

Emprendimiento para cambiar el mundo

Entrepreneurship to change the world

 **Eliyer Vanesa López Parra¹**

Artículo recibido el 16/08/2019

Artículo aprobado el 20/08/2022

Resumen

El presente artículo da a conocer el Emprendimiento Social (ES) como un modelo de empresa sostenible económica y ambientalmente. A través de los años ha sido evidente que el nivel de pobreza ha aumentado en todo el mundo. En relación con ello, muchas empresas cometen abusos con las comunidades afectadas y les niegan el acceso a información sobre el impacto de las actividades de la empresa en su entorno. Tampoco son invitadas a conocer sobre los proyectos. El ES es una iniciativa empresarial en la que el eje fundamental es mejorar la calidad de vida de una comunidad o ayudar a disminuir el impacto ambiental en una zona específica. Este modelo de negocio busca el equilibrio entre mejorar las condiciones sociales y ser rentable.

48_

Palabras Clave: empresa, sociedad, oportunidad de empleo, cambio de mentalidad, comunidad.

Citar como: López, V. (2022). Emprendimiento para cambiar el mundo. *Visión Empresarial*, Vol. 1 No. 2, 48-56. DOI:

Artículo de Reflexión.

¹ Administradora de empresas; Especialista en innovación y Marketing. eliyer.lopez@usantoto.edu.co / vanesalop06@gmail.com Universidad Santo Tomás. <https://orcid.org/0000-0001-7034-339X>

Abstract

This article presents Social Entrepreneurship (SE) as an economically and environmentally sustainable business model. Over the years it has been evident that the level of poverty has increased worldwide. In relation to this, many companies abuse the affected communities and deny them access to information about the impact of the company's activities on their environment. They are also not invited to learn about the projects. The ES is a business initiative in which the fundamental axis is to improve the quality of life of a community or to help reduce the environmental impact in a specific area. This business model seeks a balance between improving social conditions and being profitable.

Keys Word: company, society, employment opportunity, change of mentality, community.

Introducción

Es muy común que las empresas primen el enriquecimiento sobre la protección de su entorno y el medio ambiente. Así como eso sucede, también son excluidas las comunidades que viven donde las empresas desarrollan sus actividades. Por eso, es común que las empresas se aprovechen de que en estas comunidades prevalece la pobreza y paguen salarios muy bajos a sus trabajadores a cambio de jornadas largas y exhaustas, tomando la necesidad como oportunidad. En el mundo, más del 40 % de personas en estado de pobreza vive de economías afectadas por la fragilidad, los conflictos y la violencia (Banco Mundial, 2020).

En el año 2019 la pobreza monetaria en Colombia era del 35,7 % y en el 2020 aumentó un 6,8 %, o sea, alcanzó a un 42,5 % de la población (DANE, 2021). Estas cifras evidencian la crisis económica y social que vive el país en los últimos años y que empeoró por temas de la pandemia de la Covid-19. Según Catalina Escobar (2021), miembro de la junta directiva de la Andi, es necesario hacer ajustes económicos y sociales para lograr un desarrollo social sostenible. Escobar menciona que “en este escenario la responsabilidad no viene solamente del sector público sino del sector privado” (p. 1). De acuerdo con estas declaraciones, los futuros empresarios y su idiosincrasia respecto a la protección del entorno son parte esencial para la mejora de las condiciones sociales y económicas del país y, por qué no, del mundo.

El presente artículo tiene como objetivo principal dar a conocer el emprendimiento social como un modelo de empresa sostenible económica y ambientalmente. Un emprendedor social es el que genera un impacto social y económico significativo mediante la innovación de negocios, debido a la sólida comprensión que tiene de las condiciones de las comunidades de su entorno (Yong, 2017). De acuerdo con eso, los empresarios

deben conocer muy bien el contexto del lugar donde viven o donde deciden desarrollar su proyecto. El concepto de emprendimiento social no es muy común y son limitados los estudios que hay sobre el tema; sin embargo, en Colombia hay varias empresas sociales muy exitosas, como Amarillo SAS, Freska, Bi Abejas, entre otros, que han permitido que comunidades mejoren su calidad de vida (Vargas P., 2018).

En la actualidad urge un cambio de mentalidad a la hora de hacer empresa. Los empresarios no deberían pensar solo en enriquecer sus bolsillos cueste lo que les cueste, sino que deberían idear estrategias novedosas para apoyar procesos ambientales, mejorar la calidad de vida en poblaciones que han sido afectadas por el conflicto y dar ejemplo a las generaciones nuevas. También, apoyar otros proyectos que suelen ser confundidos con emprendimientos sociales por su fin social, como la responsabilidad social empresarial (RSE) y los negocios inclusivos.

Tabla 1. Casos exitosos de emprendimientos sociales en el mundo

Nombre	Ubicación	Objetivo
<i>Dycle</i>	Alemania	Reducir la huella ambiental que genera el desecho de pañales al producir pañales 100 % biodegradables.
<i>Siémbrate, Siloé</i>	Colombia	Capacitación para adultos mayores para desarrollar proyectos agrícolas. Tiene huertos urbanos para producir alimentos sanos y venderlos.
<i>Fortalecimiento de Coóx Mayab</i>	México	Empresa integradora de turismo comunitario.

Fuente: Aliados (2021).

Emprendimiento Social (ES)

Según Orrego (2009, citado por Jiménez, Hernández y Pitre, 2018), el emprendimiento es un fenómeno que tiene conductas, valores, creencias y modos de actuación, que buscan generar bienestar social en la sociedad. En ese sentido, la cultura forma parte importante tanto de los procesos de desarrollo del proyecto emprendedor como de su acción.

El emprendimiento social es un proceso que está encaminado a resolver una problemática laboral y social específica, y se centra en el desarrollo de proyectos laborales y sociales que no pueden verse como un emprendimiento tradicional (Marina, 2013). Dichos proyectos van más allá de generar una empresa rentable que se apoya en una oportunidad o una necesidad que satisfacer. Este tipo de proyectos consideran elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas para disminuir o eliminar una dificultad social y obtener un beneficio común para un grupo humano. En un emprendimiento social se obtiene un valor social para el bien de muchas personas, ya que en este tipo de empresa el ámbito social es más importante que lo económico.

La diferencia entre una empresa tradicional y una empresa social es que la primera tiene el objetivo de generar riqueza al satisfacer las necesidades de un cliente que está dispuesto a pagar por productos o servicios. La empresa social tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas (Guzmán y Trujillo, 2008).

El emprendimiento social participa entonces del desarrollo sostenible de un lugar y así genera valor no solamente económico sino también social y humano. Para el buen desarrollo de esta práctica se crean herramientas innovadoras enfocadas en el desarrollo empresarial y humano, en el análisis de mercados, en el acompañamiento de proyectos y en la participación en el progreso de una región o país (Chica et al., 2016).

Según Martin y Osberg (2007, citado por Chica, Posso y Montoya, 2016), el emprendimiento social tiene tres componentes:

- (1) La identificación de un equilibrio estable pero intrínsecamente injusto que causa exclusión, marginalización o sufrimiento a un segmento de la humanidad que carece de medios financieros o influencia política para alcanzar un beneficio transformador por su cuenta;
- (2) la identificación de una oportunidad en este equilibrio injusto, desarrollando una proposición de valor social y llevando a utilizar inspiración, creatividad, acción directa, coraje y fortaleza, deseando de ese modo la hegemonía del estado estable; y
- (3) la creación de un equilibrio estable y nuevo que libera el potencial coartado o alivia el sufrimiento del grupo objetivo (p. 3).

Por su lado, Sarasvathy (2001) afirma que la *effectuation theory* tiene el concepto claro del emprendimiento social. Esta teoría permite que los empresarios modifiquen las estrategias a medida que los recursos disponibles se van transformando. Por eso la teoría es apropiada para que los emprendedores que desarrollan actividades en entornos con alta incertidumbre y pocos recursos tengan múltiples posibilidades para la toma de decisiones.

Para un emprendimiento social es esencial tener principios y valores que los lleven a desarrollar buenas prácticas empresariales futuras para mejorar la situación del entorno. Según Sarasvathy (2017), “la visión fundamental del mundo para la realización se llama Pilot-in-the-plane, que describe el futuro como algo en lo que puedes influir con tus acciones, es decir, puedes crear tus propias oportunidades”. En términos empresariales, crear empresa no solo para beneficio propio, sino para mejorar la calidad de vida del entorno donde se desarrollan las actividades empresariales.

Los cuatro principios de vigencia para desarrollar buenas prácticas empresariales en un emprendimiento social según Sarasvathy (2017) son:

Bird-in-Hand: Tienes que crear soluciones con los recursos disponibles aquí y ahora.

Principio de la limonada: Los errores y las sorpresas son inevitables y se pueden utilizar para buscar nuevas oportunidades.

Crazy Quilt: Entrar en nuevas asociaciones puede traer al proyecto nuevos fondos y nuevas direcciones.

Pérdida asequible: Solo debe invertir tanto como esté dispuesto a perder.

La visión del mundo y estos cuatro principios se utilizan en los emprendimientos para planificar y ejecutar el siguiente mejor paso y para ajustar la dirección del proyecto de acuerdo con el resultado de sus acciones.

El emprendedor social

Las características de los emprendedores sociales son las mismas que se usan para definir el concepto individual del empresario (Dancin & Tracey, 2011). Deben caracterizarse por ser líderes, pacientes, tener tolerancia al riesgo, ser persistentes y ser capaces de ver oportunidades en situaciones adversas. Los emprendedores sociales desarrollan dentro de sus iniciativas internas la ética, la capacidad de apoyar y promover la cooperación entre la comunidad y la posibilidad de fortalecer la justicia para todos (Demoustier & Richez-Battesti, 2010).

El emprendedor social tiene claro que para lograr un cambio profundo debe cambiar la forma de ver las circunstancias y a partir de ellas debe generar

oportunidades. También, debe generar conciencia sobre el trabajo en equipo en las comunidades.

En el mismo modo, Borntein (2005, citado por Chica et al., 2016) habla sobre los emprendedores sociales como una fuerza transformadora, pues son agentes con ideas nuevas que transforman problemas en oportunidades, que luchan por sus ideas hasta el final y que no descansan hasta difundirlas. Con esta caracterización se puede suponer que son personas que ayudan a que las personas tengan una vida justa y equilibrada, mientras tienen claro que no se trata de regalar todo el esfuerzo hecho, sino de trabajar en grupo o en comunidad para obtener un beneficio común con el que todos aportan y todos ganan. Los clientes de un emprendedor social son los habitantes del mundo que no pueden cubrir sus necesidades básicas y tener una vida digna.

En Colombia, Juan David Aristizábal, nacido en Pereira, es uno de los emprendedores sociales. Él es cofundador de Buena Nota, Todos por la Educación y Los Zúper, iniciativas sociales que han generado cambios en la sociedad. Él piensa que, para superar las desigualdades, las sociedades deben apostarle al talento de la gente (Aristizábal, 2018), han logrado que las brechas sociales en su entorno se minimicen gracias a sus iniciativas en el entorno donde desarrolla sus actividades empresariales.

También, la emprendedora social Catalina Escobar dirige un proyecto que busca ayudar a madres cabeza de familia y embarazadas adolescentes, teniendo en cuenta la situación de pobreza extrema que predomina en Cartagena y las altas tasas de mortalidad infantil. Hoy esta es una reconocida empresa social que ha salvado la vida de más de 5.000 recién nacidos. Catalina Escobar, administradora de empresas de la Universidad Clark, ha sido considerada entre los Mejores Líderes

de Colombia de Revista Semana, emprendedora social del año del Foro Económico Mundial en 2015, parte de los 21 Líderes del Siglo XXI de *Women's eNews*, Orden Nacional al Mérito en Grado de Cruz de Plata por parte del expresidente Juan Manuel Santos y en el 2012 estuvo en el top 10 de CNN Héroes (Escobar, 2018).

El Emprendimiento Social (RS) y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Cuando se habla de Emprendimiento Social y Responsabilidad Social Empresarial suelen surgir dudas en cuanto a sus diferencias. Sin embargo, estos tienen claras características que los diferencian significativamente. La empresa social utiliza modelos de negocio para lograr un objetivo ambiental o social; su principal objetivo o negocio se diseña con base en su misión social. En cambio, la Responsabilidad Social Empresarial son estrategias o programas que implementan las empresas tradicionales con el fin de generar un impacto positivo o responsable con la sociedad, pero esto no es su misión u objetivo principal (García, 2015).

Según García (2015), existen distintos niveles de RSE y es por eso por lo que la línea que diferencia a esta con una empresa social no siempre es tan clara. Existen por ejemplo empresas cuya estrategia de responsabilidad social se limita a vincularse a la comunidad a través de la donación de fondos a organizaciones sin fines de lucro, para ayudar a la comunidad o a patrocinar algún evento. Este nivel se conoce como “filantropía corporativa”. Un segundo nivel se conoce como “Inversión social” o RSE Estratégica, y se refiere a las empresas que buscan un impacto a largo plazo en la comunidad donde operan. De ese modo, estas empresas incluyen programas para mejorar cuestiones laborales, ambientales y de salud, tanto de sus trabajadores como de las personas que viven alrededor de sus instalaciones o de sus consumidores, proveedores y clientes. Al nivel

más activo de la RSE se le conoce como “Creación de valor compartido” (*Shared value creation*) y consiste en la incorporación de las estrategias de responsabilidad social a las operaciones principales de la empresa o al *core business*. Este nivel es el que más se asemeja a una empresa social, e incluso algunos opinan que una empresa que alcanza un nivel de creación de valor compartido constante se convierte en una verdadera empresa social.

A partir de lo anterior se describe claramente que las dos prácticas se dedican a resolver problemas sociales, pero se diferencian en que la empresa social aborda la solución de los problemas a través de sus productos o servicios, o empleando a las personas de los grupos vulnerables, y la RSE crea un impacto positivo de manera indirecta, por medio de iniciativas o actividades temporales, aunque ese no sea el negocio principal de la empresa.

Negocios inclusivos y la empresa social

_53

El ES y los negocios inclusivos tienen mucho en común porque los dos tienen como finalidad incorporar al mercado laboral a todas aquellas personas que tienen bajos ingresos por su condición física o por discriminación. Mediante estas iniciativas se logra que las personas más pobres o discriminadas generen cadenas de valor, de tal manera que puedan capturar valor para sí mismos y mejorar sus condiciones de vida. Una de las características que emerge con fuerza de estas iniciativas es su potencial y su aspiración de transformar positivamente las condiciones de vida de los sectores de bajos ingresos, pues el acceso a bienes de consumo claramente transforma las condiciones de vida de los usuarios. En este sentido, lo importante es que las personas puedan acercarse cada vez más a las condiciones de vida que aspiran mediante las estrategias de los negocios inclusivos (Márquez y Berger, 2009).

