

ESTADO DEL ARTE DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN COLOMBIA

Yania Ibeth Moreno Mosquera

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE

NEGOCIOS - ECACEN

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE ORGANIZACIONES

Quibdó, octubre de 2019

ESTADO DEL ARTE DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN COLOMBIA

Autora

Yania Ibeth Moreno Mosquera

CC 52.533.850

Trabajo de Grado

Presentado como requerimiento para optar título de

Magíster en Administración de Organizaciones

Asesor

Julio Cesar Montoya Rendón

Magíster en Administración de Empresas

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE

NEGOCIOS - ECACEN

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE ORGANIZACIONES

Quibdó, octubre de 2019

Nota Aceptación

Firma jurados

Jurado 1 _____

Jurado 2 _____

Dedicatoria

Dedicado a mi esposo e hijo por su amor y comprensión,

Pedro José y Juan José

A mis padres, hermanos y sobrinos,

Por siempre estar ahí, apoyándome.

A mis amigas del alma,

Por alentarme siempre a salir adelante

A mis compañeros de trabajo y personal de la UNAD

Por su disposición y apoyo constante

Agradecimientos

Agradezco primero que todo a mi buen Dios por darme la vida, la salud, la oportunidad de cumplir mis sueños y realizarme profesionalmente. Agradezco a mi esposo e hijo, por ser mi motor y mi motivación para asumir retos. Gracias por comprender mis ausencias y aceptar ceder mucho de nuestro tiempo para la realización de este sueño, mi sueño de ser Magister en Administración de Organizaciones.

Asimismo, agradezco a mis padres, hermanos, sobrinos y amigas del alma. por alentarme cada día a ser mejor persona, a mis compañeros de trabajo por enseñarme tanto y aceptar mis consejos de ser personas integrales.

Doy gracias a Colpensiones mi organización por ese apoyo económico y moral; también al personal de la UNAD, en especial a la profesional Mery Valoyes por su paciencia y apoyo en todo mi proceso, por alentarme siempre a seguir adelante, a mi teacher Fulton Palacios por su dedicación y entrega, a mi tutor Julio Cesar Montoya Rendon, por su apoyo y orientación tan clara y precisa, y a todos los docentes con los que tuve la oportunidad de interactuar por su profesionalismo y objetividad, realmente la Universidad cuenta con un capital humano excelente.

Hoy soy una profesional más preparada para asumir nuevos retos y servir a mi comunidad de la mejor manera posible, con responsabilidad, conocimientos, eficiencia e integridad. Infinitas gracias a todos los que de una u otra manera hicieron posible este sueño.

Con profundo amor y agradecimiento, Yania Ibeth.

Índice General

Contenido

Resumen.....	ix
Summary	xi
Introducción	13
1. Contextualización de la problemática	14
1.1. Antecedentes	14
1.2. Concepto de Emprendimiento	16
1.2.1. Tipos de Emprendimiento	18
2. Bases teóricas y definiciones de Emprendimiento Social	24
2.1. Concepto y definiciones Emprendimiento Social	24
2.2. Características y aspectos principales de Emprendimiento Social.....	25
2.2.1. El emprendedor social.....	28
2.3. Actores del Emprendimiento Social (shareholders vs stakeholders)	33
2.4. Campos que cubre el Emprendimiento Social: Tercer sector y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	35
2.4.1. Tercer sector.....	35
2.4.2. Responsabilidad Social Empresarial.....	37
2.5. Ecosistema del emprendimiento: esfera pública, esfera privada y esfera social	40
2.5.1. Elementos del ecosistema de Emprendimiento Social	43
3. Descripción detallada del problema	47
3.1. Emprendimiento Social en el contexto colombiano.....	48
3.1.1. Organizaciones relacionadas con el emprendimiento en Colombia.....	49
3.1.2. Normatividad y regulación.....	53
3.1.3. Emprendimiento Social y la Academia en Colombia.....	56
4. Trabajos realizados en el área	58
4.1 Organización estructurada de la literatura existente.....	58
4.1.1. Planteamientos realizados respecto al tema de Emprendimiento Social.....	58
4.2. Aplicaciones del Emprendimiento Social en Colombia.....	63
4.2.1. El Centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario - UR Emprende.....	63
4.2.2. Estudio realizado por la Universidad Central.....	68
4.2.3. RECON, organización colombiana sin ánimo de lucro.....	79

4.2.4. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Colombia	86
4.3. Descripción de emprendimientos sociales más representativos	89
5. Perspectivas de desarrollo del área:.....	92
5.1. Principales áreas de trabajo actual	92
5.1.1. Plataforma para la Construcción Participativa de la Política de Innovación Social..	92
6. Emprendimiento Social en América Latina	96
6.2.1. Emprendimiento Social en Chile.....	101
Conclusiones	105
Recomendaciones.....	109
Bibliografía	113
Bibliografía	113

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 El Emprendimiento Social y los sectores tradicionales.....	16
Ilustración 2 Formas de Emprendimiento Social	37
Ilustración 3 RSE y Emprendimiento Social.....	40
Ilustración 4 Ecosistema del Emprendimiento Social	42
Ilustración 5 Elementos del ecosistema empresarial.....	43
Ilustración 6 Niveles para impulsar el cambio social-Ashoka	51
Ilustración 7 Objetivos de Desarrollo Sostenible	52
Ilustración 8 Modelo propuesto por Trivedi	60
Ilustración 9 Modelo de Emprendimiento Social.....	63
Ilustración 10 Universidad de los Andes.....	70
Ilustración 11 Universidad Externado de Colombia	71
Ilustración 12 Universidad del Rosario.....	72
Ilustración 13 Pontificia Universidad Javeriana.....	73
Ilustración 14 Universidad de la Sabana	74
Ilustración 15 Universidad EAFIT	75
Ilustración 16 Universidad Nacional.....	76
Ilustración 17 Escuela de Administración de Negocios - EAN	77
Ilustración 18 Sectores de los emprendimientos	80
Ilustración 19 Categorías de participación Convocatoria RECON	84
Ilustración 20 Criterios de evaluación Convocatoria RECON.....	85
Ilustración 21 Rankin Índice Global de Emprendimiento.....	98

Resumen

En la presente investigación sobre Emprendimiento Social en Colombia, se pretende analizar el conocimiento acumulado en diversas fuentes de información, establecer comparaciones con otros conocimientos paralelos a este, y así presentar un Estado del Arte del tema de estudio, estado del arte entendido como herramienta para el reconocimiento e interpretación de la realidad, como propuesta metodológica documental y como base para la toma de decisiones en el campo de la investigación.

Se quiere entonces generar entendimiento sobre lo que representa el Emprendimiento Social, acotar el constructo ya que hay diversidad en las definiciones, adentrándose a los antecedentes y el origen en sí de la palabra como tal, pasando por los diferentes tipos de emprendimientos para explicar así la especificidad del Emprendimiento Social.

Se puntualiza sobre los actores y en especial el mismo emprendedor, destacando sus características y aspectos más relevantes, pasando por campos que cubre el Emprendimiento Social como son el tercer sector y la responsabilidad social empresarial y describir el ecosistema del emprendimiento donde se engrana la esfera pública, la esfera privada y la social.

Luego se adentran al contexto colombiano, pasando por la normatividad vigente respecto al tema, algunas organizaciones colombianas dedicados al emprendimiento y su relación con la academia, un actor importante en la implementación y desarrollo de los emprendimientos sociales.

Se describen algunas investigaciones realizadas, los resultados de cada una de ella, y aplicaciones del emprendimiento, así como los emprendimientos sociales más representativos del país.

Finalmente se describen las principales áreas de trabajo actual en Colombia y se hace una apreciación sobre el emprendimiento social en América Latina, y especialmente en Chile como el país que está más avanzado de la región, y se termina con las recomendaciones del autor y las conclusiones del documento, completando así el estado del arte del Emprendimiento Social en Colombia.

Palabras claves

Emprendimiento, ánimo de lucro, empresa, productividad, bienestar social, Ecosistema, RSE

Summary

In the present research on Social Entrepreneurship in Colombia, it is intended to analyze the accumulated knowledge in various sources of information, establish comparisons with other knowledge parallel to this, and thus present a State of the Art of the subject of study, state of the art understood as a tool for the recognition and interpretation of reality, as a documentary methodological proposal and as a basis for decision making in the field of research.

It is then wanted to generate understanding about what Social Entrepreneurship represents, to delimit the construct since there is diversity in definitions, going into the background and the origin itself of the word as such, going through the different types of ventures to explain the Specificity of Social Entrepreneurship.

It points out the actors and especially the entrepreneur himself, highlighting their characteristics and most relevant aspects, going through fields that cover Social Entrepreneurship as they are the third sector and corporate social responsibility and describe the ecosystem of entrepreneurship where the public sphere is geared, the private sphere and the social sphere.

Then they go into the Colombian context, going through the current regulations on the subject, some Colombian organizations dedicated to entrepreneurship and their relationship with the academy, an important actor in the implementation and development of social enterprises.

It describes some research carried out, the results of each of it, and applications of entrepreneurship, as well as the most representative social enterprises in the country.

Finally, the main areas of current work in Colombia are described and an assessment is made about social entrepreneurship in Latin America, and especially in Chile as the country that is more advanced in the region, and ends with the author's recommendations and conclusions of the document, thus completing the state of the art of Social Entrepreneurship in Colombia.

Keywords

Entrepreneurship, profit motive, company, productivity, social welfare, Ecosystem, RSE

Introducción

En Colombia, ligada al desarrollo económico y político aparece la guerra, como la forma utilizada históricamente para generar diferencias políticas, económicas y sociales. Se vive sumergido en problemas sociales, económicos, ambientales y culturales, donde la tenencia de la tierra es un detonante. Aspectos como pobreza, inequidad, falta de soberanía, limitado acceso a necesidades básicas: Educación, alimentación, vivienda, seguridad, recreación, violación constante de derechos, coacción en el ejercicio democrático participativo, corrupción política, entre otros más, son el pan de cada día.

Es así, como nace la idea de investigar sobre el Emprendimiento Social, como posible solución a las problemáticas sociales del contexto, a través de la sociedad civil para buscar estrategias que generen soluciones en temas como: construcción de paz, reconciliación, reintegración y transformación social, a partir de la generación de oportunidades de desarrollo en municipios y territorios históricamente afectados por el conflicto armado, y en donde el Estado, en la mayoría de los casos es ausente.

Para lograr lo anteriormente expuesto, en el documento se presentan diversas aproximaciones para clarificar el constructo teórico de Emprendimiento Social junto con sus características y actores principales, pasando por estudios e investigaciones realizadas, planeamientos al respecto, y la importancia de la Estado-Academia-comunidad, hasta llegar conclusiones y recomendaciones propias, presentando así el Estado el Arte del Emprendimiento Social en Colombia.

1. Contextualización de la problemática

1.1. Antecedentes

El Emprendimiento Social en su forma institucional y moderna, es decir, considerado como sector reconocido y organizado, tiene dos fuentes históricamente identificables. Por una parte, en los años de 1990, surge en Estados Unidos la *Social Enterprise Initiative*, un programa de investigación y enseñanza lanzado por *Harvard Business School*. A continuación de esa iniciativa pionera, otras grandes universidades y fundaciones del mismo país siguieron los mismos pasos e implementaron programas de capacitación y apoyo a los emprendedores sociales (*Les repères de l'AVISE, 2007*).

Por otra parte, en Europa la noción de Emprendimiento Social como tal emerge en el mismo período en el seno de la economía social y de su tradición cooperativa y mutualista (*Les repères de l'AVISE, 2007*). En Italia se crea un estatuto especial de “cooperativas sociales” que se desarrolla fuertemente con el objetivo de responder a necesidades mal satisfechas o insatisfechas por los servicios públicos. De ahí, nuevas dinámicas empresariales vieron luz en otros países.

Aunque diferentes en la forma y la intensidad, las experiencias de cada país compartieron rasgos comunes: Multiplicación de las empresas sociales (entre otros sectores: inserción, servicios de proximidad, medioambiente, servicios sociales y comercio justo); creación de nuevos estatutos y marcos jurídicos; emergencia de nuevos dispositivos de creación, desarrollo y acompañamiento de empresas sociales; incremento en la audiencia de estos proyectos sociales (media, publicaciones, enseñanza, movilización y sensibilización de los diferentes actores económicos).

A pesar de su diversidad (en términos de estatuto jurídico –empresas, entidades públicas, asociaciones, fundaciones, ONG...– y de origen de las iniciativas –sector empresarial tradicional, sector estatal o tercer sector–), las experiencias y entidades del sector del Emprendimiento Social tienen principios en común:

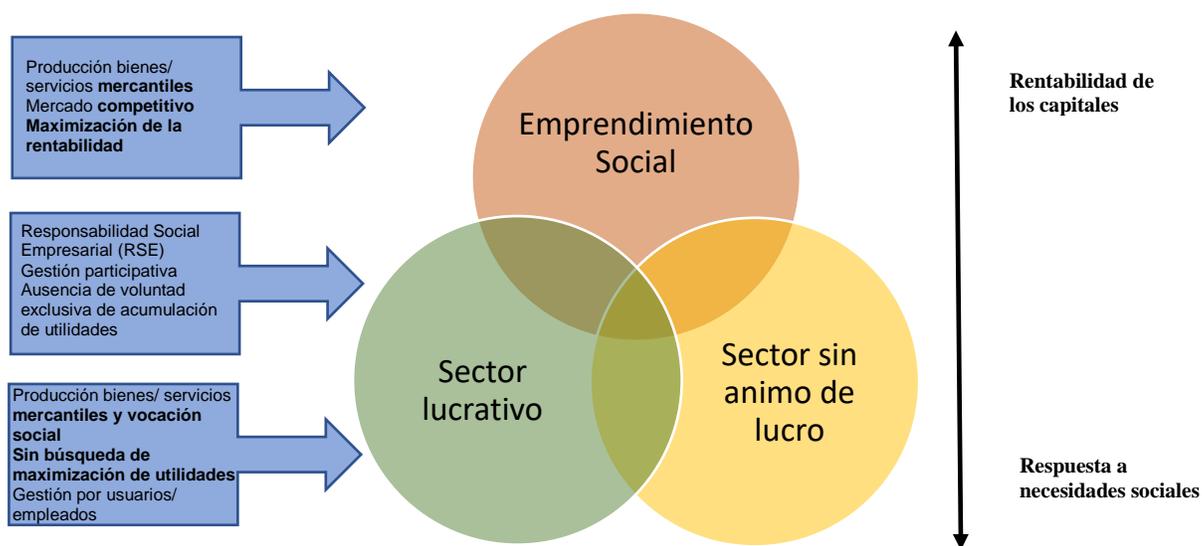
Son el *resultante de iniciativas privadas* lideradas por ciudadanos preocupados por defender el interés colectivo, por cambiar la sociedad.

Tienen implícito la noción de innovación social, bien sea a nivel de la oferta de bienes o servicios propuestos, o a nivel de la creación de valor social y económico

Pertenecen plenamente a la economía de mercado por mucho que las utilidades no representen un fin en sí, sino un medio para lograr un objetivo social.

La siguiente figura trata de ilustrar esquemáticamente la posición del Emprendimiento Social en medio de los sectores tradicionales de la economía (Fournier, 2001, pág. 11).

Ilustración 1 El Emprendimiento Social y los sectores tradicionales



Fuente: Soulage, F. (2007). *Panorama Général de l'économie sociale*, IDES. Tomado de (Fournier, 2001)

1.2. Concepto de Emprendimiento

Para algunas personas el emprendimiento es considerado un concepto nuevo; sin embargo, esta característica como tal siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo. Una de las razones por las cuales este término se ha vuelto importante en la última década es el resurgimiento de la manera como se han manejado las situaciones económicas y cómo éstas han sido superadas con nuevas ideas. (Jaramillo, 2008)

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.

Quien utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados fue Joseph Alois Schumpeter, un destacado economista austro-estadounidense, ministro de Finanzas en Austria (1919-1920) y profesor de la Universidad de Harvard desde 1932 hasta su muerte, quien se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario, subrayando su papel en la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad.

Contra poniéndose 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

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Él observó 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, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos producto o método (Castillo, 1999)

Es así, como en Colombia en la ley 1014 de 2016, que es la Ley del Emprendimiento, lo definen como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Congreso de la Republica de Colombia, 2019)

1.2.1. Tipos de Emprendimiento

Los tipos de emprendimiento hacen referencia a diferentes clasificaciones relacionadas con las características que determinan el desarrollo de una nueva idea de negocio. Es necesario tener en cuenta que no todos los emprendimientos persiguen los mismos objetivos. Todos los empresarios, las ideas de negocio y los métodos de administración e innovación son diferentes; por esta razón existen diferentes clasificaciones.

Cada emprendedor o grupo de emprendedores tiene una forma de empezar un negocio o idea. Depende de la personalidad de los emprendedores, de las condiciones socioeconómicas, de los recursos disponibles, incluso de la suerte. En cualquier caso, emprender siempre requiere perseverancia y sacrificio. Conocer las clases más comunes puede ayudar al emprendedor a conocer mejor el proceso y abordarlo mejor.

Según el ***tamaño***, los tipos de emprendimiento son:

1- Emprendimientos pequeños - Los pequeños emprendimientos son todos aquellos en los que el propietario dirige su empresa y trabaja con un par de empleados, usualmente familiares. Son negocios como tiendas de abarrotes, peluquerías, carpinterías, plomeros,

electricistas, entre otros. La mayoría de estos emprendimientos son apenas rentables. Se considera que son exitosos cuando cumplen el objetivo de sostener a la familia y brindar un mínimo de beneficios.

2- *Emprendimientos escalables.* Los emprendimientos escalables son empresas pequeñas en su inicio, pero que están concebidas como proyectos que pueden alcanzar un gran crecimiento. Éste es el caso de los emprendimientos de innovación tecnológica, los cuales pueden alcanzar un gran crecimiento en un plazo corto de tiempo.

3- *Emprendimientos grandes.* Se refiere a grandes empresas con ciclos de vida finitos. Este tipo de emprendimientos debe mantener una constante innovación en sus productos y servicios para poder crecer. Por esta razón, deben mantenerse en un proceso continuo de investigación y comprensión de los cambios en el mercado. Los gustos cambiantes de los clientes, las nuevas tecnologías, los cambios en la legislación y la innovación de los competidores deben ser criterios a tomar en cuenta para que un emprendimiento grande se mantenga con vida.

4- *Emprendimientos sociales.* Estos son emprendimientos cuyo propósito central no consiste en capturar una cuota determinada del mercado, sino contribuir al desarrollo social. Con frecuencia suelen ser empresas sin fines de lucro y tienen como objetivos la innovación en el campo de la educación, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente.

Según **la innovación**, los tipos de emprendimiento son:

1- *Emprendimiento innovador.* Son emprendimientos en los cuales un proceso de investigación y desarrollo conduce a la innovación. Esto constituye una fuerte ventaja

competitiva al momento de entrar en el mercado, porque garantiza un impacto basado en las necesidades del público objetivo del producto o servicio.

2- *Emprendimiento oportunista.* Se refiere a aquellos emprendimientos que surgen en un contexto donde puede identificarse una necesidad urgente o una oportunidad clara de negocio. Este emprendimiento requiere de una alta sensibilidad para detectar, explotar y ejecutar las oportunidades.

3- *Emprendimiento incubador.* Se refiere a aquellos emprendimientos que no están basados en oportunidades emergentes, sino en todo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfocan en la satisfacción de aquellas necesidades del mercado que son permanentes y bien conocidas. Este tipo de emprendimiento tiene un proceso largo de investigación, crecimiento y desarrollo. Sin embargo, al estar basado en condiciones permanentes, sus resultados pueden ser relativamente previsibles y por lo tanto sus resultados pueden ser más estables.

4- *Emprendimiento de imitación.* Este tipo de emprendimiento consiste en la imitación de un producto o servicio que ya tiene éxito dentro del mercado. Puede darse a través de la creación de un producto nuevo o a través de una franquicia. En el caso de los productos nuevos, lo que se busca es imitar aquellos aspectos de un producto que ya demostraron tener éxito. Sin embargo, en todos los casos se deben incluir aspectos novedosos que permitan ofrecer un valor agregado a los usuarios. En el caso de la franquicia, el emprendimiento se enfoca en un modelo de negocio ya creado. En algunos casos la única innovación consiste en ajustar detalles de comercialización según la región en donde se lanza el producto.

Según el *emprendedor*, los tipos de emprendimiento son:

1- Emprendimiento privado. Se refiere a aquellas empresas que se desarrollan a través de capital privado. Dentro de este tipo de emprendimiento, la inversión inicial puede provenir de los mismos emprendedores (en el caso de negocios pequeños) o de inversores de riesgo (cuando se trata de proyectos más grandes).

2- Emprendimiento público. Se refiere a aquellos emprendimientos que desarrolla el sector público a través de sus diferentes agencias de desarrollo. En todos los países es posible encontrar este tipo de iniciativas públicas, enfocadas en cubrir las deficiencias en la oferta de los empresarios privados.

3- Emprendimiento individual. El emprendimiento individual es el que desarrolla una sola persona o una familia. Este tipo de emprendimiento suele ser más frecuente en el caso de empresas pequeñas, y es poco usual que incluya procesos de investigación y desarrollo.

4- Emprendimiento en masa. Este tipo de emprendimiento ocurre en contextos sociales donde se presenta un clima favorable para la creación de nuevas empresas. Dicho contexto favorable puede darse gracias a estímulos por parte del gobierno. Sin embargo, también puede ocurrir condicionado por otros aspectos sociales, económicos, científicos o tecnológicos que se generen en un lugar específico (Castro, 2019).

Los tipos de emprendimiento según su *propósito* son:

1-Pequeñas empresas: En estos, el propietario es quien dirige la organización, quizá con un par de empleados a su mando. Son los negocios que se pueden ver en las calles o avenidas y que son apenas rentables para sus dueños. Son considerados exitosos si logran mantener las necesidades básicas de la familia.

2-Empresas escalables: Su propósito va más allá de solo producir lo suficiente para cubrir económicamente a su dueño. Son concebidos con la idea de generar grandes niveles de crecimiento gracias a la innovación y estrategias. Los negocios tecnológicos, relacionados con el desarrollo de softwares y dispositivos electrónicos es un buen ejemplo de empresa enfocada en el concepto de escalabilidad.

