

# Análisis de antecedentes y referentes teóricos sobre el emprendimiento social y economías creativas o economía naranja, una mirada desde el contexto global a lo local.

## **Autores:**

Celene Margarita Romero Haddad, Katia De La Puente Jabib y Luis Fernando Alfonso Garzón.

**Resumen.** La economía solidaria es clave en el proceso de paz en Colombia; así lo afirma Carlos Mario Zuluaga, en la edición No. 21 de la revista organizaciones solidarias 2016; en Colombia existen muchos problemas como el desempleo, la educación, el poco desarrollo social, y la falta de generación de nuevas oportunidades de negocio, periodos de más de 60 años de violencia, entre otras; aspectos en que las cooperativas y otras empresas del sector solidario ejercen una sinergia positiva, por eso es clave que desde el sector solidario desarrollemos proyectos de emprendimiento social y economías creativas que ayuden a subsanar la mayoría de nuestros conflictos. Por lo anterior, este artículo es importante ya que permite analizar los antecedentes y referentes teóricos sobre el emprendimiento social y economías creativas o economía naranja, a través de una mirada global, para contextualizarlo a la situación actual de los estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Montería, cuyo ADN es el sector solidario y como éstos pueden generar oportunidades laborales a partir de proyectos de emprendimiento social y economías creativas, que contribuyan al desarrollo de nuestra ciudad Montería y de la región cordobesa en general.

**Palabras Clave:** Emprendimiento social, economías creativas, economía naranja, industria cultural.

**Abstract:** The solidarity economy is key in the peace process in Colombia; This is what Carlos Mario Zuluaga says in the edition No. 21 of the solidarity organizations magazine 2016; in Colombia there are many problems such as unemployment, education, little social development, and the lack of generation of new business opportunities, periods of more than 60 years of violence, among others; aspects in which cooperatives and other companies in the solidarity sector exercise a positive synergy, that is why it is key that from the solidarity sector we develop projects of social entrepreneurship and creative economies that help to correct most of our conflicts. Therefore, this article is important because it allows analyzing the background and theoretical references on social entrepreneurship and creative economies or orange economy, through a global perspective, to contextualize it to the current situation of the students of the University Cooperative of Colombia headquarters Montería, whose DNA is the solidarity sector and how these can generate employment opportunities from social entrepreneurship projects and creative economies, which contribute to the development of our city Montería and the region of Cordoba in general.

**Keywords:** Social entrepreneurship, creative economies, orange economy, cultural industry.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Como lo afirma el director nacional de la unidad administrativa especial de organizaciones solidarias Rafael González en la nota editorial de

la revista organizaciones solidarias en su edición No. 21 de 2016, "Lo mejor de nosotros es el gran bagaje con que cuentan nuestras organizaciones para reunir en un solo modelo las dimensiones

social, económica, ambiental y política, mixtura perfecta para afrontar la compleja tarea que trae la construcción de paz"; porque llega a los sectores más vulnerables con una inclusión financiera y social; también en el marco del 'Gran foro sobre cooperativismo, realizado por Foros La Republica, el presidente ejecutivo del Grupo Coomeva, afirma: "En el posconflicto las cooperativas tienen una gran oportunidad de aportar al país su modelo de empresa, que podría funcionar en todos los sectores de la economía: Industria, agroindustria, servicios, servicios públicos inclusive, entonces el sector cooperativo, definitivamente como un modelo de organización de empresa solidaria, tiene una gran oportunidad de servirle al país después de firmar la paz". Arana, A (2015).

Entre tanto no sólo en el marco de un postconflicto es viable hablar del modelo de economía solidaria como mecanismo de desarrollo, puesto que el sector solidario siempre ha sido una de las mejores opciones para generar desarrollo y dinamizar la economía del país, con empresas sin ánimo de lucro pero que aportan mucho a la sociedad.

Existe un amplio consenso entre muchos actores, incluidas las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), estos afirman que:

La empresa cooperativa es el tipo de organización más idóneo para abordar todas las dimensiones de la reducción de la pobreza y de la exclusión. Es importante el modo en que las cooperativas contribuyen a reducir la pobreza: encuentran oportunidades económicas para sus socios; empoderan a las personas desfavorecidas para que defiendan sus intereses; dan seguridad a los pobres permitiéndoles transformar sus riesgos individuales en riesgos colectivos; y median para que sus socios accedan a los activos que utilizan para ganarse la vida. OIT & COOP (2016).

En Colombia según la gráfica No.1 en la base de datos reportada por confecámaras a junio 30 de 2016, se cuenta que en el registro único empresarial y social (RUES), tenemos 190.467 organizaciones solidarias con matrícula activa y 66.095 con la matrícula renovada y de las entidades con matrícula renovada tenemos que el 12% son organizaciones de economía solidaria y el 88% organizaciones solidarias de desarrollo, una cifra bastante alta y que nos sirve de precedente para entender que el país está apostando al emprendimiento social.

**Gráfica 1**



**Fuente:** RUES. ESALES reportadas a junio de 2016. Revista organizaciones solidarias Ed. 21

Por su parte la UCC tiene como misión, educar personas con las competencias para responder a las dinámicas del mundo, contribuir a la construcción y difusión del conocimiento, apoyar el desarrollo competitivo del país a través de sus organizaciones y buscar el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, influidos por la economía solidaria el cuál es el ADN de la universidad, y contando que en la actualidad la UCC sede Montería cuenta con 4.090 estudiantes según (DARC, 2017) y que el sector solidario se proyecta como el mayor aportante a la consolidación de la paz y el desarrollo sostenible en nuestro país por ser el sector con mayor inclusión social; es importante enfocar a los estudiantes de la universidad a mirar el sector solidario como base de su proyecto de vida; además de apuntar a la creación de industrias culturales y de economías

creativas (ICC) como alternativa para el desarrollo de su proyecto de vida; Teniendo como referencia que tanto la UNESCO como la Unión Europea reconocen que las ICC son un cauce de expresión de la identidad cultural y un instrumento de mediación de la diversidad cultural. Pallares, S (2011).

Susana Pallares Espinoza en su Investigación "Emprendimiento creativo y economía social" afirma que es necesario proteger esos valores e intereses generales mediante el reconocimiento de la especificidad de los bienes y servicios culturales, articulando una estrategia que tome en cuenta tanto su dimensión cultural, como su dimensión económica. Todo ello exige abordarlas, por un lado, aprovechando su potencial para contribuir al desarrollo de la economía, y por otro, para que favorezca las expectativas e intereses culturales de los miembros de la sociedad, dando lugar a un crecimiento sostenible e inclusivo, para ello es necesario lograr un equilibrio entre el interés público y el privado. Pallares, S (2011).

