

UNIDADES PRODUCTIVAS FAMILIARES DE LA RURALIDAD COLOMBIANA GENERADORAS DE VALOR SOCIAL

Stella Cardona Páez¹

¹MG Stella Cardona Páez Universidad de Manizales, Colombia

Resumen

El propósito de la investigación es llevar a cabo un análisis cualitativo de la generación de valor social en las unidades productivas familiares UPF desarrolladas por los estudiantes del programa universidad en el campo; donde fue necesario llevar a cabo diferentes indagaciones sobre emprendimiento social y sus elementos constitutivos que permiten enmarcar una actividad económica y social. A través del enfoque EMES (Defourny J. &, 2012) se identifica un conjunto de variables relacionadas e inmersas en las UPF que dan cuenta de algunos elementos constitutivos del emprendimiento social. El método de investigación siguiendo la metodología (Luke & Chu, 2013) basados en la observación y análisis de las interacciones entre las variables y las realidades disimiles fundadas en experiencias, entornos y elementos externos; a través del análisis cualitativo fue posible agrupar dichas variables en tres clústers representados en actividad económica (ingresos y empleo), medio ambiente, cohesión social (comunidad y gestión del conocimiento) que enmarcan el emprendimiento social trascendido hacia el valor social. La investigación busco descubrir las realidades del contexto rural de Caldas y Risaralda donde se desarrolla el programa Universidad en el campo, centrado todo desde el desarrollo de la teoría de la observación, la categorización y la asociación (Christensen, 2006); (Schumpeter, 1954); (Pittaway, 2005)).

Palabras clave

Emprendimiento social, valor social, emprendedor social, innovación social, unidades productivas familiares.

Abstract

The purpose of the research is to carry out a qualitative analysis of the generation of social value in the UPF family productive units developed by the students of the university program in the field; where it was necessary to carry out different inquiries about social entrepreneurship and its constituent elements that allow framing an economic and social activity. Through the EMES approach (Defourny J. &, 2012) a set of variables related and immersed in the UPF that account for some constituent elements of social entrepreneurship is identified. The research method following the methodology (Luke & Chu, 2013) based on the observation and analysis of the interactions between variables and dissimilar realities founded on experiences, environments and external elements; through qualitative analysis it was possible to group these variables into three clusters represented in economic activity (income and employment), environment, social cohesion (community and knowledge management) that frame social entrepreneurship transcended towards social value. The research sought to discover the realities of the rural context of Caldas and Risaralda where the program University in the field is developed, centered all from the development of the theory of observation, categorization, and association (Christensen, 2006); (Schumpeter, 1954); (Pittaway, 2005)).

Keywords

Social entrepreneurship, social value, social entrepreneur, social innovation, family productive units.

Introducción

El programa Universidad en el Campo precisado en los Departamentos de Caldas y Risaralda se caracteriza por ser un proceso académico con formación en programas universitarios acordes al contexto rural y consolidado finalmente con la formulación e implementación de unidades productivas familiares UPF, implementadas en fincas que generalmente pertenece a la familia o vecindario, en su desarrollo terminan involucrando recursos de la región, asociadas a la experiencia que el estudiante posee en labores de campo, como también el acompañamiento de entidades públicas y privadas con recursos financieros y técnicos. Donde la oportunidad de encontrar en las UPF del programa relación con el emprendimiento social, como propuesta novedosa de organización bajo la integración de agentes socioeconómicos con una mirada hacia lo social, sujeta a la

innovación y el alcance de un valor social y económico, dada la detección y explotación de oportunidades rentables en los mercados (Caston, 2005).

El objetivo de la investigación indagar la generación de valor social en las UPF del programa universidad en el campo, se hace necesario realizar algunas aproximaciones tanto históricas como epistemológicas del emprendimiento social para llegar a la comprensión y relación de elementos inmersos, que permita reconocer la importancia de descubrir, definir y aprovechar las oportunidades, mejorar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de las organizaciones existentes de una manera innovadora (Wright, 2011). Se transita por la definición del emprendimiento social y elementos constitutivos, reconociendo los diferentes contextos que conducen a la oportunidad de hacer empresa social en el contexto rural. Las UPF son la unidad de análisis de la cual se podrá inferir si son generadoras de valor social. Donde emerge la pregunta: ¿Son las UPF del programa universidad en el campo generadoras de valor social?

Tabla 1. Argumentos y Autores del Emprendimiento Social

Argumento	Autores
Lógicas institucionales	(Pache, 2013)
Puentes institucionales	(Tracey, 2011)
El emprendimiento social puede ser una alternativa para superar los rezagos y la exclusión que sufre el agro	(Núñez, 2010)
Hibridación	(Beaumont, 2016)
Críticas al capitalismo y la hegemonía de libre mercado	(Seelos C. &, 2005)
Discurso dialéctico entre política y práctica	(Teasdale, 2012)
Etiquetadas como acrílicas y carentes arquitectura teórica	(Haugh H. , 2005)
Actividad heroica motivada por cambiar el mundo	(Alvord, 2004)
Implementar soluciones a problemas globales	(Yunus, 2009)
Nuevas formas de prestar asistencia social y bienestar	(Haugh H. &, 2007)
Enfoques empresariales basados en el atractivo el capitalismo ético	(Dacin, 2011)

Fuente: Elaboración propia.

En los Estados Unidos, los conceptos de emprendimiento y empresas sociales cuentan con dos corrientes. La primera sobre el emprendimiento y las empresas sociales está relacionada con la utilización de actividades comerciales por parte de organizaciones no profita como misión. La segunda, basada en una visión más amplia del emprendimiento, puede remontarse a B. Drayton y hasta Ashoka, se centra en los perfiles de personas muy específicas, llamados en principio “emprendedores públicos”, capaces de producir innovaciones sociales en varios campos, más que en las formas de organización que pueden establecer. (Defourny J. &, 2012, págs. 6-34).

En europea prima la cooperación donde el impacto se extiende con la creación de valor con un cambio social más generalizado desde la acción social (Alvord, 2004); (Lumpkin, 2013); (Mair J. y., 2006). El reconocimiento de la diversidad de modelos de empresas y la toma en consideración de aspectos sociales y éticos en la economía europea, por lo tanto, para (Guzmán, 2008) la importancia del emprendimiento social radica en el impacto que el mismo tiene sobre el desarrollo económico y social, como manifestación de la actividad del emprendedor en la economía. A si mismo el Reino Unido toma de ambos enfoques y estipula que el excedente de la actividad comercial se reinvertirá principalmente en el negocio o para el beneficio de la comunidad (Amin, A., Cameron, A., & Hudson, R, 2002).