3-Organizaciones sociales: En estos, la intención principal no es generar dinero o tomar una cuota del mercado. Se trata de generar un impacto en el mundo. Normalmente son empresas sin fines de lucro y se centran en sectores como la educación, derechos humanos, desarrollo humano, salud o medio ambiente.

Los tipos de emprendimiento según su **nivel de innovación:**

1-Emprendimientos novedosos: Cuando un emprendimiento se basa en desarrollar e investigar para crear un producto o servicio innovador, se le puede catalogar como emprendimiento novedoso. Estos son los que más impacto pueden generar de frente a un problema o necesidad del mercado. Una de sus características principales es que al momento de generarse la idea innovadora, requieren de mucho capital para lograr desarrollar todo el proceso de investigación y luego la puesta en marcha del modelo de negocios.

2-Negocios oportunistas: Estos atienden una necesidad específica en un momento determinado con una propuesta de negocios diseñada especialmente para esa oportunidad. Lo especial de este tipo de emprendimiento es que requiere de una gran visión por parte del emprendedor para detectar, desarrollar y ejecutar un modelo de negocio que satisfaga esa carencia del mercado.

3-Emprendimientos incubadores: A diferencia de todos los anteriores, estas ideas permanecen un largo tiempo en investigación y desarrollo, con el objetivo de satisfacer una

necesidad recurrente dentro de un nicho. Las grandes empresas usan las incubadoras de ideas para generar suficientes datos y asegurarse que dicho negocio dará resultados.

Asimismo, son ejecutadas por organizaciones que tienen una porción del mercado y son usadas para mantenerse actualizadas con las tendencias.

4-Negocios espejos: No tienen nada de innovadoras, solo se enfocan en sacar a la venta algún producto que ya existe en el mercado. Un ejemplo muy simple, podría ser las franquicias, en las que el inversionista o emprendedor no crea nada, solo compra una licencia o «marca» con un modelo de negocio que funcione para adaptarlo de pies a cabeza en otra locación (Rockcontent.com, 2019).

2. Bases teóricas y definiciones de Emprendimiento Social

2.1. Concepto y definiciones Emprendimiento Social

El Emprendimiento Social se traduce en la creación de empresas en las que los fines sociales son la prioridad: la generación de empleo estable y de calidad, la inserción social por el trabajo o la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad, entre otros. Este tipo de emprendimiento se desarrolla en un contexto en el que la persona y el trabajo son lo principal, y el beneficio empresarial no es más que el resultado del trabajo bien hecho.

A diferencia de otros tipos de emprendimientos, el Emprendimiento Social no tiene como objetivo la maximización del beneficio económico, sino que éste no es más que el instrumento o el medio que garantiza los fines sociales de las empresas que se constituyen bajo esta perspectiva. La persona y el grupo, además de ser el motor de la empresa, son también la principal prioridad, de manera que se trata de organizaciones socialmente responsables, tanto interna es decir hacia sus empleados, como externamente, hacia la sociedad en su conjunto (Sanchis, 2010).

En un sentido amplio, se puede designar como Emprendimiento Social cualquier acción, iniciativa o movimiento dentro de la esfera socioeconómica, de origen privado y orientado a favor del interés general y del bien común o que beneficie a una franja significativa de población.

Desde un punto de vista histórico, ello significa que el Emprendimiento Social siempre ha existido en la medida en que se puede considerar como Emprendimiento Social cualquier acción cometida por una agrupación social en busca de la satisfacción de una

necesidad compartida por todos los miembros de la agrupación y para la cual cada miembro está dispuesto a poner en común y compartir los recursos que hacen posible la realización de la meta conjuntamente identificada.

Aquí cabe apuntar una primera observación: en el centro del concepto de “Emprendimiento Social” se encuentra la noción de “búsqueda de beneficios compartidos”, en contraposición con la de “satisfacción de intereses privados”, que se suele considerar en los sectores tradicionales de la economía capitalista y de las sociedades individualistas. Así, mientras el ‘emprendedor tradicional’ “emprende para crear para su cuenta propia, por sus riesgos y provechos, cualquier producto, el emprendedor social’ emprende de forma desinteresada y sin perseguir utilidad (Fournier, 2001).

Después de todo lo anterior, se puede concluir que un Emprendimiento Social implica la creación de valor social a través de medios innovadores y que a su vez contiene elementos inspirados en el mundo de los negocios, además este abarca las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora

2.2. Características y aspectos principales de Emprendimiento Social

Los emprendimientos sociales están cada vez más a la vanguardia de la transformación social, mejorando la calidad de vida de los más necesitados a nivel global (Zahra et al., 2008). Por tanto, sugieren que una manera de conceptualizar este nuevo fenómeno es examinar los beneficios que produce un Emprendimiento Social. Estos concuerdan en que el objetivo primordial de un Emprendimiento Social es la creación de

valor social (Dees & Anderson, 2006; Mair & Marti, 2006; Martin and Osberg, 2007; Murphy & Combs, 2009; Peredo & McLean, 2006), tomado de (Navarro, 2019)

Concuerdan también que, aunque el objetivo fundamental es la creación de valor social, un Emprendimiento Social incluye también la creación de valor económico, bajo la forma de ingresos que aseguran su independencia financiera.

Algunos autores destacan además que los beneficios a la sociedad que produce un Emprendimiento Social no consisten en algún tipo de ayuda temporal o esfuerzo único de repercusión limitado. Se trata de crear valor sostenible y escalable en el tiempo. El impacto sostenible es alcanzado mediante algún tipo de cambio sistémico o una gran transformación social. O también, puede ser alcanzado actuando de tal manera que el impacto sobre la calidad de vida de los afectados sea duradero. Además, la innovación implicada en el proceso debe tener la capacidad de alcanzar un impacto de gran escala correspondiente al problema social abordado (Dees & Anderson, 2006).

Otra característica distintiva del Emprendimiento Social es su limitado potencial de captar el valor creado. Generalmente, para los emprendedores sociales que proveen necesidades sociales básicas como educación, comida o refugio, es difícil captar valor económico puesto que, aunque los “clientes” tienen la voluntad de hacerlo, son incapaces de pagar una pequeña parte del precio de los productos o servicios provistos (Seelos & Mair, 2005). Por tanto, evaluar el impacto de los emprendimientos sociales es uno de los mayores desafíos del Emprendimiento Social. El problema real no es la medición *per se*, más bien cómo utilizar las medidas para “cuantificar” el impacto del Emprendimiento Social (Dees & Anderson, 2006; Mair & Martí, 2006). Muchos consideran que es muy difícil sino imposible cuantificar los efectos socioeconómicos, medioambientales y sociales.

Muchas de las personas implicadas en el sector social asumen en forma implícita que la mayoría de los elementos del valor social están más allá de la medición y la cuantificación (Emerson, 2003).

Tomando como punto de partida conceptos teóricos corroborados en la literatura de emprendimiento de negocios y varios ejemplos conocidos de emprendimientos sociales, Martin y Osberg (2007), citado en (Navarro, 2019) proponen que un Emprendimiento Social generará una transformación social cuando el emprendedor social cree un nuevo equilibrio estable que permita la satisfacción de necesidades sociales; es así como un emprendedor social identifica un equilibrio estable pero inherentemente injusto que crea exclusión o sufrimiento de un segmento de la humanidad que no puede contrarrestarlo por falta de recursos financieros e influencia política. Así, este equilibrio injusto persiste puesto que no existe una fuerza capaz de romperlo.

No obstante, el emprendedor social identificará en este una oportunidad de crear algo nuevo y tendrá la capacidad de romper el actual y crear un nuevo equilibrio; el emprendedor social no busca optimizar el sistema actual mediante ajustes limitados, más bien desarrolla una manera totalmente nueva e innovadora de enfrentar el problema rompiendo radicalmente la estabilidad del equilibrio actual. Así, el emprendedor social forjará un equilibrio nuevo y estable que alivia el sufrimiento del grupo definido.

Forjará, además, a través de la imitación y la creación de un ecosistema estable alrededor del nuevo equilibrio, un futuro mejor para el grupo definido e incluso la sociedad en su conjunto.

Al analizar el proceso del Emprendimiento Social a la luz del contexto social en el que se lleva a cabo, partiendo de diversas perspectivas teóricas, se han desarrollado modelos que explican cómo distintos componentes contextuales potencian o limitan un

Emprendimiento Social y cómo ocurre el cambio social, modelos de los cuales se explicara en la sección de Planteamientos realizados respecto al tema.

2.2.1. El emprendedor social.

Para poner en marcha las fuerzas transformadoras de la sociedad, el emprendedor social debe tener los atributos de un líder: ser capaz de autocriticarse (para realizar ajustes y reorientaciones en caso de falencia de su proyecto), saber compartir el éxito (es decir, reunir apoyos, crear sinergias), extraerse de su entorno para responder con más eficiencia al problema identificado (tener una visión amplia e integral, poder distanciarse y tomar libertades para innovar), reutilizar los recursos disponibles para encontrarles otros fines (superar la fragmentación y la especialización de la sociedad e implementar combinaciones creativas), tener un alto grado de la ética (Bornstein, 2004), tomado de (Fournier, 2001)

Valiéndose de las prácticas del sector tradicional, el emprendedor social crea nuevas prácticas con las que va cambiando no solamente la sociedad, sino también los procesos del sector tradicional. Si las empresas contribuyen a modelar las visiones de los emprendedores sociales (bien sea que ellos reutilicen las técnicas y procesos de éstas, bien sea que traten de paliar sus fallas y externalidades negativas), el emprendedor social aporta también su nueva visión, sus conocimientos y experiencias a las empresas y las impulsa a difundir el tema social dentro de su organización, de ahí el auge de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

Por otro lado, la innovación social se logra gracias a las mismas estrategias que implementan las organizaciones del sector del Emprendimiento Social. Para funcionar, esas entidades deben construir modelos de negocios únicos y específicos que les permitan abastecer grandes mercados, responder a un problema amplio, pero con recursos limitados.

En ese sentido, la innovación social pasa por la proposición de soluciones mixtas, tal como se expuso en la sección precedente: trabajar conjuntamente con actores diversos, de los sectores privado, público y social. Para lograr su meta de cambio sistémico, la organización social se concentra en tres puntos clave que son la fuente de la innovación social:

Sus competencias, las organizaciones del sector tienen un objeto social bien definido y trabajan para fortalecerlo mediante la creación de un conjunto de prácticas y actuaciones. Esos conjuntos de experiencias les permiten desarrollar unos conocimientos propios y exclusivos que favorecen la innovación.

Sus alianzas, por tener recursos limitados, esas organizaciones deben buscar apoyos externos financieros, técnicos, logísticos, estratégicos, jurídicos, humano. Se trata de optimizar su acceso a recursos y su gestión propia. La flexibilidad y apertura de esas entidades son otras condiciones que favorecen la innovación en el sector del Emprendimiento Social.

Su conocimiento del entorno, las estructuras del sector también logran innovar porque conocen las condiciones de su entorno y saben utilizar, optimizándolos, los recursos locales. La calidad que aquí se quiere subrayar es la gran adaptabilidad de las organizaciones del sector del Emprendimiento Social (Fournier, 2001, pág. 16).

Según Ashoka (Ashoka.org, 2019), red global de emprendedores sociales, los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los desafíos sociales, culturales y ambientales más acuciantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes, abordando los principales problemas y ofreciendo nuevas ideas para el cambio a nivel de sistemas.

En palabras de Bill Drayton, fundador de Ashoka, (Ashoka.org, 2019) "Los emprendedores sociales son la fuerza correctora esencial. Son empresarios que cambian el sistema. Y desde lo más profundo de su ser, y por lo tanto de su trabajo, están comprometidos con el bien de todos".

Los emprendedores sociales de Ashoka afectan directamente la vida de millones de personas en todo el mundo. También proporcionan ejemplos, ideas e iniciativas que pueden servir como una hoja de navegación en el nuevo mundo en que "todos somos agentes de cambio" indica que son 3 las características de los emprendedores Sociales: innovación, estrategia, e impacto (Ashoka.org, 2019).

Además, el emprendedor es líder, y se destacan como dos habilidades críticas del liderazgo para realizar de manera exitosa la fase inicial de un Emprendimiento Social, el carácter emprendedor y la capacidad para comprender el entorno social y su impacto en la organización. La habilidad emprendedora, consiste en la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control. El fundador del Emprendimiento Social lleva a cabo sus iniciativas haciendo uso de su posición jerárquica, red de contactos, recursos económicos u otros activos necesarios, ya sea que estén bajo su control o tenga que acceder a ellos por otros medios.

En algunas ocasiones, la habilidad emprendedora se manifiesta de manera activa, impulsada por motivaciones altruistas o utilitarias del líder que hacen que este busque oportunidades para desarrollar un proyecto social. En otras ocasiones, esta capacidad es potenciada por una actitud reactiva de un individuo al tener que dar una respuesta a cambios o amenazas externas (BID-Banco Interamericano de Desarrollo, 2006, pág. 39).

La habilidad de diagnóstico es la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno. Después de analizar las condiciones de su entorno, frecuentemente el líder diseña un plan para dar respuesta a un problema, lo que resulta determinante en la fundación del emprendimiento. La habilidad de diagnóstico comprende la articulación de una solución factible y efectiva, a través de un modelo de cambio social.

El diagnóstico social puede servir para aunar voluntades y generar consenso. A partir de esta habilidad, los líderes desarrollan una teoría de cambio a partir de la cual intentan modificar la realidad. Una teoría de cambio consiste en una proposición convincente acerca de cómo el uso de insumos en un emprendimiento generará resultados tanto en el corto plazo (*outputs*) como en el largo plazo (*outcomes*), especificando la cascada de causas y consecuencias que producirán el efecto deseado (BID-Banco Interamericano de Desarrollo, 2006, pág. 41)

Por otra parte, Se considera que existen al menos tres tipos de emprendedores:

1) El innovador, siguiendo la postura de Schumpeter (1950, 1961). Este autor considera como actividad emprendedora aquella que supone una innovación en la introducción de un nuevo producto, organización o proceso, de tal manera que cuando deja de innovar también deja de ser empresario. De ahí que se piense que la postura schumpeteriana la considera como una actividad que supone la destrucción de lo que existía antes, es decir, que altera completamente la actividad que se venía llevando a cabo.

2) El que aprovecha las oportunidades de beneficio, expuesto por Kirzner (1973, 1999), tomado de (Galindo & Mendez, 2008). Este último, de una forma similar al planteamiento de Schumpeter, considera que el empresario trata de aprovechar las oportunidades de beneficio, pero, a diferencia de aquél, supone que pretende aprender de

los errores cometidos en el pasado y corregirlos para conducir al mercado hacia el equilibrio. Así pues, desde su punto de vista, existe una relación entre las instituciones y los emprendedores que facilita el progreso económico. Y ello se produce en dos niveles. Las instituciones en primer lugar proporcionan el nivel de competitividad que necesitan los emprendedores. En segundo lugar, facilitan también la estructura de incentivos que les motiva para seguir desarrollando su actividad.

3) El que asume riesgos, postura defendida por Knight (1921), tomado de (Galindo & Mendez, 2008). Considera que lo esencial de la función empresarial es asumir la incertidumbre. De ella se deriva el beneficio que obtiene el empresario. Desde su punto de vista, el empresario debe saber gestionar la incertidumbre, pero a su vez también debe saber manejar a las personas. El emprendedor debe asumir el riesgo existente y tiene que estimular al ahorrador dudoso o tímido a que ceda sus recursos, garantizándole una determinada renta mediante su participación en los resultados obtenidos.

Adicionalmente, se identifican seis características que distinguen a un emprendedor social con éxito, según Klimenko, O. (2012), citado por (Chica, 2019):

1. Disposición para corregir el punto de vista propio. Contar con esta característica implica contar con un alto nivel de flexibilidad cognitiva y personal, capacidad de aprender de los errores y humildad frente a la vida y el conocimiento.

2. Disposición para compartir los méritos. Para ser capaz de alcanzar esta característica es necesario también contar con generosidad del espíritu, nobleza del carácter, respeto por el otro, comprensión de la igualdad y del potencial humano compartido.

3. Disposición para desligarse de las estructuras dominantes. En este aspecto es importante que la persona cuenta con capacidad de encontrar el camino propio, autonomía, tenacidad con cierto grado de terquedad, criterio propio sólido y capacidad de juicio.

4. Disposición para atravesar fronteras disciplinares. Esta disposición se basa en la presencia de una visión amplia sobre las cosas, recursividad, creatividad.

5. Disposición para trabajar tranquilamente. Aquí las personas deben contar con persistencia, paciencia, confianza en sí mismos, autoestima adecuada y un proyecto personal sólido.

6. Un fuerte impulso ético. Este impulso se basa en un compromiso con el prójimo, capacidad de comprender el dolor ajeno, empatía y altruismo como sentimientos humanos más nobles. Esta característica distingue a los emprendedores sociales como seres humanos que están más cerca de la verdadera esencia de la humanidad.

En conclusión, los emprendedores sociales tienen características muy particulares y únicas, son aquellos que ven un problema crítico en su contexto, deciden resolverlo con una visión innovadora, cuestionan el estatus, explora nuevas oportunidades, no acepta un no como respuesta, a la vez transforman visiones en realidades, demostrando nuevos caminos para resolver problemas y poner en marcha soluciones a gran escala.

2.3. Actores del Emprendimiento Social (shareholders vs stakeholders)

Para definir *shareholders*, se parte de que tenedores (*holders*) de acciones (*shares*) de una empresa, es decir el termino equivale a accionista, es decir, quien posee una participación en la propiedad de una empresa; por ello a veces se les denomina también *shareowners*. Mientras que *stakeholders*, es una persona que tiene un interés o inquietud en un negocio o empresa, aunque no necesariamente como propietario, como partes

interesadas o grupos de interés, personas o entidades que pueden tener interés en conocer la marcha de una empresa como, por ejemplo, las autoridades regulatorias de un mercado de valores, los inversores, los periodistas e, incluso, la sociedad en su conjunto (Traducciónjuridica, 2019).

El nivel creciente de información de los consumidores, junto con su mayor exigencia en términos de calidad, ha llevado a las empresas a reorientar sus estrategias para mostrar una cara más humana a sus clientes. La noción de *stakeholders*, al lado de la de *shareholders*, se hace cada vez más importante y obliga a las empresas a mostrar más transparencia.

Es esa misma noción de *stakeholders* que conlleva el concepto de responsabilidad social: se trata de reubicar la empresa dentro de su contexto como elemento de una cadena que viene constituida por muchos otros actores; en la medida en que existen interacciones entre estos actores, las actuaciones de uno pueden interferir con las actuaciones del otro; de ahí, la empresa tiene que rendir cuentas a sus *stakeholders*; dicho de otra manera, la empresa es responsable frente a esos otros actores que gravitan en ella y a su alrededor.

Así, para convivir armoniosamente con estos actores, la empresa debe fijarse metas diferentes de su tradicional objetivo de rentabilidad económica máxima. Solo así la empresa entra en el sector del Emprendimiento Social y busca la realización de un objeto social (Fournier, 2001, pág. 20)

En Emprendimiento social entonces se tienen como actores principales los emprendedores sociales como *shareholders*, y el Estado, la Academia y la Empresa privada como *shareholders*, actores que deben mantener una estrecha relación y armonización para el buen funcionamiento de la actividad económica que dé como resultado un beneficio social. A lo largo de la investigación se citarán cada uno de ellos.

2.4. Campos que cubre el Emprendimiento Social: Tercer sector y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

2.4.1. Tercer sector.

El tercer sector, o sector social o ciudadano, es por esencia e historia el lugar del Emprendimiento Social. El sector no ha dejado de crecer en los últimos veinte años, es un desafío de recursos, que ha obligado al sector ciudadano a encontrar formas de autofinanciarse que modifiquen sus prácticas y su filosofía. Así, la tendencia del Emprendimiento Social ha sido vincularse cada vez más con el sector privado, extrayéndole sus métodos y difundiendo dentro de las empresas sociales cierta racionalidad económica.

De esta manera, la noción de sostenibilidad se ha vuelto central para las entidades sociales porque la experiencia ha probado que de la viabilidad económica de las estructuras del sector también depende el cumplimiento óptimo de su objeto social.

Esa tensión ha llevado a los actores sociales a profesionalizarse cada vez más y a desarrollar conjuntamente instrumentos de medición tanto del desempeño económico como del impacto social de las organizaciones. La tecnificación creciente del sector ha dado luz a modelos de negocios cada vez más complejos e innovadores que permiten el auge del sector y también su “reformulación”. De ahí surgen nuevas preguntas en cuanto a la definición del Emprendimiento Social; por ejemplo, si se compara una asociación caritativa cualquiera con un organismo de microfinanzas, técnicamente los dos son de Emprendimiento Social porque las dos organizaciones consisten en iniciativas privadas para servir intereses colectivos.

De hecho, la escasez es una distinción clara entre estos diferentes modelos; sin embargo, se podría proponer una discriminación entre las organizaciones caritativas

(asociaciones y fundaciones que dependen de la filantropía o de donaciones particulares y tienen un impacto social localizado, los organismos de solidaridad internacional, ONG financiadas por entidades gubernamentales y supranacionales), y las empresas sociales que sí generan ingresos propios, tienen un modelo de negocios propio, tal como se concibe en el sector privado, y sobre todo tienen un impacto social de larga escala que modifica el orden social.

