



# Global Entrepreneurship Monitor GEM 2015

## Empresarismo Social en Puerto Rico



# Empresarismo Social en Puerto Rico: Global Entrepreneurship Monitor GEM 2015



Con el apoyo de



Instituto de Estadísticas  
de Puerto Rico  
Estado Libre Asociado de Puerto Rico

**ECHAR  
PA'LANTE**



**BANCO  
POPULAR®**



## Empresarismo Social en Puerto Rico: Global Entrepreneurship Monitor GEM 2015

Autores: Marinés Aponte  
Universidad de Puerto Rico

Marta Álvarez  
Universidad de Puerto Rico

Manuel Lobato  
Universidad de Puerto Rico

Los autores agradecen a los rectores Dra. María de los Ángeles Castro Arroyo y Dr. Carlos Severino, del Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico, así como a los decanos Carmen Figueroa y Dr. José A. González Taboada de la Facultad de Administración de Empresas, por el financiamiento y apoyo a este proyecto de investigación. Además, agradecemos la contribución económica del Instituto de Estadísticas de Puerto Rico y del Banco Popular de Puerto Rico al proyecto GEM Puerto Rico.

Este informe es parte del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los Informes Globales y Nacionales, así como los artículos científicos basados en datos del GEM están publicados en el portal en [www.GEMconsortium.org](http://www.GEMconsortium.org). El presente informe y toda la información sobre el proyecto en Puerto Rico están también disponibles en <http://gem.uprrp.edu>

La interpretación de los resultados de este informe es responsabilidad única de los autores, no del consorcio GEM.

Los autores reconocen la pertinencia social y lingüística al nombrar la diferenciación de sexo, y su correlato en el género gramatical. Sin embargo, a fines de evitar la repetición constante en la redacción de este documento se optó por utilizar el género masculino en forma genérica al referirse a personas del género femenino y masculino.

Publicado por GEM Puerto Rico  
PO Box 23332  
San Juan, Puerto Rico 00931-3332

Foto de portada por Amaya Lobato Rivas

© Universidad de Puerto Rico



Equipo Nacional de Puerto Rico:

1. Marinés Aponte, PhD., Investigadora Principal y Líder del equipo  
Catedrática  
Departamento de Finanzas  
Facultad de Administración de Empresas  
Universidad de Puerto Rico  
Recinto de Río Piedras  
marines.aponte@upr.edu
  
2. Marta Álvarez, PhD., Investigadora  
Catedrática  
Instituto de Estadística y Sistemas Computadorizados de Información  
Facultad de Administración de Empresas  
Universidad de Puerto Rico  
Recinto de Río Piedras  
marta.alvarez1@upr.edu
  
3. Manuel Lobato, PhD., Investigador  
Catedrático  
Departamento de Finanzas  
Facultad de Administración de Empresas  
Universidad de Puerto Rico  
Recinto de Río Piedras  
manuel.lobato@upr.edu



## ÍNDICE

Resumen Ejecutivo .....	9
Executive Summary .....	11
1. Introducción .....	13
1.1 Modelo conceptual del GEM .....	14
1.2 Metodología .....	15
2. Actividad Emprendedora Social .....	17
2.1 Actividad Emprendedora Social: definición amplia .....	17
2.2 Actividad emprendedora social: características adicionales .....	22
2.2.1 Misión social explícita y prioritaria .....	23
2.2.2 Venta de productos o servicios en el mercado .....	24
2.2.3 Soluciones innovadoras a los problemas sociales .....	25
2.2.4 Reinversión de ganancias .....	26
2.2.5 Medición del impacto social del emprendimiento .....	27
2.3 Actividad emprendedora social: definición específica .....	28
2.4 Actividad Emprendedora Social: visibilidad entre la población .....	29
3. Perfil demográfico de los emprendedores sociales y comerciales .....	31
3.1 Género .....	31
3.2 Edad .....	32
3.3 Educación .....	33
3.4 Ingreso .....	34
4. Los emprendimientos sociales .....	35
4.1 Financiamiento requerido y fuentes de financiamiento para comenzar .....	35
4.2 Tamaño y expectativa de crecimiento .....	37
5. Encuesta a los expertos nacionales en emprendimientos .....	39
6. Conclusiones .....	43



**Lista de Figuras, Gráficas y Cuadros**

Figura 1. Modelo conceptual del GEM .....	14
Gráfica 1. Actividad emprendedora social naciente, por región geográfica, 2015 .....	17
Gráfica 2. Actividad emprendedora social naciente en la región de América Latina y el Caribe, 2015 ..	18
Gráfica 3. Porcentaje de individuos en actividad emprendedora social en operaciones, por región geográfica, 2015 .....	19
Gráfica 4. Porcentaje de individuos en actividad emprendedora social en operaciones en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	20
Gráfica 5. Actividad emprendedora social por fase en Puerto Rico, Estados Unidos y América Latina y el Caribe, 2015 .....	21
Gráfica 6. Tasa de actividad emprendedora en la fase operacional: comercial, social y ambas en Puerto Rico, Estados Unidos y América Latina y el Caribe, 2015 .....	22
Gráfica 7. Actividad emprendedora social en operaciones, relación de creación de valor vs captación de valor, en América Latina y el Caribe y Estados Unidos, 2015 .....	23
Gráfica 8. Actividad emprendedora social en operaciones basada en el mercado, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	24
Gráfica 9. Actividad emprendedora social en operaciones que innova en productos y/o procesos, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	25
Gráfica 10. Actividad emprendedora social en operaciones que reinvierten gran parte de sus ganancias, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	26
Gráfica 11. Actividad emprendedora social en operaciones con medición de impacto, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	27
Gráfica 12. Emprendimientos sociales según definición específica: organización conducida por creación de valor y basada en el mercado, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	28
Gráfica 13. Visibilidad de emprendimientos sociales cuyo propósito principal es solucionar problemas sociales, en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	29
Gráfica 14. Visibilidad de emprendimientos sociales versus la actividad emprendedora social (SEA), en la región de América Latina y el Caribe, 2015 .....	30
Gráfica 15. Emprendedoras activas en emprendimientos sociales y comerciales, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	31



Gráfica 16. Emprendedores entre 18 y 34 años activos en emprendimientos sociales y comerciales, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	32
Gráfica 17. Porcentaje de emprendedores altamente educados, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	33
Gráfica 18. Porcentaje de emprendedores con alto ingreso, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	34
Gráfica 19. Financiamiento requerido para comenzar la empresa social, Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	35
Gráfica 20. Otras fuentes de financiamiento para comenzar el emprendimiento social, Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	36
Gráfica 21. Tamaño, uso de voluntarios y expectativa de crecimiento de los emprendimientos sociales, Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015 .....	38
Gráfica 22. Percepción de los expertos en torno a los emprendimientos sociales .....	39
Cuadro 1. Valoración media de la percepción de los expertos encuestados en Puerto Rico en el 2015 .....	40
Gráfica 23. Comparación de valoración media de la percepción de los expertos de Puerto Rico, América Latina y el Caribe y Estados Unidos, 2015 .....	42







## Resumen Ejecutivo

Los emprendimientos sociales, como actividad económica enfocada en la consecución de objetivos sociales y ambientales, se han convertido en un componente fundamental de la sociedad moderna. En el contexto de países con crisis fiscales, como es el caso de Puerto Rico, este tipo de iniciativas adquiere una relevancia mayor, dadas las limitaciones que enfrentan los gobiernos para cumplir con estos objetivos.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) seleccionó en 2015 el estudio de los emprendimientos sociales como tema especial de ese año. GEM es un proyecto de investigación internacional que estudia la creación y desarrollo de emprendimientos en los países participantes, a través de encuestas a la población y a expertos. Se inició en 1999 y se lleva a cabo de forma simultánea en más de 60 países.

El estudio tomó como punto de partida una definición amplia de emprendimiento social: cualquier tipo de actividad, organización e iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario. Una vez los empresarios sociales fueron identificados de acuerdo a esta definición amplia, el estudio analizó de forma particular las organizaciones dirigidas a la creación de valor social que están basadas en el mercado. Esto constituye una definición de emprendimiento social más específica y alineada con el enfoque de la literatura sobre este tema.

El 2.3 por ciento de la población encuestada en Puerto Rico ha llevado a cabo alguna gestión concreta para crear una actividad, organización o iniciativa con objetivos sociales, ambientales o comunitarios en los 12 meses previos a la encuesta, por lo que se consideran emprendedores sociales nacientes, de acuerdo a la definición amplia adoptada. Si esta actividad se consolida y empieza a

operar, se considera un emprendimiento social en operaciones. En total, el 2.1 por ciento de las personas encuestadas en Puerto Rico indica que es dueña o gerente de un emprendimiento social en operaciones. En términos de la definición específica, el 0.8 por ciento de la población encuestada cuenta con una organización dirigida a la creación de valor social que está basada en el mercado.

Los resultados de Puerto Rico, tanto desde la definición amplia como desde la específica, están en línea con varios de los países latinoamericanos que realizaron esta encuesta, como Brasil o Ecuador, aunque por debajo del promedio de la región. Sin embargo, la diferencia en la actividad emprendedora social en operación (2.1% en Puerto Rico vs. 3.1% en promedio en América Latina y el Caribe, según la definición amplia) es mucho menor que la diferencia en la actividad emprendedora comercial en dicha fase (3.3% en Puerto Rico vs. 16% en promedio en América Latina y el Caribe). En Estados Unidos, la encuesta a la población adulta identifica personas con emprendimientos sociales con más frecuencia (8.4%).

En cuanto al perfil de los emprendedores sociales de Puerto Rico, son mayoritariamente hombres, de edad mediana, nivel educativo alto e ingresos elevados. Sólo el 34 por ciento de las personas con emprendimientos sociales en operaciones son mujeres, una proporción similar a la que se observa en los emprendimientos comerciales establecidos (32%). Por otro lado, el 37 por ciento tienen entre 18 y 34 años (42% en los emprendimientos comerciales) y el 41 por ciento han ido a la universidad o institución educativa postsecundaria (25% en los emprendimientos comerciales). El 49 por ciento de los emprendedores sociales se ubican en el tercio de la población con ingresos más



elevados (37% en el caso de emprendedores comerciales).

Este perfil es parecido al observado en otros países de América Latina y el Caribe, aunque en la región hay más mujeres entre los emprendedores sociales (42% en promedio) y su nivel educativo no es tan alto (sólo 28% han ido a la universidad o entidad de educación postsecundaria). Por su parte, en Estados Unidos la proporción de mujeres es similar a la de hombres en los emprendimientos sociales (50%), la edad promedio es más avanzada (sólo el 30% tienen entre 18 y 34 años) y hay una elevada proporción de emprendedores sociales con nivel educativo alto (70% han ido a la universidad o entidad de educación postsecundaria). Al igual que en Puerto Rico, tanto en América Latina como en Estados Unidos los emprendedores sociales tienden a pertenecer al tercio de la población con ingresos más elevados.

Los emprendimientos sociales en Puerto Rico dependen, más que en otros países de la región, de la aportación que el emprendedor hace de su propio dinero para poder comenzar, aunque todos los emprendedores sociales encuestados (100%) indicaron que requieren financiación externa. El 41 por ciento de los casos han recibido fondos de programas gubernamentales, donaciones o subsidios. Otras fuentes de financiación que son frecuentes en la región tienen una presencia reducida en Puerto Rico, como la familia (46% en Estados Unidos, 36% en América Latina y el Caribe) o los inversionistas privados (42% en Estados Unidos). Cabe mencionar también que los emprendimientos sociales en Puerto Rico en general

tienen un número reducido de empleados (sólo el 27 por ciento tienen más de 5 empleados).

Como parte del estudio se consultó a una muestra de expertos sobre los factores del entorno que favorecen u obstaculizan la creación y el desarrollo de los emprendimientos sociales. Estos perciben que las empresas sociales atienden los problemas sociales, medioambientales y comunitarios de manera más efectiva que el gobierno, y destacan que la financiación disponible para estas empresas es insuficiente.

El informe concluye destacando el nivel de la actividad emprendedora social en Puerto Rico y su potencial de desarrollo. La importancia de combinar la misión social con la viabilidad financiera de estos emprendimientos se acentúa ante las dificultades de acceder a fuentes externas de financiación. Por último, otra área a reforzar en el futuro es su visibilidad: sólo el 22 por ciento de la población encuestada opinó que en Puerto Rico se ven a menudo empresas que tienen como objetivo principal resolver problemas sociales, la tasa más baja en todos los países participantes de América Latina. Es importante que los emprendedores sociales continúen fortaleciendo la medición de su impacto social y los efectos en su comunidad, para recibir reconocimiento y ampliar su acceso a nuevas fuentes de fondos. Al igual que los medios de comunicación han prestado especial atención en los últimos años a casos de empresas comerciales exitosas, pueden contribuir de manera más efectiva a la difusión de la actividad emprendedora social.



## Executive Summary

Social entrepreneurship, as economic activity focused on achieving social and environmental objectives, has become an essential component of modern society. In the context of countries with fiscal crisis, as is the case of Puerto Rico, this type of initiatives acquires greater relevance given the limitations that governments face to fulfil these objectives.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) selected the study of Social Entrepreneurship as special theme in 2015. GEM is an international research project that studies the start-up and development of businesses in the participating countries through surveys to the population and national experts. This research project, which started in 1999, is carried out simultaneously in more than 60 countries.

The study took a broad definition of social entrepreneurship as starting point: any type of activity, organization and initiative that has a social, environmental or community objective. Once the social entrepreneurs were identified per this broad definition, the study analyzed specifically organizations aimed at the creation of social value that are based on the market. This constitutes a more specific definition of social entrepreneurship and is aligned with the literature approach on this subject.

The 2.3 percent of the population surveyed in Puerto Rico have taken concrete actions in the 12 months before the survey to help start an activity, organization or initiative with social, environmental or community objectives; therefore, are considered nascent entrepreneurs per the broad definition adopted. If this activity is consolidated and begins to operate, is considered an operational social entrepreneurship activity. In total, 2.1 percent of surveyed people in Puerto Rico answered that are

owner or managers of a social entrepreneurial activity in operation. In terms of the specific definition, the 0.8 percent of the population surveyed has an organization directed to the creation of social value that is based in the market.

Puerto Rico's results, both from the broad definition as from the specific one, are aligned with several Latin American countries that conducted this survey, such as Brazil or Ecuador, although below the region's average. However, the difference in social entrepreneurial activity in the operational phase (2.1% in Puerto Rico vs. an average of 3.1% in Latin America and the Caribbean, per the broad definition) is much lower than the difference in commercial entrepreneurial activity in the same phase (3.3% in Puerto Rico vs. an average of 16% in Latin America and the Caribbean). In the United States, the adult population's survey identifies people with social enterprises with more frequency (8.4%).

Regarding Puerto Rico's social entrepreneurs profile, they are mostly men, middle-aged, with high educational level and high income. Only 34 percent of the people with social enterprises in operations are women, a similar proportion to that which is observed in commercial enterprises in operations (32%). On the other hand, 37 percent are between 18 and 34 years old (42% in commercial enterprises) and 41 percent have gone to University or post-secondary educational institution (25% in commercial enterprises). 49 per cent of social entrepreneurs are in the higher income third of the population (37% in the case of commercial entrepreneurs).

