

# Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica

## Social entrepreneurship and technological innovation: Theoretical review and study proposal

Aramis Marín\*, Igor Rivera\*\*

### RESUMEN

La creación de valor resulta apremiante para potenciar el desarrollo económico y social, sostenido y sustentable. La innovación permite crear nuevo valor, pero, ¿cómo emprenderla teniendo en mira el desarrollo económico y social, cuando más de la mitad de la población en el mundo sufre algún tipo de pobreza o marginación? El objetivo de esta comunicación es hacer una revisión teórica de cómo se puede conjugar la innovación tecnológica con el emprendimiento social —como medio de hacer negocios desde y para la base de la población—, para dilucidar una propuesta de estudio y detectar las claves que permitan a las comunidades interactuar en un mercado globalizado para mejorar sus condiciones de vida. Esta propuesta se fundamenta en un modelo de empoderamiento intrínseco para superar barreras psicosociales y potenciar el desarrollo con la colaboración de los actores involucrados en procesos de innovación.

### ABSTRACT

Value creation is urgent to enhance sustained and sustainable economic and social development. Innovation creates new value but how can we undertake it, having in mind the economic and social development, when more than half of the world population suffers from some form of poverty or marginalization? The aim of this paper is to make a theoretical review of how to combine technological innovation with social entrepreneurship —as a means of doing business from and to the base of the population—, to elucidate a study proposal for identifying key elements that enable communities interact in a globalized market to improve their living conditions. This proposal is based on a model of intrinsic empowerment to overcome barriers and enhance psychosocial development in collaboration with the actors involved in innovation processes.

Recibido: 23 de julio de 2013  
Aceptado: 31 de julio de 2013

#### Palabras clave:

Desarrollo; emprendimiento social; innovación tecnológica; empoderamiento; colaboración.

#### Keywords:

Development; social entrepreneurship; technological innovation; empowerment; collaboration.

#### Cómo citar:

Marín, A. & Rivera, I. (2014). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24(NE-1), 48-58. doi: 10.15174/au.2014.708

### INTRODUCCIÓN

La Internet, la electrónica y sus tecnologías asociadas han permitido lo que hoy se llama la *sociedad del conocimiento*. En esta sociedad se valora el capital intelectual; por tanto, las propiedades industriales e intelectuales son más importantes que la manufactura misma. El desarrollo de nuevos o mejorados productos, en completa cercanía con el cliente, quien retroalimenta los procesos de aprendizaje organizacionales, es el motor de la economía y la preocupación de los estudiosos de la innovación. Este proceso de innovación es fruto de un esfuerzo en investigación científica y desarrollo tecnológico orientado por el mercado. Sin embargo, algunas de las nuevas empresas que se han creado y muchos de los proyectos empresariales que buscan llevar

\* Centre Européen de Recherche en Économie et Gestion des Entreprises, Université de Lorraine. Pôle Lorrain de Gestion, 13 Rue Maréchal Ney, Nancy, Francia, 54000. Tel.: +33 (0) 6 9518 6537. Correo electrónico: aramis\_marin@yahoo.com

\*\* Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas, Instituto Politécnico Nacional. Av. Té 950, Colonia Granjas México, Delegación Iztacalco, Distrito Federal, México, C.P.: 08400. Tel: (55) 56242000, ext. 70265. Correo electrónico: iariverag@ipn.mx

dichos inventos al mercado tienen como objetivo primordial la maximización de la renta, sin resolver los problemas que han llevado al mundo a una crisis financiera, ambiental y de valores de la que aún no puede recuperarse.

En México, las marcadas desigualdades entre la población hacen pensar que el actual modelo de crecimiento y desarrollo no favorece el desenvolvimiento social generalizado, sustentable y equilibrado, por lo que se hace necesaria la integración de propuestas emprendedoras que generen mayor valor desde la base de la población, conformada por cerca del 50% de la población en calidad de pobres, y un ingreso promedio per cápita mensual de 3 mil pesos. Para ello, según la teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter (1934), se sabe que para romper los ciclos económicos —e incluso el ciclo de la pobreza— la innovación es el único camino. Pero, ¿cómo emprender la innovación en un lugar con pocos ingresos, poca educación, políticas públicas no favorables, y donde maximizar las utilidades para un grupo reducido de personas es el móvil de cualquier acción?

Al respecto, varias organizaciones de la sociedad civil promueven el emprendimiento en comunidades marginadas. Tal es el caso del Instituto Mexicano de Investigación en Familia y Población, A.C. (IMIFAP), que ha adoptado el Marco para Facilitar el Empoderamiento (FrEE por sus siglas en inglés), desarrollado por la Dra. Susan Pick (Pick & Sirkin, 2010), donde se emplea el empoderamiento intrínseco para el desarrollo humano y social. Sin embargo, al participar en la intervención que esta organización realiza en torno a programas productivos, se ha observado que, ciertamente, algunas actividades productivas promovidas responden al empleo de recursos autóctonos, de manera tradicional, para su venta en mercados tradicionales locales: tejido de palma, textiles, cerámica, artesanías diversas, etcétera. No obstante, con la entrada de productos manufacturados en Oriente (China, Malasia, Taiwán, entre otros), los productores mexicanos no pueden competir contra esferas, guitarras, estampas, blusas y demás productos de similar aspecto y calidad, pero ofertados a un precio mucho más rebajado. Una opción es regresar al proteccionismo del mercado interno, pero el modelo económico del país no lo permitiría. Otra opción es proporcionar nuevos usos a los recursos autóctonos, y ofrecer nuevo valor agregado a las artesanías y productos tradicionales, concentrándose en lograr calidad de exportación a mercados que estén dispuestos a pagarlo, como Estados Unidos de América, Canadá, Europa y las grandes metrópolis asiáticas.

Es importante fomentar que estos nuevos usos y el valor que se agregue a los productos genere riqueza que permanezca en las comunidades. Una forma de lograrlo es considerando el emprendimiento social, que se describe más adelante en el marco teórico, como un medio para hacer negocios desde y para la base de la población, conjugando elementos de desarrollo humano y formación integral, en pleno respeto de la identidad y autodefinición de las personas y comunidades.