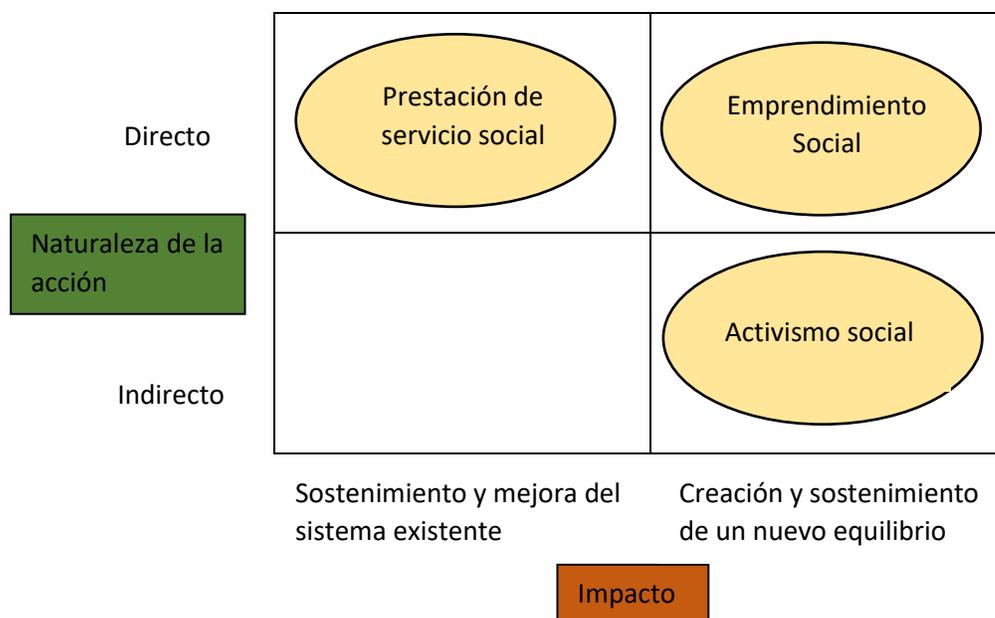
En su artículo *Social Entrepreneurship: the case for definition* (2007), Martin & Osberg, tomado de (Fournier, 2001), también proponen una caracterización de las formas puras de compromiso social con el fin de delimitar las fronteras del Emprendimiento Social, que lo distinguen de lo que llaman la prestación de servicio social y del activismo social.

En el caso de la prestación de servicio social, subrayan el hecho de que ese tipo de acción social nunca va más allá de la misión que se ha fijado inicialmente y del contexto en el que se mueve; tiene una meta de alcance reducido, sin posibilidad de replicación, no opera un cambio sistémico en la sociedad y, por lo tanto, es limitada en su impacto, lo que la hace vulnerable.

Por otro lado, el activismo social se diferencia del Emprendimiento Social en que no emprende directamente para cambiar un estado deficiente de las cosas, sino que trata de sensibilizar e influenciar a actores para que ellos cambien ese estado deficiente; en este sentido, el activista social no es agente del cambio, sino un mediador entre el actual equilibrio y el equilibrio deseable que él impulsa, pero no implementa. Obviamente, se precisa que tanto el activismo social como las prestaciones de servicio social pueden convertirse en Emprendimiento Social, pero en su forma pura; es decir, en su definición estricta, no son asimilables a Emprendimiento Social.

Así, para definir de manera más acertada el campo del Emprendimiento Social, se elabora la siguiente matriz que distingue los tres tipos de acciones sociales:

Ilustración 2 Formas de Emprendimiento Social



Fuente: Martin & Osberg (2007). "Social Entrepreneurship: the case for definition". *Stanford Social Innovation Review*. 36, recuperado de (Fournier, 2001)

2.4.2. Responsabilidad Social Empresarial.

En los últimos años, este concepto ha empezado a tener una legitimidad en las relaciones del mundo empresarial, se ha convertido en un requisito competitivo en las decisiones que día a día se toman dentro de una empresa. Para el contexto empresarial, el ICONTEC tiene la Guía Técnica Colombiana en Responsabilidad social: GTC 180 (Icontec, 2008) , con la siguiente definición:

“Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas en materia

de desarrollo humano integral; esta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.”

De esta manera, la RSE adopta una visión sistémica de la sociedad en donde impacta factores sociales, ambientales y económicos. Es importante saber que para que una entidad tenga esta visión clara, se debe entender la posición y el valor que aporta el factor humano involucrado en cada uno de los procesos que se llevan a cabo dentro de ella. Asimismo, el crecimiento y el aumento de la productividad estarán ligados a la mejora de la calidad de vida del personal dentro y fuera de la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial en una organización, se ha venido incorporando hace unos años en algunas empresas colombianas y extranjeras con el propósito de beneficiar a sus trabajadores y a las comunidades que no cuentan con los recursos necesarios en su vida diaria. Actividades como creación de viviendas, centros educativos y de salud.

Teniendo en cuenta las experiencias que se han tenido basadas en la RSE, cabe resaltar la creatividad y la innovación que se han aplicado dentro de los conceptos de producto, servicio o proceso, y los diferentes programas que se realizan tanto dentro como fuera de la empresa para convertirse en organizaciones socialmente responsables.

Resumiendo, la función de la RSE se puede concretar como esas respuestas de los desafíos que se presentan en el mundo empresarial en torno a un desarrollo sostenible, ambiental y económico, incluyendo las actividades que comprenden lo relativo a la comunidad, a las personas, al medio ambiente y a los valores éticos. Finalmente, es vital incorporar características como valores y principios éticos, condiciones del ambiente de

trabajo y marketing responsable, ya que, trabajando estos ítems, una entidad podrá conseguir ser completamente exitosa y atractiva frente al mercado (Quintero, 2018).

Es así entonces, como la responsabilidad social no es cuestión reservada a las empresas capitalistas, sino que resulta aplicable a todos los tipos de empresas, incluyendo por supuesto los emprendimientos sociales, ya que estos tienen una responsabilidad contraída con su entorno que deben asumir y cuya función no se deriva directamente de su figura jurídica.

La responsabilidad social en los emprendimientos sociales es considerada una práctica de gobierno en las organizaciones y empresas de economía social. Su contribución se valora en términos de solidaridad, cohesión social y vertebración del territorio en los que se ubican y operan estas empresas. Mantienen un compromiso proactivo en la defensa de los derechos humanos, la preservación del medioambiente y el desarrollo sostenible. Por ello, los emprendimientos sociales se relacionan con la responsabilidad social, a través de un conjunto de valores y principios comunes tanto en el marco de su gestión responsable como en los negocios hacia los que se enfocan sus actividades, que son de orden social y colectivo (Perez & Briones, 2014)

Áñez, Hernández, Silvestri y Gómez (2008), citado en (Perez & Briones, 2014) determinaron que “existen elementos comunes en las definiciones de RS relacionados con el Emprendimiento Social, que significan las prácticas de negocios tolerables y el desempeño ambiental, entre otros”. Estos elementos se evidencian en la ilustración 3.

Ilustración 3 RSE y Emprendimiento Social



Fuente: elaboración propia basado en (Perez & Briones, 2014)

2.5.Ecosistema del emprendimiento: esfera pública, esfera privada y esfera social

Un ecosistema es un sistema biológico constituido por una comunidad de organismos vivos y el medio físico donde se relacionan. Se trata de una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat; suelen formar una serie de cadenas que muestran la interdependencia de los organismos dentro del sistema.

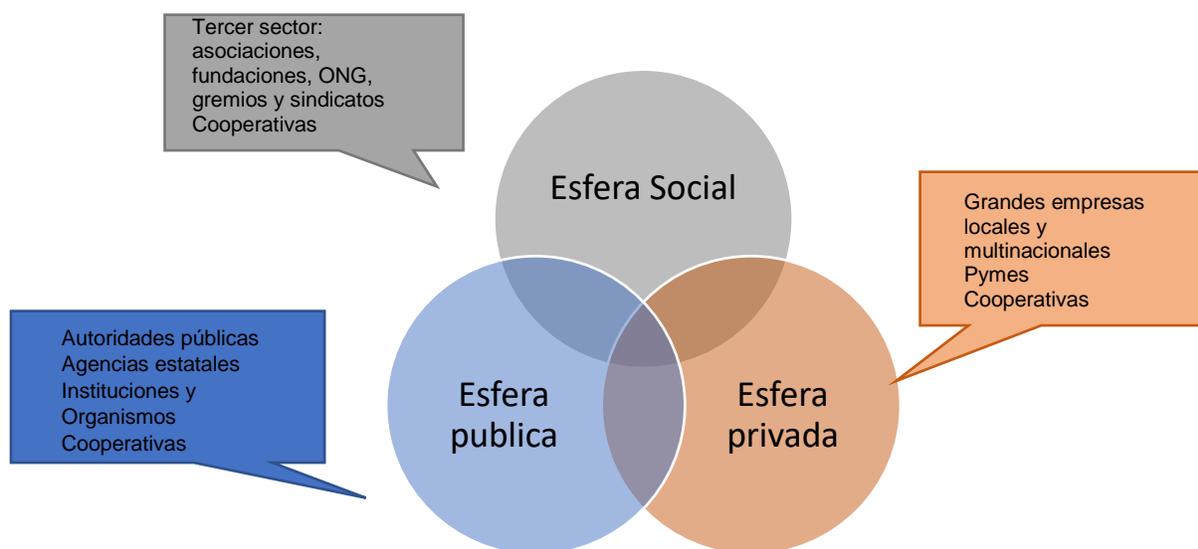
La organización del sector del Emprendimiento Social se integra dentro de un “ecosistema” compuesto por diferentes actores de las esferas económica, pública, privada y social; por lo tanto, tiene conciencia de representar un elemento dentro de una cadena de valor que lleva a los individuos a su autorrealización, proporcionándoles recursos económicos, sociales, ambientales y políticos.

La noción de ecosistema es clave para entender la especificidad de los emprendimientos sociales y condiciona los mismos éxitos de las empresas sociales. Los elementos que componen el ecosistema son interdependientes, es decir, cada uno necesita al otro para sobrevivir, y son las relaciones balanceadas entre cada uno de esos elementos que aseguran la perennidad del conjunto como la de cada uno de sus componentes.

El sector del Emprendimiento Social funciona de este modo: la conjugación de las limitaciones en recursos financieros y la amplitud del reto social obliga a las entidades a buscar vías innovadoras para poder crecer y tener un impacto duradero. Dentro de tal esquema, las entidades no pueden considerar exclusivamente intereses de accionistas (*shareholders*), sino que deben encargarse de responder (*accountability*) los intereses de todos los participantes directos e indirectos en su desempeño (*stakeholders*); es decir, además de sus accionistas, sus empleados y colaboradores, sus proveedores y clientes, las autoridades públicas, la comunidad donde opera y sus socios diversos.

El reto de las organizaciones sociales estriba en identificar y conciliar aspectos de equidad social y viabilidad económica, pero también de perennidad de los ecosistemas y de la salud humana, y para hacer eso debe formar alianzas, conseguir socios y apoyos dentro de las diferentes esferas privada, pública y social.

Ilustración 4 Ecosistema del Emprendimiento Social



Fuente: (Fournier, 2001)

En este sentido, el sector pretende operar un cambio sistémico en la sociedad renovando las percepciones y conductas individuales de los diferentes actores del mercado y, haciéndolo, eliminar las fronteras entre los sectores tradicionales, público, privado y sociedad civil: el propósito social entra en el mundo de la empresa tradicional del mismo modo que el argumento económico contamina los sectores público y social (Fournier, 2001, pág. 14).

El concepto de ecosistema también destaca la conexión íntima entre una organización y su contexto: a largo plazo, la ausencia de progreso en una condiciona el potencial del otro. Tal como sucede en los ecosistemas biológicos, las organizaciones que se mantienen aisladas tienden a ser frágiles y vulnerables. Para mantenerse vivas y fuertes, las empresas necesitan integrarse con su entorno y evolucionar junto a él.

2.5.1. Elementos del ecosistema de Emprendimiento Social

Para que un emprendedor social pueda actuar en el mercado en igualdad de condiciones que el resto de empresas, necesita que exista un ecosistema de Emprendimiento Social, el cual consta al menos de seis elementos como son: Formación e investigación, financiamiento, asesoramiento, innovación, redes y difusión (Navarro, 2019, pág. 74). Se puede apreciar en la ilustración 5

Ilustración 5 Elementos del ecosistema empresarial



Fuente: Elaboración propia basada en (Navarro, 2019)

2.5.1.1 Formación e investigación. Los emprendedores sociales surgen desde diferentes áreas del conocimiento y sectores económico, pero para poder actuar en el mercado deben tener claridad en ciertos aspectos como en qué consiste el negocio, que ofrecer a los consumidores, como se costean los productos y servicios los productos y/o servicios, como distribuirlos, entre otros.

Se necesitan, pues, centros de formación e investigación que estudien las empresas que tienen por objeto lograr un impacto social y económico a través de sus productos, servicios u otras prácticas comerciales y que acompañen a los emprendedores sociales en su actuar en el mercado y que ayuden a crear una “cultura empresarial que les permita crecer como empresa cumpliendo su objeto social (Navarro, 2019, pág. 75).

2.5.1.2 Asesoramiento. Iniciar cualquier empresa no es tan sencillo como parece. Se necesita asesoría en diversos temas y aspectos como estudio de mercado, utilidad del producto o servicio, nichos de clientes para determinar la ubicación, análisis de la competencia para aplicar estrategias, planes de marketing que se van a poner en marcha para vender y promocionar la empresa, entre otros.

Para todo lo anterior y otros temas adicionales es necesario contar con la asesoría adecuada de diversas organizaciones públicas y/o privadas, en todas las etapas de la empresa, desde su iniciación, hasta alcanzar un grado de madurez tal, que le permita sostenerse en el tiempo.

2.5.1.3 Financiación. Una de las problemáticas a las que se enfrentan los emprendedores a la hora de iniciar su negocio es la falta de capital y muchos no saben a qué entidades acudir para conseguir apoyo, pero actualmente ya existen organizaciones que brindan acompañamiento y además recursos para los emprendedores,

Una fuente de financiación inicial e informal, podrían ser los amigos y los familiares. Otra fuente podrían ser los bancos, pero el sector financiero en muchas ocasiones encuentra en el emprendedor un alto nivel de riesgo, por lo tanto, las exigencias son muchas. Sin embargo, Colombia cuenta con una ley de emprendimiento y ha creado

varios programas para ayudar no solo con dinero sino con acompañamiento a quienes tienen ideas de negocios, como por ejemplo iNNpursa, a través del cual se promueven programas como Aldea, una comunidad de emprendedores que se conectan con expertos, mentores, asesores inversionistas y entidades de crédito.

Otras fuentes como Fondo Emprender, que ofrece capital semilla para aprendices o asociaciones de aprendices, Colciencias, Bancoldex, Fondo de la Alianza del Pacífico, entre otros (Colombiafintech, 2019).

2.5.1.4 Innovación. Es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado (Asociación Colombiana de facultades de ingeniería, 2019)

Dado lo anterior es de suma importancia que los emprendimientos sociales contemplen esta cualidad, fundamental para el éxito de las iniciativas.

2.5.1.5 Redes de emprendedores. Iniciar un emprendimiento solo, puede resultar muy difícil, por eso muchas veces una buena idea es asociarse a alguna Red o comunidad de emprendedores. Una forma, es agruparse con otros emprendedores ya sea del mismo sector o complementarios, para colaborar entre ellos, y crear, por ejemplo, grupos en redes sociales e intercambiar información sobre licencia, permisos, proveedores, etc. Aunque sean competencia, también pueden ayudarse.

Otra forma es unirse a algunas redes de emprendedores que ya existan. Estas son comunidades ya establecidas, que entregan diferentes herramientas y asesoría para el

desarrollo del negocio. La creación de redes de emprendedores sociales formales e informales es muy importante para el mantenimiento del ecosistema a largo plazo

En Colombia existe muchas entre ellas ASEC - Asociación de Emprendedores de Colombia, la cual es una Asociación de emprendedores, por y para emprendedores, creada e impulsada por ellos mismos, apoyados por el BID/FOMIN y la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica, RECON, organización Colombiana, sin ánimo de lucro que identifica, visibiliza, apoya y fortalece iniciativas de emprendimiento e innovación social para el desarrollo, ASHOKA, organización que llega a Colombia en 1994, ha venido desarrollando su modelo y cuenta con varios proyectos que tienen que ver con educación, medio ambiente, participación ciudadana y ha sido pionera en el campo del Emprendimiento Social; entre otras.

2.5.1.6 Difusión. comunicar y difundir todo lo que sucede en torno al Emprendimiento Social es también una pieza muy importante del ecosistema. Para ir creando una cultura del Emprendimiento Social y así mantener y acrecentar este espíritu emprendedor. Y, también, para hacer aflorar en la sociedad esta nueva punta del conocimiento, y tener mayor presencia y apoyo en ella.

Concretamente, la difusión permite explicar historias de éxito y de fracaso dentro del ecosistema de las que todas las partes pueden aprender. Al mismo tiempo, sirve para atraer a más gente con talento para formar parte del ecosistema y hacerlo crecer. Y en un país con muchos puntos de emprendimiento sobre el territorio, la difusión también ayuda a mantenerlos informados y conectados entre sí, para poder formar redes (Navarro, 2019, pág. 84)

3. Descripción detallada del problema

En medio de los grandes retos sociales que enfrentan Colombia, como la desigualdad, la violencia, la falta de empleo y el desplazamiento, entre otros, se ha venido desarrollando cada vez con más fuerza el tema de Emprendimiento Social, como propuesta para transformar problemáticas puntuales y generar soluciones específicas.

Dado lo anterior, en el presente documento se pretende realizar un Estado del Arte del Emprendimiento Social en Colombia, para determinar que tanto o tan poco se ha indagado sobre el tema, que, de acuerdo a lo desarrollado en esta investigación, se pudiese tomar como una opción de desarrollo, no solo social sino económico, cultural y/o ambiental, que redunde con el crecimiento económico y el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

El Emprendimiento Social se ha convertido en un motor que está impulsado el desarrollo del mundo. En Colombia, está transformando positivamente al país desde los territorios, por eso se debe identificar, visibilizar y fortalecer iniciativas de Emprendimiento Social en las zonas más vulnerables e incidir en la agenda pública a favor del Emprendimiento Social.

Además, se ha podido evidenciar que el Emprendimiento Social en el país se da con gran innovación y creatividad en todas las regiones de Colombia, reemplazando, en muchos la ausencia del Estado para resolver problemáticas sociales, y al mismo tiempo contribuyendo a impulsar el empleo y la generación de ingresos de sus habitantes, afectando positivamente la economía y el desarrollo de las comunidades.

Sin embargo, el Estado colombiano está lejos de comprender esa gran capacidad de innovación social que tienen millones de emprendedores sociales, que le han apostado a la transformación social, a la generación de oportunidades y desarrollo de los territorios a partir de modelos de negocios sociales o enfocados a lo social.

En la sección siguiente, entonces, se describe la temática en el contexto colombiano, estableciendo aspectos importantes del sector, su tamaño y estructura, la normatividad al respecto, indicadores, y planteamientos y estudios realizados en el área, entre otros

3.1. Emprendimiento Social en el contexto colombiano

En países con economías emergentes y en condiciones de exclusión y desigualdad laboral como Colombia, el Emprendimiento Social se presenta como una alternativa para el desarrollo de actividades en un marco de productividad y generación de utilidades.

En Colombia hay por lo menos tres modelos diferentes de inversión de las empresas en la sociedad: i) unas han decidido crear sus propios programas al interior de la empresa; ii) otras han decidido crear una organización aparte (una fundación, una corporación o una asociación) o apoyar una organización sin fines de lucro ya existente; y iii) algunas más participan en programas sociales liderados por otros (iniciativas de un gremio, de una organización sin fines de lucro ya existente, de una red específica o del gobierno de turno). Las fundaciones empresariales y las fundaciones con empresas tienen una estrecha relación con una empresa particular y su rango de acción es amplio. (Gutiérrez, 2007, p.p. 25).

Además, en Colombia existe una gran diversidad de iniciativas que responden a distintas necesidades, están estructuradas de diferentes maneras y tienen impacto en trabajadores, proveedores, clientes, competidores, comunidad local y sectores específicos

de la sociedad. Para poder comprender mejor el amplio espectro de estas iniciativas, se pueden agrupar en tres tipos:

1. Iniciativas filantrópicas alejadas del negocio.
2. Emprendimientos sociales integrados al negocio.
3. Contribuciones a la construcción de instituciones y políticas públicas.

(Chica, 2019, pág. 8)

En la actualidad, la actividad de Emprendimiento Social en el país se ha venido desarrollando de manera importante; entidades gubernamentales, instituciones privadas, agencias de cooperación, entre otras, apoyan diferentes agrupaciones que realizan emprendimientos sociales, algunas de las cuales se citaran en la sección siguiente.

3.1.1. Organizaciones relacionadas con el emprendimiento en Colombia

En Colombia existen varias organizaciones que trabajan en pro del Emprendimiento Social, entre las cuales se encuentra las siguientes:

3.1.1.1. Ashoka, organización que llega a Colombia en 1994, ha venido desarrollando su modelo y cuenta con varios proyectos que tienen que ver con educación, medio ambiente, participación ciudadana y ha sido pionera en el campo del Emprendimiento Social, identificando y apoyando a los principales emprendedores sociales desde 1980 a nivel mundial, apoyando a modelos de negocio que buscan generar impacto social en las comunidades.

Ashoka identifica emprendedores sociales de alta calidad e impulsores de poderosas e innovadoras prácticas que, sumado a la oportunidad de integrarse a la red global de la organización, les ha permitido a los Emprendedores Sociales de Ashoka, proyectar su trabajo regional y mundialmente.