Entre tanto se están impartiendo en la universidad las cátedras de oportunidades de negocios y plan de negocios en los cuáles se ayuda a desarrollar proyectos que son expuestos en ferias empresariales internas realizadas en la sede Montería y que por ende están generando un banco de posibles proyectos de emprendimiento productivos enfocados al sector social; por lo tanto se realiza la siguiente formulación del problema: ¿Cuál es la Prospectiva de generación de empresas y proyectos productivos de emprendimiento social y economías creativas en el sector solidario, propuestos por estudiantes de la UCC, Sede Montería?; del cuál surge el proyecto de investigación que sustenta este artículo.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El papel que juega el sector de la economía solidaria en el desarrollo económico y social del país conlleva a la generación de empleo y a mejorar la calidad de vida de un gran sector de la población, especialmente por ser el sector más inclusivo, es por esto que debemos fijar la mirada hacia el emprendimiento social y la economía creativa, fundamentados en el sector solidario, en aras de promover la generación de empleo sostenible para Montería, la región cordobesa y el país en general.

Mirar hacia una economía alternativa que impulse formas de asociación y que garantice el desarrollo a partir de un modelo de autogestión y de iniciativas productivas, con la participación de agentes locales, ya sea como resultado de una idea o de una investigación conducentes a satisfacer necesidades básicas, muy probablemente disminuirá las intervenciones paternalistas del Estado, al tiempo que impulsa a la comunidad hacia una actitud de progreso colectivo y prosperidad familiar. Osorio, L (2008).

En los países de gran desarrollo económico, el tercer sector o sector de la economía solidaria desempeña un rol importante y representa un grupo de entidades que, articuladas en torno a unos objetivos de beneficio social, no sólo en generar empleo, sino también brindar bienestar para la población y su economía, buscan solidariamente reducir los flagelos que se convierten en barreras de desarrollo y crecimiento para un país. Osorio, L (2008).

Con el sector solidario existen múltiples posibilidades de crear empresas diversas y productivas, que buscan aunar esfuerzos, recursos y aglutinar grupos no atendidos o sencillamente desprotegidos por el Estado y por el sector empresarial privado capitalista, y es allí donde aparecen las oportunidades de asociatividad, el emprendimiento productivo y

la innovación en actividades económicas con beneficio común, de cooperación, y no de competencia. Osorio, L (2008).

Hacen dos años con motivo de la celebración del Día Internacional de las Cooperativas 2016, el Secretario General de Naciones Unidas, Ban Ki-moon emitió un mensaje y expresó que la labor de las cooperativas, basada en el empoderamiento, la inclusión y la sostenibilidad, ha sido concebida para defender los principios de igualdad y participación democrática y encarna el principio de no excluir a nadie, recogido en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). ACI (2016).

Por todas estas razones y vislumbrando el nuevo panorama político, económico y social del país, se hace necesario realizar esta investigación que ayude a identificar cuál es la prospectiva de generación de empresas o proyectos productivos del sector solidario con base en el emprendimiento social y economías creativas, como apoyo al desarrollo socio-económico en el marco del postconflicto colombiano, de los estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Montería año 2017; para tener un punto de partida y poder conocer cuántos de éstos estudiantes podrán generar fuentes de empleo para el desarrollo socio-económico de la región y así esta investigación sirva de referente en la consecución de estrategias que ayuden a que el Sector Solidario de la ciudad de Montería tenga más oportunidades de acceder a los fondos que están destinados para su crecimiento y sostenibilidad y a su vez se conviertan en oportunidades de crecimiento profesional y económico para nuestros estudiantes.

Otro justificante es que el profesional de administración de empresas debe fundamentar su formación en principios de ética social, con percepciones claras entre empresa y comunidad y con una formación y enfoque hacia un cambio

de modelo de desarrollo, en donde la equidad y la viabilidad de superación de las condiciones de vida tengan reales posibilidades de ocurrencia. Las empresas asociativas y solidarias, constituyen uno de los medios para el logro de tales propósitos. Estas formas de organización humana son un tipo especial de empresa en la que predominan los factores Comunidad y Trabajo. Su estructura administrativa manifiesta su especial naturaleza y sus propósitos socioeconómicos. Pérez, P (2016).

Además, esta investigación es de gran relevancia porque permite reforzar y confrontar conceptos y teorías sobre el emprendimiento social, economía creativa o economía naranja, industria cultural, sector solidario, productos y servicios culturales, emprendimiento cultural, entre otros; por otra parte, es conveniente porque sirve de guía para próximos trabajos a la comunidad estudiantil de la UCC.

### 3. OBJETIVOS

**3.1 Objetivo General:** Analizar los antecedentes y referentes teóricos sobre el emprendimiento social y economías creativas o economía naranja, desde el contexto global a lo local.

#### 3.2 Objetivos Específicos:

- Realizar una investigación exploratoria y documental sobre los temas a analizar.
- Hacer un análisis sistemático de literatura.
- Presentar las conclusiones del análisis.

## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1. Estado de Arte

La investigación realizada por Fredy de Jesús Mojica González (2015) sobre las empresas creadas por los egresados entre el año 2010 y 2014 de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, pertenecientes al Centro de Educación a Distancia CEAD Sogamoso, y que tuvo como producto el capítulo VIII del libro "Retos y Desafíos de la Prospectiva del Emprendimiento Social y Solidario de la ciudades del futuro" con el título: Retos de las pymes creadas por los egresados Unadistas del CEAD Sogamoso, graduados entre el año 2010 y 2014.

En este documento, se determinaron las principales características de las micro, pequeñas y medianas empresas creadas por los egresados entre el año 2010 y 2014 de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD de Sogamoso, a través de la aplicación de una encuesta que permitió dar respuesta a la pregunta formulada: ¿Cuáles son las características de las pymes creadas por los egresados unadistas del CEAD Sogamoso, graduados entre el año 2010 y 2014?; aquí se determinaron características tales como: Actividad de la empresa, mercado objetivo, tamaño de la empresa, tipo de empresa, estructura de la empresa, número de empleados, fuentes de financiación, nivel de formación de los empleados, condiciones laborales, innovación e implementación de tecnología, incorporación de sistemas de calidad, agremiaciones, pertinencia de los conocimientos adquiridos en la UNAD, entre otros aspectos; que nos pueden servir para caracterizar las empresas de nuestros estudiantes, en el caso de encontrar empresas creadas por ellos en el sector social a través de la investigación.

La siguiente referencia presenta los resultados de la investigación "Elementos para la construcción del direccionamiento estratégico de Organizaciones Solidarias en Colombia durante el período 2014-2018: Una identificación desde el enfoque prospectivo". El desarrollo de esta

investigación apuntó, desde un enfoque prospectivo, a construir los elementos fundamentales para el direccionamiento estratégico de Organizaciones Solidarias, con los cuales se posibilite la incorporación transversal de la economía solidaria en los distintos temas e instancias del gobierno en curso. Este trabajo investigativo se llevó a cabo en las siguientes tres fases: Fase 1) Sensibilización Diagnóstico-Priorización de fenómenos de cambio; Fase 2) Mapeo de actores y diseño de escenarios y, Fase 3) Diseño estratégico y validación. Aguilar, C (2014).