This profile is similar to that observed in other Latin America and the Caribbean countries, although there are more women among social entrepreneurs



(42% on average) in the region and their educational level is not as high (only 28% have gone to University or postsecondary institution). Moreover, the proportion of women in entrepreneurial activity in the United States is similar to men (50%), the average age is higher (only 30% are between 18 and 34 years) and there is a high proportion of entrepreneurs with high educational level (70% have gone to University or postsecondary institution). As in Puerto Rico, both in Latin America as in the United States, social entrepreneurs tend to belong to the higher income third of the population.

Social entrepreneurship in Puerto Rico depends, more than in other countries in the region, in the entrepreneur's contribution of his own money to get started, although all social entrepreneurs' respondents (100%) indicated that they require external funding. 41 percent of the cases have received funding from government programs, grants or subsidies. Other sources of funding that are common in the region have a small presence in Puerto Rico, such as the family (46% in the United States, 36% in Latin America and the Caribbean) or private investors (42% in the United States). It is noteworthy that social enterprises in Puerto Rico in general have a reduced number of employees (only 27% have more than 5 employees).

As part of the study a sample of experts was consulted on the framework conditions that favor or hinder social enterprises start-up and development. They perceive that social enterprises serve social, environmental and community problems on a more effective way than the Government, and highlight that the funding available for these companies is insufficient.

The report concludes by remarking the level of social entrepreneurial activity in Puerto Rico and its potential for development. The importance for these ventures of combining their social mission with the financial feasibility is emphasized due to the difficulties to access external sources of financing. Finally, another area to strengthen in the future is their visibility: only 22 percent of the population surveyed said that in Puerto Rico you can often see companies that have as main objective to solve social problems, the lowest rate among all participating countries of Latin America. It is important that social entrepreneurs continue strengthening the measurement of their social impact and their effects in the community to receive recognition and expand their access to new sources of funds. As media has paid attention in recent years to cases of successful commercial enterprises, they can also contribute more effectively to the diffusion of social entrepreneurial activity.

## 1. Introducción

Los emprendimientos sociales representan una iniciativa empresarial particular dado el objetivo social y ambiental de los mismos. Este tipo de actividad emprendedora ha cobrado un amplio interés entre los investigadores de la disciplina de empresarismo según evidencia el crecimiento en la literatura en este tema. Asimismo, muchos gobiernos están colocando atención sobre este sector al legislar de manera específica para regir estos emprendimientos<sup>i</sup>. Incluso, aunque todavía hay un vasto camino que recorrer, se está comenzando a crear consciencia de la importancia de las métricas sobre los resultados o impacto social entre las empresas sociales, los donantes, los gobiernos y la academia.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en reconocimiento a la importancia de los emprendimientos sociales, seleccionó éste como tema especial en el año 2015. El objetivo principal es explorar la dimensión y frecuencia de la actividad emprendedora social en el contexto global y poder compararla con la prevalencia de los empresarios comerciales. El primer año en que GEM seleccionó este como tema especial fue en el 2009. En aquella ocasión se generó una metodología para distinguir a los empresarios sociales<sup>ii</sup> de los comerciales que se integró en el estudio del GEM. Se añadieron preguntas a la encuesta que se realiza a la población adulta (APS) así como a la encuesta que se realiza a los expertos nacionales (NES). En el 2009 participaron 49 países y fueron encuestadas 150,000 personas aproximadamente mientras que en el 2015 la participación consistió de 60 países y 167,793 adultos encuestados (Bosma, N., Schøtt, T. Terjesen, S. and Kew, P. 2016). En el caso de Puerto Rico, los resultados del 2015 son los únicos disponibles ya que no participó en el GEM 2009.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015 es el tercer informe consecutivo de Puerto Rico llevado

a cabo por el equipo de investigadores de la Universidad de Puerto Rico, Facultad de Administración de Empresas del Recinto de Río Piedras. El estudio inició en el año 1999 con diez economías desarrolladas y actualmente es el de mayor importancia y alcance en el tema de emprendimientos a nivel global. Debido a que los equipos de investigadores de todos los países participantes siguen una metodología homogénea, los resultados de las distintas economías son estandarizados y puedan ser analizados comparativamente.

La investigación sobre los emprendimientos sociales se caracteriza hasta ahora por trabajos teóricos y abundancia de estudios de casos. A pesar del crecimiento de la literatura en este tema, existen muy pocos estudios empíricos comparados entre países. De ahí la importancia de la metodología desarrollada para identificar y cuantificar los emprendimientos sociales en el contexto global desarrollada por GEM, así como de los estudios empíricos realizados por este proyecto de investigación en los años 2009 y 2015.

Este informe presenta los resultados de la actividad emprendedora social en Puerto Rico en el contexto global. En la parte introductoria se presenta el modelo conceptual GEM y la metodología utilizada. En la sección dos se discuten diferentes aspectos de la actividad emprendedora social en Puerto Rico de acuerdo a las definiciones desarrolladas por GEM. En la parte tres se abunda en torno al perfil demográfico de los emprendedores sociales en Puerto Rico. El énfasis de la parte cuatro es en el perfil de los emprendimientos sociales. En la sección cinco se expone la opinión de los expertos sobre diversos aspectos del entorno empresarial de Puerto Rico y los emprendimientos sociales. El informe termina con una sección de conclusiones. Todos los hallazgos son discutidos en comparación con los de

la región de América Latina y el Caribe y los Estados Unidos.

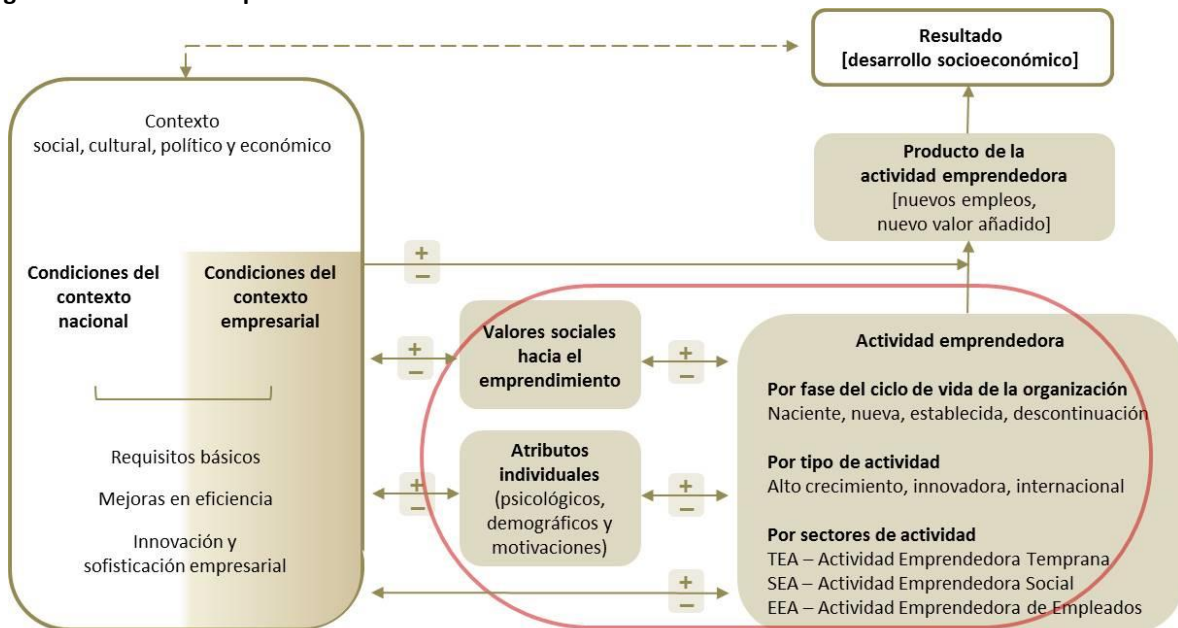
Este documento, así como los demás informes y las presentaciones realizadas por el equipo GEM Puerto Rico están disponibles en la página gem.uprrp.edu. Los informes también se pueden descargar de la página del Consorcio GEM (gemconsortium.org).

### 1.1 El modelo conceptual GEM

El modelo conceptual GEM está basado en la abundante literatura disponible en la disciplina de empirarismo. Este marco teórico, desde sus inicios

en el 1999, hace énfasis en que la actividad emprendedora es el resultado de la interacción del individuo con su entorno. El modelo emprendedor desarrollado es uno holístico que toma en consideración a la persona y sus cualidades en interacción con el entorno en el cual ésta se desenvuelve, a diferencia del análisis de la conducta emprendedora de un individuo desarraigada de su contexto. Como ilustra la Figura 1, el contexto socioeconómico cultural y político constituye el escenario en el cual los individuos, dados sus atributos particulares, interactúan con los distintos componentes del entorno, generando mayor o menor actividad emprendedora de los distintos tipos.

**Figura 1. Modelo conceptual GEM**



Este informe se concentra en una mirada profunda a la actividad emprendedora social, en sus distintas fases (naciente y operacional). El impacto de este tipo de emprendimiento en la economía y en la sociedad difiere de los de la actividad emprendedora

comercial regular ya que éstos tienen objetivos sociales y ambientales, además de perseguir la viabilidad económica que les permitirá operar en el largo plazo. Por tanto, las métricas de impacto social



de dichos emprendimientos reciben cada vez mayor atención.

La actividad emprendedora social (SEA, por sus siglas en inglés- *social entrepreneurial activity*) se define en este estudio desde un enfoque amplio y desde una perspectiva específica que se explica más adelante en este informe. El enfoque amplio define la actividad emprendedora social como *cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario*. Según destacan los autores del estudio global de empresarismo social 2015, esta definición está en armonía con las formuladas en el ámbito académico, así como con la de importantes entidades como ASHOKA y Fundación SKOLL. La definición específica que se presenta en la próxima sección precisa varios aspectos relevantes para distinguir a los emprendimientos sociales de las corporaciones sin fines de lucro, aspectos ampliamente discutidos en la literatura.

El *emprendedor social* se define como un individuo que está en la fase inicial de creación de un emprendimiento social o a cargo de una actividad emprendedora social en operaciones. La persona que, sola o con otros, está actualmente involucrada en una actividad emprendedora social y ha llevado a cabo gestiones específicas para su creación en los últimos doce meses, se define como emprendedor naciente. En el segundo caso, el emprendedor social está a cargo, ya sea como dueño o gerente, de un emprendimiento social en operación.

## **1.2 Metodología**

GEM desarrolló una serie de preguntas para distinguir a los emprendedores sociales de los comerciales. Estas preguntas se integraron a los instrumentos utilizados en las dos encuestas que componen el estudio: la encuesta a la población adulta (APS) y la realizada a los expertos nacionales (NES). La primera se realiza a una muestra probabilística representativa de 2000 adultos de

entre 18 y 64 años de edad. En Puerto Rico, esta encuesta la llevó a cabo la corporación Gaither International Inc. entre los meses de mayo a agosto de 2015. La encuesta a los expertos en los factores del entorno que afectan el emprendimiento en cada país se realiza a una muestra no probabilística de al menos 36 expertos nacionales distribuidos entre los 9 factores condicionantes de la actividad emprendedora, según el modelo teórico GEM: acceso a financiamiento, política pública, programas gubernamentales, educación y formación en emprendimiento, investigación, desarrollo y comercialización, infraestructura comercial y legal, apertura y dinámica del mercado interno, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales. A través de esta encuesta se obtienen opiniones en torno a los factores que influyen favorable o negativamente el emprendimiento en cada economía. Esta encuesta estuvo a cargo de los investigadores de GEM Puerto Rico y se realizó también entre mayo y agosto de 2015.

En la encuesta realizada a la población (APS), los empresarios sociales son identificados de acuerdo a la definición amplia de actividad emprendedora social como aquellas personas que estén llevando a cabo *cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario*. Dicha actividad emprendedora social puede estar en la fase naciente o en la operacional, según se explicó. Una vez identificados los emprendedores sociales de acuerdo a esta definición amplia, la metodología de recopilación de datos incluye preguntas de seguimiento con el objetivo de precisar los siguientes cinco aspectos adicionales de los emprendimientos sociales: 1) los empresarios sociales que tienen una misión social explícita y prioritaria, 2) los empresarios sociales que venden sus productos o servicios en el mercado, 3) los empresarios sociales que ofrecen una solución innovadora a un problema social o ambiental, 4) los empresarios sociales que reinvierten las ganancias en el objetivo social o ambiental de la organización y 5) los empresarios sociales que hacen un esfuerzo





por medir el impacto social de sus emprendimientos.

Para determinar los cinco aspectos descritos, los empresarios sociales identificados inicialmente de acuerdo a la definición amplia, debían contestar las siguientes cinco preguntas en una escala Likert del 1 al 5 en la cual 1 es totalmente falso y 5 es totalmente cierto.

1. Para mi organización, generar valor para la sociedad y el medioambiente es más importante que generar valor financiero para la empresa.
2. Mi organización opera en el mercado mediante la producción de bienes y servicios.
3. Mi empresa ofrece un producto o servicio nuevo o Mi empresa ofrece una nueva manera de producir un producto o servicio.

4. Las ganancias se reinvierten para servir el propósito social o ambiental de mi organización.
5. Mi organización pone gran esfuerzo en medir el impacto social y ambiental de sus actividades.

De la combinación de los primeros dos factores se generó una definición específica de emprendimiento social: aquella **organización conducida por la creación de valor social y basada en el mercado**. Esta definición está más cerca de la mayoría de las presentadas en la literatura ya que el primer aspecto *Valor social* valida la parte social mientras que el segundo hace referencia al aspecto empresarial de la organización o emprendimiento, de ahí el término compuesto de emprendimiento social.



