

## El Emprendimiento Social en el Contexto Contemporáneo

### Social Entrepreneurship in the Contemporary Context

José Misael Hernández Ardila <sup>1</sup>

#### Resumen

El presente artículo presenta varias perspectivas analíticas y conceptuales sobre el emprendimiento social en la contemporaneidad, acción que se convierte en un reto, pero también en una constante en las nuevas generaciones de jóvenes que quieren integrarse a la sociedad con sus ideas, para no dejar de ser ellos, pero colaborando con la sociedad para no transmitir que obvian que forman parte de un todo, nos referimos al sistema social, en el que se desenvuelve constantemente el emprendedor, el cual a su vez asume constantes retos de acuerdo a la dinámica que ejerce el contexto.

**Palabras clave:** emprendimiento, emprendimiento social, contexto, contemporaneidad.

#### Abstract

This article presents several analytical and conceptual perspectives on contemporary social entrepreneurship, an action that becomes a challenge, but also a constant in the new generations of young people who want to integrate into society with their ideas, so as not to stop be them, but collaborating with society so as not to convey that they ignore that they are part of a whole, we refer to the social system, in which the entrepreneur constantly develops, which in turn assumes constant challenges according to the dynamics that it exercises the context.

**Keywords:** entrepreneurship, social entrepreneurship, context, contemporaneity.

#### Introducción

El emprendimiento en la sociedad global está constituido por grupos humanos que tratan de fisurar a través de las ideas innovadoras el comportamiento de la economía tradicional, donde un gran porcentaje de la

---

<sup>1</sup> Programa de Ciencias Empresariales – UNIMINUTO  
Correo: [jhernand209@uniminuto.edu.co](mailto:jhernand209@uniminuto.edu.co)

población activa laboral está sustentada en la empleabilidad regida por un salario con mínimo movimiento de escalamiento, realidad masiva que limita al grueso demográfico a estar sumergido en una vida cotidiana con carencias adquisitivas para optar por una vida de calidad, que responda a necesidades vinculadas a vivienda, salud, educación, alimentación y transporte. El emprendimiento ruptora los paradigmas tradicionales donde se establece una relación vertical jefe y empleado, producto de observar las nuevas generaciones como su entorno inmediato de familiares consume treinta años de su potencial vida, sin obtener resultados positivos, entre los que destacan ausencia de vivienda propia, carro propio, deterioro de la salud, pocos o nulos fondos para sobrellevar la vejez, lo descrito es a partir de una perspectiva sociocultural.

En este mismo orden de ideas es perentorio precisar que el emprendimiento se da a partir con base a un ejercicio introspectivo del ser humano centrado en el desarrollo de una idea, cargada de emociones y tensión basada principalmente en responder las siguientes interrogantes ¿Lo lograré? ¿Funcionará? ¿Tendré Éxito?, preguntas naturales en un proceso de emprendimiento en el que se calibra la capacidad de decisión del emprendedor, habilidades de organización logística y económica, se saca a flote el carácter en la templanza al momento de materializar una idea, la cual en paralelo compite con múltiples ideas en marcos temporales y espaciales comunes, donde el impacto de esta idea en el imaginario colectivo jugara un rol preponderante.

### **Retrospectiva del emprendedor**

En la actualidad el emprendedor no solo recurre y debe recurrir a postulados universales, sino también debe acceder a nuevas áreas de conocimiento entre las que destacan psicología del consumidor, imaginario colectivo e individual, consumo por grupos culturales y nuevas generaciones juveniles de consumo, siendo importante traer a colación que la economía no tiene un solo paradigma de comportamiento del mercado, sino que coexisten varios paradigmas en muchos casos emergentes, debido a la bifurcación de la

cultura, generando variaciones gastronómicas, recreativas, laborales, estéticas entre otras áreas vinculantes con las enunciadas.

En este orden de ideas es perentorio citar a Castillo (1999) quien expresa lo siguiente:

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes. (pág. 4).