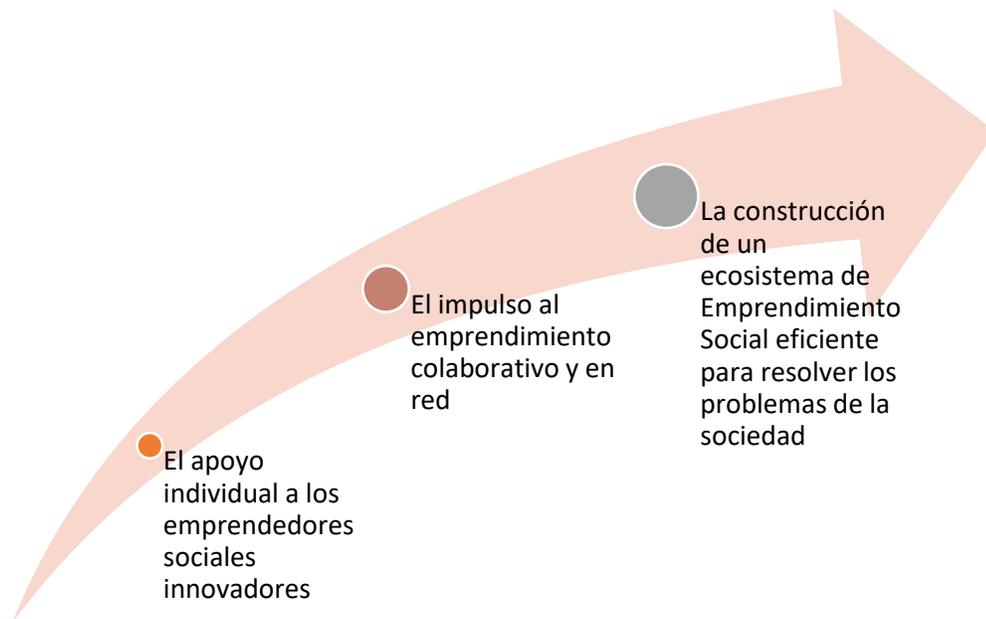
En Colombia, se desarrollan actividades para fortalecer los programas de *Venture and Fellowship*, Escuelas Transformadoras, Ashoka Joven y Ashoka U. A la fecha se han seleccionado 69 Emprendedores Sociales en este país, que trabajan en diferentes áreas del sector social: Salud, Ambiente, Educación, Derechos Humanos, Participación Social y Desarrollo Económico. La red de Changemaker Schools cuenta con 8 Escuelas Transformadoras en este país, dedicadas a promover las habilidades del siglo XXI, como: Empatía, Trabajo en Equipo, Liderazgo Colaborativo e Iniciativa para el Cambio.

Colombia es hasta el momento, el único país en la región que cuenta con la certificación de Changemaker Campus de Ashoka, el “Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)” forma parte de las instituciones universitarias que continúan en la formación de Agentes de Cambio para la transformación social.

El programa “Ashoka Joven” trabaja directamente reforzando en jóvenes de 12 a 20 años su capacidad de liderazgo y vocación de servicio para que se reconozcan como agentes capaces de transformar positivamente la realidad de su entorno.

Para impulsar el cambio social a través de la innovación y el Emprendimiento Social, Ashoka trabaja en tres niveles que se muestran en la siguiente gráfica: (Ashoka.org, 2019).

Ilustración 6 Niveles para impulsar el cambio social-Ashoka



Fuente: Elaboración propia, basada en (Ashoka.org, 2019)

3.1.1.2 RECON, organización colombiana sin ánimo de lucro que identifica, visibiliza, apoya y fortalece iniciativas de emprendimiento e innovación social para el desarrollo, que permitan impactar y transformar realidades para construir un futuro distinto.

Su trabajo está alineado con la visión del Objetivos de Desarrollo Sostenible y trabajan por las comunidades más vulnerables del país, aplicando un enfoque territorial, étnico, y de género. Cuentan con el apoyo con el Gobierno de Suecia, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID

Cabe aclarar, que los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las

personas gocen de paz y prosperidad para 2030. Los 17 ODS están integrados, ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social.

Los ODS, se aprecian en la siguiente ilustración:

Ilustración 7 Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: (Pnud, 2019)

La Visión de RECON, es ser reconocidos para el año 2022 como la organización líder en visibilizar, apoyar y fortalecer proyectos de emprendimiento e innovación social, además ser la primera plataforma digital líder en Emprendimiento Social en Colombia y una de las más importantes en América Latina y durante tres años, a través de convocatorias públicas, diálogos con emprendedores en territorio, foros y de su plataforma digital, RECON ha identificado en el país, más de 2.000 iniciativas de Emprendimiento Social para el desarrollo.

Comprendiendo que el Emprendimiento Social implica un esfuerzo de personas y organizaciones que buscan brindar soluciones a problemáticas sociales en todo el territorio Colombiano con estrategias empresariales, haciéndolo a través de diferentes campos de acción como: el deporte, las industrias culturales, la tecnología y las comunicaciones, el emprendimiento y la generación de empleo, el cuidado por el medio ambiente, la educación, el fomento de una cultura de paz y la garantía de los derechos humanos, entre otros. (Recon, 2019).

3.1.1.3 ASEC, la Asociación de Emprendedores de Colombia, como el único gremio fundado y operado 100% por emprendedores con más de 9.000 miembros, dedicado a mejorar las condiciones para crear y hacer crecer empresa en Colombia; se interesan por aumentar la eficiencia, practicidad e impacto de las políticas, programas e instituciones de fomento al crecimiento empresarial

Es una organización creada, impulsada y sufrida por emprendedores. Apoyados por el BID/FOMIN y la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica. Se enfocan en mejorar las condiciones para emprender y hacer crecer empresa en Colombia, flexibilizar la tributación y modernizar la contratación pública, apoyar el desarrollo de una industria de financiación enfocada al emprendedor y en el fortalecimiento de agendas públicas y programas de apoyo al emprendimiento femenino (ASEC - Asociación de emprendedores de Colombia , 2019).

3.1.2. Normatividad y regulación

En Colombia, el tema de emprendimiento está regulado por las siguientes normas (Encolombia, 2019):

Constitución Política de Colombia. Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia.

Ley 344 de 1996. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

Ley 550 de 1999. Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

Ley 789 de 2002. Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

Decreto 934 de 2003. Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

Sentencia c-392 de 2007. La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

Sentencia c-448 del 3 de mayo de 2005. Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.

Código de comercio.

Título III, artículo 294. Sobre constitución de Sociedades Colectivas.

Título IV, artículo 323. Sobre constitución de Sociedades en Comandita.

Título IV, capítulo II, artículo 337. Sobre constitución de Sociedades en Comandita Simple.

Título IV, capítulo III, artículo 343. Sobre constitución de Sociedades en Comandita por Acciones.

Título V, artículo 353. Sobre constitución de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Título VI, artículo 373. Sobre constitución de Sociedades Anónimas.

Título VII, artículo 461. Sobre constitución de Sociedades de Economía Mixta.

Título VIII, artículo 469. Sobre constitución de Sociedades Extranjeras.

Título IX, artículo 498. Sobre constitución de Sociedades Mercantiles de Hecho.

3.1.3. Emprendimiento Social y la Academia en Colombia

La educación tiene como misión formar al individuo de manera amplia, pertinente y con calidad en una sociedad. Es por ello que no sólo se debe pensar la educación con una visión única externa del proceso de enseñanza-aprendizaje, sino también como una condición interna del docente. Por lo tanto, la educación debe facilitar el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio para ser ciudadanos de la sociedad del conocimiento que asuman el reto ante los cambios, respondiendo de manera positiva con nuevas ideas y formas de hacer las cosas, con iniciativa y decisión ante las distintas circunstancias.

Se habla entonces de un estudiante emprendedor que ha desarrollado unas competencias para el desempeño ciudadano. Una persona competente en el ser., el saber y el hacer, permitiendo un aprendizaje continuo a lo largo de la vida y para el desarrollo de competencias específicas. Es decir, se necesita desarrollarse como persona para luego tener las competencias profesionales o específicas.

El desarrollo de tales competencias debe estar en un marco contextualizado en el ámbito en que se desenvuelve la persona; debe ser un aprendizaje activo y significativo porque, en últimas, es lo que permitirá el uso de las competencias en otros espacios, es la manera de poder transferir lo aprendido (Jaramillo, 2008, pág. 2).

Dado lo anterior, es preciso señalar que las Universidades juegan un papel muy importante dentro del Emprendimiento Social. Es ahí que los estudiantes, jóvenes o adultos van madurando y perfeccionando ideas a través de las diversas habilidades que adquieren en el desarrollo de su carrera, a través de las necesidades que abundan cada vez más y ellos como respuesta a ellas innovan y crean soluciones que además de tener un impacto económico, generan también un gran impacto ambiental cultural y especialmente social.

La academia como tal, para propender por el desarrollo del campo de Emprendimiento Social, se debe inclinar hacia lo siguiente, tomado de (Fournier, 2001, pág. 38):

Formar una conciencia social en los ejecutivos del futuro, por mucho que decidan dedicarse al mundo de la empresa capitalista.

- Educar el espíritu crítico de los estudiantes con el argumento de que no existe una sola vía de desarrollo

Sensibilizar generaciones de jóvenes con las problemáticas colombianas, no solamente en el ámbito empresarial y económico, sino también en el social y cultural

- Conformar un banco de conocimientos acerca de todo tipo de organizaciones, tanto empresas privadas como entidades sin ánimo de lucro o instituciones públicas

Difundir nuevos conocimientos que permitirán a largo plazo operar cambios culturales y sociales

En la sección de trabajos realizados en el área del presente documento, se describe el resultado de estudios realizados en el cual las Universidades son protagonistas.

4. Trabajos realizados en el área

4.1 Organización estructurada de la literatura existente

4.1.1. Planteamientos realizados respecto al tema de Emprendimiento Social

A continuación, se cita de forma textual, las afirmaciones de varios autores respecto al tema de estudio.

De acuerdo con algunos autores, el primer paso de un emprendedor social es definir el impacto que pretende lograr a través de su Emprendimiento Social, así como los pasos que le llevarán a este impacto, es decir su propia teoría del cambio. El siguiente paso que proponen **Bloom y Dees (2008)**, citado por (Navarro, 2019), “es identificar los integrantes -que son los individuos y las organizaciones- y las condiciones ambientales –normas, mercados, leyes- que influyen o potencialmente pueden influir la habilidad del Emprendimiento Social de crear y sostener el impacto que busca generar”.

Afirma también el autor anterior, “que funciona como un ecosistema, formado por complejas redes de organismos interrelacionados entre sí y donde cada uno tiene un rol, los emprendedores sociales obtienen ayuda de individuos y organizaciones, esquivan amenazas de otros y compiten con otros. Los emprendedores sociales deben identificar a todos los integrantes y determinar el rol que juegan: proveedores, competidores, organizaciones complementarias o aliadas, beneficiarios y clientes, oponentes y creadores de problemas e integrantes afectados indirectamente. En cuanto a las condiciones medioambientales, estas tienen un impacto significativo sobre el ecosistema y son las estructuras políticas y administrativas, las economías y los mercados, la geografía y la infraestructura”

Otro autor, **Trivedi (2010)** citado por (Navarro, 2019), “propone un modelo conceptual basado en los principios de la ecología social, un campo que presta particular atención al contexto social, institucional y cultural en el que interactúan las personas. El modelo de Trivedi contiene tres ejes que representan tres dimensiones: el rol del emprendedor en el proceso del cambio social, la aproximación al problema social y el alcance del problema social.

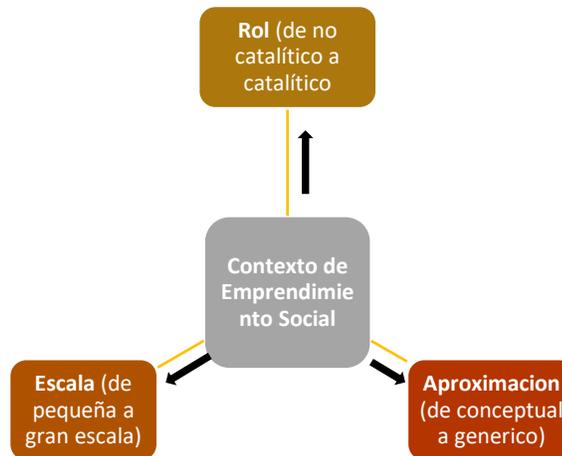
El rol del emprendedor se refiere a elementos tales como habilidades de liderazgo, motivación y compromiso. En el modelo, esta dimensión oscila en un continuo con dos extremos, por un lado, está el rol no catalítico y por otro, el rol catalítico del emprendedor. Cuando un Emprendimiento Social está en sus primeras etapas de desarrollo, el emprendedor será no-catalítico, es decir, que su participación en el emprendimiento debe ser directa y constante. No obstante, a medida que el emprendimiento evoluciona hacia la etapa de institucionalización y expansión a gran escala, su rol será catalítico y el cambio social podrá ser sostenido por la comunidad”.

En cuanto a la aproximación al problema social, de acuerdo con Trivedi, “esta fluctúa entre contextual y genérica. Generalmente, en las etapas iniciales el emprendedor social aborda el problema social desde una perspectiva más contextual, es decir, específica al contexto socioeconómico y cultural en el que opera, pero con el tiempo esta aproximación puede convertirse más genérica gracias a la expansión de la notoriedad del problema y de las redes sociales implicadas en el emprendimiento”.

Por último, el autor “asume que un Emprendimiento Social surgirá a nivel local, por lo que la escala inicial del cambio social será pequeña. Esta situación puede cambiar con el

tiempo al evolucionar hacia la etapa de difusión y réplica del emprendimiento”. La ilustración 7 muestra el modelo de Trivedi (2010)

Ilustración 8 Modelo propuesto por Trivedi



Fuente: elaboración propia basado en (Navarro, 2019)

Alvord, Brown y Letts, (2004), citado por (Navarro, 2019) , “identificaron primero tres tipos de innovación y seguidamente, relacionaron este tipo de innovación con el tipo de estrategia utilizada para expandir el Emprendimiento Social a gran escala y el tipo de transformación social generado.

Los tres tipos de innovación son: construir capacidad local, la cual implica involucrar a las poblaciones pobres y marginadas con el fin de identificar y construir las capacidades que necesitan para autoayudarse a salir de la pobreza. El segundo tipo de innovación es el diseminar un paquete de innovaciones, información y recursos técnicos que pueden reconfigurarse de manera que puedan ser adaptados y utilizados por grupos marginales. Y el tercer tipo de innovación se refiere a la construcción de un movimiento de

alianzas que enfrenten instituciones o élites que cometen abusos incrementando así la voz política de los grupos marginalizados, lo que contribuirá, a su vez, a solucionar sus problemas más graves”.

Dees, Anderson y Wie-Skillern (2004), citado por (Navarro, 2019) “sugieren que los emprendedores sociales deben tomar en cuenta cinco variables a la hora de formular la estrategia de expansión a gran escala de su emprendimiento: preparación, receptividad, recursos, riesgo y retornos.

En primer lugar, los emprendedores sociales deben preguntarse si su innovación está preparada para ser expandida; segundo, si esta será bien recibida por las comunidades en las que se pretende implantarla; tercero, los emprendedores sociales deben determinar qué recursos se necesitarán teniendo en cuenta que toda estrategia de expansión implica una necesidad creciente de recursos. Deben preguntarse además si la innovación puede ser definida y expandida de tal manera que se reduzcan los costes manteniendo su efectividad; cuarto, los emprendedores sociales deben conocer los factores que ponen en riesgo el éxito de la expansión; Y quinto, al referirse a los retornos, los autores destacan que el impacto buscado no debe ser solo servir a las comunidades, el énfasis debe estar en servirles bien”.

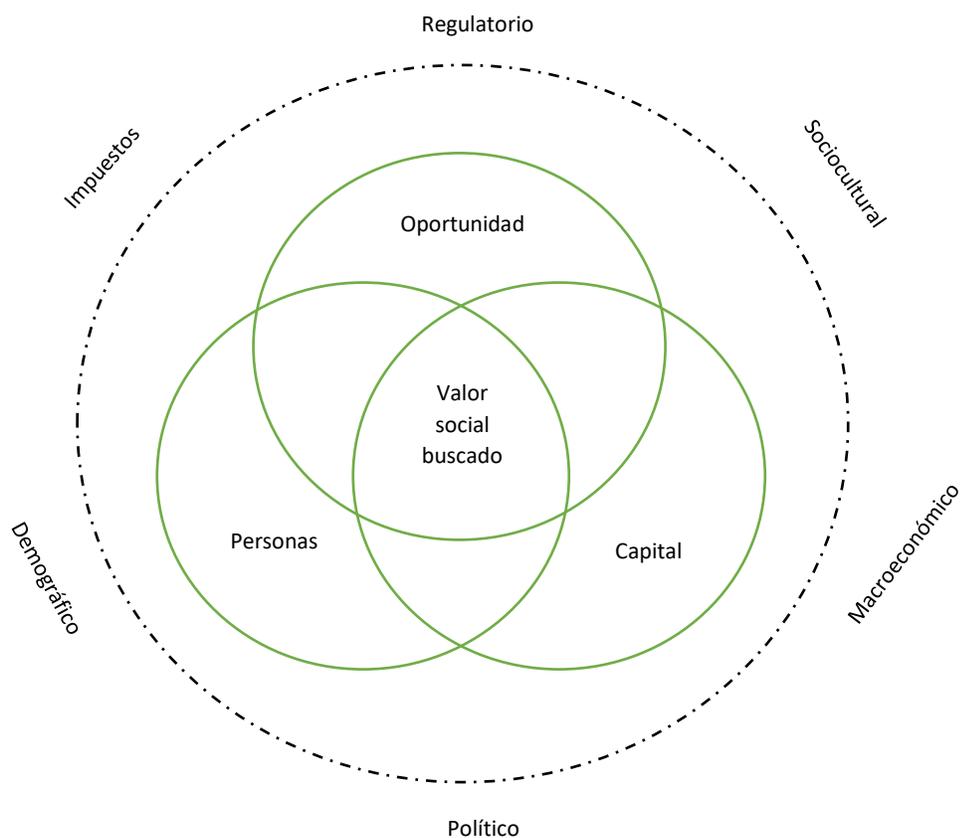
En cuanto a análisis del proceso del Emprendimiento Social a la luz del contexto social en el que se lleva a cabo, partiendo de diversas perspectivas teóricas, Austin, Stevenson y Wei-Skillen (2006), citado por (Navarro, 2019), “desarrollaron un modelo que explica cómo distintos componentes contextuales potencian o limitan un Emprendimiento Social y cómo ocurre el cambio social; para esto adaptaron un modelo sobre el proceso de un emprendimiento de negocios desarrollado por Sahlman (1996) que representa el

desarrollo de un ajuste dinámico entre cuatro componentes interrelacionados: las personas, el contexto, la transacción y la oportunidad.

Con el fin de resaltar la centralidad del objetivo social, los autores proponen que este factor constituya el eje integrador del modelo. Asimismo, los autores destacan que los cuatro componentes tienen distintas características y, por tanto, distintas implicaciones en el marco de un Emprendimiento Social. La dimensión de la oportunidad es la más diferente dadas las fundamentales divergencias en la misión y en la respuesta a las fallas de mercado.

En cuanto al contexto, a diferencia de un emprendedor de negocios, el emprendedor social puede tomar una oportunidad para alcanzar el cambio social debido justamente a la inhospitalidad del contexto. Con el fin de permitir un análisis más desagregado de las fuerzas contextuales que parecen particularmente relevantes para un Emprendimiento Social, se han añadido al modelo factores demográficos, políticos y socio culturales”. La ilustración 8 ilustra el modelo desarrollado por Austin, Stevenson y Wei-Skillen (2006). (Navarro, 2019, págs. 24-30)

Ilustración 9 Modelo de Emprendimiento Social



Fuente: Austin, Stevenson y Wei-Skillen (2006), tomado de (Navarro, 2019)

4.2. Aplicaciones del Emprendimiento Social en Colombia

En Colombia, como anteriormente se ha planteado, el tema de Emprendimiento Social va en crecimiento. Es así como diversas instituciones, públicas, privadas, de índole educativa, empresarial, ha realizado estudios y así evidenciar la aplicación del Emprendimiento Social en Colombia. A continuación, se citan los más relevantes

4.2.1. *El Centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario - UR Emprende.*

El Centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario - UR Emprende como parte de la Escuela de Administración de Empresas, fomenta el desarrollo de proyectos de emprendimiento entre todos aquellos miembros de su comunidad estudiantil, que destaca

un fuerte componente social e investigativo, por lo tanto, desarrollaron una investigación, que tiene como objetivo la construcción de un modelo de Emprendimiento Social.

La Investigación realizada por la Universidad del Rosario, tomada de (Franco, 2016, pág. 10), se desarrolló dentro de un marco metodológico cualitativo, donde realizaron 10 entrevistas en profundidad a diferentes actores, tanto al interior de la Universidad del Rosario, como actores externos a la misma. Estas entrevistas fueron complementadas con una revisión bibliográfica sobre el tema de Emprendimiento Social y la participación en actividades desarrolladas por el Centro de Emprendimiento UR Emprende, que brindaron aportes desde el terreno de lo práctico a la construcción del modelo.

El modelo resultante tiene tres componentes referidos a Procesos de gestión, Fortalecimiento comunitario y Sostenibilidad del emprendimiento. El modelo destaca tres aspectos claves: (i) la diferencia entre producción de valor social y valor económico, en la medida que el valor social se mide en términos de la capacidad de gestión de las comunidades sobre su propio proceso de transformación y cambio social; (ii) la importancia de los agentes de cambio en los procesos de desarrollo de emprendimiento, pero con un rol diferente, actuando como aliados del proceso y de las comunidades y (iii) la diferenciación del término “Emprendimiento Social”

La metodología pretendió alcanzar una comprensión del tema en estudio, estando abierta a diferentes puntos de vista, a través de la exploración de actividades, situaciones y comportamientos, para comprender las diferentes visiones del Emprendimiento Social. Por consiguiente, la definición se fue construyendo desde un enfoque constructivista, a partir de un diseño emergente, en donde las opiniones, situaciones, y contextos fueron aportando en la comprensión del Emprendimiento Social desde un punto de vista aplicado.

Para lograr este objetivo se llevaron a cabo dos actividades, i. Conferencias presentadas por emprendedores sociales, dirigida a los estudiantes de Ciencias Sociales, mostrando las acciones que pueden ser realizadas al interior de un Emprendimiento Social, con el objeto de facilitar una conexión entre las actividades de los emprendedores sociales y la comunidad académica. Las conferencias permitieron el diálogo directo con los emprendedores, para conocer sus experiencias personales y administrativas. y ii. Diez entrevistas en profundidad a diferentes actores como Vicerrectores, Decanos, directores de maestrías, consultores externos, entre otros, con el objeto de conocer la posición desde la academia de lo que es el Emprendimiento Social, sus prácticas y alcances.

Como resultado de la investigación, se determinó que la definición de Emprendimiento Social para la Universidad del Rosario contiene 5 ejes básicos que son la misión social, cambio social, valor social, innovación social y sostenibilidad.

