

# Panorama del emprendimiento social en México

Pedraza A. Elba M.<sup>1</sup>, Acosta V. Silvia<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Escuela Superior de Tizayuca, UAEH  
Tizayuca, Hgo., 43800, México  
[elbam@uaeh.edu.mx](mailto:elbam@uaeh.edu.mx)

<sup>2</sup> Escuela Superior de Tizayuca, UAEH  
Tizayuca, Hgo., 43800, México  
[siempresilvia.sil@gmail.com](mailto:siempresilvia.sil@gmail.com)

## Resumen

En el contexto globalizado actual la problemática social se ve caracterizada por factores como pobreza, dificultad de acceso a empleo y educación, problemas alimentarios entre otros por lo que la participación de emprendedores con visión social y su contribución a atender dicha problemática se ha incrementado en los últimos años surgiendo así un auge del llamado emprendimiento social. Es por ello que en el presente documento se realiza una revisión documental que permita aclarar el concepto, tipología y describir el panorama del emprendimiento social en México, su conformación y crecimiento en los últimos cinco años.

**Palabras Clave:** *Emprendimiento social, sector social, ecosistema de emprendimiento*

## Abstract

In the current globalized context, social problems are characterized by factors such as poverty, difficulty in accessing employment and education, food problems, among others. Thus, the participation of entrepreneurs with a social vision and their contribution to addressing these problems has increased in the recent years, thus creating a boom in so-called social entrepreneurship. That is why this document is a documentary review to clarify the concept, typology and describe the context of social entrepreneurship in Mexico, its shape and growth in the last five years.

**Keywords:** *Social entrepreneurship, social sector, entrepreneurial ecosystem*

## 1. Introducción

Desde la década de los 90's el término "emprendimiento social" ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones; sin embargo, no ha sido completamente definido como lo sugieren algunos autores (Lorca, 2013; Fournier, 2011). Con los constantes cambios de los factores económicos, sociodemográficos, políticos y tecnológicos en un entorno globalizado surgen con mayor fuerza iniciativas de la sociedad que tratan de dar solución a la problemática existente, de ahí que el emprendimiento social cada vez cobre mayor relevancia.

Con la finalidad de brindar un contexto más claro del emprendimiento social surgen las siguientes preguntas: ¿Qué es el emprendimiento social?, ¿cuál es la diferencia con el emprendimiento tradicional?, ¿cómo se pueden clasificar los modelos de negocios de los emprendimientos sociales?, ¿cómo está conformado el ecosistema del emprendimiento social en México?.

## 2. Desarrollo

### 2.1 *Emprendimiento social: definición y caracterización*

De acuerdo con Dees (2016) el emprendimiento social puede ser concebido como "la persecución de recursos y oportunidades innovadoras para el intento estratégico de alcanzar una mejora en las condiciones sociales", es decir que el objetivo social es la razón de la acción comercial; a diferencia del emprendimiento tradicional, cuyo objetivo se centra primordialmente en una misión económica con la explotación de las oportunidades de mercado (Moreira y Urriolagoitia, 2011).

Por lo anterior, el emprendimiento social puede ser llevado a cabo por entidades no lucrativas, entidades lucrativas y del sector público quienes pueden realizar acciones donde el elemento clave es el valor social teniendo en cuenta que dichas acciones son proyectos realizados por personas con una perspectiva de continuidad, no sólo actos bienintencionados (Sastre, M.A. Peris, M., Danvila del Valle, I., 2014) así como caracterizarse por ser comercialmente exitosos a la vez

que cumplen su misión social; es decir, en su misión se enfatiza o resalta la creación y sostenimiento del valor social, el reconocimiento de oportunidades así como del compromiso de innovación, aprendizaje y adaptación al entorno (Merino, 2013) dando como resultado propuestas de solución a problemas sociales.

De esta manera se observa que la creación de valor para las acciones de emprendimiento social, conjugan no sólo aspectos financieros como la maximización de utilidades sino la sostenibilidad de las entidades y la búsqueda de la mejora de las condiciones sociales lo que implica una articulación e interacción con los agentes del ecosistema emprendedor integrado principalmente por los sectores público, privado y social (Figura 1), éste último constituido principalmente por entidades del tercer sector.



Fig 1. Sectores involucrados en el ecosistema emprendedor social.

Fuente: Elaboración propia (2017).