Los emprendedores en sus inicios polarizaron los criterios en el núcleo de los expertos en economía creando adeptos y detractores, todo este seccionamiento de posturas se produjo en la medida que los emprendimientos se convirtieron en negocios sólidos, logrando hacer escalamiento empresarial, convirtiéndose en un obstáculo para grandes cadenas empresariales o en su defecto los emprendimientos generaron nuevos pilares culturales, no bien vistos por parte de los estudiosos de la economía, ya que en muchos casos distorsionaba los comportamientos tradicionales solidificados en el transcurrir de las décadas.

Así mismo Barón (1997) precisa conceptualmente lo siguiente:

La definición de emprendedor está más enfocada al preguntar: ¿Cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean operacionales? Para ayudar a estas personas a descubrir algunas respuestas,

primero debemos analizar el comportamiento derivado del espíritu emprendedor. Para empezar, deberíamos descartar la noción de que el espíritu emprendedor es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento que se aprende y se construye. (pág. 4)

Hacia el siglo XVII el francés Richard Cantillon, definió el término emprendedor como “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Posteriormente su coterráneo Say, define al emprendedor como “un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad”. En el ámbito de la producción el término emprendimiento fue incluido por Alfred Marshall en 1880 y agrega a los factores tradicionales de producción uno más: tierra, capital, trabajo y organización, como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Así la actitud se constituye en una característica diferenciadora entre un individuo común y un emprendedor.

El emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. En el mismo sentido el emprendedor debe contar con unas características particulares: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabaja por resultados y construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; también los investigadores identifican el espíritu emprendedor con: dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo.

El profesor Joseph Shumpeter, de la Universidad de Harvard, en su libro “Capitalismo, Socialismo y Democracia”, dice que: la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar

una invención, o más comúnmente una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo, o reorganizar una industria. Apunta también Shumpeter que son estas actividades las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico. (Duarte, 2009).

Siendo el empleo y la educación derechos fundamentales para los ciudadanos en los estados sociales, estos son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del país, en circunstancias de equidad y de bienestar general, ofreciendo oportunidades que orienten y propicien el desarrollo humano.

Los desarrollos científicos y tecnológicos, la internacionalización y globalización del conocimiento y la economía, ofrecen la posibilidad y desafían a las instituciones a promover procesos de investigación, innovación, creatividad y emprendimiento empresarial, en la solución de problemas de su entorno a partir de la aplicación del conocimiento. Por su parte, el proveedor de servicios sociales contribuye a satisfacer una necesidad social siguiendo unos parámetros establecidos y con un impacto reducido, es decir, sin generar un cambio social sostenido. Estos proveedores sociales son vulnerables, lo que implica la posible interrupción del servicio que proveen. Los autores destacan que en el mundo existe una gran cantidad de este tipo de organismos, con buena voluntad y ejemplares en su ejecución, pero que no deben ser confundidas con los emprendimientos sociales. (Moreira, 2009).

Los emprendimientos tradicionales focalizan sus operaciones en una misión económica y buscan el impacto económico, por lo que no poseen una misión social explícita más allá de gestionar un negocio rentable explotando oportunidades de mercado.

Los emprendimientos con consecuencia social son similares a los emprendimientos tradicionales excepto que algunas de sus prácticas pueden generar beneficios sociales. Aunque no sean su objetivo principal, más bien son una consecuencia de su negocio dentro de sus actividades de responsabilidad social. El tercer tipo de emprendimiento según los autores son las organizaciones

no lucrativas que inician una actividad comercial para obtener una mayor independencia financiera. Su razón de ser es social y buscan por tanto un impacto social. No obstante, a diferencia de un emprendimiento social, este tipo de organizaciones no lucrativas no generarán un cambio sistémico producido por distintos medios innovadores capaces de generar un valor social en forma sostenible y de gran impacto. Finalmente, los autores destacan también que puede existir una forma híbrida, es decir, un emprendimiento que posea alguna característica de los cuatro tipos de emprendimientos. (Moreira, 2011).

Otra de las dificultades que presenta el emprendimiento tiene que ver con la normatividad que acompaña su desarrollo, toda vez que se sustenta en metodologías para preparar, formular y evaluar proyectos y en su gestión, y en el abordaje asistemático y acrítico de sus componentes técnicos. No obstante, se dejan de lado aspectos que tienen que ver con la realidad social, con la problemática humana, con su significado. (Correas, 2009). Uno de los retos importantes que tiene el emprendedor es formarse intelectualmente en todas las aristas inherentes al emprendimiento, para poder mitigar variables exógenas que distorsionen o detengan el proceso, siendo tres áreas sustantivas, la formulación y ejecución de proyectos, administración y la normativa.