En cuanto a la **misión y cambio social**, afirman que la misión de los emprendimientos sociales puede ser tan variada como lo son las necesidades sociales que buscar resolver, El BID (2006), citado en (Franco, 2016, pág. 50), en el documento “Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales” identifica la creación de valor, como el momento en el que el Emprendimiento Social ha logrado su objetivo y responde a su misión. Este valor corresponde a la respuesta frente a las necesidades insatisfechas de los grupos a quienes va dirigido el Emprendimiento Social e implica un cambio.

Sin embargo, la realización de cambios sociales puede ser controversial porque no siempre estos son producto de situaciones naturales; por los efectos o las consecuencias de los cambios y la naturaleza o características del cambio.

En cuanto al valor social, el foco de todo emprendimiento empresarial o social es la creación de valor y la determinación de su magnitud. En los emprendimientos

empresariales se crea valor económico cuando se generan utilidades, que se redistribuyen entre los socios. El valor creado es fácilmente cuantificable y resulta fundamental para el fortalecimiento y sostenibilidad de la empresa. En el caso de los emprendimientos sociales, la creación de valor social, su identificación y medición es un asunto más complejo. El BID define el valor social como “la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica” (BID, 2006, pág. 296).

Si se considera que las comunidades son las gestoras del proceso, la generación de valor social deberá verse reflejada en las transformaciones que se han dado en dichas comunidades para eliminar las barreras que los mantienen en la exclusión. La profundidad de estos cambios es lo que determina el valor social. Entonces se considera que el valor social no es excluyente del valor económico, pues la generación de valor social no implica que no haya generación de valor económico, de hecho, los emprendimientos sociales deben generar ambos tipos de valor.

En cuanto a la Innovación Social, se debe relacionar el Emprendimiento Social con la innovación social, ya que se ubica el concepto mismo de emprendimiento que lleva implícitos procesos de transformación y cambio, lo que ha sido señalado desde Schumpeter (1942), quien se refiere a la forma en que los emprendedores a través de sus innovaciones crean oleadas permanentes de cambio, dando origen a lo que denominó la destrucción creativa.

Además, el concepto de transformación social como lo plantea Georghiou (2009), quien considera que “existen diversas aproximaciones basadas en lo que se interpreta como innovación social: una dimensión colectiva y social, una transformación social, una

iniciativa colectiva para resolver un problema”, por citar algunos ejemplos. Este autor indica que el concepto de innovación social debe referirse a la transformación y al cambio al interior de las comunidades derivado de una demanda social, producto de “la respuesta a la presión del medio ambiente social y político.

Es posible vincular los términos de Emprendimiento Social e innovación social, sin embargo, como los señala Torres (2011), “han de considerarse aspectos como los efectos o las consecuencias de los cambios; la naturaleza o características del mismo; los actores involucrados; el entorno en que se ubica, la evolución de la sociedad en la dirección propuesta, entre otros”.

Respecto a la Sostenibilidad, este término surge formalmente a partir de 1987 con el Informe Brundtlan, citado en (Franco, 2016, pág. 51), que pone de manifiesto la estrecha relación entre sostenibilidad del medio ambiente y sostenibilidad económica. La lógica de vinculación entre las mismas se da en la medida en que la explotación irresponsable de los recursos naturales afecta gravemente la sostenibilidad económica de las naciones. La OCDE (2013), en relación con la sostenibilidad de los emprendimientos sociales, hace referencia a la necesidad de contar con políticas de regulación como condición necesaria para el logro de sus metas económicas y sociales. Esta entidad contempla otros factores importantes como la capacidad administrativa y de gestión de los emprendedores sociales, así como su legitimidad frente a la comunidad con la que trabaja.

En cuanto a la regulación se pueden señalar varios aspectos importantes: (i) Si bien se requiere de fondos estables para alcanzar la sostenibilidad, y como se dijo anteriormente, estos pueden provenir de donaciones, siempre será deseable tener una mínima dependencia de estas. (ii) Todo emprendimiento debe contar con un excelente proceso de gestión administrativa, más aún cuando el emprendedor no es una persona o un grupo pequeño de

personas, sino una comunidad entera y (iii) El manejo transparente de los recursos obtenidos es indispensable en la relación de confianza y legitimidad frente a la comunidad.

En conclusión, para que el Emprendimiento Social sea posible se requiere de un proceso de gestión, lo cual supone el desarrollo de habilidades administrativas y financieras. De igual manera, es necesario que el emprendedor social esté en capacidad de entender las motivaciones de la comunidad y contar con herramientas para poder acompañarla y hacerla participe en la consecución de sus objetivos. El desarrollo de capacidades financieras habilita para la consecución de fondos cruzados que aporten valor económico para que las comunidades alcancen sus resultados (Franco, 2016, pág. 52).

4.2.2. Estudio realizado por la Universidad Central

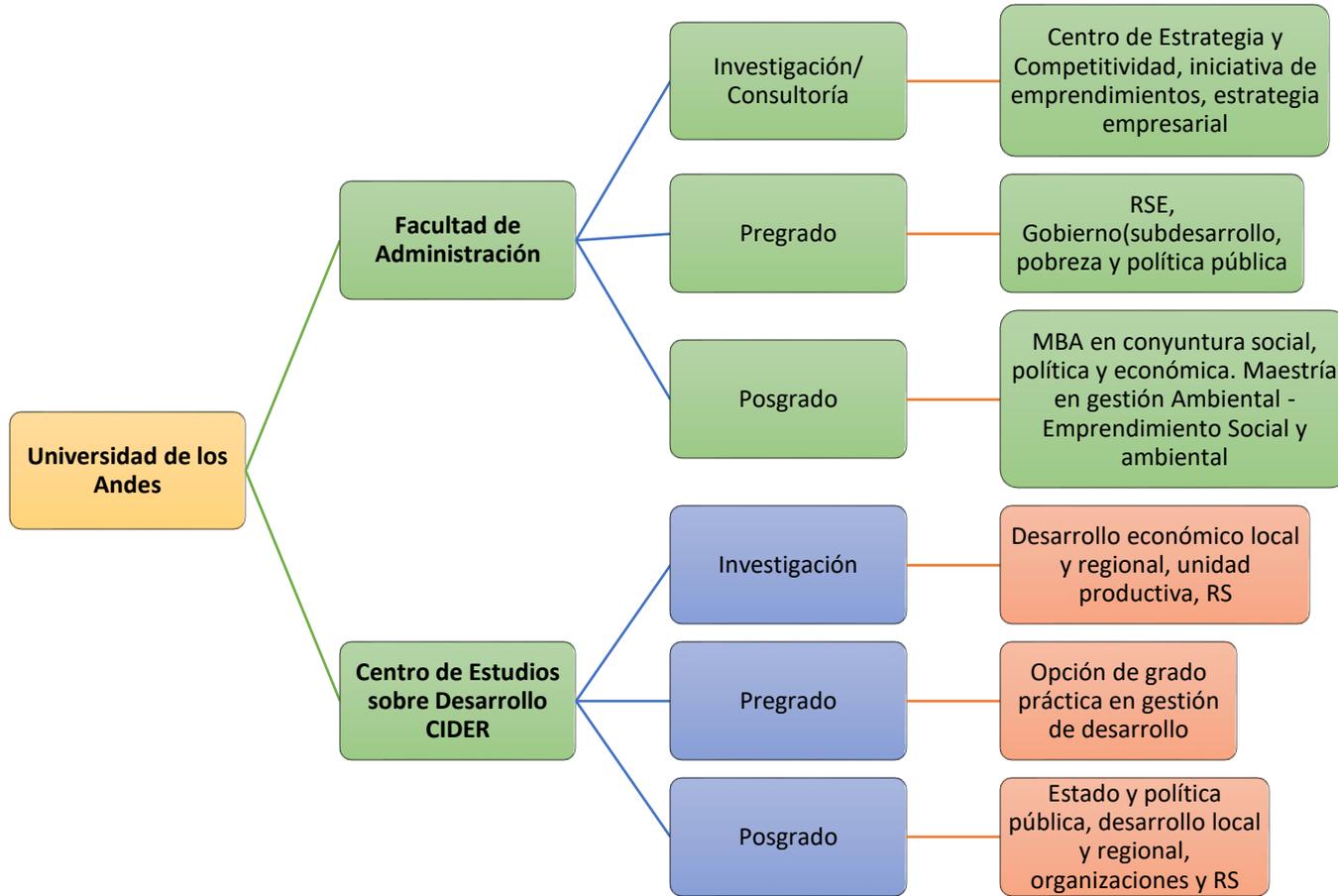
Otra investigación sobre el tema es el estudio realizado por la Universidad Central, tomado de (Fournier, 2001), en el cual se revisa tanto los programas académicos de pregrado y posgrado como las líneas y centros de investigaciones existentes y los trabajos de consultoría realizados por las mismas ocho universidades, que son las principales del país (privadas y públicas) reconocidas por sus trabajos en el campo de la administración. Como son: Universidad de los Andes, Universidad Externado de Colombia, Universidad del Rosario, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de la Sabana, EAFIT, Universidad Nacional y Universidad EAN.

Adicionalmente, considerando que el tema de Emprendimiento Social implica cierta interdisciplinaridad, se analiza también la existencia de programas que abarcaran el tema de Emprendimiento Social desde las perspectivas de las ciencias sociales y humanas.

Frente a la escasez de información sobre el tema específico de Emprendimiento Social y debido al contexto colombiano, en el cual las problemáticas de desarrollo

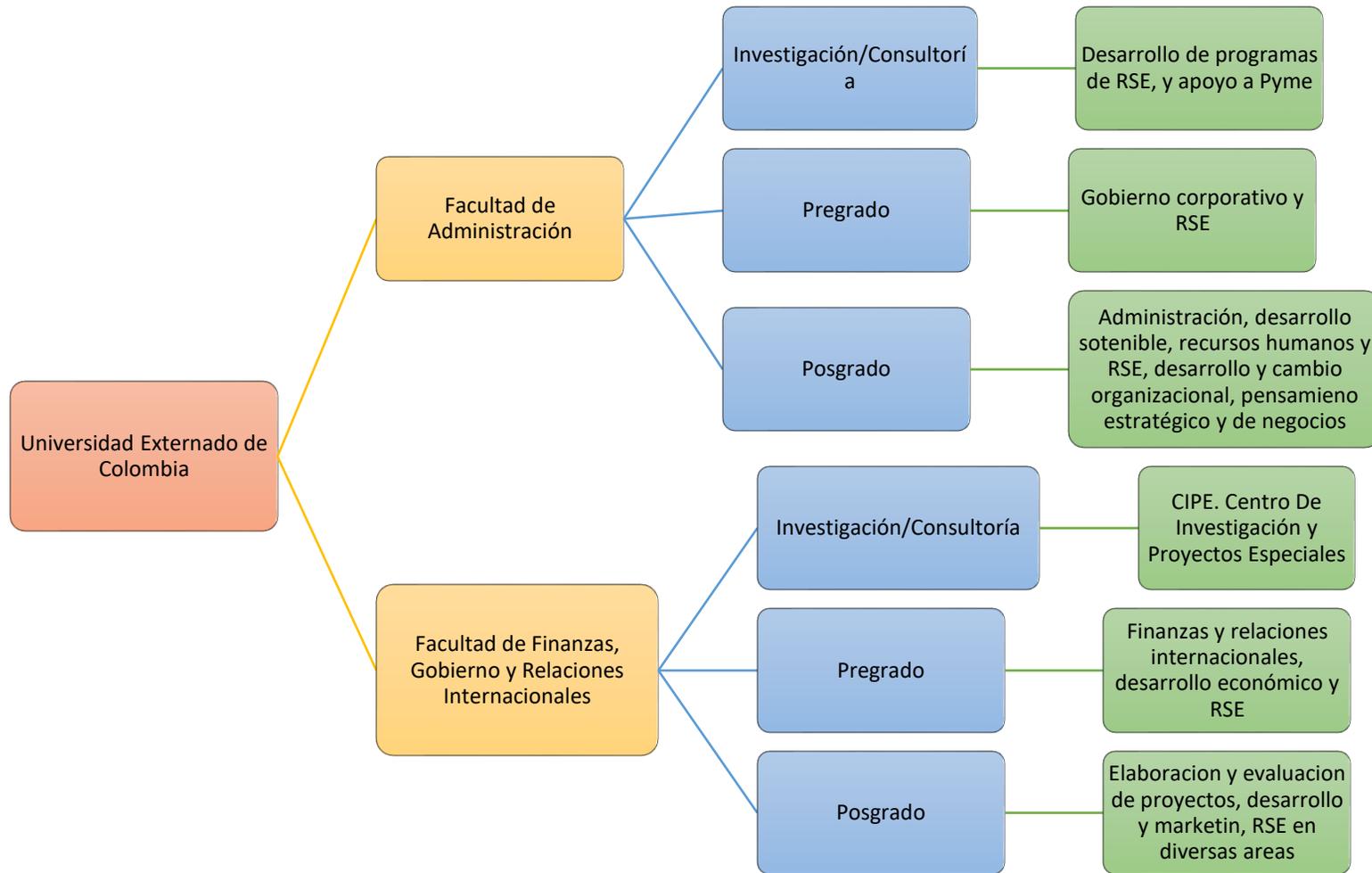
(económico y social) siguen siendo una preocupación mayor y objeto de estudio exhaustivo en el ámbito académico, también se incluyó en la investigación las temáticas de RSE y desarrollo, tal como resultan tratadas por las universidades estudiadas. En las ilustraciones siguientes, se expone una síntesis de este estudio.

Ilustración 10 Universidad de los Andes



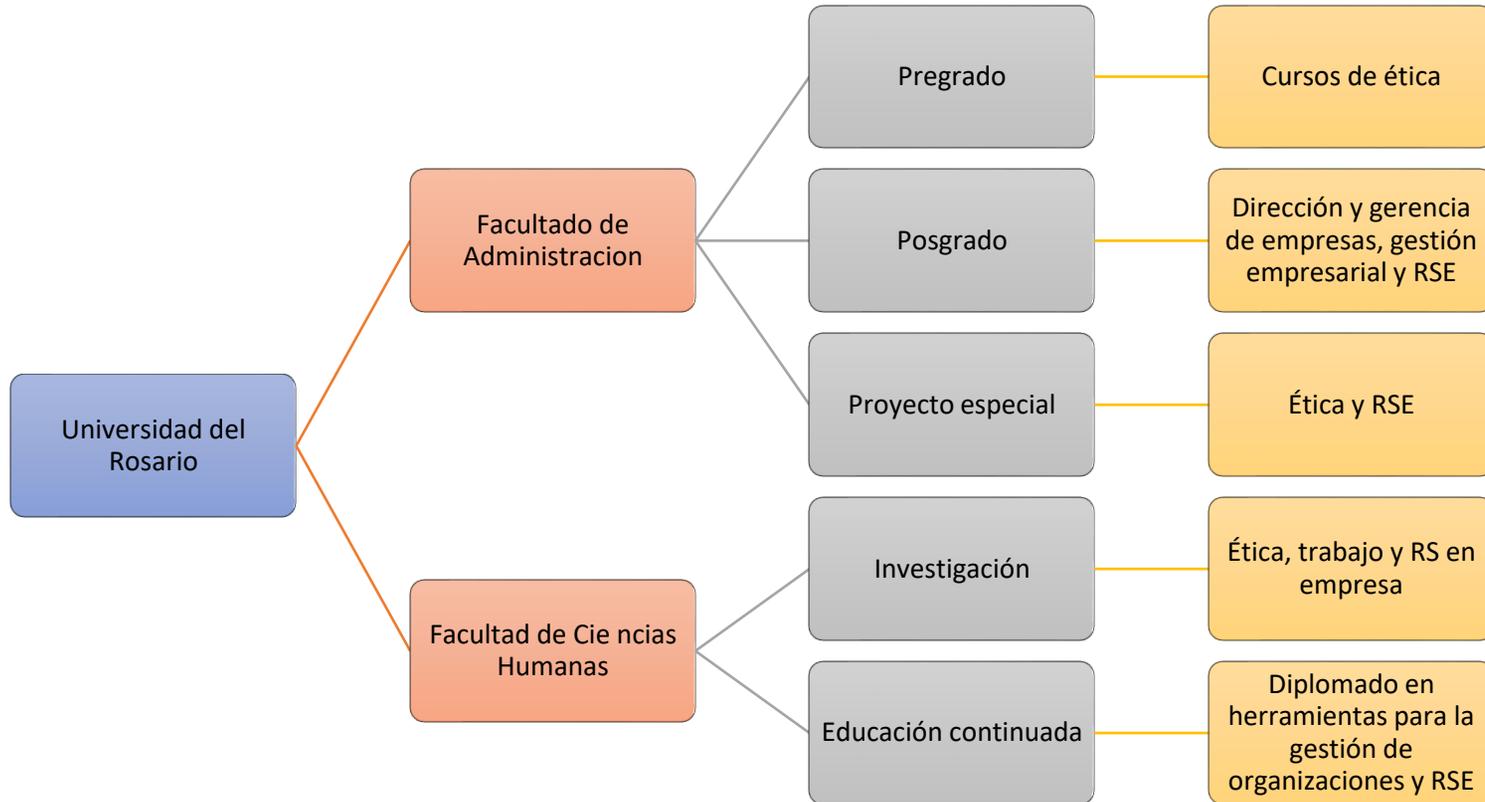
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 32)

Ilustración 11 Universidad Externado de Colombia



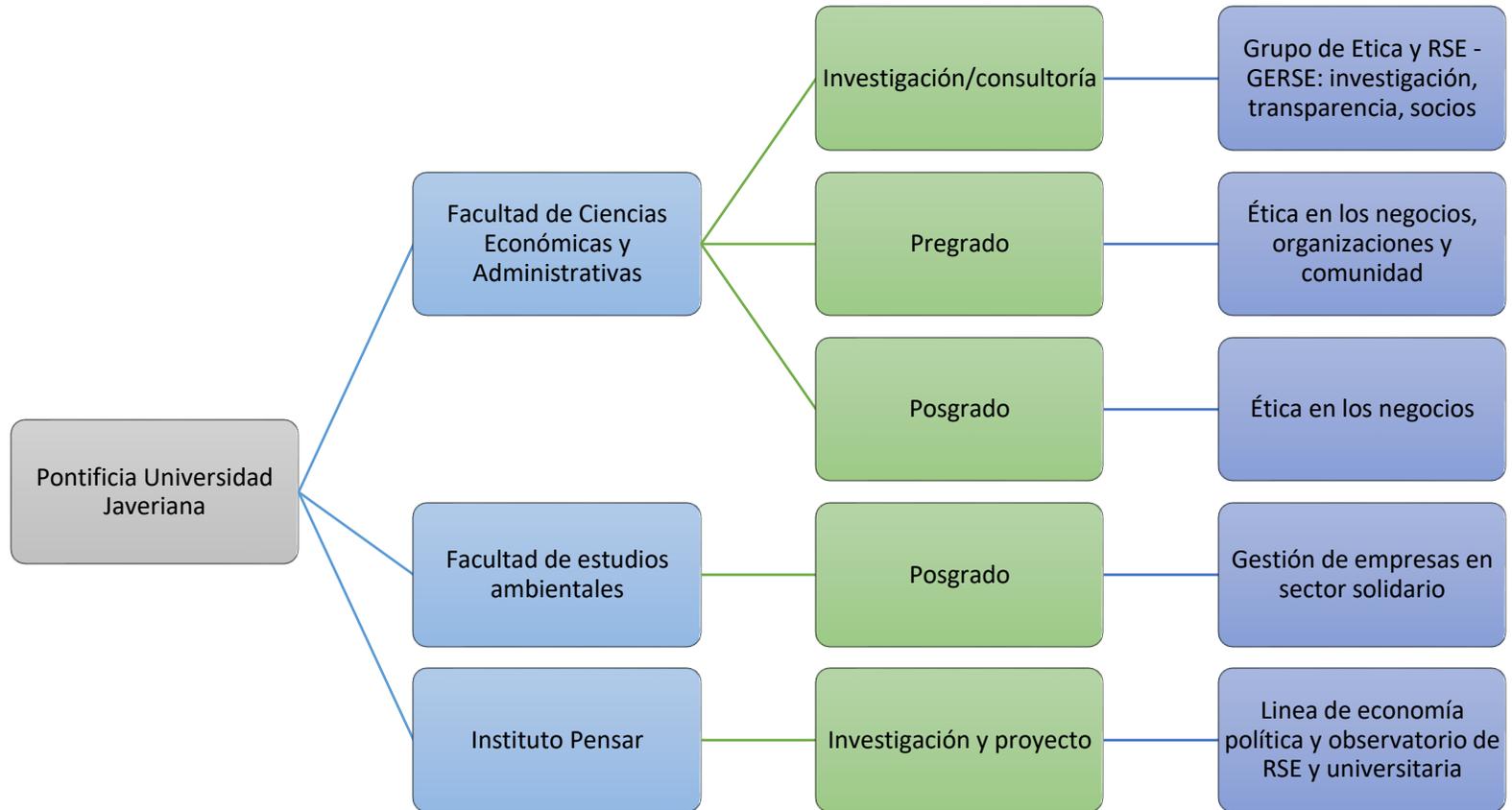
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 33)