Esta investigación se realizó por el Convenio de Asociación 015 de 2014 entre la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (Organizaciones Solidarias) con la Fundación Universitaria ESUMER de la ciudad de Medellín, Colombia; cuyo objeto fue: "Aunar esfuerzos de cooperación en recursos humanos, técnicos científicos y financieros para adelantar una investigación del sector solidario con enfoque prospectivo soportado en la implementación de análisis cualitativos y cuantitativos, que permita a la Unidad obtener los insumos y líneas orientadoras del plan estratégico 2014-2018; por lo que es de suma importancia este antecedente para la realización de este proyecto ya que aporta datos concretos sobre el estado del sector solidario en Colombia y amplía nuestro marco conceptual además de ser realizado por una Institución universitaria.

Un estudio realizado por Adeline Nicole Fournier de la universidad central en 2011 sobre el tema de emprendimiento social en ocho de las principales universidades del país (privadas y públicas) reconocidas por sus trabajos en el campo de la administración: Universidad de los Andes, Universidad Externado de Colombia, Universidad del Rosario, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de la Sabana, EAFIT, Universidad Nacional y Universidad EAN, explica que el tema de emprendimiento social

implica cierta interdisciplinaridad, la autora analizó si existían programas que abarcaran el tema de emprendimiento social desde las perspectivas de las ciencias sociales y humanas, este es uno de los pocos estudios que se tiene en el país con respecto al tema.

Dentro de las conclusiones que arrojó esta investigación la autora afirma que la RSE viene siendo abordado por casi todas las universidades estudiadas, bien sea mediante cursos integrados a las mallas de pregrado y posgrado, o de forma más profunda, a través de procesos de formación integral, investigación y asesoría, se comprueba sin embargo que el tema de emprendimiento social y, más generalmente el de innovación social, hasta ahora no ha llamado tanto la atención de los académicos colombianos; la Universidad de los Andes es la única que propone programas formales y sustanciales al respecto. Se ve como una buena señal el hecho de que los profesionales de administración sean sensibilizados a los temas de ética en los negocios y a las problemáticas medio ambientales, pero no se puede sino comprobar el vacío existente en cuanto a la búsqueda y el estudio de formas de gestión y negocios innovadoras para responder a cuestiones sociales sin resolver. Fournier, A (2011). Este estudio nos sirve como referente para analizar si en la universidad cooperativa el tema del emprendimiento social tiene o no peso dentro de los programas ofertados y si han hecho eco en los estudiantes para la creación de sus propias empresas del sector social.

Una investigación realizada en Cuba sobre el emprendimiento de los nativos en el sector turístico; titulado: "Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares" los autores analizan las características de los emprendimientos del sector no estatal cubano en el servicio de alojamiento turístico y sus efectos sobre las valoraciones de

los clientes internacionales; específicamente en el caso de Cuba, el concepto de emprendedor no ha sido abordado, ya que las formas económicas vigentes eran solamente estatales o de cooperación mixta. Es por ello que esta investigación aborda una nueva perspectiva, la gestión no estatal específicamente en el sector turístico, reconociendo al arrendador cubano como un emprendedor que crea una nueva forma de negocio, empleos y que posee una cartera de productos y servicios orientados al turista internacional, los autores buscan conocer mejor el perfil del emprendedor no estatal que gestiona el alojamiento turístico cubano y sus efectos sobre la efectividad del negocio. Silveira, Y; Cabeza, D & Fernández, V (2016).

Este artículo amplía el marco conceptual explicando el término de emprendimiento turístico, además nos ejemplifica la forma como nuestros estudiantes pueden incursionar en este tipo de emprendimiento en nuestro entorno aprovechando que actualmente Montería y la región cordobesa en general se han convertido en atractivo turístico para nacionales y extranjeros; debido a la diversidad cultural, flora, fauna y las fuentes hídricas como los mares y nuestros ríos; todo esto enmarcado dentro de la economía solidaria que es el pilar de la universidad cooperativa de Colombia.

También tomamos el artículo titulado "El sector solidario como alternativa para el desarrollo social e inclusivo en el postconflicto colombiano" escrito por Humberto Serna Gómez y Mario Samuel Rodríguez Barrero, producto de una ponencia presentada en el I Simposio Nacional Diálogos Empresa y Paz: Perspectivas institucionales, organizado por la Universidad Javeriana en el año 2015, se toma como referencia ya que está ubicado dentro de la línea de investigación de la economía solidaria y cuya importancia radica en el impacto que el sector de la economía social y solidaria puede tener en este momento histórico para el país, que culminó

unos diálogos de paz con las FARC e inicio una etapa de postconflicto. Serna & Rodríguez (2015). El propósito del artículo es mostrar a los lectores que el sector solidario es la mejor alternativa para generar desarrollo social, sostenible e inclusivo en Colombia, ante el eventual escenario del postconflicto, además presenta inicialmente una breve historia del cooperativismo mundial, posteriormente se contextualiza el papel del sector de la economía social y solidaria en Colombia, y finalmente se presentan los retos que tienen las empresas de la economía social y solidaria frente al posconflicto, la inclusión social y laboral; temas que nos ayudarán a desarrollar esta investigación.

Por último encontramos en Colombia sobre economía creativa y emprendimiento social basados en el sector solidario, Cesar Vanegas en su artículo "Primera cooperativa de productos Cannabis", publicado en el año 2016 en la revista de organizaciones solidarias nos muestra la cooperativa por la unidad del norte del cauca (Caucannabis), organización pionera en Colombia en la elaboración de productos a base de la planta denominada Cannabis sativa, de la cual se derivan la marihuana y el hachís; quienes se dedican al cultivo del cannabis para usos medicinales y bajo la ley.

Tomamos como referente este proyecto porque es muestra de desarrollo para las regiones de corinto, miranda, Jambaló, Toribio y caloto que fueron víctimas de la violencia y hoy son territorios de desarrollo en Colombia, lo que sirve de ejemplo para nuestro departamento de Córdoba y montería específicamente; además porque esta cooperativa nació de un proyecto piloto de la universidad nacional que pretendía darle un manejo integral y alternativo al cultivo del cannabis, por lo tanto es un proyecto de economía creativa y social, pertinente con nuestro proyecto de investigación; con el que se quiere motivar a los estudiantes de la UCC para

que desarrollen proyectos de economía creativa y solidaria.

#### 4.2. Marco Teórico

La creación y desarrollo de empresas no es exclusiva de personas que persiguen maximizar beneficios. De hecho, los emprendimientos sociales, son un tipo de emprendimiento que, reuniendo las características de cualquier otro emprendimiento, a su vez se distingue principalmente de los demás en que la motivación del emprendedor para llevarlo a cabo es el altruismo (Leadbetter, 1997; Yunus, 2009, 2011). El altruismo es un valor que significa que el individuo realiza un sacrificio personal en beneficio de otros. El altruismo supone reciprocidad y es, por tanto, la base de la solidaridad entre individuos. Santos, F., & Barroso, M., & Guzmán, C. (2013).