Por tercer sector o sector social, se debe entender al conjunto de organizaciones no lucrativas, tales como cooperativas, asociaciones civiles, entre otras, incluyendo aquellas organizaciones que trabajan para la promoción de la persona y para la inserción de colectivos vulnerables, tales como entidades religiosas y fundaciones; dichas organizaciones son de suma importancia ya que tratan de dar respuesta a las necesidades sociales (Fernández, 2006).

De esta forma se puede observar la empresa social, que según (Innobasque, 2011) se caracteriza por los siguientes elementos:

- a) La motivación de los emprendedores con el fin de impulsar un cambio social, el cual se puede lograr a través de la actividad que desarrollan o bien del impacto que persigan.
- b) En cuanto al modelo de negocios, la empresa debe ser rentable o al menos auto-sostenible y su capital es gestionado de forma participativa.

De allí que el modelo de negocios de estas empresas integra además las interacciones con los agentes del ecosistema, su papel e integración en la cadena de valor, así como una estructura de costos y la generación de utilidades, gracias a su propuesta de valor (Yunus, Moingeon & Lehmann, 2010) y al conocimiento de su entorno.

En cuanto a su clasificación, Alter (2007) propone que los modelos de negocios de empresas sociales se clasifiquen de acuerdo con su propuesta de valor en:

- a) Modelos de apoyo al emprendedor, caracterizados porque la empresa social provee de asesoría de negocios y servicios financieros a su mercado meta con la finalidad de que dicha población pueda vender sus productos o servicios en un mercado abierto, de tal forma que la empresa social pueda alcanzar la autosuficiencia económica.
- b) Modelo de intermediarios de mercado, en el que la empresa social provee servicios a su población objetivo con la finalidad de apoyarles a acceder al mercado. En este sentido la empresa social alcanza la autosuficiencia mediante la venta de los productos elaborados por la población objetivo.
- c) Modelo de empleo, el cual se distingue porque la empresa social provee oportunidades de empleo y capacitación a la población objetivo.
- d) Modelo de pago de servicios. Este modelo se distingue porque la empresa comercializa sus servicios directamente a la población objetivo de tal forma que el ingreso a menudo es por el mecanismo de costos de recuperación.
- e) Una variación del modelo anterior es la del modelo de mercado de clientes de bajo ingreso, en el cual se provee de facilidad de acceso a productos y servicios a personas con un nivel socioeconómico bajo.

- f) Modelo Cooperativo, que se refiere a proveer los beneficios directos a la población objetivo como miembros de dicha cooperativa, de tal forma que puedan acceder a servicios de técnicos y a mercados externos, entre otros. Este modelo es recurrente en cooperativas agrícolas.
- g) Modelo de mercado vinculado, en el cual la empresa social facilita las relaciones de intercambio entre la población y el mercado, incluyendo a pequeños productores y otros mercados.
- h) Modelo de Servicios Subsidiados, que permite a la empresa social vender sus productos o servicios a un mercado externo, con la finalidad de poder generar sus propios programas para la población objetivo.
- i) Modelo de Apoyo Organizacional, en el que la empresa social vende sus productos y servicios a un mercado externo o al público en general, sin embargo, las actividades del negocio están separadas de los programas sociales.

Lo anteriormente expresado permite tener un panorama de la manera en que las empresas sociales operan sus modelos de negocio, cuidando la naturaleza de su misión.

Aunado a ello, para que se pueda llevar a cabo un emprendimiento social, es necesaria la presencia de un ambiente que favorezca la interacción entre las empresas sociales y su población objetivo, y que coadyuven a concretar su misión social definida, es decir, se requiere de un ecosistema emprendedor.

Según Mason y Brown (2014), el ecosistema emprendedor puede ser definido como un “conjunto de agentes emprendedores, organizaciones y procesos que interactúan con el medio”; de allí que algunos aspectos como la calidad de vida que determina la experiencia de los emprendedores, las regulaciones y receptividad para aceptar la naturaleza de la empresa social, el capital humano como determinante para el logro de la misión así como el financiamiento, sean pilares fundamentales para la existencia de un ecosistema favorable (SocEntCity, 2016).

Por otra parte, se señalan los principales agentes que apoyan al emprendimiento social, entre los cuales se encuentran:

- a) Aceleradoras. Cuyo objetivo es favorecer el desarrollo y crecimiento de empresas de reciente creación (fase semilla o de arranque) según lo plantean Roure, San Jose y Segurado (2016).
- b) Incubadoras de empresas. Instituciones que tienen por objetivo promover la creación de empresas en su entorno (Valdés, 2015).
- c) Instituciones gubernamentales, que apoyan al desarrollo económico y social.
- d) Inversionistas ángel, quienes proporcionan capital a una nueva empresa o negocio en sus etapas iniciales.
- e) Startups. Término que ha cobrado popularidad en los últimos años y que define a empresas que se generan para crear nuevos productos o servicios bajo condiciones de gran incertidumbre (Entrepreneur, 2017).