Los países en desarrollado se basan en problemas globales de pobreza y desigualdad, políticas informales, corrupción y limitaciones de recursos, es decir entornos donde se cambia la responsabilidad del desarrollo económico y social de lo público a lo privado, con un paisaje fértil para la creación de empresas (Omorede A. T., 2015); (Littlewood, 2015). Se identifica la oportunidad de creación de una empresa que conlleva a las

comunidades a generar iniciativas de manera conjunta, con actividades que se caracterizan por la innovación social, la cohesión social, actuaciones socialmente responsables, con la aprobación de enfoques emprendedores y un tipo particular de gobernanza (Peredo A. M., 2006) (Sánchez Espada J. M., 2018)

Para (Haugh H. L., 2018) describe como los procesos de emprendimiento social están anclados en las prácticas de establecimiento de una nueva empresa para perseguir objetivos comerciales y sociales (Hockerts, 2006). A pesar de la centralidad de la identificación de oportunidades para el emprendimiento (Vaghely, 2010) pocos estudios han examinado cómo se reconocen las oportunidades para crear valor social (Corner, 2010). La oportunidad de combinar la gestión comercial y social es analizada a través del enfoque procesal basadas en tres teorías (Haugh H. L., 2018), teoría de la efectuación, donde describe un proceso en el que las oportunidades surgen de la mano con las limitaciones ambientales y de recursos y al desarrollo lineal de procesos (Saravathy, 2001). La teoría del bricolaje, en el que los recursos disponibles se emplean en formas novedosas de crear bienes y servicios (Di Domenico, 2010). La teoría de la estructuración ha arrojado luz sobre cómo la interacción entre el contexto y los procesos sociales influyen en las oportunidades para crear el valor (Nicholls, 2006).

La Unión Europea con iniciativas de emprendimiento social dentro de la academia y mundo empresarial (Sánchez Espada J. M., 2018) desde asociaciones, empresas de negocios con fines sociales diseñadas para aprovechar el poder de mercado para el interés público, conducir a la mejora de la riqueza social y beneficio empresarial, donde se requiere el uso de factores como la innovación, la combinación de recursos, ideas, proactividad, toma de riesgos, cambios ambientales y capacidades para buscar oportunidades que desencadenen un cambio social y aborden las necesidades sociales para una transformación social sostenible y lograr los objetivos comerciales o económicos de una empresa (Tepthong, 2014) ; (Carragher, 2016); (Hockerts, 2006); (Borins, 2000); (Sullivan Mort G. W., 2003) con la misión de cambiar la sociedad (Seelos, 2005).

Llega el EMES estructurando todo un enfoque de emprendimiento social para desarrollar actividades económicas y sociales, se define algunos indicadores adoptados por la Red TESSEA, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Europeo (Defourny J. y., 2012); (Weerawardena, 2006) con características de valor social: actividad que beneficia a la sociedad; participación de empleados, miembros en la planificación estratégica de la empresa; los beneficios se utilizan principalmente para el desarrollo de la empresa o cumplir con los objetivos de la comunidad; realización de actividad económica regular; autonomía en las decisiones de gestión, en el mercado se vende al menos la parte mínima de la producción total; capacidad para afrontar el riesgo económico; la tendencia al trabajo remunerado; prioridad a la satisfacción de las necesidades de la comunidad local; utilizar los recursos locales, satisfaciendo de la demanda local, respeto por los aspectos ambientales en la producción y el consumo, cooperación de la empresa con importantes actores locales, enfoque innovadores.

Las diferentes investigaciones conllevan a encontrar al emprendimiento social como el conjunto de emprendedores y organizaciones dedicadas a actividades empresariales con un objetivo social, con predominio de una misión social, la importancia de la innovación y el papel también importante de los ingresos, donde su objetivo principal crear un beneficio económico para la organización, la sociedad en general y un contexto ambientalmente amigable, es guía central y estrategia general para la organización (Espada, 2018).

Sus resultados pueden desencadenar beneficios para el ámbito social (educación, medio ambiente, salud, comercio, derechos humanos, etc.) y/o también, provocar efectos económicos (en el crecimiento, la renta, el empleo, la utilidad, etc.) que influyen sobre la productividad y competitividad de los involucrados y de su región, inmerso en conceptos como la provisión de servicios y activismo sociales (Martin R. L., 2007). Siendo la dimensión social uno de los principales objetivos de las empresas sociales servir a la comunidad o a un grupo específico de personas, es su deseo de promover un sentido de responsabilidad social a nivel local, una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la sociedad civil.

La dimensión económica y en combinación con el objetivo social es una de las características esenciales, donde el activo es la suma de todos los recursos potenciales y reales que se acumulan en un individuo o grupo de individuos debido a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo, tanto en su dimensión cognitiva (confianza) como en su dimensión estructural (redes de contacto), donde se accede a otras formas de capital, ya sea físico, humano o financiero (Liñán, 2007).

El emprendimiento social puede representarse como un vehículo de transición que conduce a un nuevo sistema capitalista para crear valor compartido (Dembek, 2016). El dualismo compartido de lo social y económico termina siendo parte del emprendimiento social (Sundaramurthy, 2013) como idealismo y pragmatismo dirigidos a la creación de valor social, que tienden a potenciar la actividad, visión pluralista e inclusiva, alianzas entre individuos, comunidades y sectores facilitan el flujo de información para llegar a soluciones integrales.

Emprendimiento social desde el sector agropecuario

El emprendimiento social desde la perspectiva del agro (Palacios Núñez, 2010), permite a los pequeños productores acceder a niveles de mercado que antes les estaban negados al combinar la innovación, el ingenio y la oportunidad de abordar los desafíos sociales y ambientales críticos. Surgen como modelos de negocios con integración social y espacial que atraen personas, dinero y capital social. El arraigo social en la comunidad local, así como la proximidad geográfica, es de gran importancia para el emprendimiento social local, ya que se da un empoderamiento a las personas interesadas en un desarrollo de su vecindario para contribuir al desarrollo. La integración social donde se organiza la comunidad en grupos que en su dinámica interna contribuyen al bienestar individual y de la comunidad, explora las diversas relaciones en el trabajo interna y externamente. Haciendo una contribución significativa como el desarrollo de oportunidades y obtención de diversas formas de capital para realizar proyectos de desarrollo local, es decir conduce a la mejora de la riqueza social como también para el beneficio empresarial (O'Shea, 2012); (Friedrichs Y. y., 2016).

Hay apropiación de espíritu empresarial (Friedrichs Y. V., 2016) consistente en descubrir, aprovechar y explotar oportunidades rentables (Shane S. y., 2000) como catalizador del crecimiento económico (Bygrave, 2000), donde se desafía la incertidumbre, las normas y valores establecidos en la sociedad, se enfatiza el fomento de los emprendedores en una actividad impulsada por valores económicos, espíritu empresarial entrelazado con la responsabilidad social y nuevos negocios. Se requiere la credibilidad en la sociedad local, de la proximidad geográfica, movilizar recursos (Peredo A. M., 2006) centrar valores sociales una sobre el espíritu empresarial, modelos de negocio con soluciones innovadoras e implementar iniciativas de cambio (Westlund, 2012).