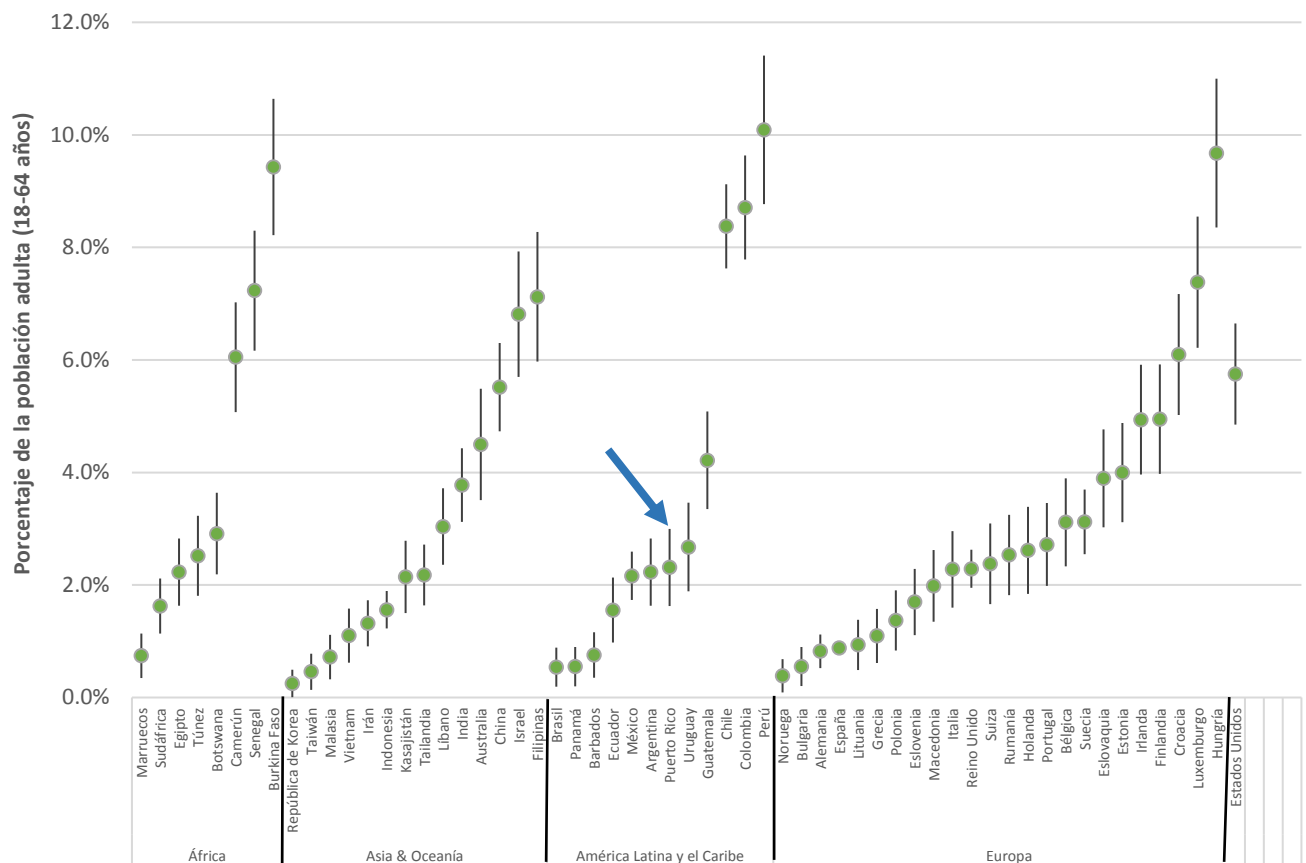
## 2. Actividad Emprendedora Social

### 2.1. Actividad emprendedora social: definición amplia

La Gráfica 1 presenta la tasa de actividad emprendedora social en la fase naciente (SEA naciente), por región geográfica, según la definición amplia de actividad emprendedora social. Se

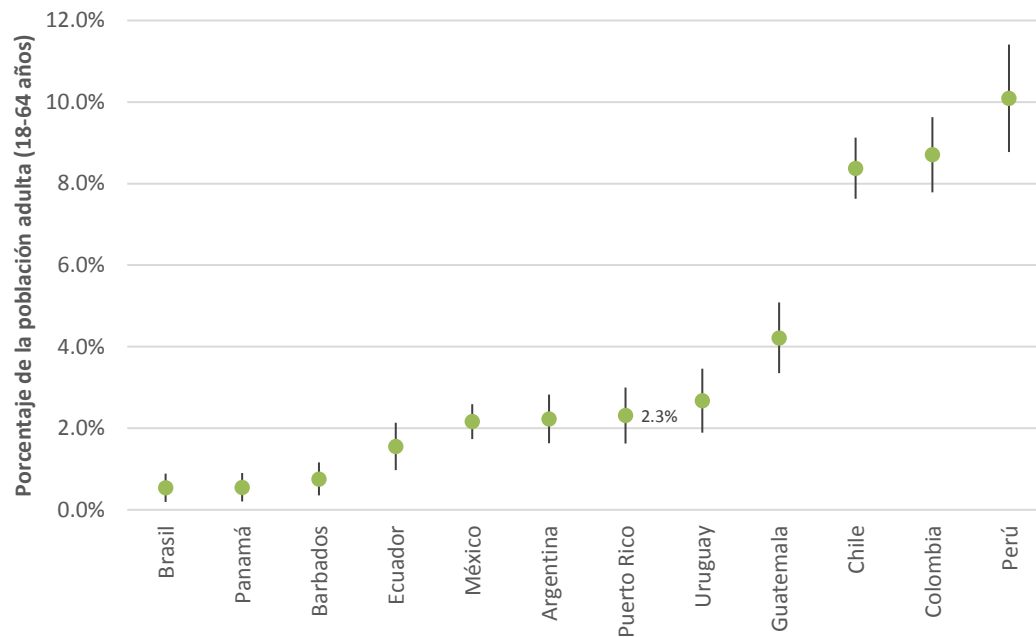
observa una amplia diversidad a nivel global. Esta oscila desde un mínimo de .25 por ciento en la República de Corea hasta un máximo de 10.09 por ciento en Perú. Sin embargo, la mayor parte de las economías tiene tasas por debajo del 4 por ciento. La tasa de Puerto Rico es de 2.31 por ciento.

Gráfica 1. Tasa de actividad emprendedora social naciente, por región geográfica, 2015



Nota: Las barras verticales representan el intervalo de 95% de confiabilidad.

Gráfica 2. Tasa de actividad emprendedora social naciente en la región de América Latina y el Caribe, 2015

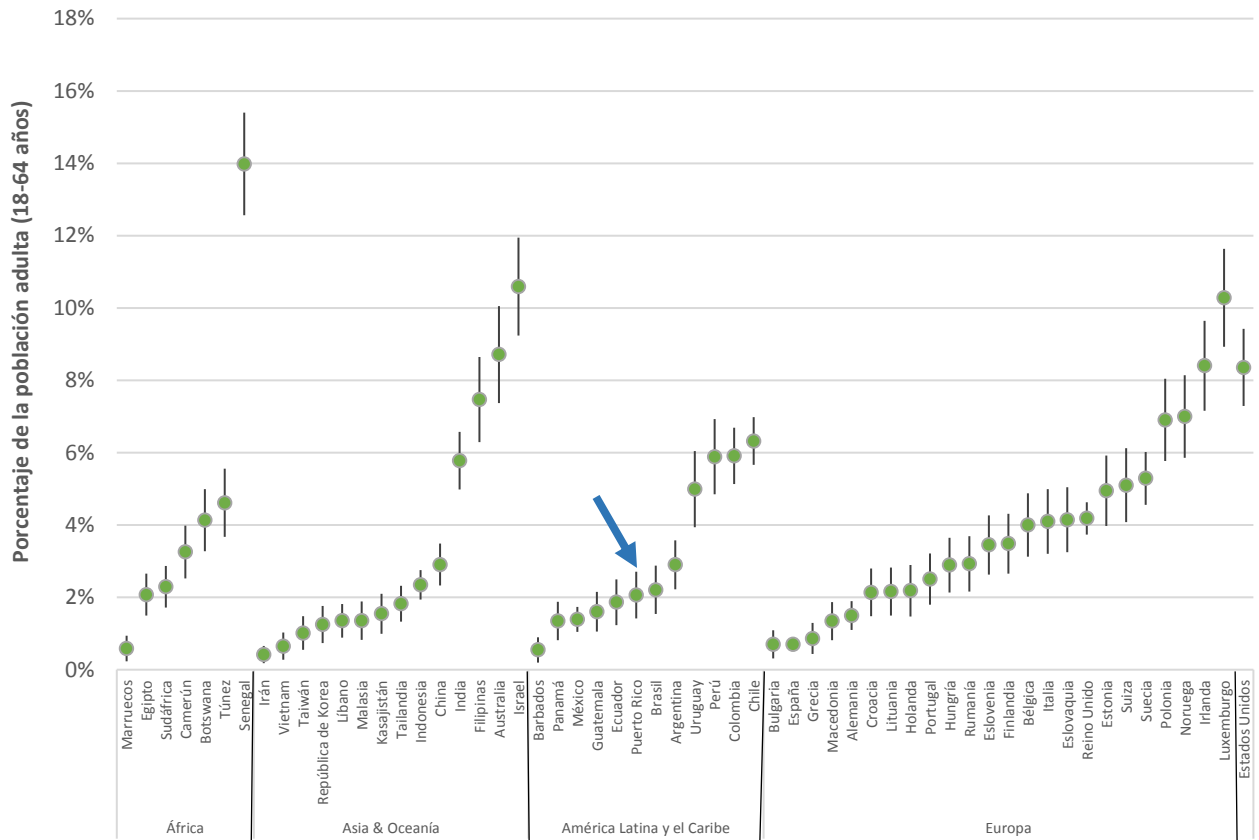


Nota: Las barras verticales representan el intervalo de 95% de confiabilidad.

La tasa de actividad emprendedora social naciente de Puerto Rico (2.31%) nos ubica en el punto medio de la región de América Latina y el Caribe junto con Argentina que resultó con un SEA naciente de 2.2 por ciento. Chile (8.4%), Colombia (8.7%) y Perú

(10.1%) ostentan tasas altas de emprendimientos sociales naciendo mientras que Brasil (.5%), Panamá (.6%) y Barbados (.8%) presentan tasas por debajo del 1 por ciento.

Gráfica 3. Tasa de actividad emprendedora social en operaciones, por región geográfica, 2015

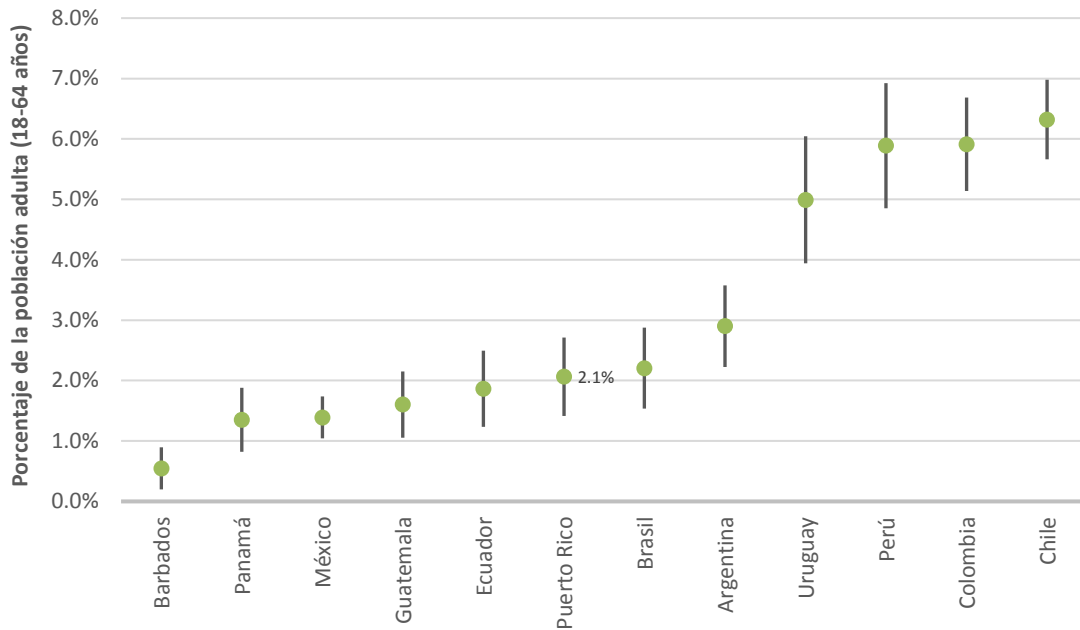


Nota: Las barras verticales representan el intervalo de 95% de confiabilidad.

La Gráfica 3 muestra las tasas de actividad emprendedora social en la fase operacional, para cuatro regiones geográficas y los Estados Unidos. Esta fluctúa desde .4 por ciento en Irán hasta 14 por ciento en Senegal. Se observa que en la mayoría de los casos estas tasas son bastante similares a las de la actividad emprendedora social naciente presentada en la Gráfica 1. Con excepción de dos países, las tasas se ubican por debajo del 10 por ciento, siendo la mayoría menores al 5 por ciento. Senegal (14.05) es el único país con tasas de

actividad emprendedora social por encima del 10 por ciento. La tasa de actividad emprendedora social en la fase operacional en Puerto Rico (2.1%) es casi la misma que en la fase naciente (2.3%). La tasa estadounidense es 3.7 por ciento, lo que no dista mucho de las observadas en la región de América Latina y el Caribe. Resulta interesante que en Estados Unidos, caso para el cual se puede comparar con los datos del estudio del año 2009, esta tasa ha permanecido casi constante: 3.59.<sup>iii</sup>

Gráfica 4. Tasa de actividad emprendedora social en operaciones en la región de América Latina y el Caribe, 2015

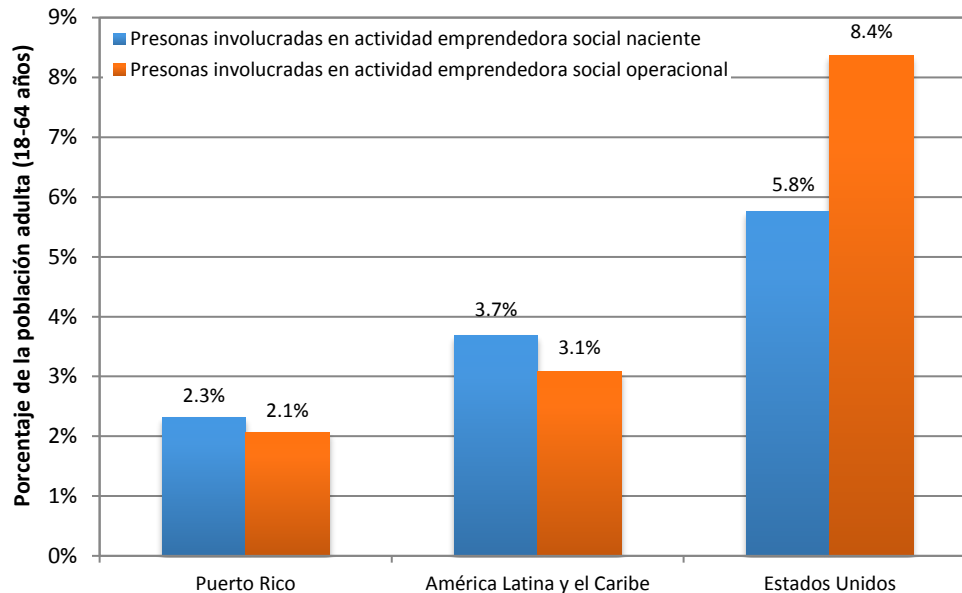


Nota: Las barras verticales representan el intervalo de 95% de confiabilidad.

En el contexto de América Latina y El Caribe, Puerto Rico se ubica nuevamente al centro de la región en términos de su tasa de actividad emprendedora social en operación (2.1%), junto a Brasil que tiene casi la misma tasa (2.2%). Al igual que en el caso de la tasa de actividad emprendedora social naciente,

Chile, Perú y Colombia resultaron con las tasas de actividad emprendedora social operacional más altas de la región, cercanas al seis por ciento, mientras que Barbados es el único país con una tasa por debajo del uno por ciento (.5%).