En este sentido, el objetivo de esta comunicación es hacer una revisión teórica de las formas en que el emprendimiento social y la innovación tecnológica han logrado entremezclarse, para luego dilucidar una propuesta de estudio en el que se integren los factores críticos para lograr la puesta en el mercado de diferentes productos con alto valor, que permita a las comunidades competir en un mercado globalizado y mejorar sus condiciones de vida.

Este objetivo nace de una reflexión sobre las prácticas de IMIFAP, que junto con una revisión de la literatura, han integrado una propuesta de estudio de doctorado que se está desarrollando desde noviembre de 2013, con el fin de encontrar herramientas que permitan explorar el potencial del emprendimiento social, para generar innovación tecnológica en las comunidades más marginadas de México y otros países con características similares. De este modo, se apoya el crecimiento y desarrollo humano, social, sostenido y sustentable de las diferentes regiones que así lo requieran.

El presente trabajo se ha dividido en cuatro partes: marco teórico, la experiencia de IMIFAP, propuesta de estudio y conclusión. En la primera parte se tratan, a su vez, cuatro aspectos fundamentales, como son la definición de *emprendimiento* y del *emprendedor*, para luego definir el *emprendimiento social* como campo específico de estudio; posteriormente se revisa la teoría sobre innovación tecnológica e innovación social, para cerrar esta primera parte con la relación entre *emprendimiento* e *innovación*.

En la segunda parte se expone de manera sintética el trabajo realizado en IMIFAP, así como los principales hallazgos, observando las limitaciones de sus prácticas. Posteriormente, en la tercera sección se expone de manera general la propuesta de estudio para el doctorado, vislumbrando los métodos que se creen más adecuados para realizar esta futura investigación. Finalmente, se presentan unas líneas a modo de conclusión, donde se exponen las perspectivas y limitaciones observadas de la misma propuesta.

## Marco teórico

### Emprendimiento y el emprendedor

Los emprendedores están conduciendo a una revolución que está transformando y renovando las economías alrededor del mundo, pues son la esencia del mundo y dan al mercado su vitalidad, en especial en esta era de la informática (Bygrave & Zacharakis, 2011). El proceso que realizan estos emprendedores se conoce, en general, como *emprendimiento*.

El emprendimiento es un proceso innovador (Timmons, 2004), una actividad que no se limita a la realización de productos, sino que se coloca en un proceso mucho más cognitivo de concepción, diseño y creación de valor (Avenier & Schmitt, 2010). El emprendimiento está lejos de ser una actividad espontánea, pues es más un proceso social donde los emprendedores tejen redes y se vinculan con otros actores (Julien & Schmitt, 2008), y al ser una actividad íntimamente ligada con la innovación, el emprendimiento encuentra en el gobierno, las universidades y los sectores industriales en los que se desenvuelve, un fuerte apoyo, como queda asentado en el triángulo de Sabato & Botana (1968), la teoría sobre los Sistemas Regionales y Nacionales de Innovación (Freeman, 1995) o la triple hélice (Leydesdorff & Etzkowitz, 1998).

Al ser una actividad de concepción, Schmitt (2008) considera que el emprendimiento no está limitado a la creación de nuevas empresas. De hecho, Cisneros, Fillion, Chirita & Poisson-de-Haro (2009) definen que el emprendimiento es un fenómeno con cuatro características esenciales:

1. La creación de una organización (no reducida a la creación de una empresa).
2. La explotación de una oportunidad de negocio.
3. La creación de valor.
4. La innovación (no necesariamente tecnológica).

Así, el emprendedor puede ser definido como aquella persona que logra realizar estas cuatro actividades, poniendo en juego no sólo tiempo y esfuerzo, sino otros recursos materiales y financieros, los cuales, en caso de no tener éxito, difícilmente se recuperarán, quedando sólo el aprendizaje (Schmitt, 2005). Y por el contrario, si el emprendimiento tuviera éxito, éste se verá reflejado no sólo en el bienestar del emprendedor, sino también en el desarrollo económico y social, local y nacional (Schmitt, 2005).

Esto tiene relación con la definición de Schumpeter (1934). Este economista definió al *emprendedor* (empresario) como la persona que destruye el orden de la economía existente al introducir nuevos productos y servicios, o nuevos métodos de producción, creando nuevas formas de organización o explotando nuevos insumos (Bygrave & Zacharakis, 2011). De forma más amplia, el emprendedor siempre busca un cambio, responde a él, lo explota y lo convierte en oportunidad (Drucker, 1985), pues actúa no en función de los recursos que controla actualmente, sino de estas oportunidades que observa y persigue incansablemente, con la puesta en marcha de alguna innovación (Timmons, 2004) y una nueva organización (Bygrave & Zacharakis, 2011). Por eso, el emprendedor requiere de una educación formal y un entrenamiento que tiene que adaptar a la vida real (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2010), un acompañamiento para definir sus metas, entender su contexto, reconocer oportunidades, encontrar recursos, desarrollar su proyecto y así crear valor (Bessant & Tidd, 2011; Schmitt, 2008), con el respaldo de servicios intensivos en conocimiento que apoyen el aprendizaje informal en las pequeñas y medianas empresas, en temas como comercio electrónico, investigación de mercados, pensamiento creativo aplicado a problemas técnicos, etcétera (OCDE, 2010).

Cabe decir que el emprendedor es un ser paradjico, busca independencia al tomar las riendas de su propio destino, pero necesita sistemáticamente de su medio para configurar ideas, obtener recursos para desarrollar su organización y obtener información nueva (Julien, 2007). Los emprendedores son forzados a iniciar nuevas empresas y actividades para consolidar y vender sus ideas innovadoras en estos medios ya dados, por lo que se dice que este proceso emprendedor conlleva una lógica compleja (Fortin, 2001) de creación (de nuevos caminos de hacer cosas y crear valor) y destrucción (de las viejas y obsoletas rutinas, actividades y otras empresas), obedeciendo a la destrucción creativa schumpeteriana como principal motor del crecimiento económico a largo plazo, tal como lo expresa DAMVAD (2013), una oficina de consultoría especializada en temas de economía y política eslava.