Según los mismos autores Santos, F., & Barroso, M., & Guzmán, C. (2013); Los emprendimientos sociales usan el altruismo fundamentalmente para generar valor social, atendiendo a necesidades sociales, tales como la pobreza, la exclusión social, el desempleo de personas con discapacidades físicas o psíquicas o el deterioro medioambiental. Por supuesto, esas necesidades se atienden produciendo bienes y servicios de forma innovadora (Drayton, 2002) y, no siempre, mediante la creación y desarrollo de empresas (Boschee, 1995; Defourny y Nyssen, 2012)

Según el objetivo principal del emprendimiento sea bien la maximización del beneficio o bien atender a intereses sociales, estaríamos ante dos tipos de emprendimientos puros, los emprendimientos de mercado o los emprendimientos sociales. No obstante, entre estas dos posiciones extremas puede haber otras más o menos híbridas, de forma que los emprendimientos se clasificarían a lo largo de un continuo. Ejemplo de emprendimiento social híbrido son las cooperativas, en las que existe el

afán de lucro pero que a su vez tienen un alto contenido social en el desarrollo de su actividad. En estos emprendimientos de naturaleza colectiva, las decisiones se toman de forma democrática entre todos los trabajadores, que participan por igual en el capital de la empresa y su objetivo no es maximizar el beneficio sino obtener un beneficio suficiente para la reinversión y para que todos ellos obtengan un buen nivel de vida. En el extremo opuesto, ejemplo de emprendimiento de mercado híbrido estarían aquellos emprendimientos que, buscando el máximo beneficio en su actividad y bajo una organización típicamente capitalista de sociedad anónima, establecen un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pudiéndose denominar a estos como emprendimientos de mercado con compromiso social. Santos, F., & Barroso, M., & Guzmán, C. (2013).

### Tipología de las empresas sociales

Curto, M (2012); en su Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, habla de los tipos de empresas sociales según el GEM, que para el informe de emprendimiento social se deduce son tres las características que las empresas sociales que poseen en mayor o menor medida:

- Prominencia de un fin social (o medioambiental) frente al fin económico.
- Dependencia de los ingresos generados y contribución de estos al total de ingresos de la organización.
- Presencia de innovación.

Así, en función de la relevancia que tengan estos factores, se pueden identificar cuatro tipos de empresas sociales:

1. ONG tradicional: el objetivo social/medioambiental es el único o principal y

tiene el estatus de organización sin ánimo de lucro.

2. Empresa social sin ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental es el único o principal; tiene estatus de organización sin ánimo de lucro y es innovadora en su(s) proyecto(s).

3. Empresa social híbrida: el objetivo social/medioambiental es el único u ocupa una posición muy importante y existe una estrategia de generación de ingresos que está «integrada» o es «complementaria» a la misión de la organización.

4. Empresa social con ánimo de lucro: el objetivo social/medioambiental ocupa una posición importante pero no tiene por qué ser el único y existe una estrategia clara de generación de ingresos.

### ELEMENTOS CLAVE PARA EL ÉXITO

La misma autora Curto, M (2012); habla sobre las claves para el éxito en este tipo de empresas y que durante las décadas que han transcurrido desde la popularización del término «emprendimiento social», son muchos los proyectos y organizaciones que, con mayor o menor éxito, han surgido dentro de este campo. Un ejercicio interesante que han llevado a cabo varios autores consiste en analizar casos de estudio concretos que han obtenido resultados notablemente satisfactorios. Con ello se pretende identificar aquellos elementos comunes que se encuentran detrás del éxito de los proyectos.

Por ejemplo, Sharir & Lerner (2006) se centran en emprendedores sociales que operan en Israel. Su estudio se basa en el análisis cualitativo de 33 empresas sociales establecidas en los años noventa. El examen se realiza teniendo en cuenta cuatro dimensiones (el emprendedor, el entorno, la organización y el proceso) y de él se desprenden quince variables que pueden

contribuir potencialmente al éxito de la empresa social:

1. Experiencia previa del emprendedor en el campo de la dirección
2. Plena dedicación por parte del emprendedor
3. Apoyo recibido de la familia y amigos durante la fase inicial del proyecto
4. Aceptación por parte del público de la idea que el proyecto pretende llevar a cabo
5. Red social en la que se mueve el emprendedor
6. Apoyo recibido del sector público
7. Financiación recibida de fundaciones
8. Apoyo recibido de otras organizaciones sin ánimo de lucro
9. Capital fundacional de la organización
10. Composición inicial del equipo humano que forma la organización (número de trabajadores y experiencia de estos)
11. Desempeño del Consejo de Administración/dirección
12. Expansión planificada y estabilización de la red social de la organización
13. Planificación preliminar del proyecto (diseño de un plan de negocio claro)
14. Cooperación a largo plazo al menos durante tres años con otro tipo de organización.
15. Prueba del producto/servicio en el mercado (por ejemplo: probar a cobrar algún tipo de tasa por él. Con esto se intenta reducir la dependencia que este tipo de organizaciones tienen de Gobiernos y/o fundaciones)

Después de ver los tipos de empresas y sus posibles claves de éxito; analicemos primero como crear posibles ideas de negocio; que, según Fernández, M (2009), es la base de todas las realizaciones posteriores, y el hecho de que su elección no sea correcta conlleva en la mayoría de los casos la desaparición de la empresa, o la pérdida de ingentes cantidades de dinero.

La idea es lo que señala la actividad a la que se va a dedicar nuestra empresa y de qué forma va a realizar esa actividad. Por lo tanto, el proceso de elección de la idea debería responder a las siguientes preguntas según (MAD Comunicación, 2005) citado por Fernández, M (2009):

- ¿Qué se quiere conseguir con la creación de la empresa?
- ¿Qué se necesita saber para crearla?
- ¿Qué se puede hacer para crearla?
- ¿Qué hacemos para crearla?

Por lo tanto, una buena idea la podemos definir con las siguientes características:

- Una buena idea es aquella que se ajusta a lo que en un principio se quería crear.
- Una buena idea se ajusta a las posibilidades económicas, personales y sociales del emprendedor.
- Una buena idea se basa por tanto en un estudio previo de viabilidad del proyecto, aunque este sea somero por ser inicial.
- Una buena idea responde a una necesidad no cubierta, o al menos no en su totalidad, u ofrece un servicio de una manera distinta a la habitual y por lo tanto en última instancia mejora la vida de las personas. Por lo tanto, no es

completamente necesario que sea una idea original.