Gráfica 5. Actividad emprendedora social por fase en Puerto Rico, Estados Unidos y América Latina y el Caribe, 2015



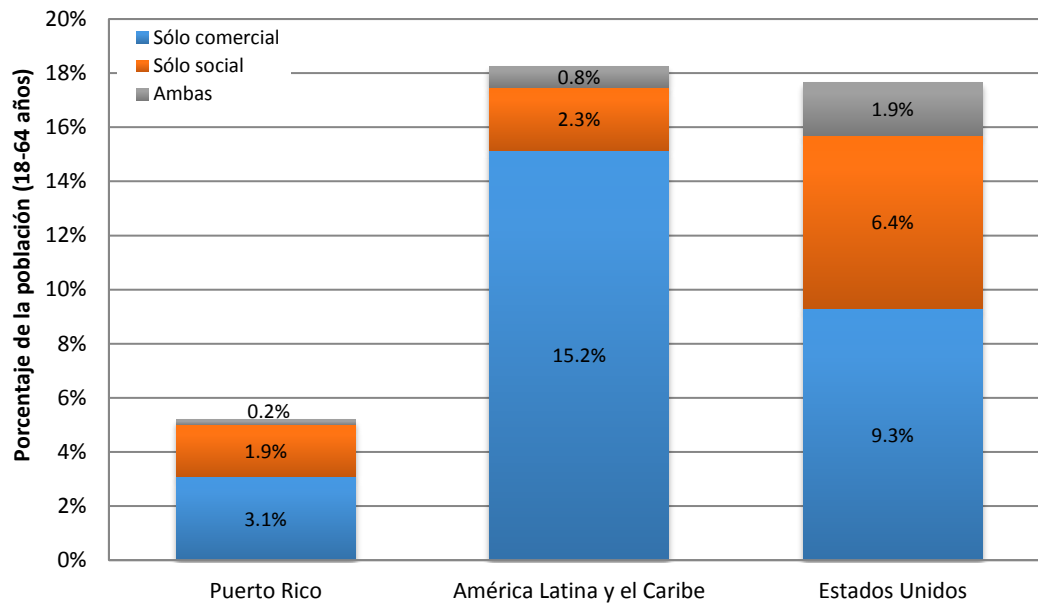
Según se expuso anteriormente en este informe, el emprendedor social se define como un individuo que está en la fase inicial de creación de un emprendimiento social o a cargo de una actividad emprendedora social en operaciones.

En Puerto Rico el 3.2 por ciento de la población adulta encuestada en el 2015 respondió que está llevando a cabo actividad emprendedora social. Como se observa en la gráfica 5, la distribución de dicha actividad es 2.3 por ciento en la fase naciente y 2.1 por ciento en la fase operacional. **En algunos casos el mismo emprendedor es parte de un emprendimiento social en operaciones y simultáneamente se encuentra en el proceso de creación de otro emprendimiento social (fase naciente).** Por esta razón, el porcentaje del total de emprendedores sociales es menor a la suma de los porcentajes de la actividad emprendedora en las fases naciente y operacional.

Los porcentajes de actividad emprendedora social en Puerto Rico en ambas fases, así como el total de emprendedores son menores, aunque cercanos, a los promedios de América Latina y el Caribe cuyo porcentaje total de emprendedores sociales es de 5.4 por ciento. Estados Unidos supera el promedio de la región Latinoamericana en todos los casos, alcanzando el 11 por ciento de emprendedores sociales. Tanto en Puerto Rico como en América Latina y el Caribe, la fase operacional de la actividad emprendedora social es levemente menor que la naciente. En el caso de Estados Unidos, sin embargo, los emprendimientos sociales en la fase operacional (8.4%) superan a los nacientes (5.8%).

Resulta de gran interés comparar la actividad emprendedora social con la comercial debido al impacto diferente que ambas tienen sobre la economía. La Gráfica 6 presenta la actividad emprendedora comercial en la fase operacional en comparación a la social y a aquellos emprendedores

Gráfica 6. Tasa de actividad emprendedora en la fase operacional: comercial, social y ambas en Puerto Rico, Estados Unidos y América Latina y el Caribe, 2015



que tienen ambos tipos de emprendimientos: comerciales y sociales en Puerto Rico, Estados Unidos y América Latina y el Caribe. <sup>iv</sup> La tasa de emprendimientos en la fase operacional equivale a la suma de la tasa de emprendimientos nuevos y establecidos del informe GEM regular. En los tres casos, la actividad emprendedora comercial en la fase operacional supera la social. No obstante, en Puerto Rico la actividad emprendedora social (2.1%) está más cerca de la comercial (3.3%) que en la región de América Latina y el Caribe y Estados Unidos. La disparidad mayor entre estos dos tipos de actividad emprendedora la presenta América Latina y Caribe con un 16 por ciento de actividad emprendedora comercial y solo un 3.1 por ciento de emprendimientos sociales operacionales. En todos los casos, el porcentaje de emprendedores que tiene ambos tipos de empresas es muy pequeño, siendo el porcentaje de Puerto Rico mínimo (.2%) y casi un dos por ciento en los Estados Unidos.

## 2.2 Actividad emprendedora social: características adicionales

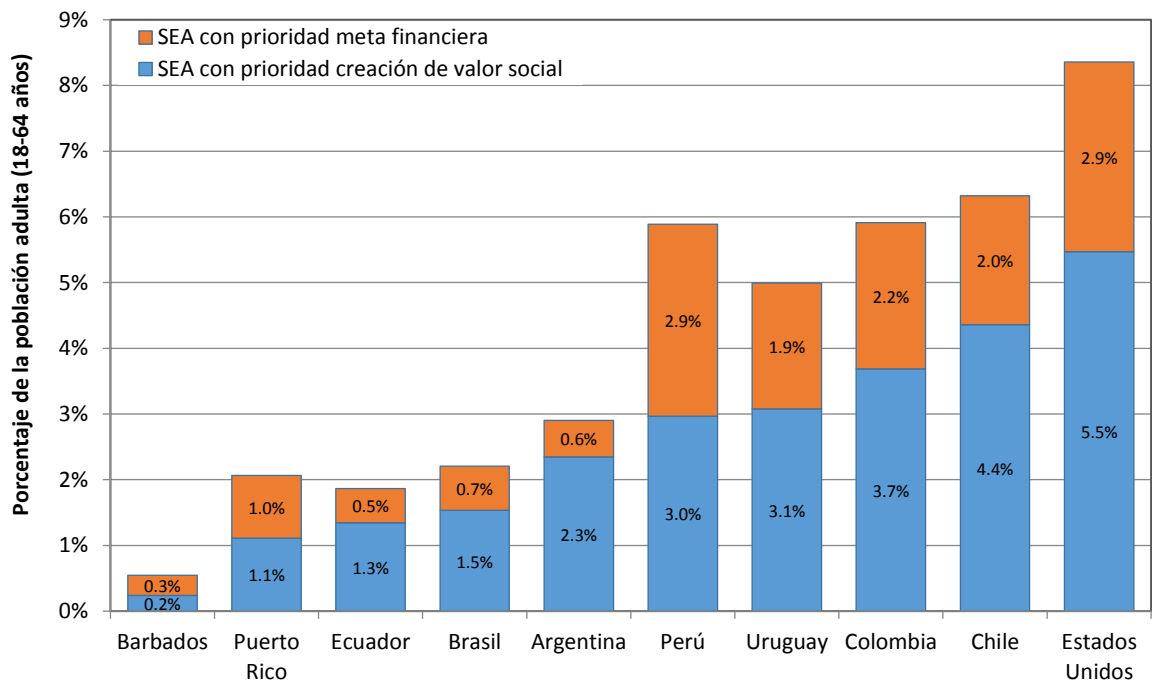
Según se explicó en la sección de metodología de este informe, además de la definición amplia de actividad emprendedora social distribuida entre las fases naciente y operacional, se incluyeron preguntas de seguimiento a los individuos identificados como empresarios sociales con el objetivo de precisar características adicionales de los emprendimientos sociales destacadas en la literatura. Los aspectos abordados en las preguntas adicionales son los siguientes: 1) misión social explícita y prioritaria, 2) venta de productos o servicios en el mercado, 3) solución innovadora a un problema social, 4) reinversión de ganancias y 5) esfuerzo por medir el impacto social del emprendimiento.

### 2.2.1 Misión social explícita y prioritaria

¿Hasta qué punto los empresarios sociales dan prioridad a las metas sociales y ambientales sobre las financieras? La premisa presentada a los emprendedores sociales fue: “Para mi organización, generar valor para la sociedad y el ambiente (creación de valor) es más importante que generar valor financiero para la empresa (captación de valor)”. Los empresarios debían responder en una escala Likert de 5 puntos donde un valor de 1

significa que el empresario considera la premisa totalmente falsa, un valor de 3 representa una respuesta neutral y un valor de 5 significa que el empresario considera la premisa totalmente cierta. La gráfica 7 muestra los resultados. Se considera que una respuesta por encima de 3 identifica un emprendimiento que prioriza la creación de valor social (SEA con creación de valor dominante), mientras por debajo de 3 señala un emprendimiento que da más importancia a la generación de valor financiero (SEA sin creación de valor dominante).

**Gráfica 7. Actividad emprendedora social en operaciones: relación de creación de valor social vs meta financiera, en América Latina y el Caribe y Estados Unidos, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por Estados Unidos y 9 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes en GEM 2015.

En Puerto Rico la actividad emprendedora social que da prioridad a la creación de valor social (1.1%) es casi igual a la que prioriza la captación de valor o meta financiera (1.0%). Lo mismo ocurre en Barbados y Perú. No obstante, en el resto de los

países de la región de América Latina y el Caribe, el SEA con creación de valor social dominante es notablemente mayor, del que prioriza las metas financieras de la organización.

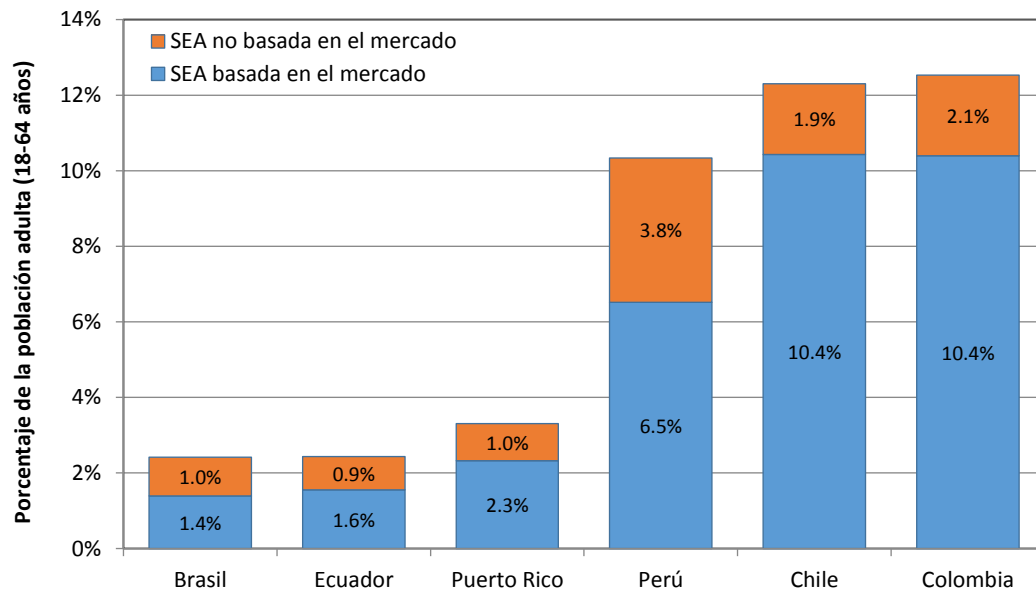
Según comentan los autores del informe global de empresarismo social, a pesar de que la creación de valor se refiere a objetivos sociales y ambientales, a menudo éstos son difíciles de separar y se consideran juntos en las definiciones de emprendimientos sociales. En este estudio se le preguntó a los emprendedores sociales si dan prioridad a objetivos sociales o ambientales. La premisa presentada fue la siguiente: “Mi organización pone más énfasis en el valor social que el valor ambiental”. La mayoría de los emprendedores sociales estuvieron de acuerdo con esta declaración (respuestas de 4 y 5 en la escala Likert descrita).

### 2.2.2 Venta de productos o servicios en el mercado

La definición amplia presentada al inicio de este informe en la cual se define actividad emprendedora social como *cualquier tipo de actividad, organización*

*o iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario*, ciertamente provee espacio para la inclusión de organizaciones que operen al margen del mercado. En este caso se trataría de organizaciones que, aunque tienen un objetivo social, ambiental o comunitario, operan en su totalidad o al menos en un porcentaje importante, con fondos provistos por donantes. No obstante, según se plantea en la literatura, la actividad emprendedora social debe generar sus ingresos, al menos gran parte de éstos, en el mercado. Con la intención de precisar este aspecto, a los empresarios sociales se les presentó la siguiente premisa: “Mi organización opera en el mercado mediante la producción de bienes y servicios”. Los emprendimientos de aquellos que estuvieron de acuerdo con esta declaración se clasifican como emprendimientos basados en el mercado, a diferencia de los que respondieron que dicha declaración es falsa en cuyo caso sus emprendimientos se clasifican como no-basados en el mercado.

**Gráfica 8. Actividad emprendedora social (naciente o en operaciones) basada en el mercado, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes.



El 2.3 por ciento de la actividad emprendedora social en Puerto Rico está basada en el mercado mientras que el 1.0 por ciento no lo está. Según se aprecia en la Gráfica 8, todos los países de la región de América Latina y el Caribe muestran un porcentaje mayor de emprendimientos sociales basados en el mercado frente a los que no lo están. Tomando en consideración las dificultades fiscales a nivel mundial y la creciente competencia por fondos de donantes entre las empresas sociales, este dato es positivo en la medida en que provee estabilidad a los emprendimientos y por tanto a la continuidad de consecución de la meta social.

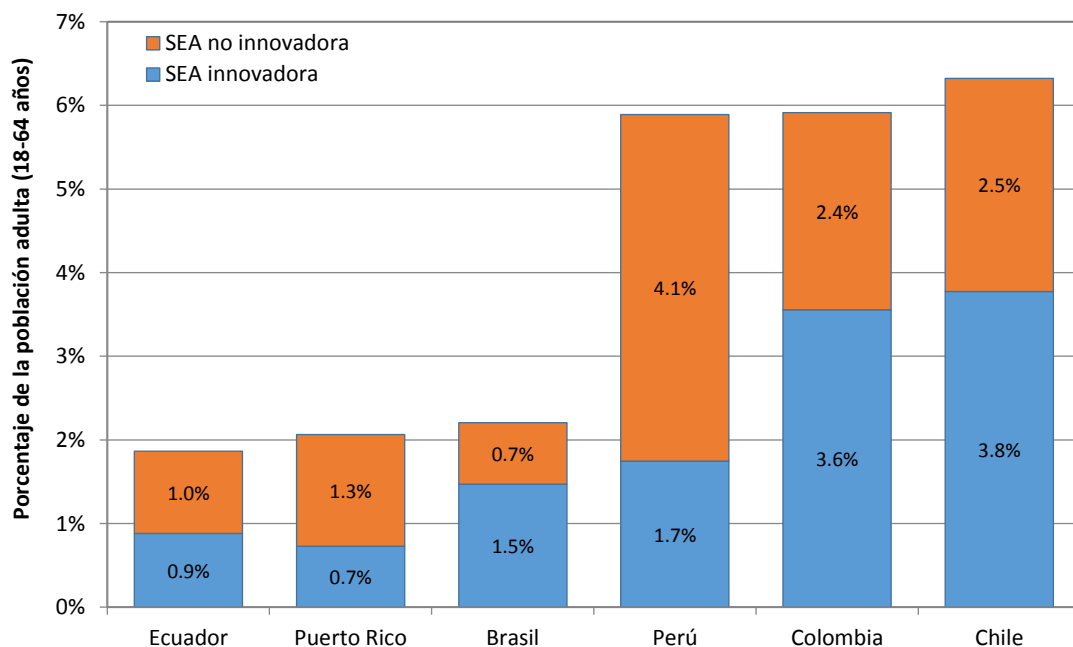
### 2.2.3 Soluciones innovadoras a los problemas sociales

La literatura sobre empresarismo social resalta que parte inherente de un emprendimiento social es la

innovación: atender el problema social identificado con acercamientos y soluciones innovadoras, ya que el problema no existiría si la manera tradicional de atender la situación fuese adecuada. La característica de innovación se atendió en este estudio mediante las siguientes premisas: “Mi organización ofrece un producto o servicio nuevo” y “Mi organización ofrece una manera nueva de producir un producto o servicio”. Los emprendimientos de aquellos que estuvieron de acuerdo con esta declaración se clasifican como emprendimientos innovadores (SEA de innovación).