El emprendedor, en una perspectiva renovada, supera al individuo egoísta que busca sus intereses obedeciendo las leyes del mercado, para ser considerado como un individuo (o grupo) que vive y desarrolla su empresa (física o no) en el seno de una red de personas con las cuales está más o menos ligada y se beneficia sistemáticamente de los apoyos que le brindan para

sortear los diversos obstáculos; de hecho, si el emprendedor se cortara de su medio no podría sobrevivir ni prosperar, al no tener el sustento del capital que le proporciona su red social y cultural, tan importante como su red de negocios (Julien & Schmitt, 2008).

El emprendedor hace un trabajo de representación, de diseño, de concebir en su pensamiento el proyecto de emprendimiento (Avenier & Schmitt, 2010), en el cual se debe involucrar un medio ambiente social, económico, cultural, local y regional, político e institucional, sobre el cual actuar (Skouri, 2005).

Bourdieu (1986) define el capital social como el conjunto de recursos que son ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de intercomunicaciones y de conocimientos o, en otras palabras, que son ligados a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no son dotados de propiedades comunes, pero son también fusionados por uniones permanentes y útiles; se encuentra así la intersección del comportamiento de las empresas y aquél de la sociedad en general que favorece el acceso a recursos materiales e inmateriales, conteniendo información, valores y convenciones. El capital social facilita la producción de sentido, porque los conocimientos son compartidos de forma más o menos difundida gracias a interacciones entre actores individuales, clústeres, agentes locales y algunos medios globalizados como la Internet (OCDE, 2010).

Es importante acotar que no todo nuevo pequeño negocio es emprendedor o representa emprendimiento, pues se tiene que poner en práctica nuevas formas de ser y hacer para producir algo distinto, quedando fuera del emprendimiento las actividades de imitación y ampliación de mercados (Drucker, 1985).

#### Emprendimiento social

La mayor difusión de la cultura de emprendimiento, junto con la redefinición de la filantropía y el asistencialismo, están abriendo espacio para que nuevas organizaciones empresariales, integradas en un movimiento de economía social y solidaria, nazcan para repensar el papel de la economía en el desarrollo del hombre y de las sociedades (Barthélémy & Slitine, 2011).

El emprendedor fue muy valorado en las revoluciones industriales (Nicholls & Cho, 2006), pero buscaba la satisfacción de necesidades egoístas, obedeciendo al mercado y a un simil de la selección natural (Schmitt, 2008). Por ello, para el emprendimiento social se busca redefinir al emprendedor como un individuo (o

grupo de individuos) que usa la creatividad, la innovación y la ingeniosidad para crear y extender valor económico y social dentro de las áreas abandonadas por la economía tradicional (Nicholls & Cho, 2006), concibiendo la ganancia como medio para servir a la gente (Barthélémy & Slitine, 2011; Schmitt, 2008).

Las empresas fruto del emprendimiento social nacen de una iniciativa ciudadana para el servicio comunitario, producen continuamente bienes y servicios, son autónomas de la administración pública, requieren una estrategia financiera para el manejo del riesgo y la incertidumbre, con trabajadores remunerados y socios que participan activamente en las actividades operativas y de decisión democrática (Barthélémy & Slitine, 2011), para mantener a la población en sus territorios originarios, mejorar su bienestar, el nivel de la renta y las relaciones sociales; además de incentivar la cultura y la innovación (Mozas & Bernal, 2006).

Con esta forma de operar, los emprendedores sociales buscan descentralizar el Estado y hacer más solidario el mercado capitalista (Coraggio, 2011), haciendo uso de la sociabilidad, la innovación y el intercambio de bienes y servicios en función de la sociedad y no sólo del capital (Coraggio, 2011; Nicholls & Cho, 2006). En esta lógica se crean negocios sociales, *impulsados por causas* donde los inversionistas y dueños pueden recuperar el dinero invertido, pero no tomar ningún dividendo de él, pues el objetivo es brindar servicios de salud, vivienda y alimentación a los pobres, o agua y energía renovable a comunidades alejadas, al mismo tiempo que se cubren los costos y se tiene un ligero margen de ganancia para mantener en operación el negocio y ampliar su impacto, que es más importante que su rentabilidad (Yunus, 2007).

En esencia, los emprendedores sociales parten, en su organización interna, de una ética capaz de promover la cooperación, fortalecer las relaciones sociales y realizar actividades más justas (Richez-Battesti, 2010). De aquí se puede vislumbrar que el emprendimiento social requiere un profundo cambio del sistema de ideas, lo que sólo es posible mediante las ideas: "cambiar la forma de pensar cambia la forma de actuar" (Fortin, 2001). Todos los actores deben dialogar e integrar una propuesta de desarrollo que incluya un nuevo modelo de cultura y de política, una nueva ética y una nueva epistemología, así como una nueva economía (Veraza, 2010) para la transformación de la realidad, desde la comunidad.

## Innovación tecnológica e innovación social

La innovación es un proceso que implica el desarrollo y aplicación de la inventiva y la creatividad, orientado a satisfacer gustos y necesidades de la población, mediante algo significativamente nuevo o mejorado. La innovación comenzó a ser estudiada desde la comprensión de las revoluciones industriales y tecnológicas como grandes etapas de cambio social y de crecimiento económico (Gómez & Vázquez, 2011). Schumpeter (1934) habla de la innovación como aquellas mutaciones que rompen la monotonía de los ciclos económicos e impulsan el crecimiento, definición rescatada por el Manual de Oslo que define la *innovación* como la introducción de nuevos o mejorados productos, formas de organización, de comercio o de insumos en el mercado o en alguna organización (OCDE-Eurostat, 2006). Pérez (2004) relaciona la innovación con el descubrimiento de nuevos insumos y con el desarrollo de tecnologías clave, para el desencadenamiento de revoluciones tecnológicas que llevan a las revoluciones industriales que redefinen todas las estructuras macro institucionales y de valores.