Por otra parte, los orígenes de estas ideas sobre lo que será nuestro futuro negocio los encontramos en varios lugares, dependiendo de qué idea se trate y de la persona que la desarrolla. Algunos de los más destacados serían:

a. Formación de los emprendedores: muchas personas crean su empresa como forma de desarrollar una actividad dentro de su ámbito de formación académica, sea universitaria o bien a nivel de formación profesional, no solo porque no encuentren el trabajo que buscan por cuenta ajena, sino porque tienen el deseo de desarrollar algún aspecto o rama de sus estudios donde exista una oportunidad de negocio aún no explorada. Fernández, M (2009)

b. Experiencia profesional: personas que antes trabajaban por cuenta ajena deciden constituirse en empresa y aprovechar así su experiencia como asalariados en su nueva aventura. Fernández, M (2009)

c. Experiencias personales: los viajes al extranjero o las vivencias de tipo familiar pueden llevarnos a tener ideas sobre servicios o productos necesarios en nuestro entorno pero que ahora no existen o no se desarrollan de la manera adecuada. Fernández, M (2009)

d. Observación de cambios sociales y tecnológicos: la rapidez con la que suceden los acontecimientos, el desarrollo de nuevas y cada vez mejores tecnologías, los cambios en los modelos de familia, en las formas de vivir nuestro ocio, o la importancia de lo ecológico en nuestra época pueden hacer que surjan en nosotros ideas de negocio si estamos atentos a esos cambios y sabemos analizar sus derroteros futuros. Fernández, M (2009).

El hecho de tener una idea de negocio no quiere decir que exista una oportunidad en el mercado para llevarla a cabo. Es decir, nuestra idea de negocio debe coincidir con una oportunidad de negocio, y el tener una buena idea no es garantía absoluta de crear un buen negocio (Moriano y Palací, 2003) citado por Fernández, M (2009).

Para saber si existe una oportunidad de negocio para la idea debemos escuchar atentamente al mercado, testarla o analizar su previabilidad y tener además en cuenta otras variables:

- La capacidad emprendedora de los egresados.
- La existencia o no de demanda suficiente de lo que se va a ofertar.
- La posibilidad o no de disponer de recursos.

También existen bancos de ideas de negocios, o entidades que pueden ayudarnos con la puesta en marcha de nuestros proyectos; por ejemplo, en Colombia tenemos a la entidad financiera BANCOLOMBIA; que tiene un acompañamiento a los emprendedores que se llama "Emprendedores de alto impacto" que ayudan con acceso a nuevos mercados, acompañamiento y contacto con redes de emprendimiento y la financiación con créditos desde 50 hasta 1.500 millones de pesos a través de una línea dedicada a los emprendimientos de alto impacto. Bancolombia S.A. (2018).

Por otra parte, Patricia Shuk, una colombiana es la creadora de The I-Hunter Bank of Ideas, una página web que pretende ayudar a conectar a los innovadores con las empresas, pero siempre bajo una protección legal. El banco pretende ser un gana-gana, las empresas que quieran innovar pueden poner su requerimiento sin que aparezca su nombre y escoger entre muchas ideas con cuál se quedan, incluso pueden hacer un concurso. Pero para que lo puedan hacer primero deben firmar un documento de confidencialidad en el que dice que si llegan a robar la idea deberán

pagar hasta un millón de dólares. Por su lado, los innovadores pueden poner de forma gratuita sus ideas en consideración con la tranquilidad de que no serán usadas sin su consentimiento. Además, el innovador también puede decir a quién quiere venderle su idea. SEMANA (2017).

Existen también las crowdfunding, que son comunidades digitales que permiten el financiamiento de proyectos gracias a patrocinadores que reciben a cambio una recompensa por el apoyo al emprendedor; entre las cuales podemos mencionar Kickstarter; Siendo una de las más populares, esta comunidad digital que comenzó en abril de 2009, a la fecha ha financiado más de 120 mil proyectos en todo el mundo con una inversión de US\$3 millones gracias a la contribución de 13 millones de financiadores. Esta plataforma digital permite a los emprendedores recibir el apoyo y los recursos que necesitan para hacer realidad sus proyectos. Hasta la fecha decenas de miles de ideas han logrado ser realizadas gracias a la ayuda que brinda esta comunidad. DINERO (2017).

Sin embargo; es normal que los emprendedores tengan dificultades en su camino; en un estudio hecho por la UNIMINUTO analizó las percepciones en la formación para el emprendimiento por parte de la comunidad universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, sede Bello (Antioquia, Colombia), con el propósito de robustecer estrategias formativas que respondan a las necesidades particulares del contexto institucional; se encontró que los estudiantes perciben algunas barreras para emprender; como se puede ver en la siguiente figura:



**Fuente:** Valencia Beltrán, J. D., Valencia Arias, A. y Montaña Arias, W. M. (2013). Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios. Actualidades Pedagógicas (62), 143-164.

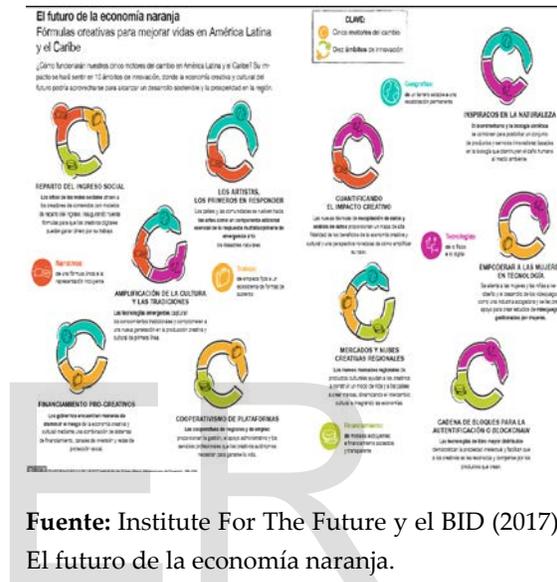
Actualmente, los emprendedores están apuntando a nuevos conceptos como economías creativas, industrias culturales, entre otras; y como han señalado algunos autores, aunque el origen de las industrias culturales, embrión del concepto de economía creativa, se encuentra en los trabajos de (Adorno, 1964) habrá que esperar hasta los años setenta para que estas ideas calen en los trabajos académicos y hasta los noventa para que sean absorbidos por el concepto de economía creativa. Este término tiene su origen en el interés del gobierno del británico Tony Blair en dar un impulso a la puesta en valor de las actividades culturales y en explotar cuestiones relacionadas con los derechos de autor en la creación cultural (Garnham, 2005). La utilización originaria del concepto procede del Department of Culture, Media and Sports (DCMS) del Reino Unido, con la aprobación de una agenda de políticas públicas destinadas a su promoción. Se trató de un momento clave para la trayectoria posterior del debate académico y la reorientación de las políticas relativas a la cultura, destacando la influencia del Creative Industries Mapping Document (DCMS, 1998) para la difusión del concepto. De esta forma se lleva a cabo una asimilación entre sectores económicos en

principio poco relacionados (Museos, software, industrias de los videojuegos o arquitectura) que pasarán a formar parte de la economía creativa, en la que el componente "no cultural" tiene mayor peso en el valor acumulado de estos sectores pero se beneficia de "la aureola" que genera la cultura y de acogerse a una cierta protección del poder público con base en los derechos de autor, al considerarse productos culturales (Prada, 2015).