Ilustración 12 Universidad del Rosario



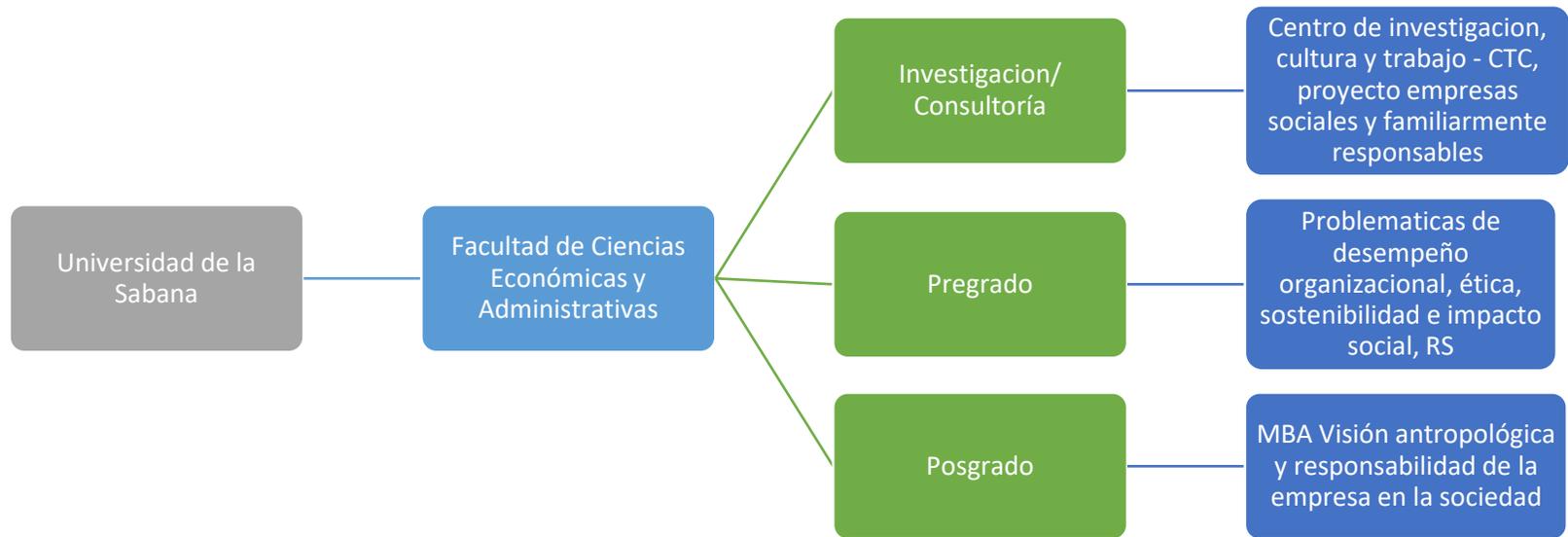
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 33)

Ilustración 13 Pontificia Universidad Javeriana



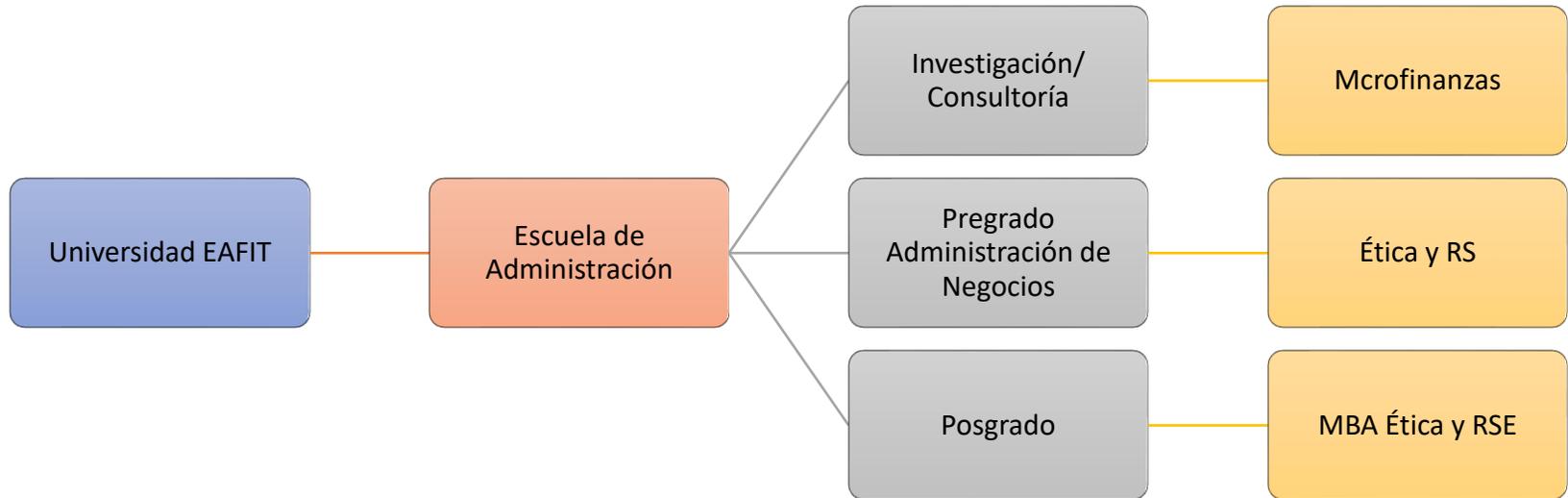
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 34)

Ilustración 14 Universidad de la Sabana



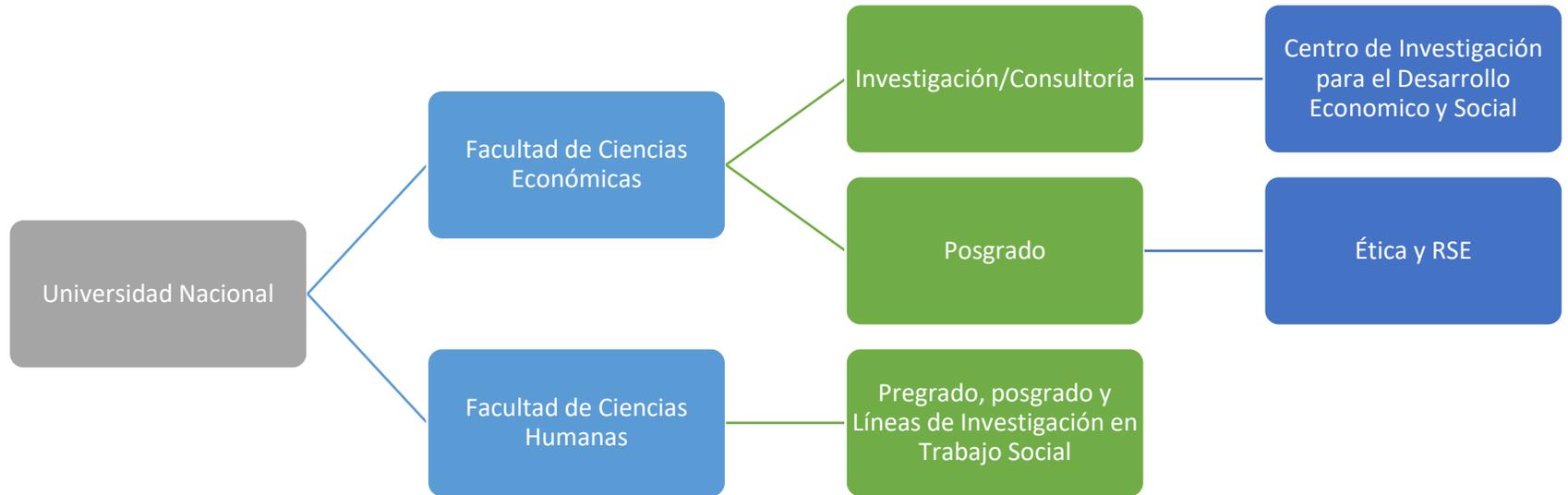
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 34)

Ilustración 15 Universidad EAFIT



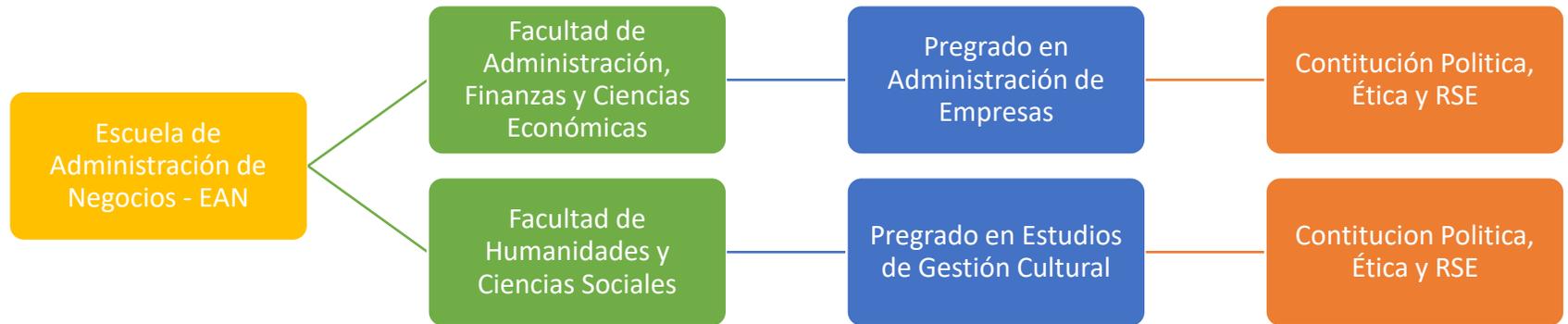
Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 34)

Ilustración 16 Universidad Nacional



Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 34)

Ilustración 17 Escuela de Administración de Negocios - EAN



Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Fournier, 2001, pág. 34)

En las ilustraciones anteriores se evidencia que a pesar que el tema de la RSE viene siendo abordado por casi todas las universidades estudiadas, bien sea mediante cursos integrados a la mallas de pregrado y posgrado o de forma más profundizada, a través de procesos de formación integral, investigación y asesoría, se comprueba sin embargo que el tema de Emprendimiento Social y, más generalmente el de innovación social, hasta ahora no ha llamado tanto la atención de los académicos colombianos; la Universidad de los Andes es la única que propone programas formales y sustanciales al respecto.

Se ve como una buena señal el hecho de que los profesionales de administración sean sensibilizados en los temas de ética en los negocios y las problemáticas medio ambientales, pero no se puede sino comprobar el vacío existente en cuanto a la búsqueda y el estudio de formas de gestión y negocios innovadoras para responder a cuestiones sociales sin resolver. Como se plateaba anteriormente, tal vacío podría representar una oportunidad real para desarrollar un programa novedoso dentro del Departamento de Administración de Empresas de alguna Universidad.

Una razón de las falencias descritas anteriormente, para la formalización de un campo de estudio del Emprendimiento Social podría ser la falta de interdisciplinaridad: un síntoma de ese fenómeno consiste en que las problemáticas sociales (pobreza, desarrollo, innovación, medio-ambiente, etc.) vienen siendo investigadas, según el caso, por departamentos de administración, de economía, de contaduría, de ingeniería, de ciencias humanas (filosofía, artes) y sociales (sociología, antropología, ciencia política) y, en la mayoría de los casos, resultan comprometidas al mismo tiempo varias áreas del conocimiento con la búsqueda de respuestas a necesidades sociales, sin que parecieran conjugarse sus respectivos esfuerzos.

En conclusión el estudio propone modelos funcionales e integrales de formación e investigación en desarrollo y apoyo al campo del Emprendimiento Social, que logren la conjunción y la síntesis entre empresa privada lucrativa y organizaciones sociales, alto mando administrativo y líder social, responsabilidades de las empresas y necesidades del sector sin ánimo de lucro, a través de la enseñanza, la educación continua, los programas de asesoría y la creación de redes que busquen integrar el liderazgo social dentro de un marco organizacional estratégico que permita la optimización de los recursos y de procesos, y que proyecten la entidad social a largo plazo en una lógica de crecimiento, sostenibilidad y perennidad (Fournier, 2001, pág. 47).

4.2.3. RECON, organización colombiana sin ánimo de lucro

RECON, organización colombiana sin ánimo de lucro de la cual se habló en la sección anterior, realizó un estudio donde encuestó a 500 emprendedores sociales para conocer su situación actual, muestra que se tomó de un universo de 2.000 iniciativas de Emprendimiento Social identificadas previamente, lo cual representa el 25% del total de iniciativas de RECON. Estudio tomado de (RECON Colombia, 2018)

La encuesta se hizo en junio del 2018, empleando un cuestionario de 56 preguntas, dentro de las cuales 21 eran preguntas abiertas y 35 cerradas de opción múltiple y única respuesta; desde una perspectiva territorial e incluyente para garantizar los enfoques de género, etnia y territorio se encuestó a emprendedores sociales de 30 departamentos del país, faltando únicamente representación en los departamentos de Vaupés y Vichada.

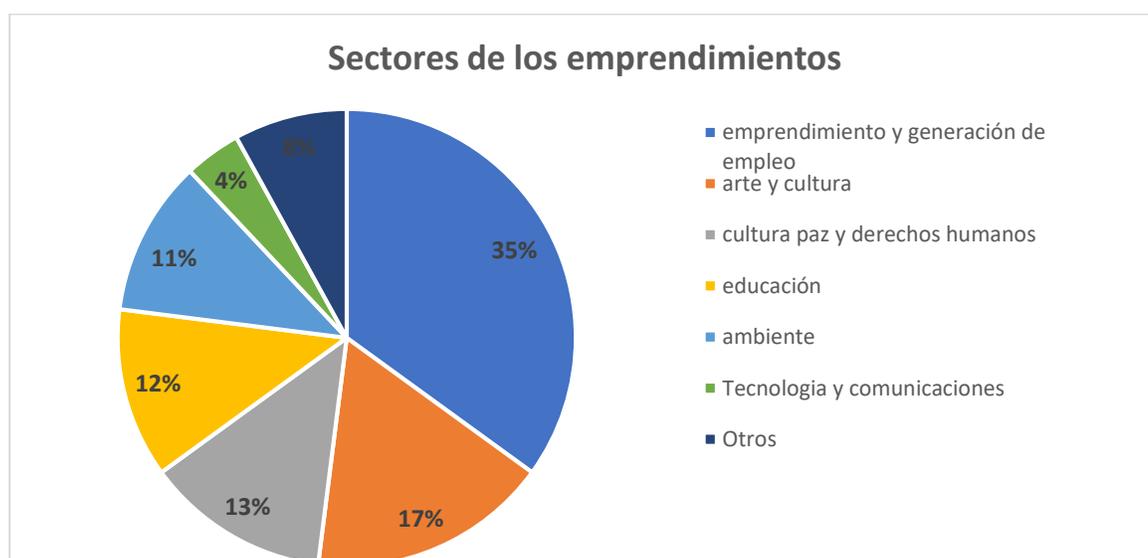
Según el informe en Bogotá se encuentran la mayoría de emprendimientos sociales, (131), equivalente al 26%, contrario a otros municipios apartados del país como Guaviare y

Amazonas con 1%, San Andrés con el 2%, y en el caso de Vaupés y Vichada se encuentran sin representación.

Por otro lado, se identificó que 61,2% de los emprendimientos sociales no tienen personería jurídica, es decir que no están actuando de manera formal. Las razones principales a las que se les atribuye tienen que ver con trámites complejos, costos y obligaciones tributarias altas.

Respecto a los sectores donde se distribuye el Emprendimiento Social, se evidencia que el 35% es generación de empleo; seguido por el 17% arte y cultura; 13% cultura paz y derechos humanos; 12% educación; 11% ambiente; 4% tics y otros el 8%; como se evidencia en la ilustración 17

Ilustración 18 Sectores de los emprendimientos



Fuente: Elaboración propia, adaptado de (RECON Colombia, 2018)

A esto se suma que 91,4% de los encuestados afirman que son un Emprendimiento Social sin vocación de lucro, por lo cual se autodenominaba organizaciones sin ánimo de

lucro. Por lo anterior, se puede comprender que en efecto el Emprendimiento Social en Colombia está enfocado en la resolución de fenómenos sociales y en su mayoría no cuentan un modelo de negocio para generación de ingresos que en consecuencia fortalecería sus iniciativas.

Por otro lado, al contrario de lo que se pudiera esperar, el contexto de violencia no es el motivo principal para el desarrollo de los emprendimientos sociales. Más bien surgen como una respuesta a las problemáticas del entorno, no obstante, aunque en el 73,6% de los territorios donde están los emprendimientos no hay grupos armados ilegales, en un 82,2% si hay delincuencia común.

En cuanto al perfil y formación de los emprendedores sociales, se evidencia que el 49,4% son mujeres y 50,6% son hombres, lo cual demuestra una relación 1:1 y que este tipo de emprendimiento es incluyente, equitativo y participativo, reduciendo las brechas de desigualdad entre géneros presente en muchas esferas; en su mayoría se encuentra entre los 25 - 34 años de edad (57,6%) es decir jóvenes adultos, seguidos por edades entre los 35- 44 años (17,5%) entre otras.

El 71% de los emprendedores sociales son profesionales; 13,2% técnicos; 12,4% posgrados; 2,8% bachilleres y otros, estos datos demuestran que el 96,5% de los emprendedores sociales están preparados y se han formado académicamente para desarrollar sus proyectos y lo hacen desde sus áreas de experticia. Y sólo el 3,5% lo hacen de manera empírica.

En cuanto a formación específica sobre emprendimiento, el 12% de ellos ha recibido capacitaciones e indicaron que éstas han sido dictadas por entidades del Estado, el

7,3% por organismos internacionales y el 80,7% señaló la participación de otros actores como: universidades, cámaras de comercio, incubadoras de negocios sociales y procesos de formación individuales, a través de diplomados o cursos online.

Como suele pasar en el emprendimiento en todas sus dimensiones, por oportunidad o necesidad, en el caso de los emprendedores sociales también su primera fuente de financiación son los ahorros propios y ahorros personales 85,6, mientras el 2,2% inició con recursos provenientes de programas del Estado, el 1,6% con recursos familiares y el 1,4% con donaciones de cooperación internacional y en igual porcentaje de créditos financieros. Además, 89,2% no ha accedido al sistema financiero en busca de recursos debido a que opinan que este no cuenta con líneas especializadas de apoyo, o no cumplen con los requisitos mínimos.

En cuanto a la sostenibilidad, se observa que presenta grandes obstáculos en Colombia y muestra de ello es que solo el 33,9% recibe ingresos por la venta de productos y/o de servicios relacionados a su Emprendimiento Social, es decir que de cierta manera han logrado que su modelo de negocio sea rentable y sostenible, pero el 66,1% restante acude a fuentes de financiación como donaciones y aportes de manera exclusiva sin generar mecanismos alternos para contribuir a sus ingresos financieros derivados de su propio modelo de negocio.

Y finalmente, analizaron la conectividad de los emprendedores sociales, encontrando que el 97,3% de los encuestados señalaron que utilizan internet como herramienta necesaria para el desarrollo de su proyecto, lo que demuestra que están conectados de manera frecuente digitalmente. Del total de encuestados, el 89% dijo que tiene conexión y acceso continuo a internet desde su sitio de trabajo, el 11% señaló que no.

Teniendo en cuenta las cifras y resultados arrojados por la investigación de RECON, se concluye que en Colombia existe una gran capacidad de innovación social en todos los departamentos y el Emprendimiento Social no es reconocido en Colombia como un modelo de negocio, a sabiendas que puede llegar a ser un gran impulsor de la economía que promueva el desarrollo territorial y comunitario en regiones vulnerables donde se convierte en una alternativa para suplir la ausencia del Estado, ya que en su mayoría trabajan con poblaciones vulnerables, brindando oportunidades de transformación social.

No obstante a lo anterior, existen muchos aspectos por mejorar y fortalecer para que realmente se pueda cumplir el objetivo de estos emprendimientos sociales, aspectos como la falta de políticas públicas y normatividad asociada a impulsarlos, el trabajar desde la informalidad, difícil acceso al sistema financiero, que los obliga a acudir a donaciones y recursos propios, deficiencias en la comercialización de los productos y servicios, carencia de programas de formación por parte del Estado orientados a promover y fortalecer el Emprendimiento Social. (Martinez, 2019).

Actualmente **RECON**, tiene abierta la Convocatoria RECON 2019, a través de la plataforma digital www.reconcolombia.org, que busca identificar Emprendimientos Sociales que creen oportunidades, transformen realidades e impacten en el desarrollo de sus comunidades, con el propósito de visibilizarlas, apoyarlas y fortalecerlas. Los mejores Emprendimientos Sociales son Reconocidos y premiados. Tiene como coorganizadores a Suecia, El Tiempo, Ruta N Medellín y El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD-.

Son (7) categorías de participación que se muestran a continuación en la ilustración 18:

Ilustración 19 Categorías de participación Convocatoria RECON



Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Recon, 2019)

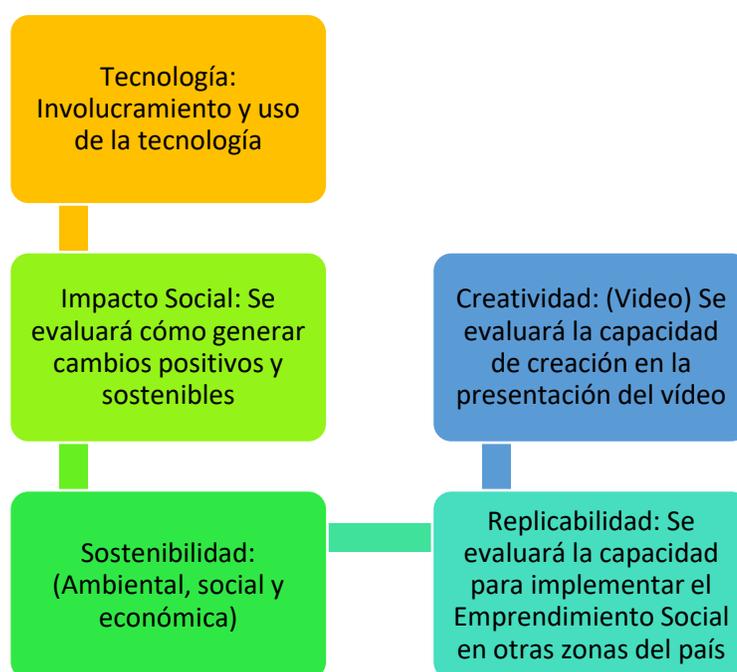
La convocatoria tiene como Objetivo, promover la participación activa de la sociedad civil como generadores de transformaciones sociales que aportan a la construcción de un futuro distinto y al desarrollo de comunidades con el propósito de visibilizarlas, apoyarlas y fortalecerlas. Podrán participar colombianos residentes en el territorio nacional, de todas las edades, de manera individual o en grupo, en este último caso deberán designar un representante reconocido por cada uno de los miembros del mismo y solo se podrá presentar un Emprendimiento Social por grupo.