La actividad emprendedora social innovadora (.7%) en Puerto Rico es menor que la no innovadora (1.3%). Este es el caso también de Ecuador y Perú. Sin embargo, en Brasil, y especialmente en Colombia y Chile los emprendimientos sociales innovadores superan a los no innovadores.

**Gráfica 9. Actividad emprendedora social en operaciones que innova en productos y/o procesos, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes.

### 2.2.4 Reinversión de ganancias

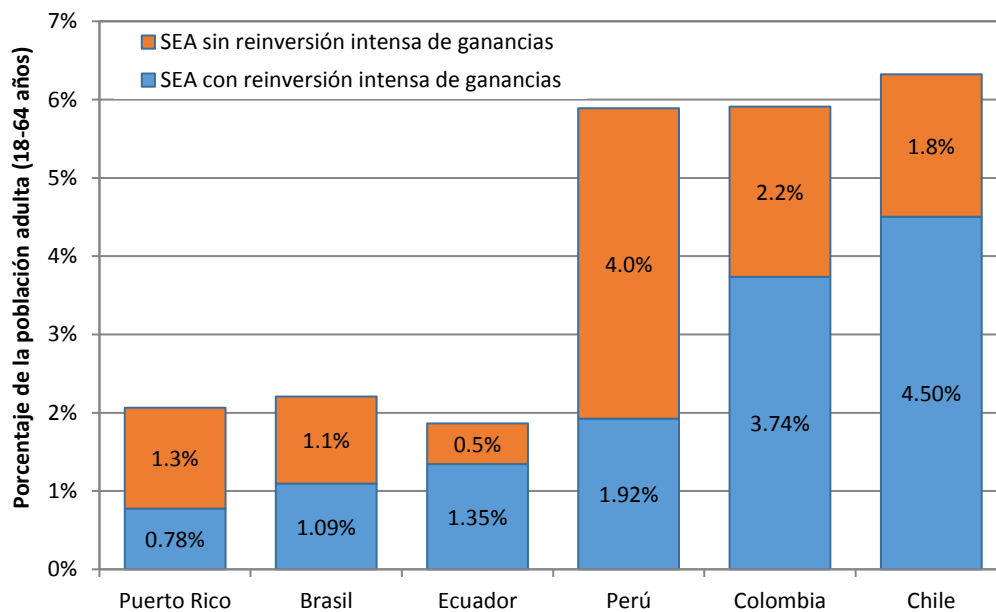
Existen diferentes puntos de vista en torno a la reinversión de ganancias en una empresa social. Muhammad Yunus<sup>9</sup>, en su filosofía de negocio social, por ejemplo, sostiene la posición de que en un emprendimiento social la totalidad de las ganancias se deben reinvertir en la consecución de las metas sociales. Según esta visión, ningún dividendo sería pagado a los dueños del emprendimiento.

La Gráfica 10 muestra la tasa de emprendimientos sociales en operación con una reinversión intensa de ganancias. La premisa que se presentó a los emprendedores sociales fue: “Las ganancias se reinvertirán para servir el propósito social o ambiental de mi organización”. Aquellos que respondieron que están de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta declaración se consideran como

emprendimientos con reinversión intensa de ganancias.

De los países de la región, Puerto Rico tiene el porcentaje más bajo (.78%) de emprendimientos sociales que realizan reinversión intensa de ganancias. Tanto en nuestro caso como en Perú los que reinvierten de manera intensa son un grupo menor que los que no reinvierten fuertemente. En el caso de Brasil, ambos grupos representan el mismo porcentaje. Por otro lado, Ecuador, Colombia y Chile tienen un porcentaje más alto de emprendimientos sociales que reinvierten sus ganancias de manera intensa en proporción a los que no lo hacen. Es razonable pensar que los emprendimientos que reinvierten sus ganancias con intensidad se desarrollarán de manera más estable y tendrán mejores métricas de impacto social.

**Gráfica 10. Actividad emprendedora social en operaciones que reinvierte gran parte de sus ganancias, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes en GEM 2015.

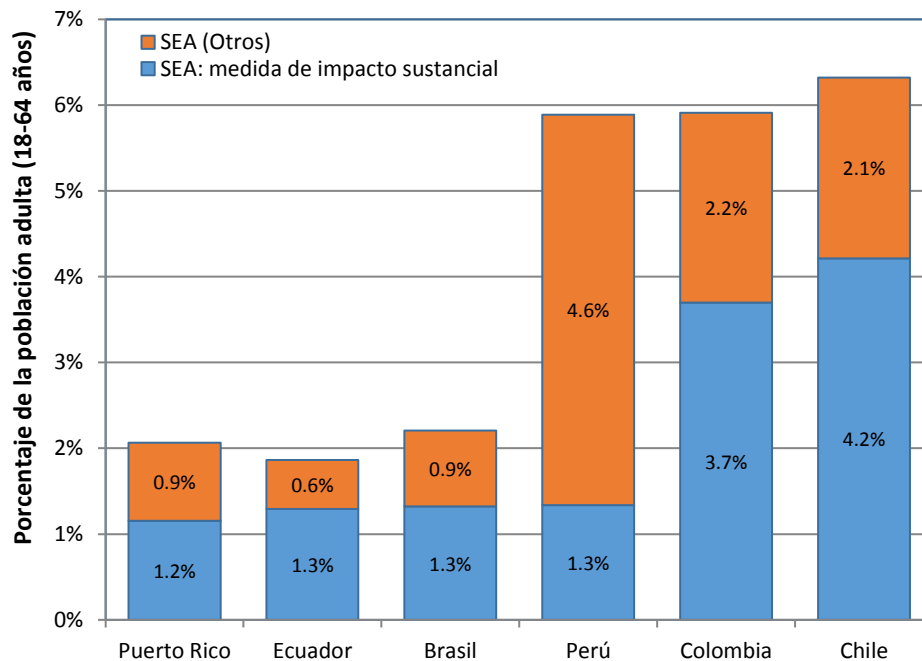
### 2.2.5 Medición del impacto social del emprendimiento

El tema de métricas de impacto social se ha perfilado como de gran importancia para las empresas sociales. Ello es debido a la necesidad de evidenciar el impacto social de la empresa para los emprendedores, los inversores, los donantes, los receptores del servicio y todos los interesados o *stakeholders* de la organización. En un mundo de creciente competencia de empresas sociales, ello resulta de particular importancia para los donantes o inversores sociales que buscan que sus aportaciones monetarias tengan el mayor impacto social posible. Este destacado aspecto de los emprendimientos sociales se estudió en este

informe a través de la siguiente premisa formulada a los emprendedores: “Mi organización pone gran esfuerzo en medir el impacto social y ambiental de sus actividades”. La Gráfica 11 presenta los porcentajes de aquellos que estaban de acuerdo o muy de acuerdo a esta aseveración.

Resulta muy positivo observar en todos los países, excepto Perú, que el porcentaje mayor es el de aquellas actividades emprendedoras sociales que colocan gran esfuerzo en medir su impacto social. En Puerto Rico el 1.2 por ciento de los emprendimientos sociales en operación tienen métricas de impacto, versus el .9 por ciento que no hace un esfuerzo grande por medir resultados.

**Gráfica 11. Actividad emprendedora social en operaciones con medición de impacto, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes en GEM 2015.

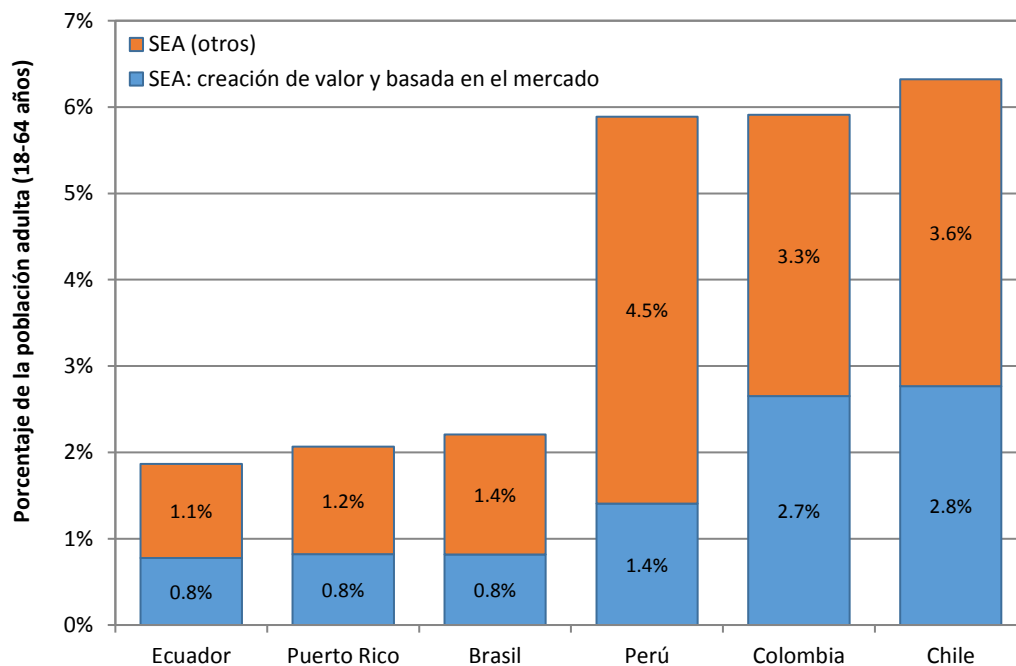
### 2.3 Actividad Emprendedora Social: definición específica

La definición específica de emprendimiento social utilizada en este estudio se generó de la combinación de las primeras dos características discutidas en las secciones anteriores: aquella *organización conducida por la creación de valor social y basada en el mercado*. Según se comentó anteriormente, esta definición está más cerca de la mayoría de las presentadas en la literatura sobre empresarismo social ya que el primer aspecto (valor

social) valida la parte social mientras que el segundo (basada en el mercado) hace referencia al aspecto empresarial de la organización, de ahí el término compuesto de emprendimiento social.

Menos de la mitad de los emprendimientos considerados como SEA en operaciones de acuerdo a la definición amplia serían considerados como SEA de acuerdo a esta definición específica. Esto ocurre tanto en Puerto Rico como como en el resto de países de América Latina participantes. Si atendemos a la definición específica, serían considerados SEA sólo el 0.8% de los emprendimientos.

**Gráfica 12. Emprendimientos sociales según definición específica: organización conducida por creación de valor y basada en el mercado, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



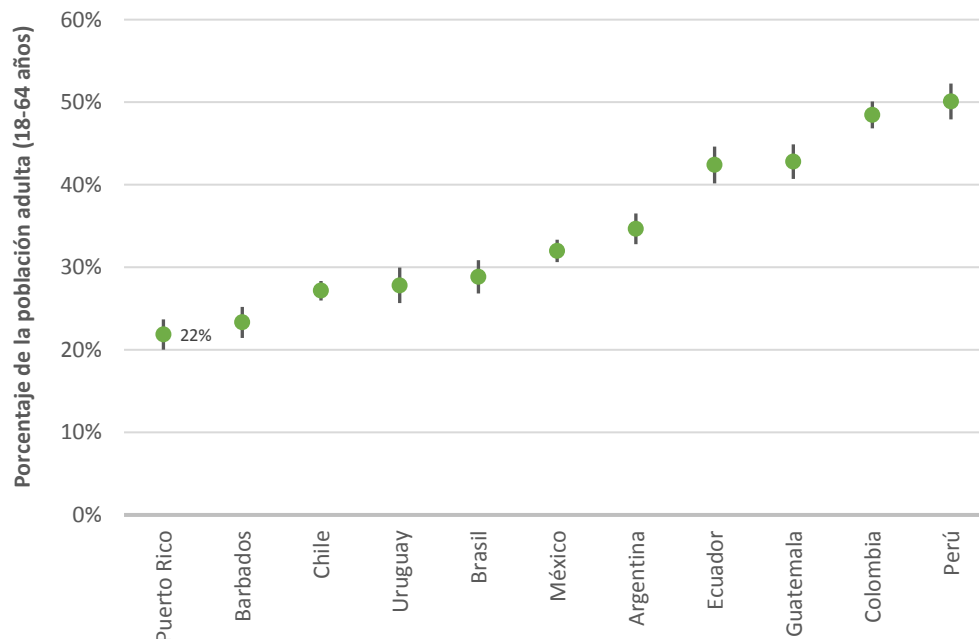
Nota: Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes en GEM 2015.

## 2.4 Actividad Emprendedora Social: visibilidad entre la población

El aumento que se ha evidenciado en los últimos años en los urgentes retos ambientales y sociales que enfrentamos a nivel global, ha contribuido a elevar la conciencia y la visibilidad sobre aquellas empresas dirigidas a resolver al menos algunos de dichos retos de forma sustentable. Este estudio explora la visibilidad de las empresas sociales en las respectivas sociedades participantes, de acuerdo a

la población adulta (18 a 64 años) que participó en la encuesta GEM 2015. La Gráfica 13 presenta los porcentajes de la población adulta de los 12 países de la región de América Latina y el Caribe que respondió afirmativo a la pregunta: “En mi país, a menudo se ven empresas que tienen como objetivo principal resolver problemas sociales”. En este aspecto, Puerto Rico obtuvo el porcentaje más bajo de la región (22%) junto a Barbados (23%) mientras que Colombia (48%) y Perú (50%) obtuvieron los más altos. El resto de los países obtuvieron porcentajes entre 27 y 43 por ciento.

**Gráfica 13. Visibilidad de emprendimientos sociales cuyo propósito principal es solucionar problemas sociales, en la región de América Latina y el Caribe, 2015**

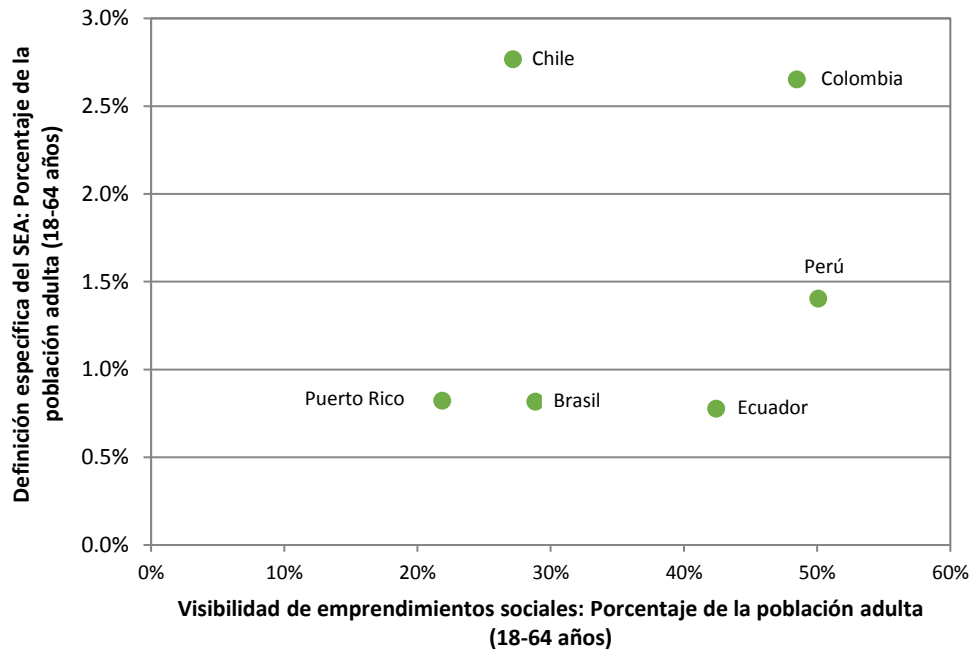


Nota: Las barras verticales representan el intervalo de 95% de confiabilidad. Esta gráfica está basada en una pregunta opcional, incluida por 6 de los 12 países de América Latina y el Caribe participantes en GEM 2015.