En este nivel macroeconómico, gracias a aportaciones como las de Steuart & Marx (citadas en Galindo, Ribeiro & Méndez, 2012), se observa que sólo los países hegemónicos lograron beneficiarse de las revoluciones tecnológicas, exportando a los menos desarrollados, mientras que aquellas naciones que se incorporan a las oleadas, realizando fuertes inversiones gubernamentales, también pueden participar, pero siempre detrás de quienes ostentan el capital y otros medios de producción (Pérez, 2004).

Además, las grandes revoluciones tecnológicas son poco controlables y, en general, parten de descubrimientos, *serendipias*, y/o elevadas inversiones en actividades de investigación y desarrollo, bajo condiciones sociales, culturales e históricas determinadas, y la organización de sistemas de innovación requiere amplia voluntad política y la organización de todos los actores. Desde esta perspectiva macroeconómica, es imposible decir al empresario qué actividades garantizarán su incorporación al proceso de innovación (Gómez & Marín, 2011), dado el *clima social* y la disponibilidad de financiamiento que tenga acceso el emprendedor o empresario para llevar a término la innovación (Galindo *et al.*, 2012).

Para calificar y determinar la innovación, se asume que debe satisfacer los gustos y necesidades de la sociedad; y éstos se saben satisfechos cuando un producto es consumido regularmente, y resulta un éxito comercial

si con este consumo se recupera la inversión realizada. En este último punto, se sabe que las empresas de pequeña y mediana escala no tienen la misma capacidad financiera que las grandes empresas; y por ello también es más difícil reducir costos y obtener productos competitivos. No pueden destinar grandes recursos a la innovación, ni atraer capital suficiente, por lo que pueden encontrar una salida, sea en el mercado informal (Gómez & Marín, 2012), o bien, en el rediseño de la empresa, como organización orientada a lo social (Bitemo, 2007).

Así, dada la importancia de las nuevas y pequeñas empresas para la innovación, se han desarrollado innovaciones no tecnológicas, innovación abierta y emprendimiento social, para hacer frente a la innovación, desde economías de escala reducidas en una economía del conocimiento globalizada (OCDE, 2010).

En innovación social aún no existen manuales internacionales, y su desarrollo conceptual no es tan extendido como el de la innovación tecnológica. No obstante, existen algunas investigaciones con métodos científicamente reconocidos a través de historias, investigación comparativa y análisis cuantitativo que brindan un marco para la definición de este tipo de innovación (Mulgan, 2007). Considerando la definición genérica de innovación del manual de Oslo (OCDE-Eurostat, 2006), se puede argumentar que la innovación social es el conjunto de nuevas ideas que permiten organizarse y obtener productos para el bienestar social generalizado (*Centre for Social Innovation*, 2011; Mulgan, 2007).

Esta clase de innovación consta de nuevos modelos de negocio que proveen prosperidad económica, ambiental y social a las comunidades (Institut Européen d'Administration des affaires [INSEAD], 2011), proviendo de un medio para relajar la tensión entre las formas moderna y tradicional de organización social (Draimin, 2008). La innovación social consiste en la generación de ideas que trabajan para alcanzar objetivos sociales, como la inserción sociolaboral de personas excluidas o la conservación medioambiental (Mulgan, 2007; Sanchis & Campos, 2008), lo que constituye una mejora social que supera la mera reducción de costos públicos gubernamentales (*The Economist*, 2010) y la beneficencia misma.

En la Universidad de Stanford (*Centre for Social Innovation*, 2009) se define la *innovación social* como una solución a determinados problemas de forma más efectiva, eficiente y sostenible, mediante la creación de valor social, cambiando los roles y las relaciones entre capital privado, soporte público y la filantropía, con

miras sobre la sociedad en su conjunto y no en individuos privados. Con esto se aclara que la innovación social no significa sólo innovación con enfoque social, ni hacer más cosas sociales de forma innovadora, sino que en esencia se busca la reconstitución de toda la sociedad que sea innovadora, creándose y recreándose a través de la participación de sus integrantes, para ellos mismos (Donoso, 2012).

Así como en la innovación tecnológica, el mercado es principio, medio y fin; en la innovación social el lugar del mercado lo ocupa la sociedad en su conjunto; para ella se crean ventajas como el comercio justo y el microcrédito (Fiorelli & Daudin, 2012). Incluso, con el voluntariado de empleados y la participación de retirados, se puede reconectar el éxito de las compañías con el progreso social (Herrin, 2011), lo que convierte a la innovación social en un espacio donde se renuevan los servicios y los actores que participan en la sociedad (*Paris Tech Review*, 2011). Esta renovación se hizo necesaria dada la crisis de bienestar del sistema capitalista, el nacimiento de la responsabilidad social empresarial y el creciente protagonismo de la sociedad civil (posibilitada con la Internet y las redes sociales), que derivaron en cambios en el sector social (Morales, 2009). De estos hechos surgió el principio que frente a los problemas complejos y críticos de la sociedad, la respuesta no puede ser sino colectiva, entre actores públicos y privados, combinando recursos del mercado, las aportaciones públicas, las donaciones de particulares y el patrocinio de empresas privadas, según las capacidades de los líderes de innovación social (Patureau, 2010).

De aquí se entiende que la innovación social se ve posibilitada por la creatividad, el pensamiento divergente, el respeto, el aprovechamiento de la diversidad y el trabajo en red (Morales, 2009), junto con un buen gobierno y un aumento en la educación de la población, sobre todo de aquéllos que históricamente no han tenido acceso, o es deficiente (Fergany, 2003). Incluso, el mismo Sen (2001) afirma que para que florezca el desarrollo se requiere de la remoción del esclavismo generado por la pobreza, la tiranía, la falta de oportunidades económicas y la marginación social. La creación de grupos de autoayuda, de líneas de apoyo telefónico, de enfermerías vecinales, de fuentes abiertas de conocimiento, de medicina complementaria y de cooperativas de microcrédito, son iniciativas que representan nuevas ideas que trabajan para satisfacer necesidades insatisfechas y mejorar la calidad de vida de las personas, por lo que son ejemplo de innovación social (Mulgan, 2007).

