



**Francisco
Pizarro**

Coordinador del
Centro de
Iniciativas
Emprendedoras
CIADE
Creador de la
Escuela de
Emprendedores
Sociales
Universidad
Autónoma de
Madrid

Marco teórico, social e institucional para la innovación social y el empoderamiento de la ciudadanía

Qué duda cabe que, al menos en las sociedades más desarrolladas, la ciudadanía, organizada en diferentes fórmulas, está tomando un papel más proactivo en la gestión de situaciones sociales deficitarias con un enfoque de innovación a partir del análisis del problema social. Esta tarea participativa, reivindicativa, innovadora y productiva requiere de la participación y la interrelación de los diferentes agentes que actúan en la sociedad. Este artículo pretende presentar un modelo de participación, relación y reparto de roles que constituya un marco en que la innovación social y el empoderamiento de la ciudadanía sean posibles.

Introducción

Empoderamiento de la ciudadanía, implica otorgar a los ciudadanos las competencias y la confianza, en sí mismos y en el entorno en que se desenvuelven, para tomar las riendas de su propia vida, para protagonizar su propia historia.

La máxima expresión de este empoderamiento, desde mi punto de vista, es la actividad emprendedora y, por tanto, los pilares fundamentales del emprendimiento son, a su vez, la fuente del empoderamiento.

De este modo, Innovación y Riesgo y los valores o principios que los hacen posible, Iniciativa, Autonomía y Responsabilidad, son las herramientas, los recursos fundamentales con que hay que dotar a los ciudadanos para lograr su potencial máximo de participación y actuación.

En definitiva, se trata de generar un cambio cultural, una orientación colectiva hacia la creatividad, hacia una actitud proactiva, y a la asunción del riesgo necesario para garantizar el éxito. Sólo una sociedad que arriesga, que crea e inventa y que siente la curiosidad de poner en marcha su invención avanza.

Este proceso también se da desde una perspectiva cívica, comunitaria. También en las actividades de participación ciudadana se dan actividades de emprendimiento, y la lógica y el marco en que se producen tienen una serie de características específicas que merece la pena analizar con el fin de potenciar su efecto generador de externalidades positivas.

Emprendimiento Social

Llamamos emprendimiento social a la aplicación de soluciones prácticas a problemas sociales combinando innovación, captación de fondos y oportunidad. Como todo proceso de emprendimiento, su origen debe estar en la identificación de una necesidad insatisfecha, en este caso de una necesidad social insatisfecha, o deficientemente satisfecha por el mercado o por el sector público.

En la actividad emprendedora convencional, mercantil, el emprendedor detecta una necesidad insatisfecha en un grupo de consumidores que estarían dispuestos a pagar por obtener la utilidad que les proporcionaría satisfacerla. El emprendedor tras comprobar que se trata de un número suficiente de consumidores insatisfechos y que su demanda es técnicamente viable, se da cuenta de que existe una oportunidad y estudia en un Plan de Negocio la viabilidad de crear una empresa para aprovecharla. Con dicho plan podrá convencer a quien posee los recursos de

que es rentable destinarlos a este negocio porque los retornos esperados retribuirán convenientemente al capital invertido.

Sin embargo, el emprendimiento social, en la mayoría de las ocasiones, no se rige por esta lógica, ni las relaciones con los diferentes agentes que intervienen en su actividad son tan claramente recíprocas y bidireccionales.

Es más, en el emprendimiento social requeriría, como requisito previo, el empoderamiento, en primer lugar, de aquellos que tienen necesidades sociales insatisfechas, para poder demandarlas y generar la inquietud de resolverlas; en segundo lugar, cabría empoderar a quiénes pueden tener las ideas y las capacidades para resolver de una forma creativa e innovadora dichas necesidades y, en tercer y último lugar, a quiénes han de aportar los recursos necesarios para ellos, para que conozcan el poder que tendría su aportación, su capacidad e inversión social.

El emprendimiento social está orientado a la generación de valor social sostenible para una determinada comunidad, sin que aún esté muy bien definido en la literatura a qué llamamos “valor social”, de modo que resulta difícil obtener inversión social, sin poder expresar la rentabilidad social que ésta puede generar.

Esta falta de criterios para la inversión social, esta dificultad para expresar y transmitir información aumenta la percepción de riesgo que conlleva la innovación social, desincentivándose así esta actividad.