La Gráfica 14 profundiza en este aspecto ya que presenta la definición específica de empresarismo social y la visibilidad de los empresarios sociales en cada sociedad. Según se observa, no hay un patrón definido. En el caso de Colombia que exhibe una de las tasas más altas de actividad emprendedora social de la región según la definición específica, también tiene una tasa alta (48%) de visibilidad de los emprendimientos sociales. Sin embargo, Ecuador, aunque tiene una tasa de actividad emprendedora social por debajo del uno por ciento, resultó con una alta tasa de visibilidad (42%). Esto confirma que la

actividad emprendedora social propiamente y el esfuerzo de darle visibilidad a dicha actividad son dos cosas distintas. Dicho esfuerzo puede darse tanto de parte de las mismas empresas sociales, como de parte de los medios o del gobierno. Al igual que se plantea con el empresarismo comercial, la visibilidad social aumenta el reconocimiento a estos emprendimientos, lo que puede servir de inspiración a empresarios sociales potenciales. Puerto Rico muestra una tasa de actividad emprendedora social de .8 por ciento y la tasa más baja de visibilidad (22%).

**Gráfica 14. Visibilidad de emprendimientos sociales versus la actividad emprendedora social (SEA), en la región de América Latina y el Caribe, 2015**



Nota: Esta gráfica está basada en los 6 países de América Latina y Caribe que incluyeron la pregunta opcional de visibilidad, GEM 2015.

### 3. Perfil demográfico de los emprendedores sociales y comerciales

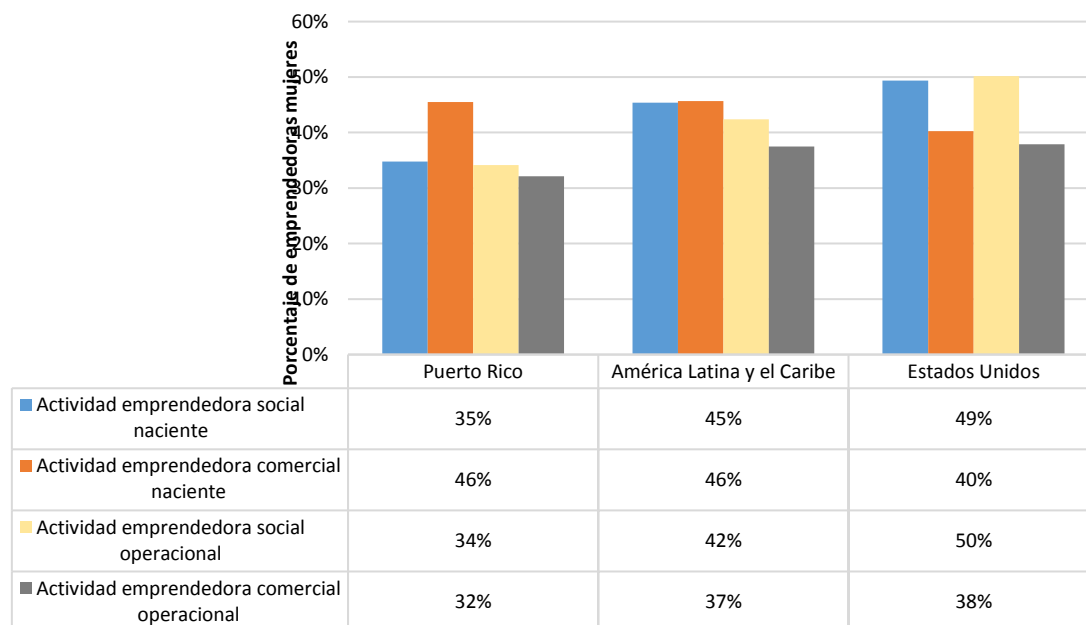
#### 3.1 Género

De acuerdo al informe Global de Empresarismo Social (Bosma et al., 2016), en muchas regiones la brecha de género en la actividad emprendedora social es menor que en la actividad comercial. Esta tendencia no se observa en el caso de Puerto Rico en donde las empresarias representan únicamente el 35 por ciento de la actividad emprendedora social naciente y el 34 por ciento en la fase operacional, mientras en la actividad emprendedora comercial naciente son el 46%, y el 32% en la comercial operacional.

La Gráfica 15 muestra el porcentaje de mujeres dentro de cada grupo de actividad emprendedora para Puerto Rico, América Latina y el Caribe y

Estados Unidos. Como se explicó anteriormente, la tasa de actividad emprendedora operacional equivale a la suma de las tasas de emprendimientos nuevos y establecidos en el informe GEM regular. En los tres casos, la actividad emprendedora comercial en la fase operacional tiene los porcentajes más bajos de emprendedoras: 32%, 37% y 38% respectivamente. Se observa que en Puerto Rico como en América Latina y el Caribe la actividad emprendedora comercial naciente tiene el porcentaje mayor de empresarias (46%). En Estados Unidos sin embargo la actividad emprendedora con el porcentaje femenino mayor es la social tanto en la fase operacional (50%) como en la fase naciente (49%), lo que coincide con la observación hecha por los autores del informe global en torno a la brecha de género más reducida en el empresarismo social.

Gráfica 15. Emprendedoras activas en emprendimientos sociales y comerciales, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015



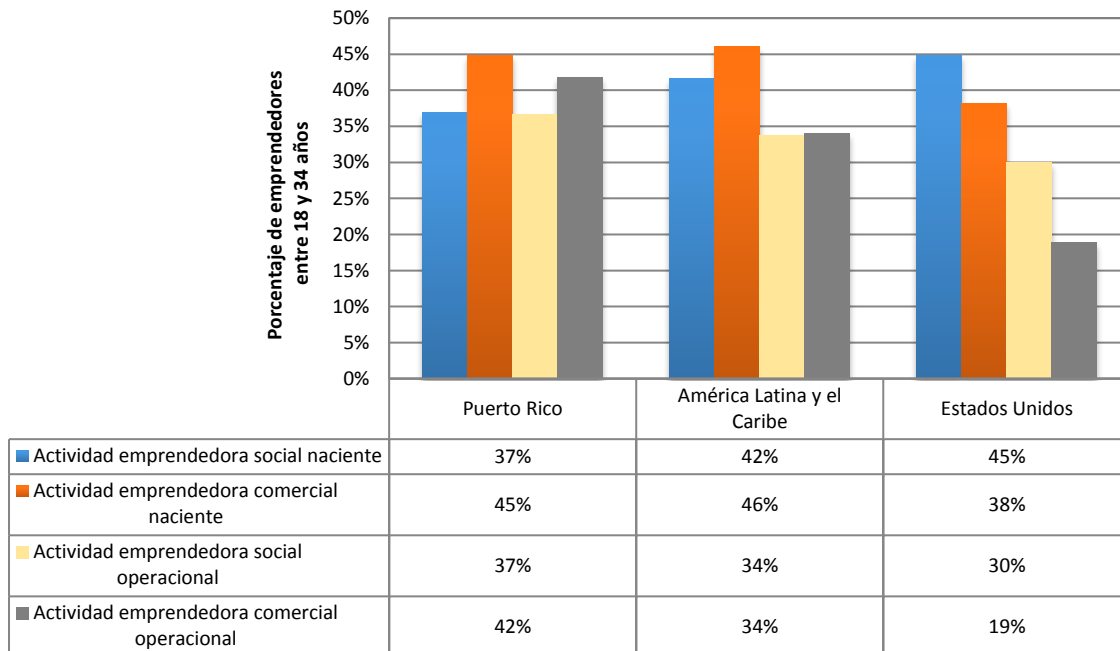
Nota: La gráfica presenta las medias no ponderadas de los países, GEM 2015.

### 3.2 Edad

Con respecto a los empresarios jóvenes, el informe Global de Empresarismo Social expone que en general, las generaciones más jóvenes pueden estar más interesadas en hacer cambios positivos en sus sociedades a través de la actividad emprendedora social. **La Figura 16 presenta los empresarios jóvenes (18-34 años) activos en emprendimientos sociales y comerciales por fase para** Puerto Rico, América Latina y el Caribe y Estados Unidos. En Puerto Rico los emprendedores jóvenes son el 37 por ciento del

grupo de actividad emprendedora social tanto en su fase naciente como operacional. En los Estados Unidos el porcentaje de jóvenes en el grupo de actividad emprendedora social naciente alcanza el 45 por ciento, aunque en la fase operacional se reduce al 30 por ciento. Este porcentaje, aunque más bajo que en la fase naciente en los Estados Unidos, no deja de ser un porcentaje importante. En América Latina y el Caribe al igual que en Puerto Rico, el grupo de emprendedores jóvenes tienen el porcentaje mayor (46%) y (45%) respectivamente en la actividad emprendedora comercial naciente.

**Gráfica 16. Emprendedores entre 18 y 34 años activos en emprendimientos sociales y comerciales, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015**



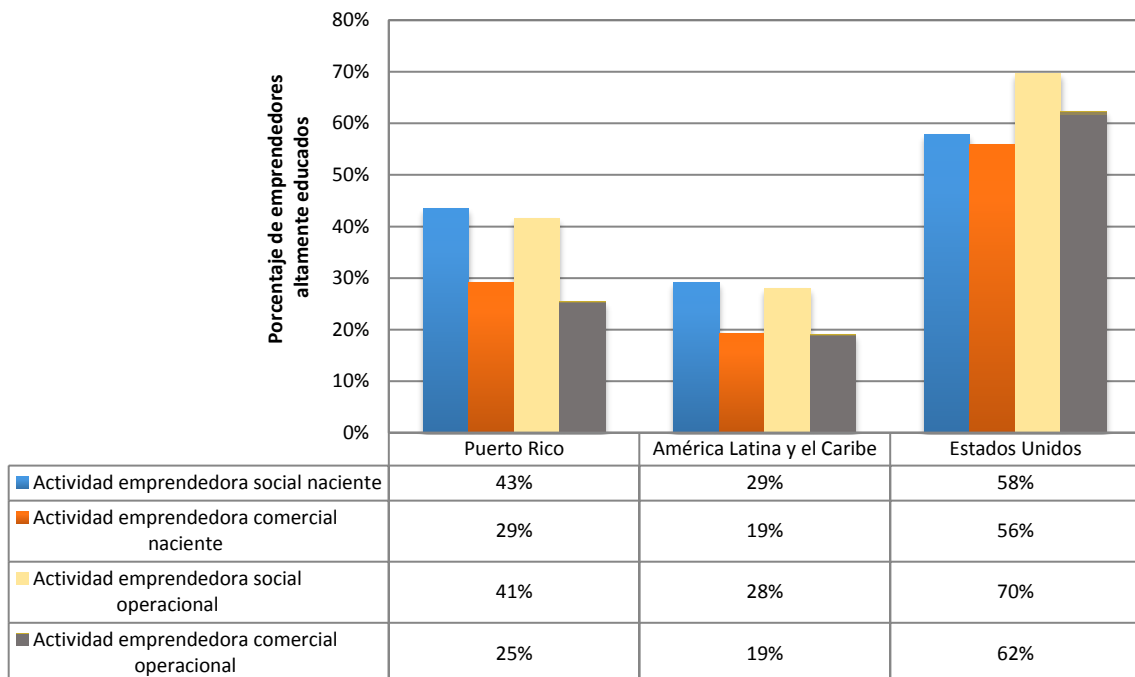


### 3.3 Educación

La Gráfica 17 muestra el porcentaje de emprendedores con un nivel alto de educación dentro de cada grupo de actividad emprendedora en Puerto Rico, América Latina y el Caribe y Estados Unidos. Los niveles de educación fueron codificados en el estudio según las categorías de las Naciones Unidas. El nivel de educación baja incluye la educación preescolar, educación primaria y educación secundaria inferior. Según esta definición, el nivel de educación alto es el que se imparte en las universidades, en las academias superiores o en las instituciones de educación vocacional a nivel post secundario, entre otros (educación terciaria superior). Resulta interesante que el porcentaje de personas altamente educadas es más alto en el grupo de actividad emprendedora

social que en la comercial (tanto en la fase naciente como en la operacional). En Estados Unidos el grupo de actividad emprendedora social operacional tiene el 70 por ciento de empresarios con un nivel educativo alto. En segundo término, el de actividad emprendedora social naciente tiene 58 por ciento de empresarios con alto nivel educativo. En el caso de Puerto Rico, aunque los porcentajes son más bajos que en los Estados Unidos, la actividad emprendedora social es también la que cuenta con los empresarios de nivel educativo alto, tanto en la fase naciente (43%) como en la operacional (41%). En la región de América Latina y el Caribe se observa la misma tendencia. Particularmente interesante es que estos porcentajes casi duplican las personas con un alto nivel educativo en la sociedad adulta en general.

**Gráfica 17. Porcentaje de emprendedores altamente educados, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015**

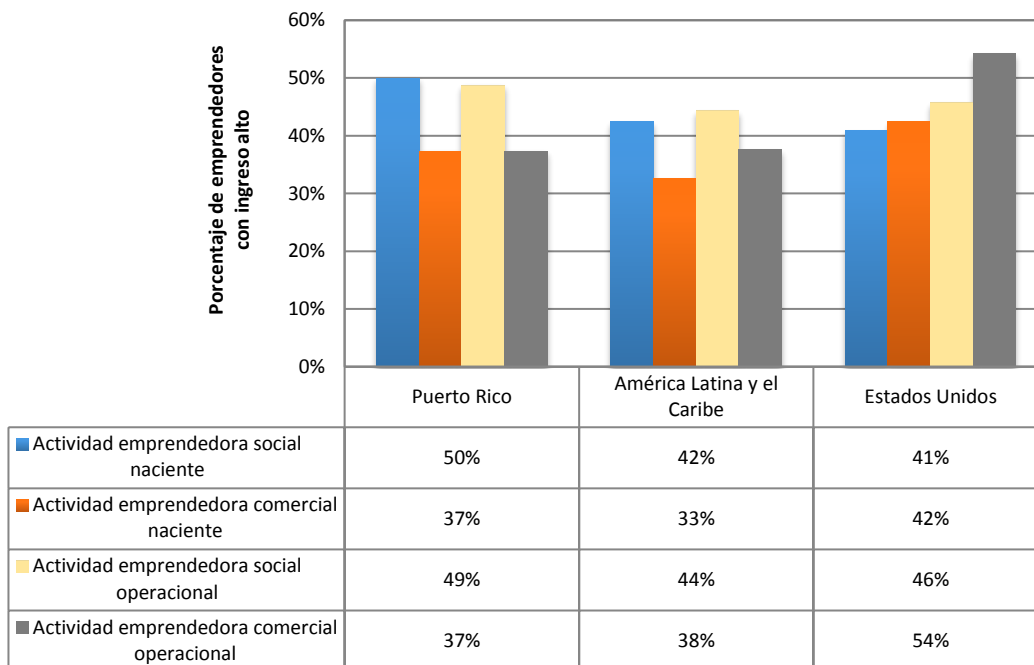


### 3.4 Ingreso

La Gráfica 18 muestra el porcentaje de emprendedores con un nivel alto de ingresos dentro de cada grupo de actividad emprendedora. Los porcentajes representan aquellos emprendedores ubicados en el tercio más alto de ingresos de su sociedad. Se observa que en Puerto Rico el grupo de actividad emprendedora social naciente y

operacional tiene mayores porcentajes de emprendedores con altos ingresos que el grupo de actividad emprendedora comercial: 50 por ciento en la fase naciente y 49 por ciento en la operacional. Esta tendencia se repite en América Latina y el Caribe en donde la actividad emprendedora social tiene los empresarios de mayores ingresos: 42 por ciento en la fase naciente y 44 por ciento en la operacional.