La influencia del emprendimiento social en el ámbito rural europeo radica en tres razones para su desarrollo: a menudo depende de actores dispuestos de la esfera de la sociedad civil e innovadores sociales, donde los fondos estructurales europeos desempeñan el papel de motor en el desarrollo de la agricultura social (Ciepielewska-Kowalik, 2021). La experiencia en el establecimiento de lugares de trabajo protegidos o de integración en la agricultura con el apoyo financiero de la Oficina de Trabajo como política de empleo. La mayoría de las partes interesadas en la agricultura social han aprendido de proyectos internacionales (Ujj, 2017) los agricultores deberían estar dispuestos a aceptar estas múltiples responsabilidades como diversificar la economía agrícola y adoptar modos de producción, comercialización y servicios socialmente más responsables; es decir, incluye todas las prácticas agrícolas que tienen como objetivo la integración de personas desfavorecidas y marginadas en el proceso de desarrollo rural (McGuire, 2015).

De acuerdo con (Di Iacovo, 2009) el emprendimiento social en la agricultura se presenta bajo tres pilares: empleo, educación y misión social, con puestos de trabajo, actividades educativas puntuales de larga duración que están directamente vinculadas al entorno agrícola y medio rural, desarrollen conocimientos, habilidades que relacionen con el campo, la naturaleza y la viabilidad de las zonas rurales, La misión social y el fortalecimiento de la cooperación local en el área geográfica definida, cuyo propósito es el desarrollo rural determinado por el número de actores involucrados, la interconexión de los actores rurales promueve la cohesión social y la solidaridad local. De esta manera se da una interconexión de los actores rurales promueve la cohesión social y la solidaridad local, mantenimiento los sistemas agrícolas tradicionales pero diversificada, la conservación de la naturaleza y la diversidad del medio ambiente.

Unidades productivas familiares UPF

Las UPF representan la oportunidad para las familias construir y poner en marcha determinados proyectos, se toma los recursos monetarios, familiares, sociales a los cuales tienen acceso. La existencia de un proyecto familiar potencia la solidaridad característica del grupo, y la encausa hacia la consecución de metas colectivas y compartidas por sus miembros, sin olvidar los conflictos y contradicciones que se presentan en el proceso que

son propios de la convivencia entre los individuos, pero finalmente se busca privilegiar la generación de mayores ingresos (Olvera, 2015)

La generación de ingresos a través de la sostenibilidad de la pequeña producción agropecuaria tiene que ver con su capacidad para adecuarse a las nuevas condiciones y la reproducción de la familia y de la unidad. Significa inversión, innovación y nuevas formas de gestión, y en su implementación, los programas de fomento productivo del estado, los municipios y la agroindustria tienen un papel central, al acercar la información de mercados, la innovación y la capacitación a los productores (de Estudios, 2008). Para (Carmagnani, 2008) la agricultura familiar se desempeña en múltiples actividades y estrategias que asegure la mayor eficiencia en la relación trabajo y tierra mediante la ampliación de su parcela por medio del arriendo y el colonato.

Para (Alegre, 2014) las unidades productivas como organización de la producción agropecuaria puede estar formadas por un predio completo o una parte, continuos o separados en uno o más municipios, independientemente del tamaño y la tenencia de la tierra. Produce bienes agrícolas, forestales, pecuarios, acuícolas y/o adelanta la captura de peces destinados al consumo continuo y/o a la venta, tiene un único productor/a natural o jurídico que asume la responsabilidad y los riesgos de la actividad productiva y utiliza al menos un medio de producción como construcciones, maquinaria, equipo y/o mano de obra en los predios que la integran.

El desarrollo del emprendimiento social debe conducir a la creación de valor social como medio de comprensión de resultados (Korsgaard, 2011) consiste esencialmente en cambiar para bien las vidas de los individuos, mediante la consecución de objetivos socialmente deseables, a través de la idealización de ruptura de patrones (Light 2006, 2008) y en el desarrollo de actividades que conduzca al cambio social como fórmulas generadoras de riqueza social (Bel et al.2016) representadas en respeto con el medio ambiente, la inclusión social, actuar de forma socialmente responsable, incidiendo sobre colectivos que contribuyen a la creación de empleo estable, al desarrollo territorial, cohesión social al compartir normas, valores, ideas y creencias colectivas (Sánchez Espada J. M., 2018).

Para (Haugh H. L., 2018) la creación de valor social se refiere a la creación de beneficios o reducción de costos para la sociedad a través de esfuerzos para abordar los problemas sociales de maneras que van más allá del ganancias privadas y beneficios generales de la actividad del mercado. Los autores subrayan la ironía de que, aunque el fenómeno del emprendimiento social fue popularizado hace más de tres décadas por Bill Drayton las organizaciones de empresas sociales se enfrentan a una elección de forma jurídica, pero distinguirse de otras formas organizativas por la presencia simultánea de dos características; la generación de ingresos derivados del comercio de bienes y servicios y la prominencia de la misión social en la estructura de objetivos de la empresa (Peredo A. M., 2006).

Las organizaciones crean valor social a través de estrategias que les permiten lograr sus objetivos sociales. Los objetivos se dirigen a solucionar problemas sociales o a satisfacer necesidades sociales, teniendo explícitamente claro los objetivos sociales. Encaminada a la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica (Beaumont, 2016)

Tabla 2. Autores del valor social

Autor	Características y Descripción
(Weerawardena, 2006)	Generación de ideas innovadoras que dinamizan la actividad social, consecución de recursos fomentado por la proactividad, alcance de equilibrio y crecimiento de una manera lenta ya que la toma de decisiones.
(Vásquez, 2008)	Generador de riqueza para la sociedad por medio de cambios permanentes, derribando la presencia de barreras en el grupo objetivo que sufre de una carencia específica, apoyando a poblaciones debilitadas.
(Smith, 2008)	Generación de ingresos y empleo a través de la creación de empresa y su replique, desarrollando marca y un conjunto de habilidades en los

	trabajadores, conciencia frente a los problemas sociales de extrema pobreza.
(Auerswald, 2009)	El logro de un valor financiero, reputación, ética, externalidades positivas y la mejora de las capacidades humanas
(Korsgaard, 2011)	Alcance de habilidades, conocimientos y experiencias en el desarrollo de actividades que se reinvierten a la comunidad, cambio social a partir de nuevos valores ecológicos, crecimiento personal y de empresa a partir de una dinámica social en procesos políticos, participación de los medios, desarrollo rural, sostenibilidad ambiental y económica.
(Defourny J. &., 2012)	Alcance de ingreso remunerado en el desarrollo de una actividad económica continua que produce bienes y servicios con un nivel significativo de riesgo reflejado en el desarrollo regional y local.
(Sinkovics, 2014)	Hay un cambio sostenible en la vida de las personas que tiene efectos indirectos en las generaciones más jóvenes en forma de un mejor acceso a la educación, una mejor atención médica y mejores perspectivas de empleo.
(Bravo Monge, 2016)	Cohesión social a partir de actuaciones socialmente responsables
(Espada, 2018)	Se convierte en la consecución de actuaciones respetuosas con el medio ambiente favoreciendo la inclusión social, actuando de forma socialmente responsable, incidiendo sobre colectivos que requieren de una atención social no cubierta adecuadamente por el Estado.
(Solórzano-García, 2019)	Interacción social expresada en el apoyo a la comunidad, participación en comunidades de aprendizaje, adquieren habilidades para trabajar con diferentes personas, habilidades comerciales y de liderazgo, visión creativa y de flexibilidad para fortalecer la organización

Fuente: Elaboración propia.