Cabe señalar que los anteriores agentes descritos corresponden a aquellos que fungen ya sea como promotores y de fomento para los emprendimientos sociales, como vinculadores o bien como actores de influencia. Así mismo, en cuanto a la relación motivada por el financiamiento se encuentra en incremento el llamado “*crowdfunding*”, caracterizado por recaudar financiamiento con base en donaciones de un colectivo (Asociación de emprendedores de Chile, 2012).

## 2.2 Panorama del emprendimiento social en México

El emprendimiento en México se ha caracterizado por un crecimiento en los últimos 5 años. Tan sólo en el año 2016, de acuerdo con el Índice de Competitividad (IC) se ubicó en el puesto 57 de 142 países (IMCO, 2016) avanzando cuatro posiciones en el *ranking* del Foro Económico Mundial, principalmente motivado por mejoras en los negocios, impulso a la innovación y la eficiencia de los mercados financieros, sin embargo, aún existe una necesidad de estimular la productividad y de promover el talento emprendedor.

Por otra parte el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), el estudio más importante a nivel mundial en esta materia desde 1999, indica que

México se ha caracterizado por que su economía está basada en la manufactura, al igual que en diversos países de América Latina, lo que quiere decir que a diferencia de otros países está basada en la eficiencia. Esto repercute en que la mayoría de los emprendedores son impulsados por las oportunidades que observan en el contexto más que por necesidad, y en consecuencia, dejan de lado la oportunidad de innovar.

Sin embargo, del 2011 al 2015 de acuerdo con el GEM se reporta que hubo un incremento de 11.4% en la tasa de actividad emprendedora temprana, es decir, de personas que iniciaban proyectos de negocios, ya que el 45% de la población adulta observa buenas oportunidades de negocio aun cuando por las condiciones de incertidumbre e inestabilidad del contexto mundial y nacional, ha disminuido el porcentaje de personas que se sienten capaces de aprovechar las oportunidades de negocios de un 60.6%, en el 2011, a un 45.8% en el 2015.

De igual forma se observa que del 2011 al 2015 se incrementó el porcentaje de empresas nacientes de un 5.7% a un 16.2% (Figura 2).

Se considera que esto es debido a factores como el apoyo efectivo a las empresas y emprendedores por parte de incubadoras de empresas, así como al incremento de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.



Fig 2. Comportamiento de la tasa de emprendimiento en empresas nacientes y nuevas en México (2011-2015).

Fuente: Elaboración propia (2017) con datos del GEM (2015).

Cabe señalar que de acuerdo con las estadísticas antes presentadas, el panorama se considera favorable para el desarrollo de emprendimientos sociales, mismos que tienen su respaldo específico en el Programa de Fomento a la Economía Social 2015-2018 y a la Ley de la Economía Social y Solidaria, que tiene por objeto “establecer los mecanismos para fomentar el desarrollo, fortalecimiento y visibilidad de la actividad económica del Sector Social de la Economía...” (SEGOB, 2015), dicho sector agrupa toda forma de organización orientada a la producción, comercialización y consumo de bienes caracterizada por formas de propiedad social y gestión colectiva, con el fin de generar bienestar para las comunidades y para quienes las integran.

De esta manera, con la finalidad de establecer el panorama del emprendimiento social se muestran iniciativas que dan seguimiento a las aportaciones de las empresas sociales tales como el Mapa de Soluciones de Economía del Sector Social (Socioeco, 2017), que integra a organismos y estudios en materia de economía social en México, y que a la fecha contiene 16 propuestas y continúa recopilando información.

Asimismo, estadísticas del Observatorio del Sector Social de la Economía (OSSE, 2013), muestran que durante el año 2013, estados como Guerrero y Oaxaca obtuvieron la mayor cantidad de apoyos para empresas y emprendedores sociales.