Gráfica 18. Porcentaje de emprendedores con alto ingreso, por fase, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015



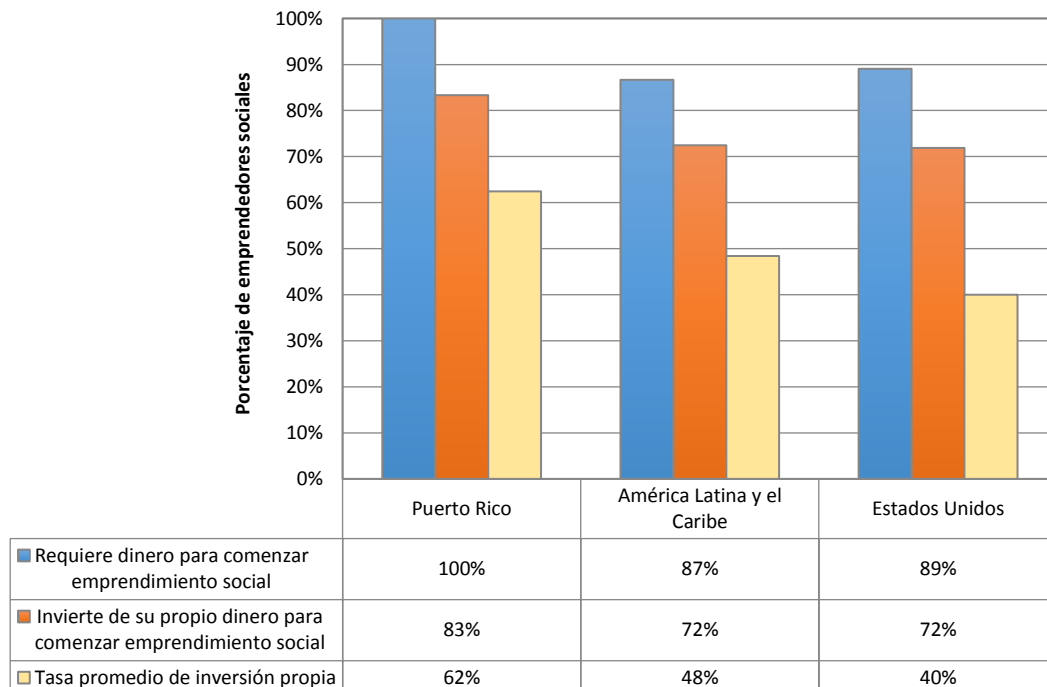
## 4. Los Emprendimientos Sociales

### 4.1 Financiamiento requerido y fuentes de financiamiento para comenzar el emprendimiento social

Al igual que en el caso de los emprendimientos comerciales, para los emprendimientos sociales el financiamiento es un asunto de particular importancia. La Gráfica 19 presenta el

financiamiento requerido para iniciar la empresa social, de acuerdo a la definición amplia presentada al inicio en este informe: *cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario*. La aportación realizada por los emprendedores incluye préstamos y patrimonio mientras que **la tasa promedio de inversión propia se refiere a la inversión del emprendedor como por ciento** de la inversión total requerida.

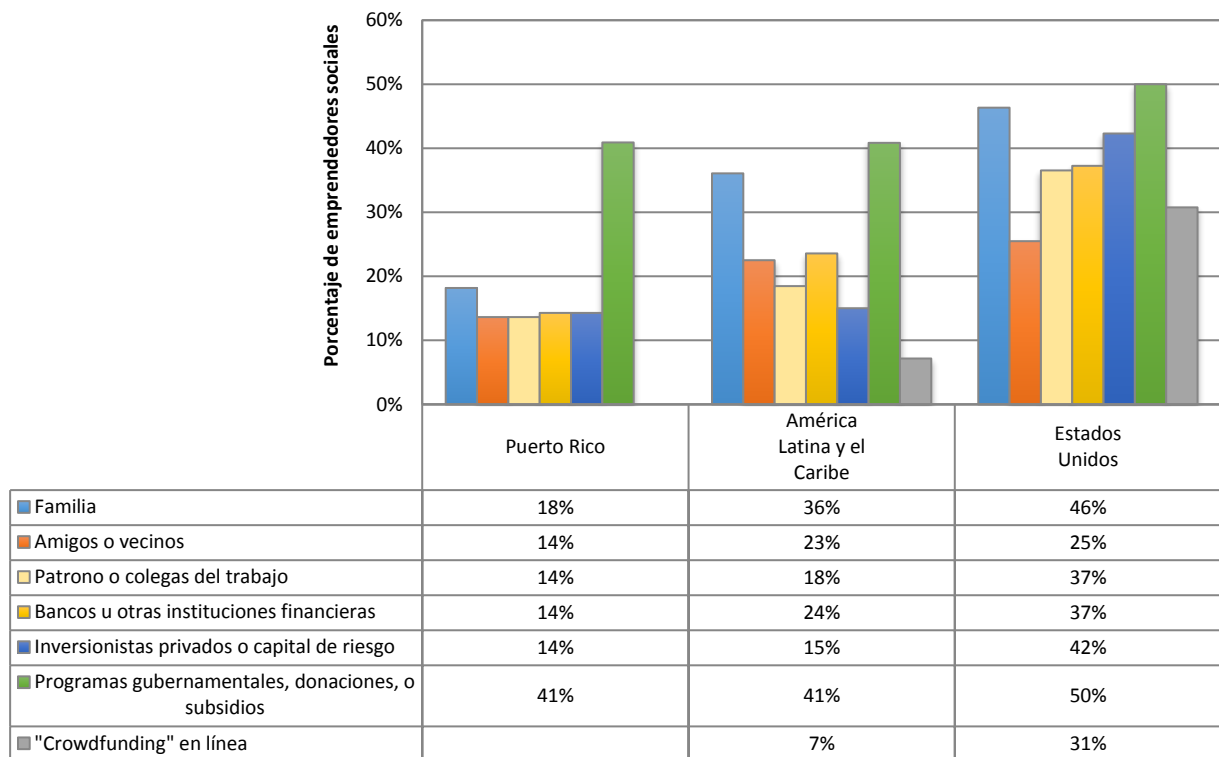
Gráfica 19. Financiamiento requerido para comenzar la empresa social, Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015



Como se observa, en los tres casos estudiados, los emprendedores respondieron que requerían dinero para comenzar el emprendimiento social. En Puerto Rico se obtuvo un 100 por ciento de respuestas afirmativas a esta pregunta mientras que en América Latina y el Caribe (87%) y en los Estados Unidos (89%) estos porcentajes resultaron un poco más bajos. En armonía con esto, en Puerto Rico un porcentaje mayor de empresarios sociales invierten su propio dinero en la empresa con una tasa

promedio de inversión también mayor (62%). En los otros dos casos presentados, solo el 72 por ciento invierte su propio dinero en la empresa social y tienen tasas de inversión menores: 48 por ciento en América Latina y el Caribe y solo 40 por ciento en los Estados Unidos. Ello podría ser indicio de mayor disponibilidad de financiamiento para la actividad emprendedora social, particularmente en los Estados Unidos.

**Gráfica 20. Otras fuentes de financiamiento para comenzar el emprendimiento social en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015**



La Gráfica 20 muestra la distribución de las respuestas ofrecidas a la pregunta realizada a los emprendedores sociales: ¿Ha recibido usted o espera recibir dinero- préstamos o aportaciones- de alguna de las siguientes fuentes? Se aprecia con claridad como todavía los programas gubernamentales, las donaciones y los subsidios siguen siendo un porcentaje importante en las fuentes de financiamiento de los emprendimientos sociales. Resulta interesante que este tipo de financiamiento es aún más alto en los Estados Unidos (50%) que en Puerto Rico y América Latina y el Caribe (41%).

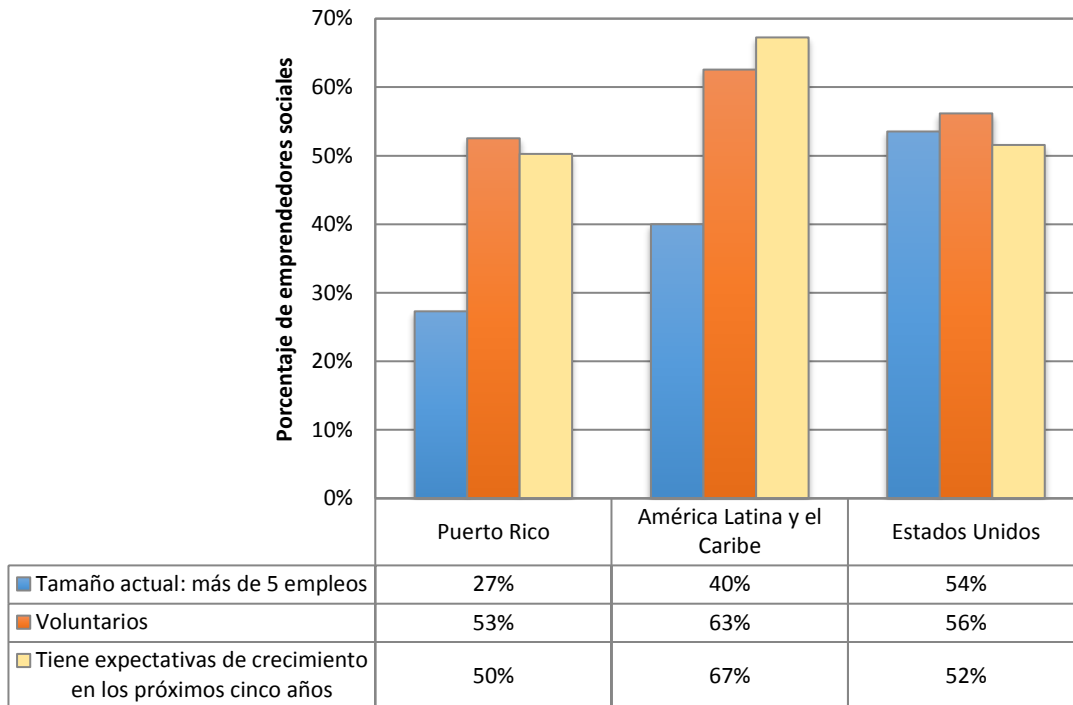
Tanto en Puerto Rico como en América Latina y Estados Unidos la segunda fuente de financiamiento en importancia es la familia del emprendedor social, aunque el peso en Puerto Rico es más reducido, 18%, frente al 36% en América Latina y el 46% en Estados Unidos. En Estados Unidos resalta que los inversionistas privados o capital de riesgo tienen un peso importante (42%) al igual que los bancos y otras instituciones financieras, además de los patronos o colegas del emprendedor. Destaca también que en Estados Unidos el 31 por ciento de los emprendedores sociales han obtenido fondos a través de crowdfunding, una dinámica que todavía parece incipiente en América Latina (7%) y Puerto Rico (0%). En América Latina y el Caribe, los bancos y otras instituciones financieras alcanzan el 25 por

ciento, mientras que en Puerto Rico resultó con apenas el 14 por ciento de las respuestas.

#### 4.2 Tamaño, uso de voluntarios y expectativa de crecimiento de los emprendimientos sociales

Los emprendimientos sociales en Puerto Rico son de menor tamaño que en los otros dos casos estudiados en este informe, **si nos dejamos llevar por la variable de empleos.** El porcentaje de emprendimientos sociales que tienen más de 5 empleos en Puerto Rico es un 27 por ciento. Ello contrasta con el 40 por ciento en América Latina y el Caribe y el 54 por ciento en los Estados Unidos. **En participación de voluntarios y expectativas de crecimiento, los emprendimientos sociales en Puerto Rico se asemejan a los estadounidenses ya que el 53 por ciento cuenta con voluntarios mientras que en Estados Unidos ese porcentaje es el 56 por ciento.** La mitad de los emprendimientos tiene expectativas de crecimiento, en los próximos cinco años, porcentaje muy cercano al de los Estados Unidos (52%). En la región de América Latina y el Caribe, sin embargo, la participación de voluntarios en las empresas sociales es mayor (63%) y la expectativa de crecimiento alcanza el 67 por ciento.

Gráfica 21. Tamaño, uso de voluntarios y expectativa de crecimiento de los emprendimientos sociales, en Puerto Rico, Estados Unidos, y América Latina y el Caribe, 2015

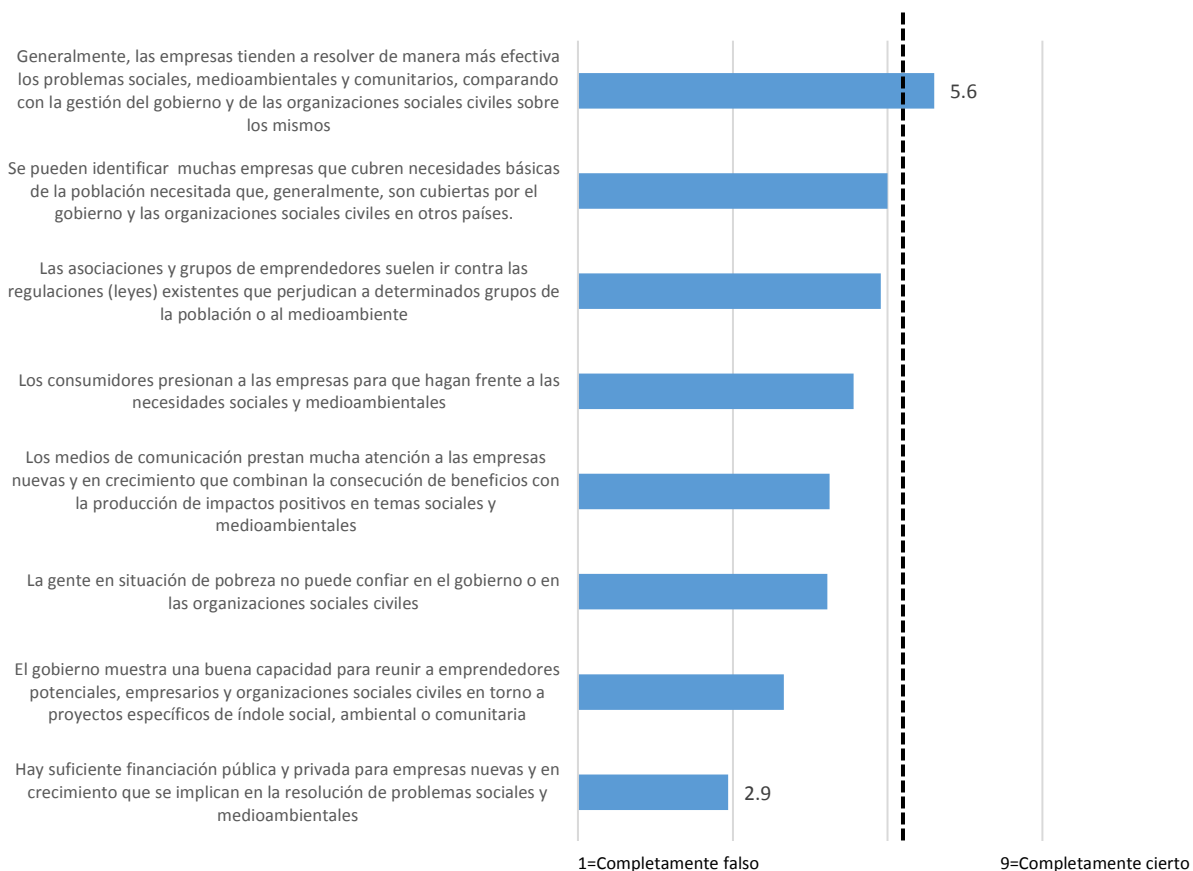


## 5. Encuesta a los Expertos Nacionales en Emprendimiento

Según se explicó en la sección de metodología de este informe, además de la encuesta probabilística a la población adulta en cada economía, el estudio GEM incluye una encuesta que se realiza a los expertos en emprendimiento en cada país (NES). Las preguntas están dirigidas a captar la percepción de los encuestados en torno a si los componentes del ecosistema empresarial de esa economía viabilizan

o dificultan la actividad emprendedora. Este año se añadieron varias preguntas en torno a los emprendimientos sociales. La Gráfica 22 muestra la valoración media de la percepción de los expertos encuestados de acuerdo a una escala Likert de 9 puntos en la cual 1 es completamente falso, 5 es incierto ni falso y 9 es completamente cierto.