Dicho todo lo anterior, se puede concluir que la innovación social implica un cambio de estructuras organizativas y de gestión dentro de una organización, no importando si pertenece al sector privado, altruista o público, siempre que se generen nuevas formas de pensamiento (*Centre for Social Innovation*, 2011); e incluso nazcan nuevos tipos de organizaciones, como las empresas sociales. De este modo, la creación de empresas sociales favorece el desarrollo de la innovación social, y los procesos de innovación social favorecen la creación de organizaciones “de base social”, lo que se traduce en la existencia de una relación recíproca entre innovación social y creación de empresas sociales (Sanchis & Campos, 2008) en las esferas y actividades económicas de la sociedad. No obstante, se es consciente que esta actividad generará conflictos de intereses entre lo público y lo privado, la centralización y la descentralización; y tendrá obstáculos en la resistencia al cambio, la falta de liderazgo, la burocracia robusta y la falta de espacios de formación y movilidad organizacional (Morales, 2009).

#### Emprendimiento e innovación

La *innovación* y el *emprendimiento* son dos conceptos estrechamente relacionados. Vesga (2009), por ejemplo, entiende la *innovación* como el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones, asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, de una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas. Así, la innovación está en el corazón de la dinámica de emprendimiento, mientras que el *emprendimiento* es una manera de innovar (Mayoukou & Ratsimbazafy, 2007); o como lo expresó Peter Drucker (1985), la innovación es el instrumento específico del espíritu empresarial. Al final, existe una relación recursiva, tal como se muestra en la figura 1.

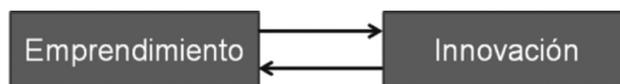


Figura 1. Recursividad entre emprendimiento e innovación.  
Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, si bien la innovación está siempre asociada con el emprendimiento, es posible tener emprendimiento sin innovación y tener innovación sin creación de empresas nuevas (aunque ya se mencionó que el emprendimiento no requiere de la creación de

nuevas compañías), por lo que se propone hablar de un emprendimiento innovador como una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países (Vesga, 2009).

Sea como se llame, se sabe que muchas innovaciones son introducidas al mercado por emprendedores (Bygrave & Zacharakis, 2011), y la actividad crítica para relacionar la innovación y el emprendimiento consiste en ligar al individuo, o grupo de individuos, que se atreve a transformar las reglas del juego (Vesga, 2009).

Así, se puede sobrepasar el vínculo entre emprendimiento e innovación nacido del trabajo de Schumpeter (1934), que había sido restringido a los aspectos tecnológicos que mutan los ciclos económicos, para entrar a otras formas de innovar (Julien & Schmitt, 2008), como es el caso de la innovación social, que es aquel tipo de innovación que predomina naturalmente en el caso del emprendimiento social.

No obstante, la innovación tecnológica puede convertir a los emprendedores sociales en proveedores de nuevos enfoques para acelerar el proceso de reducción de la pobreza y el hambre (Babu & Pinsturp-Andersen, 2007), entre otros problemas socioeconómicos, pues se socializa el conocimiento y se empodera a las personas para acceder a otros medios y ampliar sus actividades productivas.

En resumen, se puede argumentar que la innovación no sucede automáticamente. Requiere de una mezcla de visión, pasión, energía, entusiasmo, perspicacia, juicio y trabajo duro que permite a las buenas ideas volverse realidad, y a eso se llama *emprendimiento*, un proceso que llevan a cabo individuos, solos o insertados en organizaciones, consolidando los nuevos o mejorados productos y servicios.

La experiencia de IMIFAP

Se ha realizado un ejercicio de observación participante en el IMIFAP durante un año, de noviembre de 2011 a diciembre de 2012. De esta observación se han obtenido algunos datos sobre la práctica de intervención en comunidades para crear empresas y promover actividades productivas. En esta asociación uno de los autores tuvo el cargo de *voluntario de programas productivos*; desempeñó actividades de apoyo en el diseño de propuestas de financiamiento y creación de manuales y cuadernillos para los cuatro talleres del área de Productividad: Ahorro, Empezar mi negocio, Planear mi negocio y Asociarme para ser más productivo. Además,

se dieron algunos talleres a dos grupos en la Mixteca Alta oaxaqueña, y se participó directamente en la Primera Expo Emprendedores en Ixmiquilpan, Hidalgo.

El trabajo del IMIFAP se consolida en un modelo de empoderamiento intrínseco que trabaja el desarrollo de habilidades para la vida (autoconocimiento, comunicación, negociación, etcétera), reducción de barreras psicosociales (pena, miedo, culpa) y habilitación técnica especializada (conocimientos específicos de salud reproductiva, negocios, matemáticas, habilidades lingüísticas, etcétera), que faciliten el desarrollo humano, social y económico.

En el área de Productividad se observaba que, primeramente, el modelo no era llevado al pie de la letra, pues se comenzaba a empoderar con temas de productividad, sin trabajar antes en habilidades para la vida ni superación de barreras psicosociales. Luego, los temas de negocios estaban muy orientados a un negocio privado clásico, que se quería implementar en zonas donde los niveles de educación, salud e ingreso eran insuficientes y, además, los medios de transporte y comunicación eran deficientes. Por ello, el grupo más antiguo —que había perseverado— llevaba diez años siendo apoyado por la organización, sin poder salir realmente del círculo de la pobreza y siendo mantenido por IMIFAP.

Luego, en otros espacios, la presidenta de IMIFAP se quejaba de la repetitividad de los proyectos, que todos los productores —y todas las organizaciones de la sociedad civil— hacían lo mismo. No hay verdadera diferenciación de productos y se tolera una deficiente calidad bajo el discurso de mantener la tradición. Con la calidad actual, son pocos los productores que pueden aplicar a mercados de exportación, pero se sabe que son aquéllos que también se han desvinculado más de sus raíces, pues son migrantes que han vuelto a su tierra a emprender, o son personas que han sido educadas en las ciudades, fuera de su ambiente comunitario.