El aprendizaje con base en la formulación de proyectos es clave para que el organizador, precise un necesidad de mercado, sistematice de manera fundamentada y segmentada la idea, determinando la importancia socio-económica a partir de los grupos humanos a satisfacer, con esta organización le permitirá saber casi métricamente la cantidad de equipos que necesita, y los márgenes de operacionalidad para los mismos, determinando recursos materiales, marcas, calidad y por supuesto el equipo humano el cual deberá cumplir con unas competencias específicas por área de desempeño .

La administración es un área concebida como obligatoria, ya que el emprendedor debe coordinar un presupuesto de arranque para los primeros seis meses de despegue del negocio, esto permitirá una base sólida en la etapa inicial, luego esa administración debe tener la capacidad de llevar al

emprendimiento a un punto de equilibrio en el que retorne la inversión ya sea por fases a corto o mediano plazo con el propósito de crear un punto de equilibrio que mantenga con unos indicadores de crecimiento estables en proyectivas semestrales.

En la formación del emprendedor está el manejo normativo en términos universales y específicos para evitar sanciones innecesarias por desconocimiento del cumplimiento estricto de lo que exige la ley, el incumplimiento puede generar afectaciones leves hasta afectaciones graves, pero cualquiera que sea implica pérdidas económicas y temporales, reteniendo el curso normal y evolutivo del negocio, esto resquebraja todo el sistema funcional preparación, elaboración, servicio y satisfacción del cliente.

Respecto de la investigación que apoya este nuevo campo, Urbano (2007) afirma que el emprendimiento se encuentra en su fase inicial, adolece de un buen marco teórico y la mayoría de las investigaciones realizadas han sido de carácter descriptivo. Además, que en su mayoría han utilizado metodologías de tipo estadístico y a la fecha existen pocos estudios comparativos, longitudinal, de carácter cualitativo y explicativo. Esta realidad amerita que los emprendimientos sean objeto de estudio para sistematizar sus ideas, la empírea, para diseccionar el proceso, logrando conceptualizar y teorizar comparativamente los emprendimientos por localidades, regiones y aquellos casos que han tenido una trascendencia internacional.

En la actualidad, los emprendedores sociales se han convertido en agentes altamente visibles del cambio en las economías desarrolladas, aplicando métodos innovadores y rentables que permiten hacer frente a los problemas sociales y que desafían las soluciones tradicionales (Cox & Healey, 1998; Zahra et al., 2009). Esta definición provoca su confusión con otros términos como el emprendimiento comercial o la innovación social. No obstante el emprendimiento social permite la autorrealización individual con impacto de transformación en la colectividad que amerita ser atendida con alguna especificidad, el emprendimiento social amerita una mirada en contexto, pero

también una mirada cosmopolita, ya que esta permite replicar la experiencia en otras latitudes.

Por un lado, algunos autores defienden que no existen diferencias entre el emprendimiento comercial y el emprendimiento social. Así, como señala Chell (2007) "Todo proceso emprendedor conlleva un comportamiento social y un comportamiento económico, que a su vez permite la generación de valor social y de valor económico" (Chell 2007: 17). La dimensión social y la dimensión económica esta interconectada, es decir los ritmos sociales condicionan las dinámicas económicas, y el ritmo económico permea el ritmo social.

En el mismo sentido, otros autores señalan que todas las empresas exitosas generan valor social, algunas de forma directa, solucionando problemas sociales, y otras de forma indirecta a través de los impuestos y la creación de empleo (Mair et al., 2006). Sin embargo el emprendimiento de corte social desde su génesis, contempla su accionar en disposición de resolver el problema, o de mitigarlo a la mayor escala posible, es decir es un ejercicio de concientización directa donde genera doble beneficio el primero en los principios sociales amparados en su misión y los generados ante la normativa de los impuestos establecidos por la estructura jurídica no se ha establecido el emprendimiento.