Para el proceso de inscripción, se debe diligenciar el formulario de inscripción con todos los datos, el cual encontrará en la página www.reconcolombia.org en la pestaña CONVOCATORIA, indicando que acepta las bases legales de esta convocatoria y

complementando la información que se le solicite. Todo Emprendimiento Social inscrito debe ir acompañado de un video de máximo dos minutos, y este debe estar subido en YouTube. Al relacionar el link del video y culminar con el diligenciamiento del formulario de inscripción, el participante declara haber leído y entendido efectivamente las bases de la convocatoria, en consecuencia, acepta y se acoge a dicha información.

Los criterios de evaluación que serán tenidos en cuenta durante todo el proceso son los presentados en la ilustración 19:

Ilustración 20 Criterios de evaluación Convocatoria RECON



Fuente: Elaboración propia, adaptado de (Recon, 2019)

Finalmente, Como reconocimiento los ganadores (1 por categoría), obtendrán un cupo para que participe de un proceso de formación y aceleración para el fortalecimiento técnico del proyecto con la Universidad Externado de Colombia, un Capital Semilla el cual

debe ser invertido en el Emprendimiento Social, según un plan de inversión donde se especifique y se detalle cómo se destinarán los recursos. RECON además hará seguimiento y podrá solicitar informes que relacionen y evidencien la inversión de esos recursos (Recon, 2019).

4.2.4. GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Colombia

Otro estudio importante relacionado con la actividad empresarial en Colombia, lo aporta GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Colombia. En 1997, investigadores del Babson College y de la London Business School, que habían estado dedicados al estudio de los procesos de creación de empresa (Entrepreneurship) consideraron que era necesario disponer de mediciones válidas sobre los componentes de dicho proceso, no solo a nivel de cada país, sino también en un número amplio de países. Con esta idea básica en mente acometieron el diseño de un gran proyecto de investigación empírica, basado en las personas, que se denominó: Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Monitor de emprendimiento global

La primera aplicación de esta metodología se llevó a cabo en 1999 y en ella participaron 10 países (Dinamarca, Finlandia, Israel, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos). En los siguientes años el número de países fue creciendo y en el 2004 se decidió crear una organización sin ánimo de lucro que integrara a todos los países participantes, las entidades fundadoras y las entidades patrocinadoras, la cual se denominó GERA (Global Entrepreneurship Research Association), quien se encarga hoy de todos los aspectos investigativos, técnicos, financieros y administrativos del proyecto. Asociación Global de Investigación de Emprendimiento

GEM tiene cuatro objetivos centrales: i. Identificar y comparar las características de la actividad empresarial entre diferentes países, regiones y economías; ii. determinar el

grado en el cual la actividad empresarial influencia el crecimiento de los indicadores socioeconómicos de los países; iii. Identificar los factores que favorecen y/o dificultan la actividad empresarial y iv. Orientar la formulación de políticas eficaces destinadas a fomentar la dinámica empresarial (Entrepreneurship).

GEM es reconocido a nivel mundial como el estudio más amplio y sólido que existe en términos del análisis longitudinal de los procesos de creación de empresa (Entrepreneurship).

Dado que para formular políticas públicas efectivas es necesario tener datos que permitan caracterizar el proceso empresarial, las empresas y los empresarios, desde el año 2006, en Colombia se cuenta con esta fuente confiable de datos sobre el comportamiento de la actividad empresarial, que se ha venido desarrollando como resultado del trabajo conjunto de un grupo de investigación especializado el cual ha sido apoyado por cuatro universidades colombianas: Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad Icesi y Universidad Javeriana de Cali. Este grupo unió sus capacidades de investigación con el propósito de poder acometer en Colombia la realización del estudio “Global Entrepreneurship Monitor (GEM)” (Varela, Moreno, & Bedoya, 2015).

En el estudio se presenta diversidad de indicadores, de los cuales se pueden puntualizar la TEA, que es la tasa de actividad empresarial temprana y representa una de las principales y más reconocidas mediciones del GEM. Este índice muestra el porcentaje de población adulta que esta activamente involucrada en el desarrollo de una nueva empresa que va desde su concepción hasta un periodo de 3.5 años de vida, es decir, incluye tanto a los empresarios nacientes como a los nuevos empresarios.

En Colombia, este indicador se ha mantenido alrededor del 22% que a nivel mundial lo ha ubicado siempre entre los 10 primeros. Las fluctuaciones en este indicador han sido pequeñas pero lo que si ha fluctuado es la proporción de nacientes y nuevas. Mantener la TEA en estos niveles es atractivo y conveniente, pero hay que trabajar no sólo en promover la cantidad de iniciativas empresariales, sino también la calidad de estas.

Además, más del 86% de la población adulta colombiana entre 18 y 64 años considera que iniciar una empresa es una alternativa de carrera o de vida profesional deseable. La tendencia ha sido creciente; más del 70% de la población adulta colombiana entre 18 y 64 años considera que los colombianos con empresas exitosas gozan de respeto y de un nivel de estatus social alto. La tendencia ha sido creciente.

En cuanto a la percepción de los colombianos adultos sobre la existencia y posibilidad de identificar buenas oportunidades para crear empresa. Este indicador, aunque ha fluctuado bastante (49% a 73%), presenta una tendencia creciente. Alrededor de 15 de cada 100 colombianos considera no estar suficientemente capacitado en las tres competencias empresariales del empresario potencial: identificar oportunidades; conocimientos, habilidades y experiencias para la creación de empresa; capacidad de sobreponerse al temor de fracasar.

En cuanto a empresarios nacientes el porcentaje de colombianos que acomete activamente la creación de una empresa naciente ha fluctuado entre 8% y 15%, con una tendencia creciente que se puede calificar como positiva pues ellos son la fuente de los futuros empresarios nuevos y establecidos.

Dado lo anterior, en el estudio se recomienda: Fortalecer la integración del espíritu empresarial como parte importante del currículo en todos los niveles del sistema educativo, incluso a nivel universitario de pregrado y de posgrado, con los objetivos de fortalecer los

valores propios de la cultura empresarial y de desarrollar los conocimientos, las habilidades y las competencias necesarias para buscar nuevas oportunidades de empresa y para convertirse en empresario (Varela, Moreno, & Bedoya, 2015).

4.3.Descripción de emprendimientos sociales más representativos

En 1994 llegó Ashoka a Colombia y desde entonces ha apoyado a 56 proyectos de Emprendimiento Social. La iniciativa se replicó en 80 países del mundo y ha apoyado a 3.000 emprendedores sociales, entre los cuales hay dos premios Nobel de Paz: Muhammad Yunus, creador del llamado Banco de los Pobres; y el reciente ganador Kailash Satyarthi, activista contra la esclavitud infantil, quien comparte el premio junto con Malala Yousafzai.

Los más representativos en Colombia son:

1. Fundación Juan Felipe Gómez Escobar. Emprendedor: Catalina Escobar. Su proyecto consiste en romper con los ciclos de pobreza en la ciudad de Cartagena, a través del modelo llamado 360 grados por medio del empoderamiento de madres adolescentes en situación de extrema pobreza. Ha logrado reducir la mortalidad infantil 85% y que las mujeres salgan de la informalidad y puedan hacer parte de negocios productivos.

2. Fundación Organismo, Centro de Diseño y Capacitación en Hábitats Sostenibles. Emprendedor: Ana María Gutiérrez. El objetivo del Centro de Diseño y Capacitación en Hábitats Sostenibles es un abordaje comunitario enfocado en la creación de acciones concretas para el desarrollo de comunidades sustentables, por medio de capacitaciones en técnicas de bioconstrucción y tecnologías alternativas y basadas en el reconocimiento y rescate de los recursos y saberes locales.

3. *Abcdespañol*. Emprendedor: Javier González. Su emprendimiento es la creación, diseño y aplicación de herramientas de aprendizaje para niños, jóvenes y adultos, basadas en el juego como agente catalizador y potenciador de procesos cognitivos. Sus innovadores juegos educativos promueven el aprendizaje amable, rápido y eficaz, incidiendo en la reducción del analfabetismo, los bajos rendimientos académicos, la deserción escolar y la repitencia en los primeros grados de Educación Básica. El “abcdespañol” y el “ABC DE la Matemática” se han aplicado en 10 países, alfabetizando más de 1.000.000 de niños, jóvenes y adultos.

4. *Fundación Tierra Viva*. Emprendedor: José Raúl Moreno. Busca promover y difundir el uso de la tierra cruda como material, buscando la preservación, la innovación y el desarrollo de la Arquitectura de Tierra. Ya se han construido casas para particulares, comunidades (104 Viviendas VIS), conjuntos residenciales etc. Estas tecnologías tienen baja huella ecológica, mejoran la calidad de vida de los beneficiarios y generan una excelente dinámica económica local.

5. *Fundación Buena Nota*. Emprendedor: Juan David Aristizábal. Acompaña la creación de proyectos sociales liderados por jóvenes en distintas regiones del país. Con un grupo de voluntarios calificados, Juan David busca apoyar a los emprendedores sociales haciendo que mejoren sus proyectos a través de asesorías en mejoramiento de modelos de negocio, mercadeo y estrategias de comunicación.

6. *Organización para la Educación y Protección Ambiental – OpEPA*.
Emprendedor: Luis Alberto Camargo. Tienen como fin reconectar a niños y jóvenes con la Tierra para que actúen de manera ambientalmente responsable brindando alternativas para relacionarse con la tierra y sus habitantes. Les da herramientas para construir una base de

comunidades sostenibles y pacíficas. La organización genera diferentes tipos de experiencias físicas, emocionales e intelectuales que permiten a estudiantes reconectarse con la tierra, entender su papel en los sistemas naturales y fomentar la acción.

7. *Fundación Escuela Nueva Volvamos a la Gente Emprendedor*: Transformar el modelo pedagógico convencional y la manera de aprender; de uno centrado en un docente cuyo rol es la transmisión de información, a un aprendizaje participativo, personalizado y colaborativo, centrado en el estudiante. Vicky Colbert lo logró mediante la concepción y el co-diseño de Escuela Nueva, un modelo pedagógico que ha demostrado resultados de mejoramiento de la cobertura, calidad, equidad y convivencia pacífica en Colombia y América Latina, y que ha logrado impactar efectivamente la política pública. (Dinero.com, 2019)

5. Perspectivas de desarrollo del área:

5.1. Principales áreas de trabajo actual

5.1.1. Plataforma para la Construcción Participativa de la Política de Innovación Social

Actualmente en Colombia se está trabajando para dinamizar el ejercicio de construcción de la política de innovación social. Es así como mediante el Departamento Nacional de Planeación de Colombia (DNP) junto con la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE), nace la Plataforma para la Construcción Participativa de la Política de Innovación Social, como una herramienta virtual que permite a entidades y ciudadanos de Colombia participar de forma directa en la elaboración de las políticas de dicha área. La Plataforma habilita espacios alternativos de interacción y discusión mediante el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, dinamizando el ejercicio de construcción de la política y habilitando la creación conjunta de la misma.

El primer paso que llevaron a cabo fue la elaboración de un documento conceptual de base y el desarrollo de tres talleres nacionales para identificar las entidades y actores interesados en el tema. Esto permitió crear el Nodo Nacional de Innovación como espacio de acción conjunta entre el gobierno nacional, la ciudadanía, las comunidades y otros actores en el campo de la innovación social.

A su vez el Nodo Nacional facilitó la creación de Nodos Temáticos sobre asuntos como Buen Gobierno, Emprendimiento, Gestión del Conocimiento, Pobreza y

Sostenibilidad Ambiental. Estos nodos impulsaron la generación de propuestas de agendas estratégicas de innovación social en cada área. Finalmente, en mayo de 2013 se conformaron seis Nodos Regionales, con cuatro líneas estratégicas como son Línea de Innovación Educativa, Línea de Emprendimiento Social, Línea de paz y postacuerdo y línea de Humanidades, como espacios de interacción entre distintos actores locales para favorecer la construcción de políticas que atendieran las realidades regionales, liderados por aliados locales. Así se iba consolidando un esquema de participación amplio e incluyente,

La Plataforma para la Construcción Participativa de la Política de Innovación Social ha facilitado la construcción participativa, ajustada a la realidad y a las necesidades económicas y sociales del país. También contribuye al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo que buscan “empoderar a los ciudadanos en las decisiones y en las responsabilidades del desarrollo”. Los ciudadanos y grupos de interés han mejorado su articulación, movilización y participación, permitiendo al gobierno compartir el conocimiento y recibir retroalimentación en forma ágil y dinámica sobre temas fundamentales relacionados con la Política de Innovación Social. Se trata de un ejemplo de transparencia y buen gobierno.

Del mismo modo, la plataforma ha aumentado la visibilidad de la política, facilitando la participación de la ciudadanía ampliando sus fronteras mediante la vinculación de voluntarios, líderes comunitarios y jóvenes emprendedores que, de otro modo, habrían permanecido ajenos a este importante proceso.

Este proyecto de innovación recibió el premio de Excelencia en Gobierno en Línea que otorgó el Ministerio TIC en 2013, en la categoría Mejor Iniciativa Nacional en Participación en Medios Digitales (Centro de innovación Pública digital, 2013).

De esta manera, se fue consolidando un esquema de participación amplio e incluyente, con presencia de las distintas entidades y actores del orden nacional y regional, mostrando resultados importantes, mediante el uso de herramientas de Gestión Colectiva de Ideas, Foros, Encuesta y el uso de infografía y videos.

Desde su lanzamiento hasta diciembre del 2013, el número de registros en la plataforma, con el fin de participar haciendo uso de las herramientas habilitadas, alcanzó los 350 casos provenientes de 57 municipios del país. A través de la herramienta Gestión Colectiva de Ideas se recibieron más de 50 ideas, 349 votos y 1.054 visitas en el periodo mencionado; los Foros recibieron 24 mensajes y 4.489 vistas a los diálogos propuestos; y se recibieron 100 respuestas de la Encuesta formulada.

A la fecha, El Gobierno pretende extender la utilización de la plataforma, incluso después de terminar la construcción de la política, para mantener y fortalecer el Nodo Nacional durante la gestión e implementación de la política. Para lograrlo, el Comité Técnico explora opciones de financiación de la Plataforma, como son alianzas con la Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada (RENATA), traslado de la administración a Colciencias u obtención de recursos a través de cooperación internacional,

Pero, se presentaron muchos inconvenientes como que la entidad no tiene la disponibilidad de tiempo para administrar la plataforma de forma oportuna y adecuada, lo cual ha generado que se reduzca el número de visitas, además, temas de costos de difusión y promoción, sumado a que existen barreras de comunicación que han impedido una mayor utilización de la Plataforma por parte de la ciudadanía, entre otros, que tienen el proceso paralizado.

Se pretende para su reactivación, acciones como realizar una justificación robusta que demuestre por qué es necesario aplicar un enfoque participativo a la construcción de una política, de manera que se aprueben los correspondientes recursos del Presupuesto General de la Nación, vincular a la mayor cantidad de entidades dentro de las regiones, especialmente actores del sector privado y del sector académico quienes generan compromisos de largo plazo, que no dependen de los cambios de política, involucrar a los usuarios antes del diseño de la Plataforma para que ayuden a definir qué quieren y esperan de ella y editar el documento de la política a través de un equipo interno y socializarlo a la ciudadanía para hacer los comentarios posteriormente. (Centro de innovación Pública digital, 2013)

6. Emprendimiento Social en América Latina

Son muchos los estudios que han analizado el funcionamiento de los grandes ecosistemas de emprendimiento del planeta y se ha evidenciado que el papel del emprendimiento en el desarrollo económico de las regiones es fundamental, y América Latina no es la excepción.

Si bien es cierto que, en general, los países latinoamericanos todavía se encuentran lejos de las cifras de emprendimiento que se registran en Norteamérica o en Europa, los expertos coinciden en que durante los próximos años la región puede vivir un importante crecimiento en lo que a emprendimiento se refiere. La primera razón es que mientras que en otros países el ecosistema emprendedor está muy maduro y la competencia entre startups (empresa emergente), resulta a menudo asfixiante, en Latinoamérica la mayoría de programas de apoyo al emprendimiento todavía se encuentran en fases iniciales, por lo que el margen de crecimiento es enorme. La segunda razón es más demográfica, pues las estadísticas indican que uno de cada cuatro latinoamericanos tiene entre 15 y 29 años, y el hecho de que la población sea notablemente más joven que la de otras regiones puede favorecer la actividad emprendedora, siempre que exista un acompañamiento adecuado tanto por parte de las instituciones como de la propia empresa privada. Un acompañamiento en el que la formación debe jugar un papel fundamental.

Los emprendedores latinoamericanos han tenido que convivir con un contexto económico complicado. Por poner un ejemplo, se calcula que actualmente una quinta parte de los 163 millones de jóvenes que hay en la región se encuentran sin trabajo o trabajando

en empleos informales, pese al crecimiento económico experimentado durante la última década.

En este contexto, ha sido difícil encontrar países de la región en las primeras posiciones de los rankings internacionales de emprendimiento. Uno de los más prestigiosos es el llamado Índice Global de Emprendimiento (IGE) elaborado por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI). Este informe anual, que tiene en cuenta una larga lista de variables -existen países con una gran cantidad de emprendedores pero que no son necesariamente los que tienen un mejor ecosistema de emprendimiento, ya que muchos de ellos son emprendedores de pura subsistencia-, indica que el país latinoamericano más activo a nivel emprendedor es Chile, que ocupa la posición No. 19 de un ranking liderado por Estados Unidos, Suiza, Canadá, Reino Unido y Australia. Los otros países de la región que se encuentran entre los 50 más relevantes a nivel mundial son Puerto Rico (41. lugar), gracias al importante vínculo económico e institucional que mantiene con Estado Unidos, y Colombia (47.), mientras que Uruguay ocupa el puesto 51 (www.iceb-edu.com, 2019).°

Esta clasificación analiza la posición de cada país en torno a 14 pilares como son la calidad del sector tecnológico, la capacidad de asumir riesgos, el capital humano o las posibilidades de internacionalización que tienen las ‘startups’ en el entorno local

En la siguiente tabla se puede apreciar el rankin, tanto a nivel mundial como regional:

Ilustración 21 Rankin Índice Global de Emprendimiento

No.	País	Ranking regional	Ranking mundial
1	Argentina	12	85
2	Chile	1	16
3	Colombia	3	47
4	España	21	34
5	EE. UU.	1	1
6	México	3	75
7	Paraguay	17	106
8	Perú	8	67
9	Turquía	23	37
10	Uruguay	4	51
11	Venezuela	24	126

Fuente: Tomado de (Fenandez, 2019)

Los recursos, las infraestructuras, la madurez del sector tecnológico, las actitudes y aptitudes con respecto a la creación de empresas, todo ello conforma el ecosistema emprendedor de un país, pero hay otros factores clave como la regulación que también contribuyen a ello. En este sentido la adopción de tecnologías en la nube, la protección de datos y la adopción de estándares de ciberseguridad son algunas de las prioridades a las que deben dar solución los reguladores latinoamericanos, para seguir fomentando e impulsando la innovación y el emprendimiento en la región (Fenandez, 2019).

Son muchos los factores que pueden ayudar a impulsar el emprendimiento en América Latina en el futuro: más programas de ayuda, financiación, una base regulatoria más flexible, pero seguramente el más importante sea la formación. Así lo asegura el informe Perspectivas económicas de América Latina. Juventud, competencias y

emprendimiento, publicado en 2017 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE): “Es fundamental enfocar los esfuerzos en fortalecer los sistemas educativos en América Latina y la formación a lo largo de toda la vida. [...]. Las competencias y habilidades se han convertido en la moneda global del siglo XXI”. Los datos expuestos en este informe no podrían ser más claros: el porcentaje de jóvenes latinoamericanos que finalizan estudios terciarios -ya sean estudios universitarios o de formación profesional superior- es del 14 %, mientras que en el total de la OCDE es del 39 % (países como Australia o Finlandia superan incluso el 50 %).

En los últimos años la mayoría de países latinoamericanos han experimentado grandes avances en materia de educación, pero todavía queda mucho camino por recorrer. Se requieren programas formativos que den respuesta a los nuevos entornos tecnológicos y que combinen conocimientos teóricos y prácticos, para colaborar al desarrollo de unos jóvenes que ya están demostrando tener una gran capacidad creativa y de gestión de grupos pero que para ser competitivos necesitan completar su formación con estudios de calidad. Según el informe antes citado, “alrededor de un 50 % de las empresas de América Latina aseguran no encontrar fuerza laboral dotada de las competencias que necesitan, frente a un 36 % de las empresas en los países de la OCDE. En consecuencia, un tercio de los empleadores tienen que emplear personal calificado del extranjero”.

Por tanto, resulta fundamental promover una mejor formación, tanto para conseguir profesionales altamente cualificados como para fomentar el emprendimiento: “El emprendimiento juvenil puede ser un vehículo para promover la empleabilidad y la movilidad social de los individuos, generando a la vez una transformación productiva”, afirma la OCDE. En este sentido, un caso paradigmático, dentro del propio entorno

latinoamericano, es el de Chile. Son muchos los factores que lo sitúan como el país más emprendedor de la región, con mucha ventaja respecto al resto, pero los datos demuestran que sus esfuerzos en el ámbito educación han acabado siendo determinantes: un 82 % de los jóvenes chilenos acaban la educación secundaria, mientras que en el global de América Latina el porcentaje es solo del 55 %. También es básico que los jóvenes dispongan de programas universitarios de calidad y que tengan acceso a másteres y especialidades adaptados a sus necesidades, ya sea en formato presencial u online, como los que ofrece el ICEB. «Siempre decimos que queremos contribuir al desarrollo de los emprendedores latinoamericanos y convertirnos en un puente para que sus proyectos puedan crecer en otros contextos», explica José Manuel Figueroa, director de Relaciones Internacionales del ICEB.

Además de trabajar en el aspecto educativo, existen otros ámbitos de actuación que pueden acelerar el emprendimiento latinoamericano. Uno de ellos es la consolidación de ecosistemas emprendedores que ejerzan de motores locales pero que tengan también una vocación internacional. Tanto en Estados Unidos como en Europa se ha demostrado que son las ciudades o las regiones más que los propios países, las que están configurando grandes polos de emprendimiento. Es el caso de Londres, Berlín, Amsterdam, París, Barcelona... A nivel latinoamericano, también existen algunos ejemplos esperanzadores, sobre todo en Colombia, Chile, México o Uruguay, donde tanto las instituciones públicas como algunas corporaciones privadas están apostando por desarrollar el talento local y por potenciar la innovación a través de programas de emprendimiento.