Una propuesta de modelo de relación para el emprendimiento y la innovación social

Ante esta situación, y con la necesidad de estimular las relaciones entre los diferentes agentes que actúan en una determinada comunidad, para la generación de un cambio de

cultura hacia la innovación y la asunción de riesgos, partimos del análisis de sus motivaciones y de sus capacidades, para atribuirles así las funciones más adecuadas a cada uno y la generación de valor y los retornos que se pueden esperar de cada tipo de agentes.

De este modo, se genera un contexto en que cada ciudadano tiene un rol que desempeñar y unas capacidades que desarrollar y así es más fácil asumir un papel y un proyecto personal y/o colectivo, sabiendo lo que se espera, con quién puede relacionarse, qué puede ofrecer y qué va a recibir. En definitiva, estamos sentando las bases del empoderamiento de la ciudadanía para el emprendimiento social y, por tanto, para la transformación social.

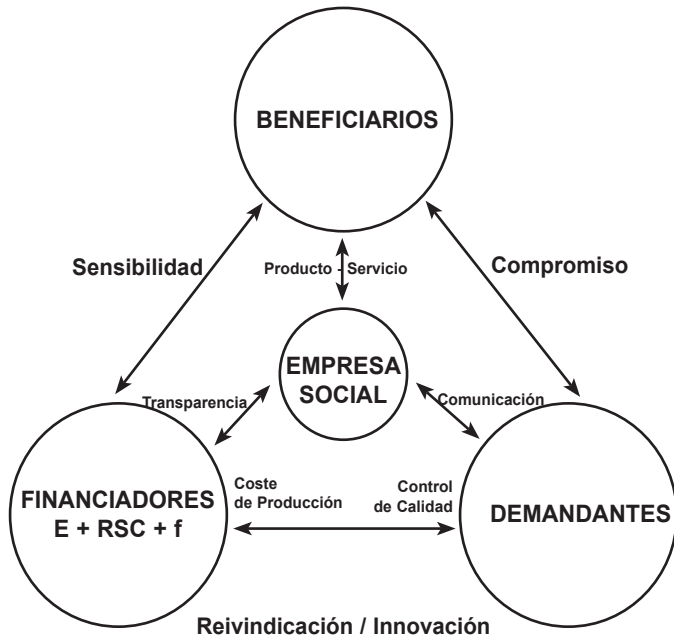


Figura 1. Modelo de relación para el emprendimiento y la innovación social. Elaboración Propia.

Los beneficiarios son aquellos ciudadanos que tienen necesidades sociales insatisfechas o insuficientemente satisfechas y que, en muchos casos, no tienen, ni siquiera capacidad de demanda.

Un grupo de ciudadanos, comprometidos con la situación social deficitaria que viven los beneficiarios deciden convertirse en sus representantes, en aquellos que demanden una solución válida que satisfaga sus necesidades. Hemos dado en llamarlos demandantes, y pueden ser identificados con cualquiera de las ONG que actúan en el escenario comunitario en defensa de diferentes causas.

El compromiso de los demandantes con los beneficiarios procede fundamentalmente de tres fuentes: autoayuda, activismo, o filantropía; esto es, los propios beneficiarios pueden estar involucrados en asociaciones de demandantes, si bien personas que por su profesión, su formación, sus vivencias o sus creencias les apoyarán en esta tarea, que puede contar también con la participación de personas que desinteresadamente apoyan la causa, como un modo de devolver a la sociedad lo que han recibido de ella.

Los demandantes son perfectos conocedores de la situación de los beneficiarios y de las posibles soluciones. De este modo, su función es reivindicar la solución a esta situación social deficitaria y proponer formas innovadoras¹ de hacerlo.

Los destinatarios de dichas reivindicaciones y propuestas innovadoras son aquellos que poseen los medios para ponerlas en práctica: los financiadores. En contextos de Estado del Bienestar muy amplio, el principal financiador, e incluso productor del bien o servicio, capaz de satisfacer las necesidades de los

¹ Entendemos Innovación Social como la solución de problemas sociales a partir de la combinación alternativa de los recursos institucionales, técnicos, materiales, humanos y/o financieros existentes en el entorno para la generación de valor social y la mejora sostenible de la calidad de vida de una determinada comunidad.

beneficiarios es el Estado. Sin embargo, ante un progresivo adelgazamiento del Estado del Bienestar, buscando su eficiencia, y su sostenibilidad económica, las entidades sociales han tenido que asumir, además de sus roles reivindicativo e innovador, un rol productivo, que les exige desarrollar proyectos y estructuras para la prestación de los bienes y servicios que satisfagan las necesidades sociales de sus beneficiarios.