Por su parte, el GIIMAP (2017) realiza un mapeo no sólo de las organizaciones de Economía del Sector Social, sino que integra a todos los agentes o actores del ecosistema de emprendimiento social en México, estableciendo sus relaciones e interacciones desde las áreas de colaboración, por ejemplo: financiamiento, fortalecimiento de emprendedores y negocio, fortalecimiento del entorno e institucional. En sus datos muestra que empresas como Promotora Social México, Jardín de Innovación y Ashoka México, entre otros, se encuentran entre los 10 actores con más influencia en el ecosistema. Para el año 2014 se había identificado aproximadamente 125 organizaciones (Figura 3), y para el 2016, cerca de 154 organizaciones clave, entre ellas 119 empresas sociales y ambientales clave.

La tendencia es que los emprendimientos sociales en México sigan creciendo, ya que a partir del año 2015, las convocatorias de apoyo del INADEM y del INAES, así como las que lanzan otras instituciones, también incluyen a emprendedores sociales.

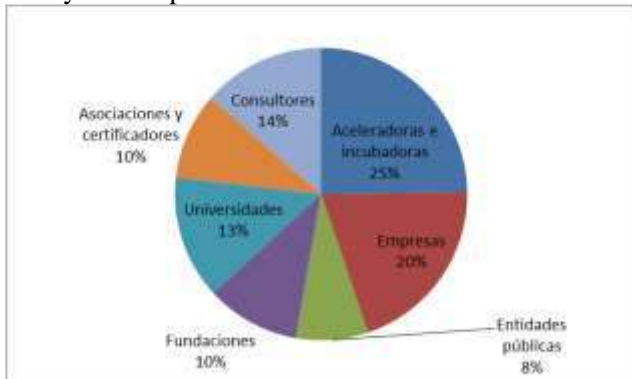


Figura 3. Composición de los actores del ecosistema de emprendimiento social en el 2014

Fuente: Elaboración propia con datos de Buckland y Murillo (2014).

### 3. Conclusiones

Derivado de la revisión documental realizada se determinó que a partir del año 2011 y hasta la fecha, el emprendimiento social ha presentado un crecimiento, que aunque paulatino, se encuentra fortalecido por la interacción y aparición de agentes en el ecosistema que lo favorecen, principalmente de aceleradoras, incubadoras y apoyos financieros, además del establecimiento de políticas públicas y programas que brindan mayor seguridad a este tipo de acciones.

Sin embargo, es necesario brindar apoyo a los emprendedores para su profesionalización y desarrollo de las habilidades requeridas para iniciar y sostener su emprendimiento en el tiempo, partiendo de que el modelo de negocio en el que se basan, así como su misión, están orientados a la solución de un problema social. Lo anterior conduce a la necesidad de la identificación de agentes que puedan brindar mayor apoyo para la resolución de dicha problemática, con un mayor impacto y con la conciencia de que los resultados se verán mayoritariamente en el mediano y largo plazo.

Es un hecho que el camino para las empresas sociales todavía está lleno de retos, sin embargo, se observa

como una oportunidad para México, donde la innovación y el ímpetu de quienes desean generar cambios para el logro de un bienestar sostenible, serán las fuerzas para el desarrollo regional sostenible y su aportación al futuro del desarrollo social global.

### Referencias

Ahoka (2015). Emprendimiento social en México y Centroamérica. Tendencias y recomendaciones. (En línea) Recuperado de: [http://mexico.ashoka.org/sites/mexico.ashoka.org/files/Se\\_mblanzas%20emprendedores\\_0.pdf](http://mexico.ashoka.org/sites/mexico.ashoka.org/files/Se_mblanzas%20emprendedores_0.pdf)

Asociación de Emprendedores de Chile (2012). Guía de financiamiento para emprendedores. Pp. 31-32. Recuperado de: <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2012/10/Manual-de-financiamiento.pdf>

Buckland, H., Murillo, D. (2014). La innovación social en América Latina. Marco conceptual y agentes. ESADE. España. Recuperado de: <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2015/15306.pdf>

Dees, J. G. (2016). Social Entrepreneurship. The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management. Pp. 1-4. Recuperado de: [http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2\\_373-1](http://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2_373-1)

Entrepreneur (2017). 5 startups revelan sus secretos. Vol. 25. No. 2. México. pp. 56 y 57

Fernández, F. X. A. (2006). Tercer sector: análisis, desafíos y competencias desde el trabajo social. Acciones e investigaciones sociales, (1), 439.