En el desarrollo de la actividad emprendedora social donde la misión social implica la implementación de estrategias innovadoras efectivas al combinar, dinamizar, gestionar, movilizar recursos, capacidades y el desarrollo de oportunidades, ingenio, desafíos sociales y ambientales críticos; con un alcance espacial o territorial puede manifestarse a escala local o regional, extrayendo la comunidad de su potencial geográfico aislado y permitiendo diversas dimensiones de la comunidad (O'Shea, 2012) (Tepthong, 2014). Para (de Fátima León, 2012) la innovación social es una solución a un problema social que es más eficaz, eficiente y sostenible que las soluciones existentes cuyo valor creado se acumula en la sociedad en su conjunto y no en los particulares.

Tabla 3. Autores de Innovación Social.

Autor	Definición
(Mumford, 2002)	La generación y aplicación de nuevas ideas acerca de las relaciones y la organización social.
(Echevarría, 2008)	Hace referencia a valores sociales (bienestar, calidad de vida, inclusión social, solidaridad, participación ciudadana, calidad medioambiental, atención socio sanitaria, la eficiencia en los servicios públicos y el nivel educativo de la sociedad).
(Chell, 2016)	Novedosa solución a un problema social que es más efectiva, eficaz, sostenible o justa que las soluciones existentes y por la cual el valor creado se transfiere a la sociedad en su conjunto.
(Howaldt J. &., 2010)	Actividades y servicios innovadores que están motivados por el objeto de satisfacer una necesidad social.
(Nee, 2008)	Una solución novedosa a un problema social que es más efectiva, eficiente, sostenible, también se define como las soluciones existentes para las cuales el valor creado se acumula principalmente en la sociedad en su conjunto.
(Finquelievich, 2007)	Las prácticas sociales estructuran y organizan la vida social, y proveen los cimientos para el procesamiento del sentido colectivo.

(Cancino del Castillo, 2008)	Iniciativas que tienen tantos rasgos relacionados con la innovación originales, imitables, transferibles y reproducibles con impacto local como aspectos sociales orientables a la resolución de problemas sociales e intensiva en capital social.
(Howaldt J. &, 2010)	Definen la Innovación social como aquellas actividades y servicios innovadores que están motivados por el objeto de satisfacer una necesidad social.
(Mulgan G. R., 2011)	Actividad con la que se satisfacen necesidades sociales, se crean nuevas relaciones o colaboraciones sociales, son buenas para la sociedad y al mismo tiempo, mejoran la capacidad de la sociedad para actuar.
(Murray, <i>et al.</i> 2010)	Nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen necesidades sociales y crear nuevas relaciones sociales o colaboraciones
(Westley, 2010)	Es un complejo proceso de introducción de nuevos productos, procesos o programas que cambian profundamente las rutinas básicas, los recursos, los flujos de autoridad, o las creencias del sistema social en el que se produce la innovación
(Carrero, 2011)	El proceso innovador como construcción social no es unidireccional, sino consecuente, con numerosas causas y efectos, incluyen la participación de múltiples agentes de diversas tendencias de conocimientos, resulta de un arduo trabajo en colectivo
(Dacin, 2011)	Consideran la innovación social como el proceso necesario para la creación de valor social dentro de las organizaciones, pueden aparecer tanto en contextos a nivel local como internacional
(Dainienė, 2015)	Nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que a la vez satisfacer una necesidad social (con más eficacia que las soluciones existentes), mejor utilización de los activos y recursos
(Neumeier, 2012)	Los cambios de actitudes, comportamientos o percepciones de un grupo de personas que se unen en una red de intereses alineados y que conducen a nuevas y mejores formas colaboración
(Chell, 2016)	Actividades que implican que los productos, servicios y resultados tanto del emprendedor como del proceso de innovación generan un valor social que va más allá de los efectos directos sobre las partes interesadas.
(Pierre, 2014)	La identificación y entrega de nuevos servicios que mejoren la calidad de vida de las personas y las comunidades, identificando e implementando nuevos procesos de integración laboral en el mercado
(Rill, 2017)	Forma creativa para argumentar, empoderar y fortalecer al ciudadano en la toma de decisiones frente a las necesidades y complejos retos actuales
(Matzembacher, 2020)	Cómo comprender, capturar, abordar y promover las nuevas acciones para la creación de valor a través de los diferentes perfiles de los clientes en relación con productos y servicios sostenibles, de campañas de concienciación, educación y partes interesadas más centradas y eficientes

Fuente: Elaboración propia.

El emprendimiento social conlleva a resaltar agentes de cambio social poseedores de características asociadas a la personalidad y el entorno, en una actividad humana donde convergen factores socio-personales, cognitivos sobre la base de la educación en materia de emprendimiento económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar predictores eficaces de iniciativas emprendedoras (Durán-Aponte, 2015); (Chea I. &, 2018). Bajo el enfoque de género, contemplando la forma de entender el concepto en el ámbito internacional, identificando una comunidad que apoyan con sentido de pertenencia, afiliación y compromiso (Austin, 2006); (Nicholls, 2006); (Martin R. y., 2007); (Zahra, 2009); (Rovai, 2002)).

De acuerdo con (Seelos, 2005) el emprendimiento social ofrece todos los desafíos y recompensas al combinar el ingenio del espíritu empresarial tradicional con la misión de cambiar la sociedad, con el emprendimiento social se ofrece conocimientos que pueden estimular ideas para estrategias comerciales y formas de organización socialmente más aceptables y sostenibles, con un número creciente de iniciativas parecen estar

desafiando los obstáculos que impiden que las empresas presten servicios a los pobres. Empleando tipos novedosos de recursos y combinándolos de nuevas formas, como modelos inspirados de creación de valor.

Las características del emprendedor social (Espiritu-Olmos R. &.-C., 2015) a través de la teoría de los valores universales de Schwartz, propone una estructura de dos dimensiones bipolares. La primera con un polo para la apertura al cambio de valores de orden superior (autogestión y estimulación); otro polo de orden superior conservación (conformidad, tradición y confianza). La segunda dimensión con un polo donde se encuentra la automejora de los valores (logro y autoridad), el otro polo orden superior de auto trascendencia incluye universalismo (comprensión, la tolerancia, el aprecio y la protección del bienestar. de todas las personas. Ambas dimensiones asociadas a la creación de valor social al potenciar cada una de las características que perfilan al emprendedor social.