Si bien el gasto público en fomento del emprendimiento continúa siendo bajo en América Latina -solo un 0,04 % del PIB, según la OCDE-, en los últimos tiempos sí que se

aprecia un mayor interés por parte de las instituciones, y la contribución de aceleradoras, a menudo transnacionales, también resulta positiva. Estas aportaciones, públicas y privadas, deberían encaminarse a solucionar dos de los grandes retos que afronta cualquier startup: de las instituciones depende que el marco regulatorio, tradicionalmente estricto en el entorno latinoamericano, sea suficientemente flexible como para no entorpecer las iniciativas emprendedoras; al sector privado le corresponde incentivar la inversión y, por tanto, la financiación de nuevos proyectos que no solo puedan aportar beneficios económicos sino también innovación, empleos y desarrollo de la economía regional (www.iceb-edu.com, 2019).

6.2.1. Emprendimiento Social en Chile

A pesar de que en el país no existe un marco legal ni menos mecanismos de formalización para emprender socialmente, los emprendedores han buscado hacerse un espacio en el ecosistema empresarial chileno. Es tanto así que las empresas de este tipo han ido creciendo en número e importancia, apoyados en parte por centros universitarios, empresas privadas y el sector público. Y es más, existe un proyecto de ley para poder dar el reconocimiento y apoyo adecuado a este tipo de empresas.

De acuerdo al reporte "Estructura y Dinámica del Emprendimiento social en Chile" realizado por la Universidad del Desarrollo (UDD) (Universidad del Desarrollo, 2016), en conjunto con investigadores de las universidades de Leeds y Newcastle de Reino Unido, además de Corfo, la iniciativa social empresarial es motivada e impulsada por la intención de resolver problemas sociales en un 57% de los casos.

Por área de trabajo, este tipo de empresa se focaliza en un 43% en educación, seguido por trabajo (28%), emprendimiento (23%), salud (22%) y pobreza (20%).

Misma repercusión, le concede el estudio de la UDD a Open Green Road S.A, que a través de su principal proyecto "PuntajeNacional.cl" permite a los estudiantes acceder gratuitamente a una plataforma de educación online con contenido de primer nivel.

Según el informe de la Universidad del Desarrollo, un 20,9% aún no está legalmente constituida, un 18% actúa bajo la forma sociedad por acciones y un 18,5% como sociedad de responsabilidad limitada.

Lo que llama la atención de los investigadores del estudio es que hay un alto porcentaje de emprendedores, en su mayoría en emprendimientos por necesidad y autoempleo, que se mantienen por dos o más años en la informalidad. Esto respondería a prácticas de gestión aprendidas o a necesidades percibidas respecto a qué requiere un emprendimiento para funcionar y hacerse viable en el mercado.

Al hablar de distribución, un 50,4% de los emprendimientos están centralizados en la Región Metropolitana, seguido por Valparaíso y Bío Bío. Sin embargo, sólo un 20% de sus beneficiarios están ubicados en la capital.

Los investigadores además afirman que en términos de movilidad, la empresa social nace y se establece en la misma región donde fue fundada. Sólo un 3,8% se cambiaría de región.

En términos de capital humano, el informe revela que el 30% no tiene empleados y aquellas que los tienen contratan entre 1 a 5 personas. Su reducido número se debería a que crecer en trabajadores supondría una expansión, lo que se traduce en aumento de ventas o apertura de nuevos mercados, lo que es difícil de proyectar en este tipo de empresas, ya que muchas veces responden a un territorio en específico.

De las empresas sociales encuestadas, un 89% ha recibido inversión de fuentes diversas. Sin embargo, las alternativas de financiamiento utilizadas por los emprendedores sociales comienzan a caer de forma importante después de los 6 meses de vida, etapa inicial que es principalmente cubierta por capital propio (25,4%), amigos y familiares y (17,8%) y capital semilla (8,1%). Así, el Reporte rompe el mito de que los emprendedores sociales son dependientes de Corfo al constatar que solo un 16% de los ingresos del emprendimiento social provienen de fondos públicos concursables y las expectativas de mejorar el rendimiento vía aumento de acceso a fondos públicos es sustancialmente menor a las expectativas de crecer en venta e impacto social.

Solo un 18% de los emprendimientos reciben inversión a partir de los 24 meses. Dado que el emprendimiento social surge centrado en resolver un problema, el incentivo para inversionistas tradicional es bajo, pues la promesa de retorno económico se vuelve un objetivo secundario.

Entre los principales obstáculos para el emprendimiento social figuran la falta de acceso a recursos financieros (95%), problemas de flujo de caja (92%), dificultades para acceder o entrar al mercado (90%) y falta de habilidades o experiencia del equipo emprendedor.

A manera de conclusión del ES en Chile, se anotan los principales oportunidades y desafíos los siguiente:

Oportunidades

Reconocer la capacidad del ES para adaptarse a diversos modelos de negocios, fuentes de ingreso e inversión

Apoyar la creación de alianzas entre Gobierno, ONGs y empresas socialmente responsables

Establecer una relación más estrecha con el sector público, a partir de la inversión condicionada por provisión real del bienestar

Forjar el encadenamiento de estándares sustentables a lo largo de la cadena de valor, orientados a la apertura de mercados de consumo

Desafíos

Promover el crecimiento distintivo ia replica y no escalamiento de negocio, reconociendo la interdependencia con realidad local

Vencer la falta de acceso a recursos financieros, a partir de objetos de frontera que favorezcan el trabajo con inversionistas

Propiciar estructuras legales y organizativas, que contribuyan a las atracción y retención de colaboradores

Transferir metodologías para la medición de impacto que aporten información sobre resultados concretos (americaeconomia, 2019)

Conclusiones

En este artículo se ha resaltado el concepto del Emprendimiento Social desde diferentes autores, así como las características del emprendedor social, se identificó, además el objeto principal de este tipo de emprendimientos, el cual consiste en la búsqueda y puesta en marcha de soluciones a problemas sociales, para esto se requiere de la acción directa de los emprendedores sociales.

El Emprendimiento Social, surge como respuesta a las problemáticas sociales del contexto donde se origina, en el caso colombiano, el conflicto armado y las expresiones de violencia requieren soluciones urgentes, la sociedad civil ha buscado estrategias para generar soluciones en temas como: construcción de paz, reconciliación, reintegración y transformación social, a partir de la generación de oportunidades de desarrollo en municipios y territorios históricamente afectados por el conflicto armado, y en donde el Estado, en la mayoría de los casos está ausente.

Este emprendimiento no está circunscrito únicamente al sector de las organizaciones sin ánimo de lucro, sino que debe ser llevado a cabo por otro tipo de organizaciones tales como los organismos gubernamentales o por las empresas del sector privado.

El éxito del Emprendimiento Social está en el impacto que éste tiene sobre el desarrollo económico, y es especialmente oportuno en países en vías de desarrollo, en los que la construcción social colectiva complementa la acción realizada por el Estado para hacer frente a los problemas de la sociedad.

En Colombia hay un avance significativo e interés de la empresa privada por ejercer este tipo de actividad a través de la conformación de fundaciones que propenden por el desarrollo humano, enmarcado en las políticas públicas.

Es necesario que el Estado colombiano se reconozca dentro de la agenda pública nacional el concepto de emprendedor y Emprendimiento Social, introduciéndolos en normas legales y en políticas públicas, generando su creación de manera simple, disminuyendo costos y obligaciones comerciales, al mismo tiempo tributo diferenciado para este tipo de empresas y tener un papel más activo en su asesoramiento y fortalecimiento de las mismas, es decir, se genere un ecosistema propicio para acelerar emprendimientos sociales que generen cambios y transformaciones positivas en el país.

Un gran porcentaje de los emprendedores sociales en Colombia están preparados y se han formado académicamente para desarrollar sus proyectos y lo hacen desde sus áreas de experticia, otro tanto en menor proporción lo hacen de manera empírica; sin embargo, es clara la ausencia del Estado para brindar herramientas de formación que los impulsen en temas como habilidades blandas y duras para diseñar y/o mejorar sus modelos de negocio, su sostenibilidad y en general todo lo relacionado con el Emprendimiento Social.

Gran parte de los emprendimientos podrían basar su modelo de negocio en la venta de productos o en la prestación de servicios, pero el desconocimiento y la falta de formación en temas asociados a mercadeo, administración, innovación, negocios, marketing digital, entre otros, los han limitado para poder surgir y consolidarse como modelos de negocios sostenibles y rentables.

Se deben establecer Centros Especializados para el desarrollo empresarial en todas las regiones de Colombia dotados de personal y metodologías apropiadas para que sobrepasen los diversos obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus empresas, en cada

una de las fases del proceso empresarial. Estos centros deben mejorar la sostenibilidad de las empresas, fomentando y facilitando la innovación orientándolos en el uso de los recursos existentes, conectándolos con redes empresariales y llevarlas a las etapas de desarrollo y crecimiento.

Un alto porcentaje de emprendedores no accede a entidades financieras en busca de créditos como alternativa para obtener recursos, se da por la informalidad con la que operan los emprendimientos sociales. Muchos de ellos no cuentan con los requisitos que exige el sistema financiero, falta de experiencia crediticia, poco tiempo de constitución como empresa u organización, pocos ingresos, papeleo y requisitos en exceso, reportes en centrales de riesgo, falta de capacidad de endeudamiento, y además porque consideran que el sistema financiero colombiano no cuenta con líneas de apoyo que ofrezca beneficios, y mucho menos facilidades, para impulsar y apoyar ese tipo de proyectos, con altas tasas de intereses y falta de confianza en negocios pequeños o nuevos, convirtiéndose en una barrera que los aleja e impide el acceso

No se deben percibir los emprendedores sociales como un modelo de fundación exclusivamente, se deben ver como empresas que deban desarrollar un modelo de negocio para ser sostenibles sin perder su espíritu social. El concepto implica reconceptualizar temas como la utilidad al interior de la empresa, así como cuestionar la idea de emprendimiento en la mano de una persona exitosa para hacerlo autosostenible.

La academia debe cumplir un rol mucho más activo, no solamente en la generación de estudios, sino en la reflexión crítica respecto a cómo se hacen las cosas; el Gobierno generar políticas que apunten hacia el fortalecimiento de los ES y la comunidad con todo ese apoyo desarrollar las ideas en beneficio de toda la sociedad.

Brindar a la comunidad la posibilidad de gestar su propio futuro, abre las posibilidades a retos importantes. Los emprendedores sociales se aproximan al desafío de establecer cuáles son los mecanismos que les permitan a las comunidades involucrarse para alcanzar sus metas y satisfacer sus necesidades. Una difícil tarea para todos los involucrados en el proceso, pero que a su vez ofrece la oportunidad, a las Ciencias Sociales, a las Ciencias Administrativas y de Gestión, así como a las entidades estatales y entes universitarios de abordar el desarrollo social buscando un enfoque que permita articular saberes y experiencias.

Recomendaciones

De acuerdo con la literatura y los diferentes estudios realizados respecto al Emprendimiento Social en Colombia, citados en la presente investigación, se generan interrogantes, lecciones aprendidas y acciones de mejora, con el objeto de optimizar la implementación y desarrollo de los emprendimientos sociales en el contexto nacional y garantizar un mejor ecosistema para su desarrollo en el país, se precisa lo siguiente:

En primera medida se recomienda fomentar la cultura del emprendimiento en el país para aumentar la productividad y el crecimiento económico. El espíritu emprendedor nace dentro de las personas. Cuando un ser humano entiende que posee talentos y habilidades únicas con las cuales podrá prosperar y además impactar positivamente a su comunidad, se enciende una pequeña idea que una vez cristalizada puede ser generadora de bienestar y desarrollo para toda la comunidad.

Que la formación de emprendedores debería reconfigurarse empezando por el mismo concepto de emprendedor para dejar de lado la vieja figura del líder empresarial solitario y mostrar al equipo de trabajo que suele ser el que realmente crea e inicia empresas. Esto debido a que, en sociedades latinoamericanas como la colombiana, se ha dado mucha relevancia a la formación en emprendimiento desde las instituciones estatales y educativas, un cambio en la conceptualización del emprendimiento más dirigida a la creación de beneficios sociales, y no solo creación de negocios, ayudaría a crear sociedades más solidarias, comprometidas, con más confianza en los demás y posiblemente más satisfechas y felices

Que los emprendedores deben ser cultivados, motivados e incentivados adecuadamente, ellos son considerados en muchos países como activos nacionales, son

figuras que pueden cambiar la forma en que vivimos y trabajamos; sus innovaciones pueden mejorar incluso nuestro nivel de vida. No solo dinamizan la creación de riqueza de sus proyectos empresariales, sino que también crean puestos de trabajo e incluso condiciones propicias para avanzar hacia una sociedad más próspera. Además, a través de sus ofertas únicas de nuevos bienes y servicios, los emprendedores en ocasiones rompen con la tradición y apoyan la independencia de los sistemas y tecnologías obsoletas. En general, esto se traduce en una mejor calidad de vida y libertad económica

Que se formule la Política Pública del Emprendimiento Social en Colombia, que genere un ecosistema adecuado, con normas que faciliten la creación de estos modelos de negocios, como beneficios en temas tributarios, en procesos de formalización, y así hacerlos sostenibles y rentables, vistos como una alternativa que aporta al desarrollo económico y social del país, complementado con procesos de formación y capacitación para brindar capacidades técnicas que permitan promover el Emprendimientos Sociales en el país, brindando acompañamiento, seguimiento y asesorías en diversos temas.

Que dentro de esa Política pública se definan temas como la regulación de los Emprendimientos Sociales; las regulaciones juegan un papel crucial en el fomento del espíritu emprendedor pero la regulación requiere un acto de equilibrio por parte de la autoridad reguladora. El espíritu empresarial no regulado puede conducir a resultados sociales no deseados, incluidas las prácticas desleales de mercado o crisis financiera.

Y que además se gestione la creación de fondos de inversión o incubadoras para negocios sociales, que les permita acceder a los recursos económicos que necesitan, como subsidios o capital semilla, a través de convocatorias específicas y/o facilidades para acceder a créditos con entidades financieras, con tasas de interés preferenciales, y beneficios financieros, que les permitan impulsar sus emprendimientos

Que los empresarios en Colombia que lideran y participan en múltiples iniciativas con impacto en la sociedad, sea de forma articulada, que direccionen sus esfuerzos hacia el Emprendimiento Social, transmitiendo sus conocimientos y brindando la asesoría adecuada en temas legales, administrativos y contables que permitan la creación y sostenimiento de dichos emprendimientos.

Que la universidad como institución debe construir y propender por un espacio social, promotor de la cultura de la innovación y del emprendimiento, ya que los cambios tecnológicos, sociales, económicos y culturales obligan a los responsables de la formación a ofrecer las condiciones necesarias para que los estudiantes se sientan capaces de avanzar en emprendimiento e innovación y contribuir al desarrollo propio y de la nación.

Que adicionalmente, la Academia promueva que los futuros profesionales sean conscientes de las necesidades que existen en su entorno, y sepan cómo responder a ellas, impulsando una cultura de investigación que contribuya al desarrollo sostenible brindando herramientas para que emprendedores actuales y futuros puedan continuar generando valor en nuestra sociedad.

Que la relación Academia-Gobierno-Empresa-Comunidad, sea mucho más sólida y sincronizada, es necesario conformar instancias de crear mecanismos de apoyos adecuados donde se haga sinergia y se potencien las estrategias, con el objeto de que el Emprendimiento Social tenga el impacto real y medible, que redunde con el beneficio de una sociedad necesitada y habida de soluciones para diversos problemas tanto económicos, sociales y ambientales

Se debe establecer una línea del equilibrio entre la iniciativa emprendedora y el desarrollo económico, su adecuada interacción es el principal reto para la relación Estado – Academia -Empresa– Emprendedores sociales como agentes de cambio, si se entienden las

ventajas e inconvenientes desde un enfoque equilibrado, tendrá como resultado que la iniciativa empresarial emprendedora nutra a la economía y a la sociedad obteniendo un impacto positivo en ambas.

Dado que el emprendimiento social se encuentra en el cruce de las esferas pública, privada y social, y abarca problemáticas a la vez económicas, sociales y políticas, se debe adoptar una lógica nueva que movilice y combine recursos, fuerzas y herramientas interdisciplinarias para alcanzar su meta de transformación social y crear sinergias entre los diferentes actores sociales. El estudio anterior del estado del arte del sector en Colombia, permite confirmar la oportunidad existente para contribuir y promover el campo del emprendimiento social como forma de fomentar tanto el desarrollo económico como el desarrollo social del país.

Finalmente se recomienda que a través de un ente como el Consejo Profesional de Administración de Empresas, como organismo nacional que agrupa las facultades de Administración de Empresas en el país, enmarcado en su misión de fortalecer las competencias de los profesionales, como estrategia para contribuir al desarrollo empresarial del País, se debe llevar a cabo la Implementación del proyecto de Desarrollo de Emprendimiento Social, desplegando actividades de investigación, asesorías, construcción de metodologías y herramientas de análisis, la construcción de casos de estudio, conformación de un banco de conocimientos y formalización de convenios con sectores públicos, privados y sector no gubernamental, entre otras

Bibliografía

Bibliografía

- americaeconomia. (25 de septiembre de 2019). *mba.americaeconomia.com*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/conoce-el-estado-del-emprendimiento-social-en-chile>
- ASEC - Asociacion de emprendedores de Colombia . (26 de Abril de 2019). *somosasec.com*. Obtenido de <http://www.somosasec.com/>
- Ashoka.org. (10 de mayo de 2019). *Ashoka.org*. Obtenido de <https://www.ashoka.org/es-VE/focus/emprendimiento-social#>
- Asociacion Colombiana de facultades de ingenieria. (13 de Junio de 2019). *Acofi.edu.co*. Obtenido de https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- BID-Banco Interamericano de Desarrollo. (2006). *Gestion efectiva de los emprendimientos sociales*. Mexico D.F: Planeta Mexicana, S.A. de C.V.
- Castillo, A. (1999). *Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*. Recuperado el 4 de mayo de 2019, de <https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>
- Castro, L. (9 de mayo de 2019). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-de-emprendimiento/amp/>
- Centro de innovacion Publica digital. (agosto de 2013). *centrodeinnovacion*. Recuperado el 12 de mayo de 2019, de <http://centrodeinnovacion.gobiernoenlinea.gov.co/es/experiencias/plataforma-para-la-construccion-participativa-de-la-politica-de-innovacion-social>
- Chica, M. P. (2 de mayo de 2019). *hemeroteca.unad.edu.co*. Obtenido de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1915/2141>
- Colombiafintech. (26 de abril de 2019). *Colombiafintech.co*. Obtenido de <https://www.colombiafintech.co/novedades/como-pueden-financiarse-los-emprendedores-en-colombia>
- Congreso de la Republica de Colombia. (09 de 04 de 2019). *Secretaria del Senado*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

- Dinero.com. (10 de mayo de 2019). *Dinero.com*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/ashoka-emprendimiento-social-colombia/202785>
- Encolombia. (09 de 04 de 2019). *encolombia*. Obtenido de <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/>
- Fenandez, N. (24 de 09 de 2019). *www.bbva.com*. Obtenido de <https://www.bbva.com/>
- Fournier, A. (2001). Emprendimiento Social - Universidad Central. *Documentos de investigacion - Administracion de Empresas*, 32-47.
- Franco, P. (2016). La definición del emprendimiento social. *Revista Finnova* , Pp 45 - 55.
- Galindo, M., & Mendez, M. (Marzo de 2008). *El papel de los emprendedores en la economía - ICE*. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de file:///C:/Users/Equipo/Downloads/1126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1126-1-10-20180711.pdf
- Guzman Vazquez, A., & Trujillo Davila, M. A. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 105-125.
- Icontec. (2008). *tienda.icontec*. Recuperado el 19 de MAYO de 2019, de <https://tienda.icontec.org/wp-content/uploads/pdfs/GTC180.pdf>
- Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Recuperado el 05 de Mayo de 2019, de <http://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Martinez, R. (15 de 04 de 2019). *mprende.co*. Obtenido de <http://www.mprende.co/impacto-social/panorama-del-emprendimiento-social-en-colombia>
- Navarro, F. L.-A. (26 de abril de 2019). *Revista Española del Tercer Sector nº17*. Obtenido de https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/rets_17_0.pdf
- Perez, M., & Briones, A. (2014). *revistas.ucc.edu.co*. Recuperado el 19 de mayo de 2019, de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/973/1500>
- Pnud. (26 de Septiembre de 2019). *www.undp.org*. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Quintero, L. (9 de marzo de 2018). *Portafolio.co*. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <https://www.portafolio.co/economia/la-responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-gerencia-515003>
- Recon. (15 de mayo de 2019). *reconcolombia.org*. Obtenido de <https://www.reconcolombia.org/nosotros/>
- Recon. (13 de junio de 2019). *reconcolombia.org/*. Obtenido de <https://www.reconcolombia.org/convocatoria/>

- RECON Colombia. (2018). *Informe de resultados sobre el emprendimiento social en Colombia*. Bogotá: RECON Colombia.
- Rockcontent.com. (13 de Junio de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>
- Sanchis, J. (2010). *Emprendimiento, economía social y empleo*. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de <http://base.socioeco.org/docs/emprendimiento2.pdf>
- Traduccionjuridica. (13 de mayo de 2019). *traduccionjuridica*. Obtenido de <https://traduccionjuridica.es/diferencia-shareholder-stockholder/>
- Universidad del Desarrollo. (2016). *Estructura y Dinámica del Emprendimiento social en Chile*. Santiago de Chile: CORFO.
- Varela, R., Moreno, J., & Bedoya, M. (2015). *gemcolombia.org*. Recuperado el 10 de mayo de 2019, de <https://gemcolombia.org/>
- www.iceb-edu.com*. (24 de septiembre de 2019). Obtenido de <https://www.iceb-edu.com/blog/emprendimiento-america-latina-la-formacion-la-palanca-cambio>