con la BRAC University en Bangladesh. Es importante notar que tanto Yunus Center y BRAC University tienen sus principales actividades en Asia.

Lo que parecen ser tres conceptos básicos revelan diferencias profundas en el concepto de emprendimiento social, que tienen un efecto en lo que llamamos, o no, emprendimiento social, y en lo que

deseamos fomentar como emprendimiento social desde las aulas y desde las políticas públicas.

CONCLUSIONES

El campo del emprendimiento social es un campo joven; sin embargo, su promesa de ayudar a aliviar los problemas sociales es tan deseado por gobiernos, académicos y sociedad en general, que el campo se ha vuelto popular, pero sin haber establecido una gran teoría sombrilla. Esta situación complica la producción de teoría, de investigación, de enseñanza y de generación de políticas públicas para su desarrollo y promoción. El objetivo del



estudio era el de identificar cómo definen el concepto de emprendimiento social las principales organizaciones mundiales que actualmente promueven este concepto, así como organizaciones menores que trabajan en la aplicación del emprendimiento social en el campo y en la enseñanza en instituciones de educación superior, con el fin de determinar si existen escuelas de pensamiento mejor delimitadas que las que señala la literatura hasta ahora. Una delimitación más clara de las escuelas de pensamiento podría facilitar la enseñanza y práctica del campo en universidades y en la sociedad civil. Las preguntas de investigación fueron contestadas a través de un análisis de documentos oficiales de cuatro organizaciones mundialmente conocidas en el campo: la Fundación Ashoka, la Fundación Skoll, Fundación Schwab y el Centro Yunus; así como por entrevistas estandarizadas a tres expertos y practicantes del campo del emprendimiento social en Socialab, BRAC University y el Global Social Benefit Institute.

Las distintas organizaciones que trabajan en el campo del emprendimiento social tienen diferentes definiciones de lo que constituye un emprendimiento social, particularmente en los aspectos de fuente de ingresos, escalabilidad del proyecto y replicabilidad del proyecto. Se identificaron tres escuelas principales: la Escuela de Innovación, la Escuela de Negocios Sociales del Oeste y la Escuela de Negocios Sociales de Asia.

Importancia e implicaciones prácticas

La importancia de este estudio radica en que provee de un mejor entendimiento del concepto de emprendimiento social. Al identificar claramente las principales escuelas de pensamiento de emprendimiento social, los académicos y practicantes pueden construir sobre estos conceptos, mediante la identificación de las diferencias e implicaciones en la práctica, en la enseñanza y en la investigación.

Educación

Las universidades que actualmente promueven el tema del emprendimiento social también podrán verse beneficiadas al adherirse, si así lo consideraran apropiado, a una escuela de pensamiento para desarrollar en currículo las actividades adecuadas para cada escuela de pensamiento. Conforme se instruye en el concepto de emprendimiento social, el estudiante debe tener claras las diferentes escuelas de pensamiento del campo, y debe desarrollar su proyecto aplicado adherido a una escuela en particular; esto con el afán de fomentar cimientos teóricos más sólidos que conduzcan a una mejor práctica del campo.

Política Pública

Los creadores de políticas públicas también se beneficiarán de un mejor entendimiento, para poder facilitar la creación de políticas que promuevan el emprendimiento social y la solución de problemas sociales. Ante la falta de una única definición de emprendimiento social, es difícil lograr una verdadera promoción y aplicación del concepto a nivel de política pública si no se tienen claras las diferentes escuelas de pensamiento. Los gobiernos que desean promover el emprendimiento social se verán beneficiados al estudiar las diferentes escuelas de pensamiento y adherirse a la escuela que consideren como el mejor vehículo para ayudar a resolver sus problemas sociales.

Si bien una definición unificada del concepto de emprendimiento social facilitaría la construcción de teoría y la disseminación del concepto, esto no parece ser aún posible en el campo; sin embargo, una clara identificación de las principales escuelas de pensamiento y sus razones para la definición, contribuirá al establecimiento del campo del emprendimiento social como un campo serio de estudio que tiene soluciones muy concretas para los problemas sociales actuales.