**Gráfica 22. Percepción de los expertos en torno a los emprendimientos sociales**



De acuerdo al orden descendente de las valoraciones medias presentadas en la Gráfica 22, los expertos encuestados perciben que en Puerto Rico las empresas atienden los problemas sociales, medioambientales y comunitarios de manera más efectiva que el gobierno (5.60). Esta es la única aseveración con una valoración media superior a 5. El grupo de encuestados se muestra neutral (valoración media de 5.0) ante la premisa de que hay muchas empresas que cubren necesidades básicas de la población necesitada que, generalmente son cubiertas por el gobierno y las organizaciones

sociales civiles. Esto sin embargo no responde según los expertos a la capacidad del gobierno para convocar y reunir a emprendedores y organizaciones en torno a proyectos índole social, ambiental o comunitaria (3.66), La disponibilidad de financiamiento público y privado para empresas nuevas y en crecimiento que se implican en la resolución de problemas sociales y medioambientales obtuvo la valoración media más baja (2.94), por lo que representa uno de los obstáculos al desarrollo de este tipo de empresa, según la percepción de los expertos encuestados.

**Cuadro 1. Valoración media de la percepción de los expertos encuestados en Puerto Rico en el 2015**

En mi país ...	Valoración media	Clasificación ( <i>ranking</i> ) de Puerto Rico entre los 13 países participantes de América Latina, el Caribe y Estados Unidos
Generalmente, las empresas tienden a resolver de manera más efectiva los problemas sociales, medioambientales y comunitarios, comparando con la gestión del gobierno y de las organizaciones sociales civiles sobre los mismos.	5.60	8
Se pueden identificar muchas empresas que cubren necesidades básicas de la población necesitada que, generalmente, son cubiertas por el gobierno y las organizaciones sociales civiles en otros países.	5.00	6
Las asociaciones y grupos de emprendedores suelen ir contra las regulaciones (leyes) existentes que perjudican a determinados grupos de la población o al medioambiente.	4.91	5
Los consumidores presionan a las empresas para que hagan frente a las necesidades sociales y medioambientales.	4.56	5
Los medios de comunicación prestan mucha atención a las empresas nuevas y en crecimiento que combinan la consecución de beneficios con la producción de impactos positivos en temas sociales y medioambientales.	4.25	8
El gobierno muestra una buena capacidad para reunir a emprendedores potenciales, empresarios y organizaciones sociales civiles en torno a proyectos específicos de índole social, ambiental o comunitaria.	3.66	10
Hay suficiente financiación pública y privada para empresas nuevas y en crecimiento que se implican en la resolución de problemas sociales y medioambientales.	2.94	11

Notas: (i) Las organizaciones sociales civiles incluyen ONGs, sindicatos, organizaciones religiosas, movimientos de apoyo a inmigrantes, fundaciones y similares.

(ii) Escala Likert: 1=completamente falso, 5=ni cierto ni falso, 9= completamente cierto





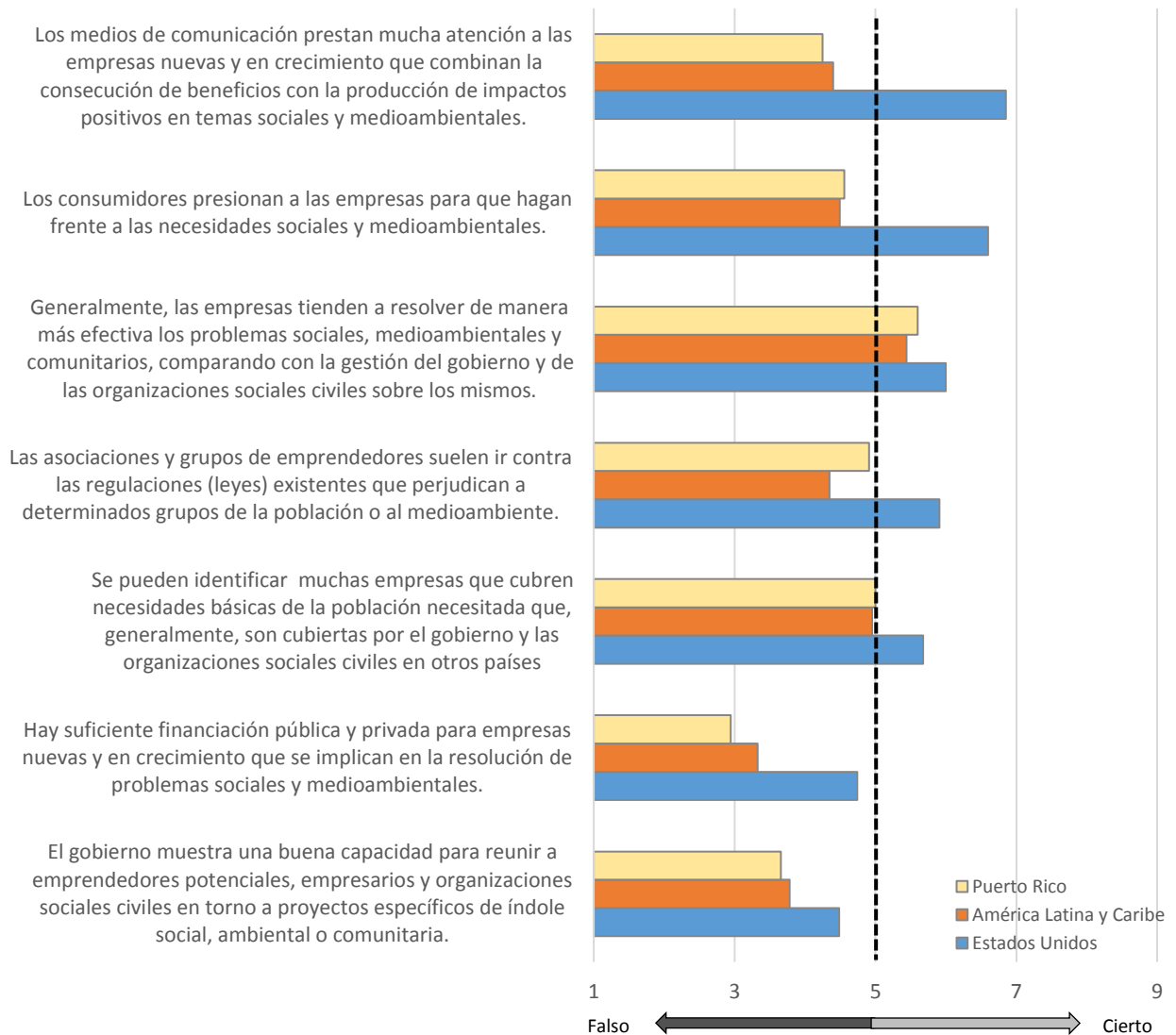
El Cuadro 1 presenta la valoración media de la percepción de los expertos encuestados en Puerto Rico. La columna de la derecha muestra la clasificación de Puerto Rico (ranking) entre los trece países participantes de América Latina y el Caribe y Estados Unidos.

Al comparar con los resultados de este grupo de países, Puerto Rico tiene valoraciones medias relativamente altas en las premisas relacionadas a la presión que ejercen los consumidores a las empresas para que hagan frente a las necesidades sociales y medioambientales (posición 5) y a la aportación de asociaciones y grupos de emprendedores en contra de regulaciones que perjudican a determinados grupos de la población o al medioambiente (posición 5). La falta de financiamiento nos coloca en la posición 11 de 13 según se muestra en la columna de la derecha en el Cuadro 1. La falta de capacidad del gobierno para reunir a emprendedores y organizaciones en torno a proyectos sociales nos ubica en la posición número 10.

La Gráfica 23 compara las valoraciones medias de los expertos encuestados en Puerto Rico con las de

Estados Unidos y América Latina y el Caribe para todas las aseveraciones exploradas. Estados Unidos tiene valoraciones medias superiores al valor neutro de cinco en seis de las aseveraciones, a diferencia de América Latina y el Caribe. En esta región, al igual que en Puerto Rico, la única valoración media sobre 5 es la relacionada a que las empresas tienden a resolver los problemas sociales y medioambientales de manera más efectiva que el gobierno y las organizaciones civiles. Los expertos de la región también coinciden con los de Puerto Rico en asignar la valoración media más baja al aspecto de disponibilidad de financiamiento: 3.32 en América Latina y 2.94 en Puerto Rico. Llama la atención que en los Estados Unidos este factor también obtuvo una valoración media por debajo, aunque cercana al valor neutro (4.74). En términos de la capacidad del gobierno para reunir las partes en proyectos de índole social, Puerto Rico nuevamente obtiene valores cercanos a los de América Latina y el Caribe: 3.66 en Puerto Rico y 3.78 en la región. Estados Unidos, al igual que en financiamiento, exhibe una valoración media por debajo del valor neutral (4.49). Esta es la valoración media más baja asignada por los expertos de los Estados Unidos.

**Gráfica 23. Comparación de valoración media de la percepción de los expertos de Puerto Rico, América Latina y el Caribe y Estados Unidos, 2015**



## 6. Conclusiones

Puerto Rico tiene una actividad emprendedora social comparable con la de la región de América Latina y el Caribe y con características con buen potencial de desarrollo. El 3.2 por ciento de la población adulta encuestada lleva a cabo actividad emprendedora social distribuida casi equitativamente entre la fase naciente y la operacional. Nuestro nivel de emprendimiento social en operaciones nos ubica en torno al promedio de la región de América Latina y el Caribe y no muy distante del estadounidense.

A pesar de que las tasas de actividad emprendedora comercial en Puerto Rico son relativamente bajas, llama la atención que la actividad emprendedora social en operaciones (2.1%) es muy cercana a la comercial en la misma fase (3.1%). Esto difiere de la región de América Latina y el Caribe en donde la comercial (15.2) supera de manera importante a la social (2.3). Este hecho es de particular importancia dada la diferencia del impacto de estos dos tipos de emprendimiento sobre su entorno. En momentos como los actuales en que se han creado tantos problemas sociales y ambientales a nivel mundial, tener un balance en actividad emprendedora social y comercial es un aspecto favorable.

La actividad emprendedora social en Puerto Rico tiene un porcentaje de participación de mujeres importante (33%) y de jóvenes (37%). Este tipo de emprendimientos también cuenta con los empresarios de nivel educativo más alto y de mayores ingresos tanto en la fase naciente como en la operacional. Muchos de estos empresarios invierten su propio dinero en la empresa con una tasa promedio de inversión mayor que en América Latina y el Caribe y Estados Unidos, lo que evidencia falta de disponibilidad de fondos externos a la vez que es muestra del compromiso que los

emprendedores tienen con la organización. Los emprendimientos sociales en Puerto Rico son de menor tamaño que en los otros dos casos estudiados en este informe, aunque la mitad tiene expectativas de crecimiento en los próximos cinco años.

Los expertos encuestados perciben que las empresas sociales atienden los problemas sociales y ambientales de manera más efectiva que el gobierno. Asimismo, también se percibe por el grupo encuestado que hay muchas empresas que cubren necesidades básicas de la población necesitada que, en otros países generalmente son cubiertas por el gobierno y las organizaciones civiles. La disponibilidad de financiamiento público y privado para este tipo de emprendimiento representa uno de los obstáculos al desarrollo de empresas sociales, de acuerdo a los encuestados.

A pesar de que la mayoría de los emprendimientos sociales en nuestro entorno tienen una actividad económica basada en el mercado, muestran balance entre la creación de valor social y la meta financiera. Se perfilan como emprendimientos que, aunque no se destacan por su grado de innovación ni de reinversión intensa de ganancias, colocan esfuerzo en la medición del impacto social de sus operaciones. Dada la creciente dificultad de este tipo de empresas para obtener fondos, en la medida en que éstas prioricen la misión social y al mismo tiempo mantengan una operación financiera viable, aumentan la probabilidad de mantenerse operando en el largo plazo y proveer continuidad a la consecución de su meta social. Asimismo, la medición del impacto social y por tanto la capacidad de evidenciar el efecto en su comunidad les proporciona credibilidad en su entorno y podría promover la obtención o continuidad de aportaciones de fondos. Según se discutió, la



visibilidad de estas empresas en Puerto Rico se puede mejorar y la disponibilidad de métricas ciertamente facilita este trabajo. Al igual que los medios han tenido una función importante en los últimos años en Puerto Rico dando a conocer casos de empresarios comerciales exitosos, pueden hacer

lo mismo con los empresarios sociales. Esto redundaría en un mayor conocimiento de la importancia de estas empresas en nuestro entorno a la vez que puede servir de inspiración a empresarios sociales potenciales.



## **NOTAS**

- <sup>i</sup> En el caso de Puerto Rico, la Ley Núm. 33 del 22 de diciembre de 2015 crea la figura de las Corporaciones de Beneficio Social.
- <sup>ii</sup> Lepoutre, J., Justo R. Terjesen S. and Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study, *Small Bus Econ* (2013) 40:693–714.
- <sup>iii</sup> La suma de la tasa de empresas nuevas (2.26) más la de empresas establecidas (1.28).
- <sup>iv</sup> De acuerdo a la clasificación de las fases del informe GEM regular, las empresas comerciales en la fase operacional incluyen los emprendimientos nuevos, los establecidos y los nacientes que ya pagan salarios.
- <sup>v</sup> Yunus, M. and Weber K. (2010). *Building Social Business*. Public Affairs, New York.