Por lo anterior, se cree que se puede trabajar en el conocimiento más profundo de los procesos de innovación tecnológica y de emprendimiento social para fortalecer los contenidos que se brindan en los talleres de formación, en forma más acorde con lo que los habitantes de dichas comunidades necesitan. Para ello habrá que trabajar en la redefinición de políticas públicas, en la vinculación de nuevos descubrimientos con ingenieros y agentes de *marketing* para crear propuestas de alto valor, que junto con el trabajo de antropólogos y

sociólogos dialoguen con las actividades productivas de las comunidades y puedan ser verdaderamente actores de su propio desarrollo.

## Propuesta de estudio

La propuesta de estudio se fundamenta en el modelo FrEE y en el trabajo que realiza IMIFAP, pero busca renovar el contenido del área de productividad para trabajar con el emprendimiento social y la innovación tecnológica, buscando el desarrollo real de las personas. Para esto se desea emplear una perspectiva constructivista, estudios de caso con emprendedores sociales francófonos que hayan incorporado innovaciones tecnológicas, empleando tanto entrevistas a profundidad como alguna experiencia etnográfica corta en algún laboratorio, organización social o red.

Para ello han surgido muchas preguntas, entre ellas: ¿cómo lograr vincular generación de riqueza, sustentabilidad, eficiencia económica y desarrollo social, al mismo tiempo, sin renunciar a ninguna de ellas? La respuesta parece clara en términos de innovación tecnológica, favoreciendo la innovación verde, así como emprendimiento social, acompañado de innovaciones sociales, superando así el asistencialismo.

La principal motivación para realizar este estudio consiste en vincular a diferentes actores comunitarios con personas y organizaciones que puedan brindar conocimiento de vanguardia en tecnologías y modelos de negocio, de tal suerte que se rompa con ciertas actitudes que impiden a las comunidades salir del círculo vicioso de pobreza, que además es mantenido por un maquiavélico sistema. Lo que se busca es concebir espacios de construcción y vinculación colectiva de conocimiento para generar mayor valor y dejarlo en las comunidades de base.

La innovación, vista de esta manera, tiene muchas barreras: la falta de fondos de las empresas, el alto costo de innovación, la falta de financiamiento externo, la falta de personal calificado, el dominio de las empresas ya establecidas sobre el mercado, la incertidumbre de la demanda, la dificultad de hacer socios (OCDE, 2010).

Estas dificultades se contemplan en la propuesta de estudio, y es por ello que requiere formar parte de una tesis de doctorado. Una forma de superar estos retos consiste en que, entendiendo los aportes del emprendimiento social y los beneficios que aporta la innovación, se puede trabajar con un actor facilitador del conocimiento que amalgame la triple hélice. Este

cuarto actor, en consonancia con otras organizaciones de la sociedad civil, podrá promover y llevar a cabo emprendimientos que incorporen innovaciones tecnológicas, radicales o incrementales, que permitan una justa competencia en el mercado global para beneficio de la sociedad en general.

Se trata de promover una interacción recursiva, dialéctica, hologramática entre los principales actores de la sociedad, tal como lo muestran los modelos macroeconómicos de la innovación, pero incorporando un actor facilitador de estas interacciones —donde cabe la transferencia de conocimiento—, tal como lo muestra la figura 2.

Los detalles de la propuesta aún no son planteados en su totalidad, pues por el enfoque elegido se esperará llegar a construir la propuesta luego de escuchar a los diferentes actores, pero lo que se sabe es que los emprendimientos sociales y sus innovaciones para reducir la pobreza, retroalimentados por la política y el estudio académico, no sustituyen la intervención más amplia del Estado, sino buscan contribuir a su efectividad, elevando la capacidad de desarrollo local (Babu & Pinstrup-Andersen, 2007).

Se cree que la incorporación de emprendedores innovadores en las universidades y en el gobierno, además de aquéllos independientes, permitirán crear una cultura diferente del país, de tal forma que comience a asumir riesgos y manejar la incertidumbre intrínseca al diseño de nuevos proyectos para elevar su competitividad y garantizar su desarrollo, apoyado por políticas públicas adecuadas.

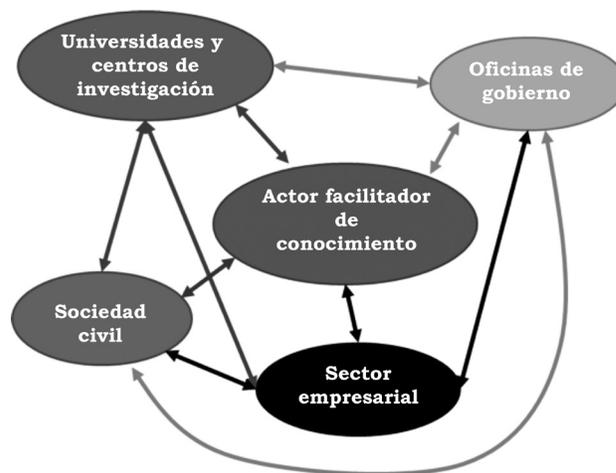


Figura 2. Hipótesis sobre la necesidad de un cuarto actor facilitador del conocimiento. Fuente: Elaboración propia.

Conviene profundizar en el estudio de los procesos de innovación; que se formen y fortalezcan redes de investigación interdisciplinaria e interinstitucional que establezcan una agenda conjunta de investigación para el pleno desarrollo de comunidades marginadas en la República Mexicana y, por qué no, en Latinoamérica, abordada desde los diferentes escenarios del conocimiento y accionar humano. Esto bajo el enfoque de la complejidad de los procesos sociales, para evitar caer en reduccionismos y poder proponer metodologías mucho más integrales para la incorporación de las comunidades, indígenas y campesinas, al desarrollo económico del país, con sustentabilidad.

## CONCLUSIONES

La *innovación* y el *emprendimiento* son dos conceptos hermanos que han sido estudiados separadamente, como se ha hecho con la economía y la sociología, o el arte y la física, sin necesidad ni razón, negando la complejidad misma de la humanidad que ahora se encuentra en crisis. La necesidad económica —y social— de concebir nuevos productos y servicios, así como nuevas formas de organización, en un mundo globalizado y dominado por el conocimiento, es innegable.