El mismo autor en su artículo define que desde el ámbito académico, se destaca el impulso al concepto de economía creativa de Richard Florida, a través de la idea de clase creativa (Florida, 2002). Según este autor, las personas que trabajan en las industrias creativas, como artistas, escritores, científicos, actores, diseñadores, etc., forman el núcleo de lo que se conoce como clase creativa. Ellos tenderían a concentrarse en algunos lugares, no solo por motivos económicos, sino también por cuestiones relacionadas con su estilo de vida, sintiéndose atraídos por aquellos lugares que ofrecen diversidad, autenticidad o tolerancia, las llamadas soft-conditions (Oliveira y Breda, 2012). Para Florida, el trabajo de estos creativos y las sinergias que crearían con su entorno resultan claves para la prosperidad de las ciudades en un contexto de extensión de las ideas de la economía del conocimiento (Bradford, 2004:3). Por esto, de acuerdo con los trabajos desarrollados por Florida, las ciudades deben adaptarse a las necesidades de esta clase creativa con el fin de atraerlas y mejorar su desarrollo económico, siendo uno de sus objetivos el despegue de las llamadas "Ciudades creativas" (Darchen y Tremblay, 2008:29-30).

La economía creativa también es conocida como la economía naranja; en el informe del Institute For The Future y el BID (2017) titulado "El futuro de la economía naranja", se refiere ésta como una oportunidad infinita. Abarca la economía

creativa y cultural y sus industrias asociadas, sus actividades de apoyo creativo, el diseño, los nuevos medios de comunicación, el software, las artes y el patrimonio. En esta economía, el talento y la creatividad constituyen los principales insumos y recursos; y nos muestran los cinco motores de cambio y diez ámbitos de la innovación en los que se mueve este tipo de economía, que vemos a continuación:



Fuente: Institute For The Future y el BID (2017). El futuro de la economía naranja.

Estos 10 ámbitos de innovación demuestran cómo la economía creativa y cultural transformada podría aprovecharse para lograr un desarrollo verdaderamente sostenible en América Latina y el Caribe en los próximos 10 años y posteriormente. Cada ámbito de innovación contiene dos señales de cambio que constituyen ejemplos de nuevas maneras de pensar o hacer las cosas hoy en día en el mundo real. Las señales de cambio actúan como datos sobre el mundo futuro que describen los ámbitos de innovación.

Desde mediados de la década de los 90 como consecuencia del proceso de valorización de la cultura y la creatividad en términos económicos, se ha concebido la cultura como un nicho de

producción de valor similar a cualquier otro ámbito mercantil. Proceso que equipara la cultura con el resto de los ámbitos de producción económica. En la línea de lo establecido por Jaron Rowan es posible afirmar que, a partir de la generalización de la figura del emprendedor en otras áreas de producción económica, a finales de los años 90, algunos think tanks, pensadores y políticos, comenzaron a barajar la posibilidad de que los agentes culturales pudiesen convertirse en emprendedores, dando lugar a la figura del emprendedor cultural. Pallares, S (2011).

Una muestra de este nuevo pensamiento lo encontramos en el libro titulado *The Independents: Britain's new cultural entrepreneurs* (Los independientes: los nuevos empresarios culturales de Gran Bretaña), en el que sus autores Charles Leadbeater y Kate Oakley consideraron a los emprendedores culturales como un elemento clave en el paradigma de las ICC, modelo que precisaba de la presencia de profesionales que además de tener un gran conocimiento de la cultura fuesen capaces, al mismo tiempo, de entender las estructuras del mercado. Estos autores observan, por un lado, que "los emprendedores culturales son el motor que propicia el crecimiento" y por otro, que dichos emprendedores no encajan exactamente en el perfil del prototipo del emprendedor. Asimismo, Leadbeater y Oakley establecen que existen una serie de factores sociales que han influido en el nacimiento de esta nueva generación de emprendedores culturales. En el caso de Reino Unido la aparición de este fenómeno coincidió casualmente con el momento, a principios de los años 90, en el que las ayudas públicas a las artes empezaron a desaparecer. Pallares, S (2011).

Por supuesto, los medios digitales y los miles de empresas creativas que han surgido en el marco de la tecnología digital son recientes. También lo

son muchos de los bienes y servicios propios de un mercado global cada vez más sofisticado. Pero el deseo de crear cosas que trascienden su dimensión pragmática que son bellas; que comunican un valor cultural a través de la música, el teatro, el entretenimiento y las artes visuales, o que comunican una postura social a través del estilo y la moda es tan antiguo como la humanidad. Siempre han existido y existirán individuos con la imaginación y el talento para lograrlo, así como individuos que pagarán por ello. Ésta es la base de la economía creativa. John Newbiggin el autor afirma que esta herencia cultural es la que diferencia a la economía creativa de cualquiera de los demás sectores de la economía. De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. Comprendía aquellas actividades con las que la gente se comprometía una vez dejaba de trabajar, pero que no eran parte de su vida laboral. Esto sucede incluso hoy, pues las industrias creativas son expresiones de valor cultural y económico. Newbiggin, J (2010).

La Ley de propiedad intelectual es el catalizador que convierte la actividad creativa en una industria creativa: protege el derecho de propiedad que tienen los dueños sobre sus ideas, de la misma manera como otras leyes garantizan el derecho a poseer bienes o finca raíz; les da a los inventores de productos y procesos nuevos los medios para obtener beneficios de su creatividad, y plantea un marco conceptual en el que empresas e individuos creativos pueden desempeñarse con seguridad. Cualquier definición de la economía creativa involucra el concepto de propiedad intelectual. El Gobierno del Reino Unido las definió en 1998 como "aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual" Newbiggin, J (2010).

Las industrias creativas tienen un gran alcance, el cual tiene que ver con la interacción de varios sectores, estos a su vez van desde actividades arraigadas en conocimiento tradicional y patrimonio cultural como artesanía y festividades culturales a las más tecnológicas y de servicios orientados a subgrupos como los audiovisuales y medios de comunicación actuales. La clasificación de la UNCTAD de las industrias creativas está dividida en 4 grandes grupos: patrimonio cultural, artes, medios de comunicación y creaciones funcionales, los que a su vez son divididos en nueve grupos. La base detrás de esta clasificación está en el hecho de que la mayoría de los países e instituciones incluyen varias industrias bajo la denominación de "Industrias creativas", pero solamente algunas tratan de clasificarlas en grupos o categorías. Con la realización de las clasificaciones, se podría facilitar una comprensión de las interacciones intersectoriales y tener un panorama más amplio, como también se puede utilizar para mejorar la consistencia en los análisis cualitativos y cuantitativos. Debería considerarse que todas las estadísticas comerciales presentadas en este informe están basadas en esta clasificación que, de acuerdo a ella, las industrias creativas están constituidas de 4 grandes grupos tomando en cuenta sus características particulares. UNCTAD (2010).