La literatura previa señala que mientras la misión principal del emprendimiento comercial es la generación de beneficio privado, la misión del emprendimiento social es la creación de valor social para la sociedad en su conjunto (Austin et al., 2006; Hockerts, 2007; Murphy & Coombes, 2009; Weerawardena & Mort, 2006).

Otra diferencia se encuentra en el funcionamiento de la organización empresarial, mientras que las organizaciones sociales buscan la sostenibilidad financiera, las empresas comerciales persiguen la maximización de beneficio. Además, los mecanismos de retención de los empleados son distintos según se trate de organizaciones comerciales o sociales. Mientras que las sociales tratan de retener a sus empleados a partir de objetivos no pecuniarios (integración, ética, contribución social, etc.), las comerciales lo logran a partir de objetivos económicos.

Otra de las diferencias se encuentra en la medición del desempeño y su impacto en el contexto económico y social, mientras que en el caso de las empresas comerciales es fácilmente cuantificable, en el caso de las sociales la diversidad de objetivos dificulta su medición.

Las empresas comerciales buscan establecerse en mercados crecientes o representativos de la industria, donde las oportunidades son escasas, aunque rentables, las empresas sociales tratan de cubrir los fallos de mercado, donde las oportunidades son abundantes, aunque poco rentables (Harris, et al., 2009; Sahlman, 1996). Siendo esta una realidad relativa ya que la rentabilidad no solo obedece al comportamiento del mercado sino también a la capacidad de organización y administración del emprendedor para saber determinar las estrategias de potencialización del negocio, en el momento que el flujo de la demanda de servicio baje.

No obstante, debe tenerse en cuenta que la distinción entre el emprendimiento social y el comercial no es dicotómica, sino que las empresas se sitúan en un continuo que va desde organizaciones puramente sociales a las puramente económicas, y que probablemente ninguna empresa se sitúa en los extremos (Austin et al., 2006; Dees & Elias, 1998), esta postura no se precisa con exactitud por la ausencia de una sistematización del emprendimiento en las distintas latitudes donde se ejecuta.

### **Conclusiones**

El emprendimiento social permite desarrollar cambios sustantivos, en el lugar donde se posiciona, si es en una zona rural se visibiliza la economía de la región, genera empleos, mitiga la migración a la ciudad, desarrollándose potencialización en paralelo entre el sistema evolutivo en el campo y la urbe. Emprender desde la concepción colectiva permite transformar realidades vulnerables, en lugares que posibilite la convivencia, disminuyendo, niveles de pobreza, delincuencia, posibilitando la transculturación en la mentalidad de los jóvenes, generando en este tipo de población una proyectiva de futuro con base a valores universales importantes como la constancia y el esfuerzo que hay detrás de las ideas innovadoras, exigiendo orden y formación.

## Referencias

- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*, 21.
- Chell, E. (2007): Social enterprise and entrepreneurship towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26.
- Correas, C. I. O. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 17(21), 21-31.
- Cox, A. y Healey, J. (1998): Promises to the poor: The record of european development agencies. *Poverty Briefings*. Overseas Development Institute, London 1
- Dees, J.G. y Elias, J. (1998): The challenges of combining social and commercial enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 8(1), 165-178
- Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 15(43), 326-331.
- Journal of Business Venturing, 24(5), 519
- Moreira, P., & Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista española del tercer sector*, (17), 17-40.
- Murphy, P.J. y Coombes, S.M. (2009): A model of social entrepreneurial discovery. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 325-336
- Robert Baron. 1997. Invention, innovation and entrepreneurship. Reporte especial presentado en el Lennox Retreat for Young Faculty Scholars.
- Sahlman, W.A. (1996): Some thoughts on business plans. In W.A. Sahlman, H. Stevenson, M.J. Roberts y A.V. Bhidé (Ed.), *The entrepreneurial venture* (pp. 138-176): Boston: Harvard Business School Press: Harvard Business School Publ.
- Urbano, D. (2008). Seminario de Creación de Empresas y teoría económica institucional. Aproximaciones teóricas al estudio de la creación de empresas. Medellín: Universidad EAFIT, Marzo de 2008.

Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. y Shulman, J.M. (2009): A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges.