

APROXIMACIÓN AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

RESUMEN

El crecimiento económico y demográfico desordenado trae consecuencias como la pobreza y diversos problemas sociales que son de difícil alcance para las políticas de los gobiernos. El emprendimiento social se perfila como la solución híbrida que permite a las personas atacar los problemas de la sociedad sin depender de la acción de los Estados, causando así un impacto directo sobre la vida de las personas, y surge como una solución sostenible para integrar los intereses económicos y el valor social.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento social, emprendedor social, empresa social

ABSTRACT

The economic and demographic growth messy leaves consequences such as poverty and social problems that are hard to reach for government policies. Social entrepreneurship is emerging as the hybrid solution that allows people to attack the problems of society without relying on state action, causing a direct impact on the lives of people and emerging as a sustainable solution to integrate economic interests and social value.

KEY WORDS: social entrepreneurship, social entrepreneur, social enterprise

INTRODUCCIÓN

El modelo económico mundial busca la optimización del capital para un beneficio particular que sobrepasa el bien común y trae consecuencias como la desigualdad, el crecimiento demográfico desordenado y la pobreza. Todo esto se vuelve un círculo vicioso: las personas que nacen en estos ecosistemas rara vez pueden salir del mismo, y la pobre actividad de los gobiernos en este campo es insuficiente para mitigar el deterioro de la sociedad causado por la miseria. En medio de este escenario surge una nueva generación de personas preocupadas

por los problemas sociales de la humanidad, y capacitadas con el espíritu emprendedor, que empiezan a crear proyectos y empresas para atacar estos problemas y dar paso al denominado emprendimiento social.

Como parte fundamental en el proceso de formación del MBA, y dentro de la modalidad denominada trabajo para un profesor, se realizó el trabajo de revisión bibliográfica para abordar el tema del emprendimiento social, fenómeno que tiene un auge en el mundo empresarial y que se ha definido como una solución híbrida para afrontar los problemas sociales desde el punto de vista privado y obtener beneficios para ambas partes.

El trabajo se realizó con el objetivo de encontrar algunas directrices en la enseñanza del emprendimiento social en el mundo, y poder encontrar aplicaciones prácticas para las instituciones de nuestro país. En el momento de realizar la revisión bibliográfica se encontró poca disponibilidad de material acerca del emprendimiento social, y por tal motivo se decidió trabajar sobre la conceptualización del emprendimiento social en el mundo, con miras a lograr una aplicación futura en el contexto nacional.

Durante la revisión bibliográfica se procedió a realizar la lectura de 24 artículos indexados que se ocupan del campo del emprendimiento social en el mundo. Posterior a la lectura, se procedió a la elaboración de fichas analíticas para cada uno, con el objetivo de que pudieran ser utilizadas en la elaboración de diversos artículos y ponencias referentes al emprendimiento social y su enseñanza en el mundo.

En este artículo se realiza una síntesis de los hallazgos durante la revisión bibliográfica y se presenta un texto compuesto por la conceptualización, la clasificación de los conceptos y, por último, las consideraciones y reflexiones que se obtuvieron durante la elaboración de dicho trabajo.

CONCEPTUALIZACIÓN

En la aproximación conceptual al emprendimiento social se encuentra que no existe un concepto unánime que pueda definirlo. Por tal motivo, se hace necesario conocer el criterio de diferentes autores.

Es importante conocer que el emprendimiento no es una moda ni una idea que surgió desde hace poco tiempo: “el término emprendedor se originó en la economía francesa entre los siglos 17 y 18 y sugiere que el emprendedor desplaza fondos de un área de mayor disponibilidad para llevarlos a un área de mayor productividad y grandes rendimientos”. (Mort, Weerawardena y Carnegie, 2003).

El emprendimiento con frecuencia es definido como la búsqueda oportunista de riqueza, a través de iniciativas creativas de operación individual, en un entorno restringido por la limitación de recursos (Austin et ál., 2006; Mitchell et ál., 2002; Nga y Shamugathan, 2010).

El emprendimiento social emerge como una solución sostenible para integrar los intereses financieros/económicos y el valor social. Esta unidad de propósitos es respaldada por la visión global que compromete en una dimensión social las decisiones de negocios (Nga y Shamugathan, 2010). El descubrimiento del emprendimiento social permite que los recursos económicos, sociales y ambientales se refuercen entre sí de una forma novedosa (Patrick J. Murphy, Susan M. Coombes, 2009).

Generalmente, se conoce que el emprendimiento social es un efectivo mecanismo para generar valor en lo social, lo económico y lo ambiental (Anheier y Themudo, 2002; Gendron, 1996, p. 37; Kolk, 2003; Patrick J. Murphy, Susan M. Coombes, 2009). El emprendimiento social (también algunas veces llamado emprendimiento ciudadano o cívico) se refiere a personas y organizaciones privadas que toman iniciativas para afrontar los desafíos sociales en sus comunidades (Leadbetter, 1997; Osborne y Gaebler, 1992; Timmons, 1989; Young, 1997; Korosec y Berman, 2009).

El emprendimiento social es comúnmente ofrecido como una solución híbrida entre extremos tales como empresas comerciales puramente basadas en el mercado y programas sociales de caridad o gubernamentales (Austin et ál., 2006; Certo & Miller, 2008; Jeffery S. McMullen, 2010).

El emprendimiento social abordado como una práctica y un campo para una investigación escolar ofrece una oportunidad única para desafiar, cuestionar y repensar los conceptos y supuestos de diferentes campos de gestión de la investigación y de los negocios (Mair y Marti, 2004). Además de considerar el emprendimiento social como una idea que se viene gestando en el mundo de los negocios, es importante conocer la importancia que juegan los emprendedores sociales y la empresa social como agentes para llevar a cabo este desarrollo. Thompson (2002) define a los emprendedores sociales como personas que tienen una actitud de empresario, pero que operan en la comunidad. Actúan más como cuidadores de la sociedad que como hombres de negocios que ganan dinero (Vasudha V., 2008). Los emprendedores sociales son la "estirpe rara de líderes" que buscan el cambio, responden al cambio y lo explotan como una oportunidad para desarrollar nuevos modelos de negocio, para el empoderamiento social (Vasudha Vasakarla, 2008).

Los emprendedores, desde hace tiempo, están en alerta para identificar las ineficiencias en los sistemas sociales (Gaglio y Katz, 2001; Kirzner, 1973, p.35; Patrick J. Murphy y Susan M. Coombes, 2009)

El emprendedor social se asocia con varios atributos: es proactivo (Thompson et ál, 2000), es tomador de riesgo (Theobald, 1987), tiene la misión orientada (Brinckerhoff, 2000), se enfoca en la reforma social, es catalizador de la reforma política (Banuri y Najam, 2002), tiene espíritu innovador y de adaptación (Dees et ál, 2001), usa metodologías empresariales (Fowler, 2000) y tiene orientación internacional (Boyles, 1997; Munoz, 2009).

El UKDTI (Departamento de industria y comercio del Reino Unido) (2002) ha definido la empresa social como un negocio que principalmente tiene objetivos

sociales, cuyos excedentes o ganancia, para ese propósito social, son reinvertidos en el negocio y en la comunidad (Thompson, 2008).

Las siguientes características parecen ser determinantes para una empresa social: tiene un propósito social; sus activos y su riqueza se utilizan para crear un beneficio comunitario; persigue las actividades comerciales; si presta servicios a clientes que son pagados por un tercero, a diferencia de las ventas directas a un cliente, éste sigue siendo considerado como comercio; los beneficios y los excedentes son reinvertidos en el negocio y en la comunidad, en vez ser distribuidos a los accionistas; los empleados o miembros tienen derecho a tomar decisiones y a gobernar; la empresa es responsable ante sus miembros y ante una comunidad más amplia (Thompson, 2008).

Es importante tener en cuenta que una empresa social no es lo mismo que una organización sin ánimo de lucro. Las empresas sociales, que representan una innovación fundamental en el sector no lucrativo, se diferencian de las organizaciones sin ánimo de lucro en términos de sus estrategias, estructuras, normas y valores (Dart, 2004) y se consideran una alternativa racional y funcional a la financiación del sector público y a las limitaciones de recursos filantrópicos (Dees et ál., 2001; Sud, Vansandt y Baugous, 2009).

CLASIFICACIÓN DE LOS CONCEPTOS

El término emprendimiento social se refiere a organizaciones cuyo propósito es conectar su misión social y su acción emprendedora (Boschee, 2001; Oster et ál., 2004; Tracey and Phillips, 2007). Esto significa que el propósito del emprendimiento social es resolver o aliviar problemas sociales y que sus actividades son financiadas principalmente a través de acciones emprendedoras en el mercado (Phillips, 2006; Pearce, 2003; Pärenson, 2011).

Un factor importante al separar el emprendimiento social de las actividades similares es la presencia de oportunidades sociales que los emprendedores pueden explotar. A pesar de que los economistas están de acuerdo en que para la implementación de oportunidades son importantes los beneficios, definir las

oportunidades sigue siendo objeto de debate. Las oportunidades sociales están intrínsecamente llenas de vaguedad, lo que posiblemente explique por qué la investigación sobre el emprendimiento social es escasa, fragmentada, no es acumulativa y está fuera de foco (Zahra, Rawhouser, Bhawe, Nuebaum y James C. Hayton, 2008). El concepto de empresa social en los Estados Unidos es, en general, mucho más amplio y se centra más en la empresa en aras de la generación de ingresos, que en las definiciones (Kerlin, 2006).

En Bélgica, así como en una serie de países europeos, la empresa social tiene un doble significado. El primer significado general se dirige a las organizaciones de servicios que se están desarrollando como actividades comerciales. El segundo, se refiere a las cooperativas o asociaciones con iniciativas específicamente: "dirigidas a la integración laboral de personas excluidas del mercado laboral". (Defourny y Nyssens, 2001, p.47; Kerlin, 2006).

En Europa, la noción del emprendimiento social se centra más en la manera como una organización se rige o se gobierna, y su finalidad es adherirse estrictamente a la restricción de una organización formal sin ánimo de lucro (Young y Salomon, 2002, p.433; Borzaga y Santuari, 1998; Kerlin, 2006).

En esta comparación de las definiciones de América y Europa, la empresa social puede tener un significado diferente en las dos regiones. En Europa, con la excepción del Reino Unido, la empresa social, en general, ha significado una cooperativa social o asociación creada para proveer empleo o servicios específicos de atención en un marco participativo. En los Estados Unidos, generalmente significa cualquier tipo de empresa lucrativa que participa en actividades que generan ingresos (Kerlin, 2006).

Tanto Estados Unidos como Europa tienen mucho que aprender, uno del otro, con respecto al trabajo que han elaborado en el campo del emprendimiento social. Adicionando los pensamientos de los emprendedores y del gobierno en ambas partes podríamos obtener la política de emprendimiento ideal.

West et ál. (2008) realizan uno de los primeros análisis de emprendimiento en América Latina y también proporcionan uno de los primeros esfuerzos para examinar la iniciativa empresarial entre los más pobres, en una economía de subsistencia. Los autores comparan los esfuerzos empresariales en ciudades como Chiapas, México, Atenas y Costa Rica. Por medio del empleo de una visión basada en los recursos de la empresa, ellos examinan y evalúan la manera como una gran variedad de recursos intangibles son una parte crucial de los esfuerzos exitosos empresariales en las economías de subsistencia de este tipo, en el mundo (Bruton, Ahistrom y Obloj, 2008).

La literatura académica en emprendimiento social es limitada, y entre los expertos hay un desacuerdo alrededor de lo que aún entendemos por emprendimiento social. Se sugiere que las empresas de emprendimiento social pueden ser de tres tipos: son organizaciones sin ánimo de lucro que entran en los negocios para financiar su operación de servicio social (Boschee, 1995; Leadbeater, 1997; Moert et al, 2003); también pueden ser empresas con ánimo de lucro, que definen su misión con un doble objetivo (Dees, 1998; Pomerantz, 2003); finalmente, pueden ser empresas de emprendimiento social intersectoriales, que colaboran con iniciativas que pueden ser: sin ánimo de lucro, con ánimo de lucro y (o), con organizaciones públicas que buscan solucionar particularmente problemas sociales (Borenstein, 1998; Kanter, 1999; Waddock and Post, 1991; Dorado, 2006).

Actualmente, hay facultades que se centran en el emprendimiento social, a través de varias ofertas, iniciativas e investigación. De acuerdo con Nicholls (2006), algunos ejemplos incluyen: la iniciativa de Harvard, en emprendimiento social; la Universidad de Alberta, con el centro canadiense para emprendimiento social; la de Oxford, con el centro Skoll para el emprendimiento social, y la de Stanford, con el centro para la innovación social. Debido a la reciente popularidad y soporte financiero emergente, estos departamentos dentro de las facultades están creciendo rápidamente alrededor del globo (Braun, 2009).

El emprendimiento social es un amplio campo, que tiene lugar en muchas disciplinas. Este es otro punto para encontrar un lugar en un departamento académico tradicional. La creación de un nuevo modelo para un nuevo currículo, que sea inclusivo con respecto a las varias dimensiones del campo, se perfila como una solución que podría convertirse en un gran suceso que probablemente generaría una mayor tasa de éxito tanto para los estudiantes como para la facultad (Braun, 2009).

CONSIDERACIONES Y REFLEXIONES

Durante el desarrollo de este trabajo, el autor del presente informe contribuyó a la elaboración de un artículo y de una ponencia, en su calidad de colaborador del profesor Jaime Ararat. De aquí se pueden obtener algunas conclusiones, que se enuncian a continuación.

El modelo de operación del emprendimiento social puede llevar a la modificación de los modelos de negocio existentes y a la creación de otros donde el objetivo no sea maximizar la inversión, sino el efecto que se produzca sobre un problema específico de una o de varias comunidades.

El emprendimiento social es una frontera que el emprendedor cruza para explorar lo inexplorado, y éste debe atacar los problemas sociales a los que se enfrenta, desde una óptica diferente a la que se usó tradicionalmente para mirar dicho problema. Por tal motivo, el emprendedor debe aprender a desobedecer ordenadamente las reglas que se han fijado, para poder lograr hacer la diferencia.

Es importante que el emprendedor social tenga una adecuada preparación tanto académica como emocional, para que en el momento de empezar su proyecto pueda aplicar todas sus herramientas.

El apoyo de la academia es muy importante tanto en el campo formativo como en la creación de un ambiente propicio, que motive y aliente la creación de nuevos emprendimientos. Un ecosistema rápido y ágil es importante para darle apoyo al emprendedor.

Los casos de éxito son muy importantes para ayudar al emprendedor a conocer retos y obstáculos que se le pueden presentar en el camino y que proporcionan una guía para la solución de éstos en caso que se presenten. Es muy valioso el uso del conocimiento generado por otros.

El efecto del emprendimiento social en la economía podría ser relevante, porque, si este logra ayudar en la solución de los problemas sociales y contribuir a la disminución de la pobreza, se puede llegar al aumento tanto del consumo mundial como de la calidad de vida de los habitantes.

Existe un reto enorme para las escuelas de administración: considerar el emprendimiento social como un medio que puede darse a conocer a los alumnos y que puede llegar a marcar una diferencia enorme en la solución de los problemas sociales existentes y en los venideros.

BIBLIOGRAFÍA

1. Braun, K. (2009). Social Entrepreneurship: Perspectives on an Academic Discipline. Vol. 2 No. 2. Pp 74-79.
2. Bruton, Garry, Ahlstrom, Ahlstrom, Obloj, Krzysztof (2008). Entrepreneurship in Emerging Economies: Where Are We Today and Where Should Research Go in the Future. Baylor University. Vol. 32. Pp 1-14.
3. Demirdjian, Z. S. (2007). Social entrepreneurship: Sustainable solutions to societal problems. Journal of American Academy of Business, Cambridge. Vol. 11 No. 1.
4. Dorado, S. (2006). Social Entrepreneurial Ventures: Different Values so Different Process of Creation, no? Journal of Developmental Entrepreneurship. Vol. 11 No. 4. Pp 319-343.
5. Gregoire, Denis A., Noel, Martin X., Dery, Richard, Bechard, J.P. (2006). Is there conceptual convergence in entrepreneurship research? A co-citation analysis of Frontiers of Entrepreneurship Research. Baylor University. Vol. 30. pp 333-373.
6. Hwee Nga, Joyce Koe; Shamugathan, Gomathi. (2010). The Influences of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start up Intentions. Journal of Business Ethics. Vol. 95. Pp 259-282.
7. Kerlin, J. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. Arnova. Vol. 17. pp 247-263.
8. Kistruck, Geoffrey M. y Beamish, Paul W. (2010). The interplay of form, structure, and Embeddedness in social Intrapreneurship. Baylor University. Vol. 34. pp 735-761.
9. Korosec, Ronnie L. y Berman, Evan M. (2006). Municipal Support for Social Entrepreneurship. Public Administration Review. Vol. 66 No. 3. pp 448-462.

10. Lasprogata, G. A., Cotton, M. N. Contemplating "Enterprise": The Business and Legal Challenges of Social Entrepreneurship. *American Business Law Journal*. Vol. 41. pp 67-108.
11. Licite, L., Dobele, A. (2011). Functions of social entrepreneurship and situation in Latvia. Latvia University of Agriculture. www.westeastinstiye.com
12. Mair, J., Marti, I. (2004). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. IESE Business School. WP 546.
13. McMullen, J. S. (2010). Delineating the Domain of Development Entrepreneurship: A Market-Based Approach to Facilitating Inclusive Economic Growth. *Baylor University*. Vol. 35 No. 1. pp 185-193.
14. Munoz, J. M. (2009). Social Entrepreneurship in China: Trends and Strategic Implications. *Buletinul Universidad Petrol*. Vol. 111 No.2. pp 1-12.
15. Murphy, Patrick, Coombes, Susan. (2009). A model of social entrepreneurial Discovery. *Journal of Bussines Ethics*. Vol. 87. pp 325-336.
16. Pärenson, T. (2011). The criteria for a solid impact evaluation in social entrepreneurship. *Society and Business Review*. Vol. 6 No. 1. Pp 39-48.
17. (2011) Social entrepreneurs offer different model. *Strategic Direction*. Vol. 27 No. 6. pp 15-18.
18. Sud, M., Vansandt, C.V. y Baugous, A. (2009). Social Entrepreneurship: The Role of Institutions. *Journal of Business Ethics*. Vol. 85. pp 201-216.
19. Sullivan, Gillian, Weerawardena, Jay y Carnegie, Kashonia (2002). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol. 8 No 1. pp 76-90.
20. Shaw, Eleanor, Carter, Sara (2007). Social entrepreneurship. Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 14 No 3. Pp 418-434.
21. Thompson, J. (2008). Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached?. *Social Enterprise Journal*. Vol. 4 No 2. pp 149-161.

22. VanSandt, Craig. Sud, Mukesh. Marmé, Christopher. (2009). Enabling the Original Intent: Catalysts for Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*. Vol. 90. Pp 419-428.
23. Vasakarla, Vasudha (2008). A Study on Social Entrepreneurship and the Characteristics of Social Entrepreneurs. *Icfai Journal of Management Research*. Vol. 7 No. 4. Pp 32-40.
24. Zahra, Shaker A., Rawhouser, Hans N., Bhawe, Nachiket, Nuebaum, Donald O. y Hayton, James C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 2. pp 117-131.