### Clasificación de la UNCTAD para las industrias creativas



**Fuente:** UNCTAD (2010). Economía creativa: Una opción factible de desarrollo. Naciones Unidas.

### 4.3 Marco conceptual:

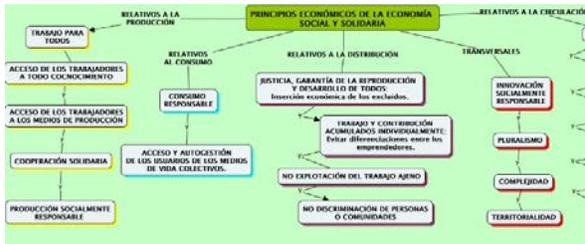
#### Emprendimiento social:

En un sentido amplio, se puede designar como emprendimiento social cualquier acción, iniciativa o movimiento dentro de la esfera socioeconómica, de origen privado y orientado a favor del interés general y del bien común o que beneficie a una franja significativa de población. Desde un punto de vista histórico, ello significa que el emprendimiento social siempre ha existido en la medida en que se puede considerar como emprendimiento social cualquier acción cometida por una agrupación social en busca de la satisfacción de una necesidad compartida por todos los miembros de la agrupación y para la cual cada miembro está dispuesto a poner en común y compartir los recursos que hacen posible la realización de la meta conjuntamente identificada. Fournier, A (2011).

**Empresa Cooperativa:** Taleva (2011) afirma que: La Cooperativa es una empresa con personería jurídica de naturaleza privada, de interés social, fundada en la solidaridad, auto gestionada democráticamente por sus socios que tienen la calidad de trabajadores, usuarios o consumidores de la misma cooperativa y que se

organizan para realizar actividades económicas, sin fin de lucro, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas de sus asociados.

**Principios de la Economía Social y Solidaria**



**Fuente:** Elaboración propia. Basado en el libro “Economía social y solidaria” de Coraggio, J (2011). Pág.377-382.

**Emprendimiento social:** Parra, R (2014), afirma que es un tipo de empresa en la que su razón social es satisfacer las necesidades de la sociedad en la que se desenvuelve. Su objetivo se encuadra dentro del denominado «triple resultado» según el cual hay que obtener una respuesta simultánea en la dimensión social, ambiental y económica.

**Competencias de los emprendedores sociales**

Competencias de los emprendedores sociales según Kliksberg		
Actitudes	Modos de pensar	Axiológicas
El interés debe ir acompañado por el mayor respeto por la cultura, los valores de los relegados y marginados cuya vida desea mejorar. El emprendedor necesita tener la capacidad de crear colectivamente.	Su pensamiento se orienta no a los síntomas, sino a las causas profundas, porque quiere llegar a soluciones estructurales de los problemas.	Su identidad surge a partir de un compromiso de valores, centra la atención en la dimensión ética de nuestro actuar.
Capacidades de convocatoria	Orientación a la acción	Construcción de alianzas
Capacidad de convocatoria desde la posibilidad de analizar con claridad ante todo tipo de públicos, los problemas, el contexto, y las soluciones posibles.	El emprendedor social no es un investigador de laboratorio, debe enfocarse a la acción.	Es necesario el trabajo articulado que potencie el saber hacer y el alcance de todos los involucrados.

**Fuente:** Ocampo, D (2016); basado en Kliksberg, (s.f)

**Economía Creativa también conocida como Economía Naranja:**

La Economía Creativa, se define como el conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad. Paredes, Leiva & Olave (2015).

**Industrias creativas:**

El término industrias creativas se aplica a un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software. PNUD & UNESCO (2014).

**5. METODOLOGÍA**

La metodología utilizada está basada en lo que define Ortiz, Z (2004) citado por Beltrán, O (2005) en el artículo "Revisiones sistemáticas de la literatura", donde se definen como un estudio integrativo, observacional, retrospectivo, secundario, en el cual se combinan estudios que examinan la misma pregunta. A su vez, dentro de la revisión sistemática existen dos formas: "cuantitativa o metaanálisis" y "cualitativa u overview". En este caso se siguieron algunos de los pasos sugeridos en el artículo que son: Definición de la pregunta, formulación del plan de búsqueda de la literatura, registro de los datos y evaluación de la calidad de los estudios seleccionados y análisis de los mismos para dar unas conclusiones del tema.

## 6. CONCLUSIONES

- a. La urgente necesidad de mejorar las condiciones de vida ha generado la Economía Social o Solidaria en el mundo; esto se manifiesta en las prácticas desde la sociedad civil o desde el Estado para apoyar este sector.
- b. No es posible desarrollar un sector solidario en un sistema básicamente regido por las reglas del mercado capitalista, lo que hace necesario la articulación de los mercados con los principios característicos de éste.
- c. La teoría analizada refleja que la Economía solidaria es la unión perfecta entre actividad económica y responsabilidad con las comunidades.
- d. La Economía Solidaria genera riqueza, bienestar y calidad de vida en la población más excluida.
- e. El emprendimiento social parte de la persona hacia la comunidad para satisfacer sus necesidades.

- f. Fomentar el espíritu empresarial es una responsabilidad del estado con la academia de allí surge el semillero de proyectos.
- g. La economía social y el emprendimiento social, deben unir fuerzas con entidades tanto del estado como del sector privado para favorecer la creación de un sistema social colaborativo y para la estructuración del sector mediante la creación de capital social.
- h. Los gobiernos reconocen que se debe continuar trabajando en las economías creativas como alternativas sostenibles de desarrollo.
- i. La Economía Creativa también conocida como economía naranja es el conjunto de actividades que permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.
- j. La industria cultural hace parte del desarrollo sostenible de las naciones.

## 7. REFERENCIAS

Aguilar, C (2014). Elementos para la construcción del direccionamiento estratégico de Organizaciones Solidarias en Colombia durante el período 2014-2018: Una identificación desde el enfoque prospectivo. Documento técnico. Centro de investigaciones y prospectiva, Institución Universitaria ESUMER. Medellín.

Arana, A (2015). "Los recobros son el cáncer financiero del sistema de salud". Gran foro sobre cooperativismo. La República. Recuperado de: <http://www.larepublica.co/%E2%80%9Clos->

[recobros-son-el-c%C3%A1ncer-financiero-del-sistema-de-salud%E2%80%9D\\_280541](#)

Bancolombia S.A. (2018). "Emprendedores de alto impacto". Portal web para empresas. Recuperado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/porta/empresas/necesidades/empiece-un-negocio/emprendedores-alto-impacto>

Beltrán, O (2005). Revisiones sistemáticas de la literatura. Revista Colombiana de gastroenterología/20(1). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcg/v20n1/v20n1a09.pdf>

Curto, M (2012). Los emprendedores sociales: Innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE Business School Universidad de Navarra. Vol. 13.

DINERO (2017). Tres plataformas de crowdfunding para financiar proyectos. Sección emprendimiento. Recuperado de: <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/plataformas-de-crowdfunding-para-financiar-proyectos/243850>

Ferreyra, A & De Longhi, A (2014). Metodología de la investigación I. Córdoba. AR. Ed. Brujas. Recuperado de: ProQuest ebrary. 15 mayo 2017.

Fernández, M (2009). Ideas de negocios para egresados universitarios; fases en la búsqueda de una idea, bancos de ideas y nuevos yacimientos de empleo en la España del siglo XXI. Univ. Empresa, Bogotá Colombia 8 (16); p.p. 45-70. Recuperado de: [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/fb/fbcc677-8268-49db-9dac-0ca4e90543f9.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/fb/fbcc677-8268-49db-9dac-0ca4e90543f9.pdf)

Fournier, A (2011). Documentos de Investigación. Emprendimiento Social. Universidad Central. Bogotá. Ed. Fundación Universidad Central.

Garteiz, J (2011). Las Cooperativas: Una Alternativa Económica. Madrid. Editorial DIKINSON.

Hernández, J (2016, 3 de septiembre). Cooperativizar el campo por la paz. Sección economía. el Espectador. Recuperado de: <http://colombia2020.elespectador.com/economia/cooperativizar-el-campo-por-la-paz>

Institute For The Future y el BID (2017). El futuro de la economía naranja. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8459>

Lara, G; Urbiola, A; Plaza, E y Valdés, S.A (2009). Visión global de las cooperativas. México, D.F. ProQuest ebrary. Web. 29 November 2016.

Mojica, F (2015). Artículo: "Retos de las pymes creadas por los egresados unadistas del CEAD Sogamoso, graduados entre el año 2010 y 2014". Retos y Desafíos de la Prospectiva del Emprendimiento Social y Solidario en las Ciudades del Futuro. Grupo de investigación prospectivos y estratégicos. Bogotá. UNAD.

Newbiggin, J (2010). Guía Introductoria sobre economías creativas. British Council. Recuperado de: [https://cerlalc.org/wpcontent/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES\\_OLB\\_La-economia-creativa-una-guia-introductoria\\_V1\\_010210.pdf](https://cerlalc.org/wpcontent/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf)

Ocampo Eljaiek, D. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (81), 175-190. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20649705011>

OIT & COOP (2016). Las cooperativas y los objetivos de desarrollo sostenible. Debate sobre el desarrollo después de 2015. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---coop/documents/publication/wcms\\_307228.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_307228.pdf)

Osorio, L (2008). La formación y el desarrollo del emprendimiento en el sector solidario. Revista Hallazgos, Universidad Santo Tomás. Vol. 9; p.p.39-60. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835170003>

Palacios, N. G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. Revista de Ciencias Sociales. 16(4), 2010. Zulia, VE: Red Universidad del Zulia. Recuperado de: <http://www.ebrary.com>

Pallares, S (2011). Emprendimiento Creativo y Economía Social. Observatorio latinoamericano de gestión cultural. Recuperado de: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/32/Espinosa%20%20EMPREDIMIENTO%20CREATIVO%20Y%20ECONOM%C3%8DA%20SOCIAL%20.pdf?sequence=1>

Paredes, Leiva & Olave (2015). Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina. CORPORACIÓN DE FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN y ASOCIACION CHILENA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION A.G. Santiago de Chile. 1ª Ed. Ed. Arcos.

Parra, R. C. (2014). Emprendeduría social: alternativa sostenible para una nueva economía. Barcelona, ES: J.M. BOSCH EDITOR. Recuperado de: <http://www.ebrary.com>

Periódico El tiempo. El sector solidario, eje de la inclusión y tejido social. 27 de agosto 2015. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/contenido-comercial/especiales-comerciales/el-sector-solidario-eje-de-la-inclusion-y-tejido-social/16299379>

Pérez, P (2016). Modelos de gestión en las empresas de economía solidaria (EES) en el área metropolitana de Medellín -Antioquia-Colombia. ICA Research International Conference. Almería, Spain.

PNUD & UNESCO, (2014). Informe sobre la economía creativa. Edición especial (2013). Ampliar los cauces del desarrollo local. Recuperado de: [www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf](http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf)

Quijano, E (2006). Historia y Doctrina de la Cooperación. Colombia. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.

Ruiz, M; Sanz, I & Fuentes, M (2014). Alerta emprendedora y conocimiento previo para la identificación de oportunidades emprendedoras: el papel moderador de las redes sociales. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 21(1); p.p. 47-54.

República de Colombia. Ley 1014 de 2006. Ley de emprendimiento en Colombia. Recuperado de: [www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html](http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html)

Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 128-151.

Santos, F., & Barroso, M., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, (35), 177-196.

SEMANA (2017). Un banco de ideas para conectar innovadores con empresas. Sección Negocios. 8/18/2017. Recuperado de: <http://www.semana.com/economia/articulo/the-i-hunter-bank-of-ideas-busca-conectar-innovadores-con-empresas/536854>

Serna- Gómez, H., Rodríguez- Barrero, M.S. (2015). El sector solidario como alternativa para el desarrollo social e inclusivo en el postconflicto colombiano. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), xx-xx. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1250>

Sepúlveda Calderón, M., & Vaca Vaca, P., & Fracica Naranjo, G. (2009). Percepción del crecimiento y la diversificación en emprendimientos bogotanos: Para reflexionar. *Estudios Gerenciales*, 25 (111), 77-105.

Silveira, Y; Cabeza, D & Fernández, V (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*. Vol. 22(2); p.p. 70-77.

Simón, Sastre & Revuelto (2015). "El Emprendedor Social: Análisis de la Alerta Social". *Suma de Negocios*. Vol. 6; p.p 155-165. Recuperado de: [www.elsevier.es/sumanegocios](http://www.elsevier.es/sumanegocios)

Taleva, O. (2011). *Diccionario de Cooperativismo*. Florida. Valletta Ediciones.

UNCTAD (2010). *Economía creativa: Una opción factible de desarrollo*. Naciones Unidas. Recuperado de: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf)

Valencia Beltrán, J. D., Valencia Arias, A. y Montañó Arias, W. M. (2013). Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios. *Actualidades Pedagógicas* (62), 143-164.

Vanegas, C (2016). Primera cooperativa de productos Cannabis. *Revista organizaciones solidarias*. Vol. (21), pp.23-25

Vanegas, M & Vargas, D (2011). *Propuesta de emprendimiento social para los recicladores del barrio santa librada, Bogotá D.C.* Trabajo de grado. Universidad de la Salle. Bogotá, Colombia.

IJSER