Al mismo tiempo, el Estado ha dejado de ser el principal financiador y productor de servicios sociales y los promotores de los proyectos sociales han de sensibilizar con la causa que defienden a Empresas (responsabilidad social corporativa) y Particulares (filantropía).

De este modo, comunicación y transparencia en la gestión se han convertido en herramientas fundamentales de las entidades no lucrativas ante los agentes financiadores, con el objetivo de generar sensibilidad con sus beneficiarios y confianza en la gestión de las entidades que los representan, y convertirse así en destinatarios de sus donaciones y patrocinios.

Con un fin productivo, los demandantes suelen poner en marcha estructuras capaces de producir bienes y servicios sociales, son las Empresas Sociales. Estas empresas, emprendidas por los propios demandantes y participadas por ellos, cuentan así con un control externo de la calidad prestada, pues el beneficiario, como no siempre puede expresarse vía precio o vía elección de proveedor, carece de un sistema de información directo acerca de la calidad percibida.

A su vez, los propios demandantes, propietarios de estas empresas sociales, estimularán la financiación del proyecto por parte de Estado, Empresas y Particulares que, si sienten sensibilidad por el problema social a resolver, retribuirán a la empresa, pero a Coste de Producción y no a precios de mercado.

Si bien, el carácter social de estas empresas, y su papel en el mercado y en la comunidad, logran rebajar los costes de transacción. Así por ejemplo, sus trabajadores estarán dispuestos a percibir menos salario por trabajar en un proyecto social que les estimula y compromete.

A cambio, la empresa social debe hacer un gran esfuerzo de transparencia y buen gobierno en la gestión, así como de profesionalidad y calidad en la producción de sus bienes o servicios sociales; todo ello con menos recursos que una empresa convencional del mismo tamaño, pero obligada por el mayor número de agentes frontera que supervisan su desempeño.

Conclusión

La ciudadanía en su conjunto tiene el reto de organizarse y emprender estructuras capaces de resolver de una forma innovadora sus problemas sociales. Incluso los propios beneficiarios tienen los canales para agruparse y estimular sensibilidades y apoyos a su causa.

La ciudadanía, consciente de sus capacidades y con un espíritu cooperativo e innovador, se hace independiente del Estado en la prestación de bienes y servicios sociales con unos niveles de calidad en la producción y en la gestión que vienen condicionados por responsabilidad, tanto con sus beneficiarios como con aquellos que han confiado en ellos y les han aportado los recursos necesarios.

Referencias

• Alvord, S.H., Brown, L.D. y Letts, C.W: *Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study*, WP n° 15, November, The Hauser Center for Nonprofit Organizations y The Kennedy School of Government Harvard University.2002.

- Borzaga, C, Santuari, A. *The innovative trends in the non-profit sector in Europe: the emergence of social entrepreneurship*. OECD/ LEED Forum on social innovations international seminar. Conference Paper. Trento. Septiembre 2000.
- Carpio M, Salas A. *La evolución del Estado del Bienestar y las aportaciones de la economía social y del Tercer Sector*. En: Faura I, De Lorenzo R y Cabra M.A. (Coord.) *La Economía Social y el Tercer Sector: España y el Entorno Europeo*. Escuela Libre Editorial. Madrid. 2003.
- De Pablo, I y Pizarro, F. *Evolución del modelo organizativo de las entidades de acción social para la inserción laboral*. en *Salud y Drogas*, ISSN 1578-5319, vol. 7, nº. 1, 2007 (ejemplar dedicado a: inserción social del drogodependiente), pags. 83-104.
- Drayton, W. *The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business*. *California Management Review*, 3, (44). Spring 2002.
- Drucker, P.F. *Innovation and Entrepreneurship* Harper and Row. New York. 1985.
- Laville, J.L. y Nyssens, M. *The Social Enterprise: Towards a Theoretical socio – economic approach*. En: Borzaga C, Defourny J *The emergente of social enterprise*. Routledge. London. 2001: 312 – 332.
- Hockerts, K.: *Bootstrapping Social Change. Towards an Evolutionary Theory of Social Entrepreneurship*, *Academy of Management Review*.1943