Tabla 4. Atributos del emprendedor social.

Autor	Atributos
(Willis, 1996)	Generador de ideas emprendedoras
(Rovai, 2002)	Sentido de pertenencia Afilación Compromiso
(Sullivan Mort G. W., 2003)	Creatividad Coraje y fuerza ante las dificultades. Alto grado de compromiso Capacidad para asumir riesgos
(Martin R. y., 2007)	Sensibilidad a la exclusión, la marginación o el sufrimiento de aquellos que carecen de medios económicos o influencia política
(Elkington y Hartigan, 2008); (Zahra, 2009)	Aborda necesidades sociales y ambientales insatisfechas.
(Austin, 2006)	Resuelve problemas sociales
(Nga, 2010)	Amabilidad Abierto a ideas Autoexigente en el trabajo
(Patiño Castro, 2016)	Carisma Fe inquebrantable en el proyecto
(Dacin, 2011)	Moviliza recursos
(Talić, 2020)	Espíritu empresarial al lograr la creación y explotación de oportunidades empresariales que contribuyen a la sostenibilidad mediante la generación social y ambiental ganancias para otros
(Espiritu-Olmos R. &.-C., 2015)	Valor social, teoría de los valores universales, valores de superación personal, autotrascendencia, conservación
(Durán-Sánchez, 2017)	Convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento
(Pineda, 2017)	Identidad colectiva
(Chea L. y., 2018)	Compromiso Cívico

Fuente: Elaboración propia

Metodología

La investigación se realizó sobre la base de que las realidades son disimiles y se construyen basados en experiencias, entornos y elementos externos que contribuyen a esclarecerlas (Luke & Chu, 2013). De acuerdo con esta dinámica, el método de investigación se diseña teniendo en cuenta la interacción y observación directa de las UPF desarrolladas en el programa Universidad en el Campo de los municipios de Risaralda y Caldas, el estudio se centró en las actividades de 40 Unidades Productivas Familiares UPF de 282 existentes en diferentes

fases del ciclo productivo; por ello se buscó que la muestra cumpliera con las condiciones de estar en producción para observar la interacción en el mercado, la generación de ingresos y empleo sostenible. Cuentan con características disímiles entorno y actividades, caracterizadas por actividades de producción agrícola, pecuaria, comercialización y procesos agroindustriales y turísticos.

La investigación busca descubrir las realidades desde los participantes en su contexto local y específico que había sido significativo para estos, centrado desde el desarrollo de la teoría a través de la observación, la categorización y la asociación de estos (Christensen, 2006); (Schumpeter, 1954); (Pittaway, 2005)). El proceso de observación e indagación buscó la interacción de los elementos asociados al emprendimiento social donde den cuenta del valor social que otorga el enfoque EMES (Defourny J. y., 2012).

Análisis de resultado

A pesar de los recursos limitados con que cuentan los emprendedores para el desarrollo de sus propuestas, logran avanzar dado que potencian cada uno de los elementos, donde el espíritu empresarial propicia un resultado significativo representado en un cambio social para la región. Se observa trabajo continuo, aplicación de conocimientos adquiridos en el programa, gestión financiera para mejorar la infraestructura, el acompañamiento de la familia como recurso humano de apoyo en las labores de campo, irregularidad en los ingresos percibidos, donde la persistencia en sostener la unidad productiva es clave. La similitud en manejo de los procesos productivos y resultados se evidencia en la totalidad de los emprendimientos.

Tabla 5. Definición de categorías y análisis

Clúster	Categoría	Variable	Análisis
Índice Económico	Empleo Ingresos	Permanente Aporte a la región Empleo formal Superior al SMLV	De las 40 UPF solo el 43% perciben ingresos de manera permanente, al igual se reconoce la vinculación laboral de familiares y vecinos. Son pocos los empleos formalizados, solamente se da para el emprendedor, el 23% cuentan con ingresos superiores al salario mínimo legal vigente SMLV, lo que implica un bajo impacto, de acuerdo con la indagación el emprendedor prefiere repartir los ingresos entre los vinculados. Las utilidades resultantes de la producción y posterior venta son retornadas a la UPF con el objetivo de mejorar y avanzar en el proceso. Parte de la producción queda en la región para el consumo de las familias, dándose un proceso de autoconsumo, también se generan alianzas para intercambio de producciones, constituyendo un elemento de economía incipiente.
Índice Ambiental	Medio Ambiente	Manejo de residuos Manejo de cuencas Arborización Capacitación	Se reconoce la evolución que se viene generando desde lo ambiental, gran parte de ello se debe al pensum académico, que lleva a adquirir conocimientos de manejo de residuos sólidos, buenas prácticas medio ambientales, aprovechamiento para compostaje y venta. Las buenas prácticas medio ambientales se convierten en modelo a seguir dentro de la región.

Índice social	Cohesión social Conocimiento	Formación comunidad Vinculación comunidad Alianzas Apoyo vecindario Aporte universidad Avance regional	Los procesos académicos potencian habilidades, donde el liderazgo conlleva a reconocer a la comunidad para ser vinculada en actividades de campo, incluyendo capacitaciones donde se comparte los conocimientos adquiridos en la universidad. Los conocimientos permiten el desarrollo de competencias argumentativas y toma de decisión necesarias para la gestión empresarial, donde se hace visible las alianzas, toma de riesgo frente a elementos financieros, buscando la viabilidad económica y social de los emprendimientos.
----------------------	---------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 5 presenta las variables que fueron agrupadas en 3 clúster al cual pertenecen y su aporte a la cuantificación del valor social de las UPF que hacen parte del programa universidad en el campo. Se destaca que el índice económico no cuenta con variables explicativamente altas, esto considerando que los empleos no son formales, no son permanentes, donde el aporte económico al desarrollo regional es poco, no cuentan con ingresos que superen el salario mínimo mensual legal vigente; caso contrario sucede con los índices ambientales y social, si cuentan con variables que pueden explicar el valor social, así, el manejo de residuos sólidos y la arborización explicación el valor social de las UPF en un 77,5% destacando la importancia del desarrollo sostenible en la adquisición de valor social para las comunidades. Frente al índice medioambiental permite inferir cómo se establecen en la práctica la relación entre los procesos educativos en el campo con el manejo medioambiental, traducidos en buenas prácticas agrícolas BPA, conceptos de ética y responsabilidad con el medio ambiente, manejo adecuado de escasos recursos, aprovechamiento de manejo residuos, que en muchos casos son reciclados o transformados en nuevos productos para ser compartidos o aprovechados por la comunidad.