Fournier, A. N. (2011). *Emprendimiento Social*. Documentos de investigación. Administración de Empresas. No. 6. Universidad Central. Colombia. pp. 11 Recuperado de: [https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015\\_emprendimiento\\_social\\_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_emprendimiento_social_001.pdf)

GIIMAP (2017). Mapa. (En línea). Recuperado de: <http://www.giimap.org/>

Global Entrepreneurship Monitor (2015). Reporte Nacional 2015-2016 México. ITESM. México

IMCO (2016). México avanza cuatro lugares en competitividad vía WEF. (En línea). Recuperado de: <http://imco.org.mx/competitividad/mexico-avanza-cuatro-lugares-en-competitividad-via-wef/>

Innobasque (2011). Empresa Social Innovadora. Agencia Vasca de la Innovación. Recuperado de: [http://www.inaes.gob.mx/doctos/Diplomado/Doctos/Mod-II/Empresa\\_social\\_innovadora.pdf](http://www.inaes.gob.mx/doctos/Diplomado/Doctos/Mod-II/Empresa_social_innovadora.pdf)

Lorca M. P. (2013). Modelo de Factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio Cualitativo. Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile. Pp. 8. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112189/Lorca%20Mesina.pdf?sequence=1>

Mason, C., Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. OECD. Recuperado de: <http://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>

Merino, A. et. al. (2013). Guía del emprendedor social. Inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad. Universidad Pontificia. España. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/270957272\\_Guia\\_del\\_emprendedor\\_social\\_Inspiraciones\\_para\\_la\\_creacion\\_de\\_empresas\\_al\\_servicio\\_de\\_la\\_sociedad](https://www.researchgate.net/publication/270957272_Guia_del_emprendedor_social_Inspiraciones_para_la_creacion_de_empresas_al_servicio_de_la_sociedad)

Moreira, P., Urriolagoitia, L. El emprendimiento social. Revista Española del Tercer Sector. No. 17. Fundación Luis Vives. Pp. 21. Recuperado de: [http://www.luisvivesces.org/upload/34/81/RETS\\_17.pdf](http://www.luisvivesces.org/upload/34/81/RETS_17.pdf)

OSSE. (2013) . Estadísticas. Observatorio del Sector Social de la Economía. (En Línea). Recuperado de: <http://osse.org.mx/Recursos/Investigaciones/Estad%C3%ADsticas>

Roure, J., San Jose, A. Segurado, J. L. (2016). Aceleradoras para emprendimiento social. Modelos de aceleración y ecosistemas de apoyo en América Latina y el Caribe. IESE Business School. Recuperado de: <http://mifftp.iadb.org/website/publications/b8380451-335c-4a04-9caa-d0859d011522.pdf>

Sastre, M. A., Peris, M., Danvila del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur?. Non Profit Management & Leadership. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/279071314\\_What\\_Is\\_Different\\_about\\_the\\_Profile\\_of\\_the\\_Social\\_Entrepreneur](https://www.researchgate.net/publication/279071314_What_Is_Different_about_the_Profile_of_the_Social_Entrepreneur)

SEGOB (2015). Diario oficial de la Federación. Acuerdo por el que se Aprueba el Programa de Fomento a la Economía Social. (En línea) Recuperado de: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5397085&fecha=18/06/2015](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5397085&fecha=18/06/2015)

Socioeco.org (2017). Mapa de soluciones de la ESS. (En línea). Recuperado de: [http://www.socioeco.org/solutions\\_es.html](http://www.socioeco.org/solutions_es.html)

SocEntCity.org (2016). From the ground up: Defining Social Enterprise Ecosystems in the U.S. pp. 3-5. Recuperado de: <http://socentcity.org/downloads/Quantifying%20Social%20Enterprise%20Ecosystems%20in%20the%20U.S..pdf>

Valdés Díaz de Villegas, J. (2015). Síntesis sobre las características de los procesos de emprendimiento e incubación de negocios en México. Universidad Iberoamericana. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5071442.pdf>

Yunus, M., Moingeon, B. & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. Long Range Planning 43. Pp. 308-325. Recuperado de: [http://ac.els-cdn.com/S0024630109001290/1-s2.0-S0024630109001290-main.pdf?\\_tid=83f0e9c4-f55e-11e6-b5b5-00000aacb35d&acdnat=1487369877\\_e5b5187e9cbb07f1ea5a4d1425a9edbf](http://ac.els-cdn.com/S0024630109001290/1-s2.0-S0024630109001290-main.pdf?_tid=83f0e9c4-f55e-11e6-b5b5-00000aacb35d&acdnat=1487369877_e5b5187e9cbb07f1ea5a4d1425a9edbf)