Una cultura nacional que promueva el emprendimiento innovador, sin lugar a duda, puede generar un mayor crecimiento económico; pero si se promueve el emprendimiento social, desde las esferas más bajas de la población, incorporando conocimiento de punta y desarrollos tecnológicos novedosos, sin fines de lucro sino de bienestar social, entonces no sólo se estará en posibilidades de aumentar el Producto Interno Bruto (PIB), sino de mejorar la calidad de vida de la población en su conjunto. Esto se vería facilitado con el acuerdo político de gobierno, universidades, centros de investigación, representantes de la sociedad civil y líderes empresariales e industriales, que firmen —y lleven a cabo— un pacto real por el desarrollo nacional solidario y no por la consecución de intereses personales.

Para lograr lo anterior se propone el estudio más profundo, primero de la relación entre emprendimiento social e innovación tecnológica; y segundo, de la valorización de un cuarto actor en los procesos de innovación, facilitador del conocimiento y la comunicación entre el resto de los actores, con el fin de llevar a todas las regiones, comenzando por las más desfavorecidas, hacia su propio desarrollo.

La necesidad global de este acto es patente con la multidimensional crisis desatada en la última década; pero sólo desarmando las visiones simplificadoras

(Coraggio, 2011), y optando por una visión integral (Fortin, 2001), se pueden buscar maneras solidarias y cooperativas de sostener el empleo, reforzadas y reforzando el capital social (Veraza, 2010). Se sabe que para esto hay que garantizar algunas condiciones iniciales, tanto en los individuos como en los sistemas, pero todo se puede transformar en sistema de ideas, desde otro sistema de ideas (Fortin, 2001). Hay que cambiar la mirada. Se debe dialogar e integrar una propuesta que incluya un nuevo modelo de cultura y de política, una nueva ética y una nueva epistemología, así como una nueva economía (Veraza, 2010) para la transformación de la realidad.

Éste es el reto y la posibilidad de integrar emprendimiento social e innovación tecnológica en una economía plural (Richez-Battesti, 2010). Se necesita promover y lograr un crecimiento de los actores en cuanto a autococonocimiento, comunicación efectiva, pensamiento crítico, cooperación y solidaridad, para que junto con conocimientos específicos de mercado, de gestión, de finanzas y de impacto social y ambiental, desde una práctica solidaria, cada individuo se vuelva emprendedor de su destino, se transforme y contribuya a la creación de un mundo donde quepan muchos mundos.

## AGRADECIMIENTOS

Los autores hacen patente su agradecimiento al Instituto Politécnico Nacional y a la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación (SECITI) por el financiamiento otorgado a los proyectos de investigación SIP-SNI-2011/17 y Multidisciplinario 1572, y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) que en coordinación con el Gobierno francés ha otorgado la beca de doctorado de uno de los autores de este artículo.

## REFERENCIAS

- Avenier, M. J. & Schmitt, C. (october, 2010). *Et si c'était l'expérience du réel, plutôt que le réel lui-même, qui était connaissable: quelles conséquences pour la recherche en entrepreneuriat?* Trabajo presentado en Colloque CIFEPME. Bordeaux, France.
- Babu, S. & Pinsturp-Andersen, P. (2007). *Social Innovation and Entrepreneurship: Developing Capacity to Reduce Poverty and Hunger*. Washington, DC: IFPRI.
- Barthélémy, A. & Slitine, R. (2011). *Entrepreneuriat social. Innover au service de l'intérêt général*. Paris: Vuibert.
- Bessant, J. & Tidd, J. (2011). *Innovation and entrepreneurship*. Italy: John Wiley and Sons.
- Bitemo Ndiwulu, X. (2007). *Entrepreneuriat solidaire: Évidence pour la République Démocratique du Congo*. En C. Mayoukou & C. Ratsimbazafy, *Entrepreneuriat et innovation* (pp. 393-410). Paris: L'Harmattan.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En *Handbook of theory and research for the sociology of education*, (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood.
- Bygrave, W. & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship*. USA: John Wiley and Sons.
- Centre for Social Innovation (2009). *Social Innovation*. Recuperado el 31 de enero de 2012 de <http://csi.gsb.stanford.edu/social-innovation>
- Centre for Social Innovation (2011). *Social Innovation*. Recuperado el 1 de febrero de 2012 de Centre for Social Innovation, <http://socialinnovation.ca/about-social-innovation>
- Cisneros, L., Filion, J., Chirita, M. & Poisson-de-Haro, S. (2009). Emprendimiento cultural. Una reflexión sobre la literatura acerca de un concepto que emerge. En G. Sánchez, *La investigación académica en la MIPYME: realidades, oportunidades y retos* (pp. 177-202). Pachuca, Hidalgo: UAEH.
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito: Abya-Yala.
- DAMVAD (2013). *State of the art in entrepreneurship research*. Recuperado de Damvad el 20 de julio de 2013 de [http://www.damvad.com/media/11159/21778-mer\\_program\\_-\\_policyoriented\\_review\\_february\\_2011.pdf](http://www.damvad.com/media/11159/21778-mer_program_-_policyoriented_review_february_2011.pdf)
- Donoso Azañón, J. J. (2012). *Innovación social: motor de la igualdad*. Recuperado el 29 de febrero de 2012 de [http://www.donoso.es/?page\\_id=356](http://www.donoso.es/?page_id=356)
- Draimin, T. (2008). *Innovation & Social Enterprise: Building Financial Capacity*. Recuperado el 10 de diciembre de 2011 de [http://tidescanada.org/wp-content/uploads/files/innovation\\_social\\_enterprise.pdf](http://tidescanada.org/wp-content/uploads/files/innovation_social_enterprise.pdf)
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. USA: Elsevier.
- Fergany, N. (2003). *Social Innovation for Human Development. An Arab Region Perspective*. Recuperado de FRIDE, el 10 de diciembre de 2011 de [http://tidescanada.org/wp-content/uploads/files/innovation\\_social\\_enterprise.pdf](http://tidescanada.org/wp-content/uploads/files/innovation_social_enterprise.pdf)
- Fiorelli, B. & Daudin, L. (2012). *Innovations sociales. Un projet grenoblois d'intelligence collective*. Recuperado el 1 de marzo de 2012 de <http://forum-usages.infini.fr/images/9/93/Pr%C3%A9sentationAtelier8.pdf>
- Fortin, R. (2001). *Comprendre la complexité. Introduction à La Méthode d'Edgar Morin*. Canada: L'Harmattan.
- Freeman, Ch. (1995). The 'National System of Innovation' in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), 5-24.
- Galindo Martín, M. Á., Ribeiro, D. & Méndez Picazo, M. T. (2012). Innovación y crecimiento económico: factores que estimulan la innovación. *Cuadernos de Gestión*, 12(n.e.), 51-58.
- Gómez García, J. & Marín Pérez, J. (2011). El proceso de gestación de las revoluciones tecnológicas: Elementos para la toma de decisiones en política pública. En J. Gómez García & E. Vázquez Garatachea, *Economía, políticas públicas y su administración* (pp. 31-44). México: Hess y Colegio de Postgraduados del CIDE A.C.
- Gómez García, J. & Marín Pérez, J. A. (2012). La innovación tecnológica en empresas comunitarias. En A. L. Ramos Soto, *Empresas comunitarias, Pobreza y MIPYMES* (pp. 13-33). México: FCA UABJO; Red de Investigación Interdisciplinaria para la Innovación y Desarrollo de las Pymes.
- Gómez García, J. & Vázquez Garatachea, E. (2011). *Economía, políticas públicas y su administración*. México: Hess y Colegio de Postgraduados del CIDE A.C.
- Herrin, A. (2011). *Social Progress = Economic Success: Social Innovation at Work*. Recuperado el 20 de enero de 2012 de <http://blogs.hbr.org/events/2011/02/social-progress-economic-succe.html>
- Institut Européen d'Administration des affaires (INSEAD) (2011). *Social Innovation*. Recuperado el 10 de febrero de 2012 de [http://www.insead.edu/facultyresearch/centres/insic/home/about\\_us.cfm](http://www.insead.edu/facultyresearch/centres/insic/home/about_us.cfm).
- Julien, P. A. (2007). *A Theory of Local Entrepreneurship in the Knowledge Economy*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Julien, P. A. & Schmitt, C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat. De la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat. En S. Christophe, *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Québec: Presses Universitaires du Québec.
- Leydesdorff, L. & Etkowitz, H. (1998). The Triple Helix as a Model for Innovation Studies. *Conference Report, Science and Public Policy*, 25(3), 195-203.
- Mayoukou, C. & Ratsimbazafy, C. (2007). *Entrepreneuriat et Innovation*. Paris: L'Harmattan.
- Morales Gutiérrez, A. C. (2009). Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales. *Zerbitzuan - Revista de servicios sociales*, (45), 151-175.
- Mozas Moral, A. & Bernal Jurado, E. (2006). Desarrollo territorial y economía social. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (55), 125-140.
- Mulgan, G. (2007). *Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated (Working Paper)*. Oxford: Oxford Said Business School.
- Nicholls, A. & Cho, A. H. (2006). Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field. En A. Nicholls, *Social Entrepreneurship. New models of Sustainable Social Change* (pp. 99-118). New York: Oxford University Press.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) - Eurostat (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (tercera ed.). Madrid: Tragsa.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. USA: OECD.
- Paris Tech Review (16 de diciembre de 2011). *Innovation sociale: l'économie de demain?* Recuperado el 20 de enero de 2012 de <http://www.paristechreview.com/2011/12/16/innovation-sociale-economie-demain/>
- Patureau, C. (2010). *Innover pour répondre aux besoins sociaux* (Thèse. Résumé). Paris: HEC Paris.
- Pérez, C. (2004). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. México: Siglo XXI.
- Pick, S. & Sirkin, J. (2010). *Breaking the poverty cycle: The human basis for sustainable development*. New York: Oxford University Press.

- Richez-Battesti, N. (2010). L'économie social et solidaire face à la crise économique: entre reconnaissance d'un modèle d'organisation et risque de récupération ? *Revue française du Marketing*, 226(1-5), 49-58.
- Sábato, J. A. & Botana, N. (1968). La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. *Revista de la Integración*, 1(3), 15-36.
- Sanchis Palacio, J. R. & Campos Climent, V. (2008). La innovación social en la empresa: el caso de las cooperativas y de las empresas de economía social en España. *Economía Industrial*, 368, 187-196.
- Schmitt, C. (2005). Université et entrepreneuriat. En C. Schmitt, *Université et entrepreneuriat. Une relation en quête de sens* (pp. 15-37). Paris : L'Harmattan.
- Schmitt, C. (2008). *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Québec: Presses de l'Université de Québec.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Teoría del desenvolvimiento económico* (2ª edición). México: Fondo de Cultura Económica.
- Sen, A. (2001). *Development as freedom*. New York: Alfred A. Knopf.
- Skouri, A. (2005). Université et entrepreneuriat au Maroc: Etat des lieux et perspectives d'évolution. En C. Schmitt, *Université et entrepreneuriat. Une relation en quête de sens* (pp. 81-120). Paris: L'Harmattan.
- The Economist* (12 de agosto de 2010). Social Innovation. Let's hear those ideas. Recuperado el 7 de diciembre de 2011 de <http://www.economist.com/node/16789766>
- Timmons, J. (2004). *New aventure creation*. Boston: McGraw Hill.
- Veraza Urtzuástegui, J. (2010). Crisis económica y crisis de la forma neoliberal de civilización (o de la subordinación real del consumo bajo el capital específicamente neoliberal). *Argumentos*, 23(63), 123-157.
- Vesga, R. (20 de julio de 2009). *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta?* Recuperado el 20 de julio de 2013 de <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>
- Yunus, M. (2007). Social Business. *Yunus Centre*. Organisation Website. Recuperado el 30 de abril de 2014 de <http://www.muhammadyunus.org/index.php/social-business/social-business>