En los negocios inclusivos se debe generar un equilibrio entre tener un éxito comercial y lograr el beneficio social. Por lo general, las empresas inclusivas venden sus productos a precio de costo; son autosostenibles, sí, pero no pasan a ser rentables. Según Márquez y Berger (2009), en el fondo de esta propuesta se espera cambiar la visión que tenemos de la pobreza en América Latina, donde históricamente ha predominado un enfoque asistencialista, es decir, se ve al pobre solamente como sujeto de caridad y beneficiario de la generosidad de otros. Muchos en la región no acaban de estar cómodos con la idea de hacer del pobre un actor económico, ya que puede ser percibido como una forma de “explotación”.

Para iniciar un negocio inclusivo es necesario crear una cultura organizacional con una base lógica institucional diferente, en la que los segmentos de pobreza dejan de ser invisibles como actores económicos. A excepción de aquellas organizaciones que nacieron con el fin único de atender a las personas en condición de pobreza, conectar con la base de la pirámide económica requirió romper paradigmas cognitivos y prácticas profundamente arraigadas. Esto implicó crear modelos de negocio desde cero, guiados por una vista diferente a todas las demás (Márquez y Berger, 2009).

Al ser inclusivas, las empresas ganan acceso a mercados de consumo inexplorados, ahorran costos, idean estrategias para disminuir el precio a sus servicios y eliminan acciones ilegales que les generan costos por incumplimientos; además, producen insumos de calidad al tener como proveedores a campesinos de bajos recursos, y mediante esas redes de proveedores y el alto nivel de productividad se ayudan a entrar en el campo de la exportación.

Por su parte, los beneficios para las comunidades son el aumento de sus ingresos, el ahorro debido a los bajos precios para adquirir los insumos básicos, la oferta

expandida de consumo que mejora la calidad de vida y el refuerzo de la capacidad de organización y gestión, además de la capacidad de trabajar en conjunto para un beneficio en común.

En Colombia, el CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible) trabaja con sus empresas asociadas en la generación de ideas de posibles negocios inclusivos, con el fin de estructurarlas y llevarlas a cabo. A través de estrategias innovadoras, las empresas asociadas a CECODES han logrado incluir a la población de bajos ingresos a sus cadenas de valor, como distribuidores, proveedores o clientes de sus bienes y servicios (CECODES, 2008).

Un ejemplo de una iniciativa de negocio inclusivo es Zapatos Migue. Su creadora es Diana Arévalo, quien en el 2001 decidió iniciar su propia fábrica de calzado para bebés y niños. Inició con una trabajadora que odiaba tener un horario fijo, entonces la creadora de esta idea decidió tener flexibilidad en el horario. Poco a poco fueron uniéndose más mujeres quienes hoy trabajan desde su casa en Ciudad Bolívar, en Bogotá, y cada mes hacen cerca de 1.500 pares de zapatos. Los productos se venden en tiendas propias y en puntos de las tiendas Los 3 elefantes y Travesuras. Mediante esta idea de negocio, Diana Arévalo mejoró la vida de ocho mujeres y de sus hijos. La premisa que la ha movido para que esta sea la dinámica de su empresa es que “cuando una persona queda sola, queda a cargo de sus hijos, es muy importante el tiempo y ellas lo tienen, están ahí muy pendientes de ellos” (Arévalo, 2018).

Conclusiones

El emprendimiento social es un modelo de negocio en el que el actor principal es el cambio, pues se requiere salir de la zona de confort en la que se vive para conocer realidades que afectan a millones de personas y generar ideas innovadoras para un cambio valioso en el mundo.

A pesar de que la información sobre el Emprendimiento Social es limitada, la información encontrada fue precisa para entender de qué se trata y cómo diferenciarlo de la Responsabilidad Social Empresarial. Es muy fácil pensar que si la empresa dona algo a las comunidades por un tiempo determinado podrían llamarse empresas sociales, pero el fin de la empresa social no es donar, sino mejorar la calidad de vida de las personas en el entorno donde se desarrollan las actividades empresariales mediante trabajo digno y capacitaciones.

Adicionalmente, se identificó la importancia que tienen los emprendimientos sociales para mejorar las condiciones de vida de muchas comunidades y su entorno. En las universidades deberían darse a conocer más de estos proyectos a los futuros empresarios con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas trabajadoras del entorno en el que se desarrollen las actividades empresariales y entender que existen otras maneras de hacer empresa no solo para beneficio de sí mismo, sino generando un gran impacto en la sociedad.

Referencias

- Amnistía Internacional. (2016). *Empresas y derechos humanos*. www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/empresas-y-derechos-humanos/
- Arévalo, D. (septiembre 22, 2018). Un emprendimiento de zapatos infantiles que salva familias. (J. Corroso, Entrevistador)
- Aristizábal, J. D. (junio 10, 2018). Hay que enamorarse de los problemas, no de las soluciones. (J. Caparros, Entrevistador)
- Banco Mundial. (07 de 10 de 2020). *Pobreza*. www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview
- CECODES. (2008). *Alianza para los negocios inclusivos*. Zetta Comunicadores S.A.
- Chica, M., Posso, M. y Montoya, J. (2016). Importancia del emprendimiento social en Colombia. *Working papers ECACEN*, 9.
- Dancin, D., & Tracey. (2011). *Social Entrepreneurship: A Critique and Future Direction*. Organization Science.
- DANE. (29 de Abril de 2021). *DANE información para todos*. www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-monetaria
- Demoustier, D., & Richez-Battesti, N. (2010). *Les organisations de l'Économie sociale et solidaire : gouvernance, régulation et territoire*. Lavoisier. <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-sociale-2010-1-page-5.html>
- Escobar, C. (agosto 25, 2018). Metáanse en proyectos mas grandes que ustedes. (J. Corroso, Entrevistador)
- Escobar, C. (agosto 23, 2021). *Una economía social para una Colombia más equitativa*. <https://www.forbes.co/2021/08/23/economia-y-fianzas/una-economia-social-para-una-colombia-mas-equitativa/>
- García, P. (marzo 20, 2015). La diferencia entre la empresa social y la responsabilidad social empresarial. *Nuevas soluciones*. <https://nuevasoluciones.wordpress.com/2015/03/20/la-diferencia-entre-la-empresa-social-y-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008). Emprendimiento Social. *Estudios Gerenciales*, 105-125.

- Iglesias, D. (2019). Hacia la adopción de un tratado sobre empresas y derechos humanos: viejos debates, nuevas oportunidades. *Deusto Journal of Human Rights*.
- Jiménez, A., Hernández, H. y Pitre, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico de los negocios inclusivos (Colombia). *Logos Ciencia y Tecnología*, 4.
- Marina, B. A. (2013). *El emprendimiento social desde una mirada*. Civilizar.
- Márquez, P. y Berger, G. (2009). Negocios inclusivos en América Latina. *Harvard Business Review*, 29.
- Sarasvathy, D. (2001). *Society for Effectual Action*. www.effectuation.org
- Sarasvathy, S. (junio, 2017). *Principios de Sarasvathy para la puesta en práctica*. <https://innovationenglish.sites.ku.dk/model/sarasvathy-effectuation/>
- Aliados. (julio 5, 2021). Empresas sociales: transformando el mundo con proyectos productivos. *Valor Compartido*. <https://valor-compartido.com/empresas-sociales-transformando-el-mundo-con-proyectos-productivos/>
- Vargas, P. (septiembre 13, 2018). *Conozca seis emprendimientos sociales que nacieron del agro colombiano*. <https://amp.larepublica.co/responsabilidad-social/conozca-seis-emprendimientos-sociales-que-nacieron-en-el-campo-colombiano-2770411>
- Yong, J. (abril 5, 2017). *Se buscan empresarios para ayudar a poner fin a la pobreza*. www.blogs.worldbank.org/es/voices/se-buscan-empresarios-para-ayudar-poner-fin-la-pobreza