De otro lado, el apoyo de los vecinos explica el impulso del valor social en un 100% lo que concuerda con la teoría, siguiendo a (Korsgaard, 2011) el desarrollo de las personas se encuentra influenciado por las interrelaciones que tienen con sus pares. Finalmente, se destaca que el aporte de la universidad en la transformación social de los individuos se explica en un 97,5%, lo que concuerda con (Sinkovics, 2014) y Ashoka (2016), donde sugieren que, ante mejoras en la educación de la población, mejor va a comportarse en el largo plazo su valor social, de hecho, la cohesión social parte de la premisa de las interrelaciones entre sujetos y elementos del desarrollo educativo de estos y el medio.

Los resultados son coherentes con lo observado en la interacción directa con los participantes y su entorno, al encontrarse en las Unidades Productivas Familiares UPF el aporte de la comunidad y principalmente entre los estudiantes, se apoyan en el proceso tanto al momento de formular, implementar y ejecutar el proyecto productivo como también en las actividades posteriores como la comercialización y nuevas negociaciones. Buscan estrategias, vínculos, alianzas con regiones cercanas y no se desarticulan de las entidades público privadas que los iniciaron. Trasciende las propuestas con valores agregados con nuevas líneas de producción, con labores de campo amigables con el medio ambiente, caso es en la transformación de residuos orgánicos en abonos que son intercambiados en otras UPF.

Conclusiones

Si bien las UPF del programa universidad en el campo no fueron basadas en un constructo de emprendimiento social, si llamo la atención indagar sobre sus posibles implicaciones y aportes a la gran propuesta que significa el emprendimiento social y su resultado traducido en la creación de valor social. Se hace visible la construcción colectiva de sociedad en el entorno rural analizado, donde la oportunidad y necesidades no asistidas son los factores motivadores para generar cambio. A pesar de que los hallazgos permiten inferir sobre el avance en algunos elementos fundantes del emprendimiento social y ante todo como las actividades rurales investigadas

son generadoras de valor social en elementos como el social, medio ambiente, algún grado de innovación, pero ante todo la identificación de cambio social e impacto a las comunidades

Es de reconocer que en Colombia el tema aún no se trata con la fuerza que amerita, se espera avances a partir de la promulgación CONPES-4011. Política Nacional de Emprendimiento (CONPES, 2020) donde se pretende potenciar el ecosistema emprendedor como un espacio para la creación, sostenimiento y desarrollo de emprendimientos que contribuyan a la productividad y desarrollo del país. El Gobierno nacional, en alianza con actores del sector privado y la academia, trabajará por generar espacios de articulación que permitan desarrollar programas o iniciativas que propendan por la innovación y el fortalecimiento de los modelos de negocios en las empresas e iniciativas productivas.

Es difícil estandarizar resultados que den cuenta de un valor social total, dada la vulnerabilidad de las regiones rurales colombianas, donde el concepto de sostenibilidad en el valor social es difícil concebirlo, reconociendo sí la potencialidad natural, humana y la importancia que tienen los campesinos en la economía de la región. Se registra como las UPF del programa universidad en el campo procuran un acercamiento a lo propuesto por el emprendimiento social en la agricultura bajo tres pilares (Di Iacovo, 2009) “empleo, educación y misión social”, con puestos de trabajo, actividades educativas puntuales y de larga duración que están directamente vinculadas al entorno agrícola y al medio rural, desarrollen conocimientos, habilidades y la relación con el campo y la naturaleza y la viabilidad de las zonas rurales.

No obstante, cabe señalar como la educación es pilar para desarrollar actividades económicas y sociales para ser encaminadas hacia el emprendimiento social, se puede inferir que el programa universidad en el campo una estrategia de oportunidad a fortalecer el desarrollo rural a partir de la educación superior, donde se incentiva la participación en los procesos de producción a través de la implementación de UPF, se potencian la utilización de recursos, cambio positivo en el entorno, empleo durante el ciclo de vida de la unidad productiva, distribución de pequeños ingresos, fomento a la integración social, contribución a la relación campo y naturaleza.

La potencialidad que tiene la ruralidad colombiana para el desarrollo del emprendimiento social y generación de valor social posibilitando un cambio social. (Núñez, 2010) sostiene que la creación del valor hace una gran diferencia entre problemas sociales y privados a ser resueltos, y por ende, el valor social y privado creado como consecuencia de la solución novedosa. La contribución de Amartya Sen sobre la noción de capacidades humanas y su contraparte, las privaciones, amplía el ámbito de información en el cual la determinación del valor social puede ser basado, sugiriendo métricas potenciales para la creación del valor que van más allá del valor del dinero del consumidor y que producen valor.

Referencias bibliográficas

- Alegre, E. A. (2014). Comentario: Una nota sobre la agricultura familiar y la naturaleza de las unidades productivas en agricultura. *Economía Agraria y Recursos Naturales-Agricultural and Resource Economics*, 141-146.
- Alvord, S. B. (2004). Emprendimiento social y transformación social: un estudio exploratorio. *La revista de ciencias del comportamiento aplicadas*, 260-282.
- Amin, A., Cameron, A., & Hudson, R. (2002). Placing the social economy. *Routledge*.
- Arbuthnott, A. y. (2013). Innovación empresarial en una región periférica: el caso de un clúster de pruebas automotrices de invierno en Suecia. *Emprendimiento y desarrollo regional*, 371-403.
- Auerswald, P. (2009). Creando valor social.
- Austin, J. S.-S. (2006). Emprendimiento social y comercial: ¿igual, diferente o ambos ?. Teoría y práctica del espíritu empresarial. 1-22.
- Beaumont, M. (2016). Gestión social: estrategia y creación de valor. *Ciencias de la gestión*.

- Belz, F. y. (2017). Emprendimiento sostenible: un modelo de proceso convergente. *Estrategia empresarial y medio ambiente* , 1-17.
- Borins, S. (2000). ¿Cañones sueltos y violadores de reglas, o líderes emprendedores? Algunas evidencias sobre gestores públicos innovadores. *Revisión de la administración pública*, 498-507.
- Bravo Monge, C. (2016). Las escuelas de pensamiento del emprendimiento social. *Tec empresarial*, 19-28.
- Bygrave, W. &. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*. 26-36.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Innovación social: hacer avanzar el campo. Un marco conceptual. Pronóstico tecnológico y cambio social . 42-51.
- Cancino del Castillo, C. &. (2008). Responsabilidad social empresarial.
- Carmagnani. (2008). Agricultura Familiar en América Latina. *Problemas del Desarrollo*, 11 - 56.
- Carraher, S. W. (2016). Validación de una medida de emprendimiento social. *Revista europea de gestión internacional*, 386-402.
- Carrero, W. &. (2011). Aspectos del desarrollo social para la innovación desde la perspectiva de la corriente del pensamiento creativo y transformador latinoamericano. *Omnia*, 52-66.
- Caston. (2005). Emprendimiento y teoría de la empresa. *Comportamientos y organización económicos*, 327-348.
- Chea, I. &. (2018). Rural youth and urban-based vocational training: gender, space and aspiring to ‘become someone. *Children's Geographies*, 39-52.
- Chell, E. S. (2016). Emprendimiento social y ética empresarial: ¿social es igual a ético ? *Revista de ética empresaria*, 619-625.
- Christensen, C. (2006). The ongoing process of building a theory of disruption . *Product Innovation Management*, 39-55.
- Ciepielewska-Kowalik, A. V. (2021). The Influence of Historical and Institutional Legacies on Present-Day Social Enterprises in CEE Countries: Lessons From Poland, Hungary, the Czech Republic and Croatia. *In Social Enterprise in Central and Eastern Europe* , 201-217.
- Corner, P. D. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*. 635- 659.
- Dacin, M. D. (2011). Emprendimiento social: una crítica y direcciones futuras. *Ciencias de la organización*, 1203-1213.
- Dainienė, R. &. (2015). A TBL approach based theoretical framework for measuring social innovations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213-275.
- Davister, C. D. (2004). Empresas sociales de integración laboral en la Unión Europea: una visión general de los modelos existentes. *Revue Internationale de l'Économie Sociale: Recma* , 24-50.
- de Estudios, O. &. (2008). Examen OCDE de políticas agrícolas. *Informe de resultados*.
- de Fátima León, M. B. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *En Forum Empresarial. Centro de Investigaciones Comerciales e Iniciativas Académicas*, 31-63.
- Defourny, J. &. (2012). El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. *Ciriec-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 6-34.

- Defourny, J. y. (2006). Definición de empresa social. Empresa social: en la encrucijada del mercado, las políticas públicas y la sociedad civil . 3-27.
- Defourny, J. y. (2012). El enfoque EMES de la empresa social en una perspectiva comparada. *La empresa social y el tercer sector: el cambio de los paisajes europeos en una perspectiva comparada*, 42-65.
- Di Domenico, M. H. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship theory and practice*, 681-703.
- Di Iacovo, F. P. (2009). Supporting policies for social farming in Europe. *progressing multifunctionality in respoinsaive rural areas*.
- Durán-Aponte, E. &-G. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 320-340.
- Elkington y Hartigan, 2. (2008). El poder de la gente irracional: cómo los emprendedores sociales crean mercados que cambian el mundo . *Harvard Business Press*.
- Espada, S. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 16-38.
- Espiritu-Olmos, R. &-C. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 1595-1598.
- Finquelievich, S. (2007). Innovación, tecnología y prácticas sociales en las ciudades: hacia los laboratorios vivientes. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 135-152.
- Fournier, A. N. (2011). Emprendimiento social. *Documento de Trabajo*, 6.
- Friedrichs, Y. V. (2016). Social entrepreneurship in the rural areas-a sports club's mobilisation of people, money and social capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 199-216.
- García, R. R. (s.f.). Fortalecimiento del sistema económico comunal a través de la conformación de las nuevas estructuras bajo las diferentes formas de organización expresadas por el poder comunal. *CDCHT-UNERMB*, 648.
- Guadalupe, P. N. (2016). Social Entrepreneurship: Integrating the Excluded in Rural Areas. *Argos*, 33-65.
- Guzmán, A. &. (2008). Social Entrepreneurship–Literature Review (Emprendimiento Social–Revisión de la Literatura)(Spanish). *Estudios gerenciales*, 109- 219.
- Haugh, H. L. (2018). Social entrepreneurship: Entrepreneurship and creation of social value. 125-142.
- Hine, C. (2008). Etnografía virtual: modos, variedades, posibilidades. *El manual SAGE de métodos de investigación en línea*, 257-270.
- Hockerts, K. (2006). Oportunidad empresarial en emprendimientos comerciales con propósito social. En *Emprendimiento social. Palgrave Macmillan, Londres.*, 142-154.
- Howaldt, J. &. (2010). Soziale Innovation: auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. *Springer-Verlag*.
- Hudcová, E. C. (2018). Social entrepreneurship in agriculture, a sustainable practice for social and economic cohesion in rural areas: The case of the Czech Republic. *European Countryside*, 377-397.
- Ibarra-Baidón, C. (2018). Emprendimiento social: una definición propuesta desde el desarrollo sostenible. *XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.

- Janthorn Sinthupundaja, Y. K. (2019). Capacidades internas, cooperación externa y RSC proactiva sobre desempeño financiero. *The Service Industries Journal*, 1099-1122.
- Kassim, H. P. (2013). a Comisión Europea del siglo XXI . *OUP Oxford*.
- Kirwan, J. I. (2013). Innovaciones sociales de base y localización de alimentos: una investigación del programa Local Food en Inglaterra. *Cambio ambiental global* , 830-837.
- Korsgaard, S. y. (2011). Promover el emprendimiento como creación de valor social. *International Small Business Journal*, 135-151.
- Littlewood, D. y. (2015). Empresas sociales y medioambientales en África: contexto, convergencia y característica. *En El negocio de la innovación social y medioambiental*, 27-47.
- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the "why" and "how" in pursuing social change. *International Small Business Journal*, 765-785.
- Lumpkin, G. M. (2013). Procesos emprendedores en contextos sociales: ¿en qué se diferencian, si es que se diferencian ? *Economía de la pequeña empresa*, 761- 783.
- Mair, J. &. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *ournal of world business*, 36-44.
- Mair, J. &. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *Journal of business venturing*, 419- 435.
- Martin, R. L. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition.
- Matzembacher, D. R. (2020). Innovaciones de modelos de negocio para superar las tensiones relacionadas con la hibridación en el espíritu empresarial sostenible. *Sostenibilidad*, 4503.
- McGuire, S. (2015). El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo 2015: cumplimiento de los objetivos internacionales sobre el hambre de 2015: evaluación de los avances desiguales. *Roma: FAO, 2015. Avances en nutrición* , 623-624.
- Montoya, S. L. (2021). Emprendimiento e innovación social: experiencia de jóvenes rurales en Caldas-Colombia. *Revista de ciencias sociales*,, 108- 126.
- Moulaert, F. M. (2005). Hacia modelos alternativos de innovación local. *Estudios urbanos*, 1969-1990.
- Mujica, M. S. (2013). Emprendimientos productivos familiares: estrategia local en red para el desarrollo sostenible del caserío " El Mamonal". *Multiciencias*, 238-250.
- Mulgan, G. (2006). El proceso de innovación social. *Innovaciones: tecnología, gobernanza, globalización* . 145-162.
- Mulgan, G. R. (2011). Inversión de impacto social: el desafío y la oportunidad de los bonos de impacto social. *ondres: The Young Foundation* .
- Mumford, M. S. (2002). Liderar personas creativas: orquestar la experiencia y las relaciones. *El liderazgo trimestral* , 13 (6), 705-750., 705-750.
- Nee, E. M. (2008). Revisión de la innovación social de Stanford.
- Neumeier, S. (2012). ¿Por qué son importantes las innovaciones sociales en el desarrollo rural y deberían ser consideradas más seriamente en la investigación del desarrollo rural? - Propuesta para un enfoque más fuerte en las innovaciones sociales en la investigación del desa. *Sociologia ruralis* , 48-69.

- Newey, L. R. (2009). The evolving firm: How dynamic and operating capabilities interact to enable entrepreneurship. *British Journal of Management*, 81-100.
- Nga, J. y. (2010). La influencia de los rasgos de personalidad y factores demográficos en el emprendimiento social pone en marcha intenciones. 259-282.
- Nicholls, A. &. (2006). Social entrepreneurship: The structuration of a field. *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. 99-118.
- Núñez, G. P. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 579-590.
- Olvera, S. G. (2015). Emprendimiento en las empresas familiares. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 163-181.
- Omoredede, A. T. (2015). Entrepreneurship psychology: a review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 743-768.
- O'Shea, E. W. (2012). Exclusión social y envejecimiento en diversas comunidades rurales: resultados de un estudio transfronterizo en Irlanda e Irlanda del Norte. *Centro Irlandés de Gerontología Social*.
- Palacios Núñez, G. (2010). Social entrepreneurship: integrating the excluded in rural areas. *Journal of Social Sciences*, 579-590.
- Patiño Castro, O. A. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. *Revista EAN*, 75-90.
- Peredo, A. M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept . *Journal of world business*, 56-65.
- Phills, J. D. (2008). Redescubriendo la innovación social. Revisión de la innovación social. *Revisión de la innovación social de Stanford* , 34-43.
- Pierre, A. v. (2014). Entrepreneurship in society: A review and definition of community-based entrepreneurship research. *Social entrepreneurship*, 239-257.
- Pineda, M. S. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá-Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales* , 23-32.
- Pittaway, L. (2005). Philosophies in entreperneurship: a focus on economic theories . *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 201-221.
- Pol, E. y. (2009). nnovación social: ¿palabra de moda o término perdurable ? *Revista de socioeconomía*, 878-885.
- Rill, R. D. (2017). Retos de la Universidad de Guantánamo en el proceso de innovación social conectado al desarrollo local. *EduSol*, 1-13.
- Rovai, A. (2002). Sentido de comunidad, aprendizaje cognitivo percibido y persistencia en redes de aprendizaje asincrónicas. *Internet y educación superior*, 319-332.
- Sánchez Espada, J. M. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *Revista de Estudios Cooperativos*, 16-38.
- Sánchez Espada, J. M. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *Revista de Estudios Cooperativos*, 16-38.

- Sánchez Espada, J. M. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 16-38.
- Sarasvathy, S. (2001). Razonamiento eficaz en la toma de decisiones empresariales: existencia y límites. En la Academia de procedimientos administrativos. *Academia de Administración*.
- Schumpeter, J. (1954). *History of economic analysis*. Londres : Allen & Unwin.
- Schwartz, S. y. (2014). Valores y comportamiento: Validación de la teoría del valor refinada en Rusia. *Revista europea de psicología social*, 799-813.
- Seelos, C. y. (2005). Emprendedores al servicio de los pobres: modelos de contribución empresarial al desarrollo sostenible. *Business Horizons*, 241-246.
- Shane, S. y. (2000). La promesa del emprendimiento como campo de investigación. *Academy of Management Review*, 217-226.
- Shane, S. y. (2001). El espíritu empresarial como campo de investigación: una respuesta a Zahra y Dess, Singh y Erikson. *Academy of Management Review* , 13-16.
- Short, J. M. (2009). Investigación en emprendimiento social: contribuciones pasadas y oportunidades futuras. *Revista de emprendimiento estratégico*, 161-194.
- Sinkovics, N. S. (2014). El papel de la creación de valor social en la formulación del modelo empresarial en la base de la pirámide: ¿implicaciones para las empresas multinacionales? *Revista de Negocios Internacionales*, 692-707.
- Sinthupundaja, J. C. (2019). Capacidades internas, cooperación externa y RSC proactiva sobre desempeño financiero. *The Service Industries Journal*, 1099-1122.
- Smith, B. B. (2008). Emprendimiento social: un enfoque de aprendizaje basado en la creación de valor social. *Revista de cultura emprendedora*, 339-362.
- Solórzano-García, M. y.-M. (2019). Desarrollar emprendedores sociales a través de la educación a distancia: el valor del compromiso y la interactividad con la comunidad de aprendizaje. *Revista Internacional de Organización y Aprendizaje Móvil* , 30-50.
- Sullivan Mort, G. W. (2003). Emprendimiento social: hacia la conceptualización. *Revista internacional de marketing del sector voluntario y sin fines de lucro* , 76-88.
- Sundaramurthy, C. M. (2013). Creación de valor social: un estudio cualitativo de emprendedores sociales indios. *Revista de emprendimiento del desarrollo*.
- Talić, M. I.-Đ. (2020). Emprendimiento sostenible: creación de oportunidades para el desarrollo de productos ecológicos. *Economía del desarrollo sostenible*, 1-13.
- Tepthong, S. (2014). Social entrepreneurship and organizational performance: combining the resource dependence and resource-based views. *National Institute of Development Administration*.
- Terziev, V. &. (2017). Social Entrepreneurship in terms of social values and social impact. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 41-46.
- Ujj, A. M.-B. (2017). Social Farming Best Practice Collection in Visegrad Countries. *Szent István University, Gödöllő*.
- Vaghely, I. y. (2010). ¿Se reconocen o construyen oportunidades ?: Una perspectiva informativa sobre la identificación de oportunidades empresariales. *Journal of business venturing* , 73-86.

- Vásquez, A. G. (2008). Emprendimiento social–Revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 105-125.
- Weerawardena, J. y. (2006). Investigando el emprendimiento social: un modelo multidimensional. *Revista de negocios mundiales* , 21-35.
- Westley, F. y. (2010). Marcando la diferencia: Estrategias para escalar la innovación social para un mayor impacto. *Revista de innovación*.
- Westlund, H. y. (2012). Construyendo capital social para el emprendimiento social. *Anales de economía pública y cooperativa*, 101-116.
- Willis, E. &. (1996). Diseño de organizaciones innovadoras para el desarrollo local. *Redes*, 229-239.
- Wright, M. y. (2011). El otro lado del paraíso: examinando el lado oscuro del espíritu empresarial. *Revista de investigación sobre emprendimiento*. *Revista de investigación sobre emprendimiento*, 3.
- Yunus, M. (2009). Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. *Public Affairs*.
- Zahra, S. G. (2009). Una tipología de emprendedores sociales: Motivos, procesos de búsqueda y desafíos éticos. *Journal of business venturing* , 519-532.
- Zapf, W. (1989). Über soziale innovationen. *Soziale Welt*, 170-183.