Limitaciones del estudio

El investigador reconoce las siguientes limitaciones del estudio:

1. Este estudio está basado en los documentos oficiales de las organizaciones; es posible que las organizaciones también colaboren y promuevan proyectos que no se encuentren estrictamente alineados con lo desplegado en sus documentos oficiales.
2. Este estudio está basado en la entrevista a tres expertos académicos en el campo del emprendimiento social; a pesar de que el experto labora en organizaciones que colaboran con organizaciones mayores, su opinión no puede ser generalizada; sin embargo, los hallazgos del estudio pueden ayudarle al lector a tener un concepto más claro de lo que es emprendimiento social.
3. El estudio no incluyó las escuelas sugeridas por otros autores: La Escuela EMES (por la Red Europea de Apoyo a la Empresa Social) y la Escuela de Reino Unido.
4. Este estudio no investigó cómo las diferentes definiciones de emprendimiento social pueden ser afectadas por la raza y cultura de los entrevistados y de los fundadores de cada organización. Esta área deberá ser explorada en investigaciones futuras.

Líneas futuras de investigación

Los hallazgos de este estudio proponen dos nuevas preguntas que debe de ser estudiadas en investigaciones futuras: **1)** la Escuela de Negocios Sociales Europea (EMES); **2)** la metodología de investigación en emprendimiento social; **3)** las voces de los académicos y practicantes de Latinoamérica en relación con el concepto de emprendimiento social.

Referente a la Escuela de Nego- ➤

» cios Sociales Europea, es necesaria más investigación para mejorar el entendimiento del proceso adoptado por los gobiernos europeos, agencias no gubernamentales y sector privado para empezar esta iniciativa; la literatura sobre este aspecto en inglés o en castellano es escasa. Las preguntas de ¿cómo surge la Escuela de Negocios Europea?, y ¿qué implicaciones tiene esta escuela en el desarrollo de las otras escuelas?, podrían aumentar la claridad de cómo el emprendimiento social puede llegar a cumplir su promesa social. Esta escuela podría ofrecer lecciones aprendidas importantes para el desarrollo del emprendimiento social en Latinoamérica, por ejemplo.

Conforme se desarrolla el campo del emprendimiento social, debemos identificar la mejor metodología para comprender las premisas que crean una iniciativa exitosa de emprendimiento social. ¿Qué variedad de herramientas metodológicas son necesarias para comprender este fenómeno?

Finalmente, como latinoamericanos, es importante evaluar las diferentes propuestas que las tres escuelas de pensamiento de emprendimiento social nos hacen. ¿Cuál escuela de pensamiento de las aquí presentadas satisface nuestras necesidades?, ¿deberíamos desarrollar una escuela de pensamiento de emprendimiento social latinoamericana?, y de ser así, ¿qué pondríamos distinto? La investigación de estas preguntas podría reforzar el deseo de crear una gran teoría de emprendimiento social.

Referencias Bibliográficas:

Certo, S. & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.

Dees, J. & 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*, 1(3), 39-66.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53. doi:10.1080/19420670903442053

Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.

Fitzgerald, T. (2007). Documents and documentary analysis. En A. Briggs y M. Coleman (Eds.) *Research Methods in Educational Leadership and Management* (278-294). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

Fundación Ashoka. (s.f.) *What is a social Entrepreneur?* Disponible en: https://www.ashoka.org/social_entrepreneur

Fundación Skoll. (2015). *About*. Disponible en: <http://www.skollfoundation.org/about/>

Fundación Schwab para el Emprendimiento Social. (2015). *About*. Disponible en: <http://www.schwabfound.org/content/about-us-0>

Global Social Benefit Institute. (2015). *GSBI Programs*. Disponible en: <http://www.bracu.ac.bd/about>

Hill, T., Kothari, T., & Shea, M. (2010). Patterns of meaning in the social entrepreneurship literature: a research platform. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 5-31.

Hoogendoorn, B, Pennings, E. & Thurik, R. (2010). What Do We Know About Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research. Erasmus Research Institute of Management. Disponible en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1462018

Martin, R. & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*. 5(2), 28-39

McNaught, C. & Lam, P. (2010). Using

Wordle as a supplementary research tool. *The qualitative report*, 15(3), 630-643.

Miles, M. & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Nicholls, A. (2010). The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre paradigmatic field. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(4), 611-633.

Patton, M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. (3a ed). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

Peredo, A. & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65. doi:10.1016/j.jwb.2005.10.007.

Saldaña, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (2a ed.). Londres: Sage Publications.

Short, J., Moss, T. & Lumpkin, G. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic entrepreneurship journal*, 3(2), 161-194.

Socialab. (2015). *Socialab*. Disponible en: <http://socialab.com/paginas/ver/que-es>.

Universidad BRAC (n.d). *About*. Disponible en: <http://www.bracu.ac.bd/about>.

Yunus Center. (n.d) Social Business. Disponible en: <http://www.muhammadyunus.org/index.php/social-business/social-business>.

Yunus, M. (2008). Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism. *Global Urban Development Magazine*. 4(2), 16-41.

Weerawardena, J. & Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multi-dimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.001.

①