

Capítulo 1.

Contexto del Emprendimiento Social

Context of Social Entrepreneurship

Javier Monguí Pinentel

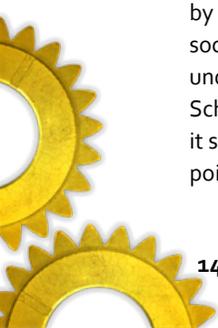
Resumen

Este capítulo pretende identificar el grado de profundización y el alcance del emprendimiento, mediante el abordaje de la literatura y la información obtenida con el uso de las bases de datos especializadas y su articulación con temas de emprendimiento social. La metodología empleada se basó en un estudio descriptivo bajo un enfoque cualitativo de lo desarrollado en Colombia durante los últimos cinco años, anclado en la teoría de *Harvard School*, cuya intención establece la premisa de agregar valor social. En este sentido, se buscó referir diferentes autores que indagan sobre el emprendimiento social, como punto de partida para la solución mediante la identificación y comprensión de problemáticas, y los sucesos que confluyen alrededor de sus lazos culturales, así como su comportamiento en la sociedad. Finalmente, se busca incentivar proyectos innovadores con impacto social y ambiental, que contribuyan al desarrollo social de las comunidades. Esto mediante la ampliación del conocimiento en cuanto a las tendencias de emprendimiento social, ya que estas se encuentran imbuidas en los conceptos de sostenibilidad, técnica y medio ambiente en el ámbito global. La gran tendencia es apuntar a propuestas sociales a partir de la creación de proyectos productivos.

Palabras claves: Emprendimiento social, proyectos productivos, sostenibilidad, responsabilidad social.

Abstract

This book chapter aims to identify the degree of deepening and the scope of entrepreneurship, by approaching the literature with the use of databases and its articulation with issues of social entrepreneurship, the methodology used was carried out, through a descriptive study under a qualitative approach for Colombia in the last five years, anchored with the Harvard School theory, whose intention establishes the premise of adding social value. In this sense, it seeks to refer to different authors who inquire about social entrepreneurship, as a starting point for the solution through the identification and understanding of problems, and the



events that converge around their cultural ties, as well as their behavior in society. Finally, it seeks to encourage innovative projects with social impact and that contribute to the social development of communities, by expanding knowledge of social entrepreneurship trends, it is infused in sustainability, technique and the environment at a global level. The great trend is to point to social proposals under the creation of productive projects.

Keywords: Social entrepreneurship, productive projects, sustainability, social responsibility

¿Cómo citar este libro? / How to cite this work?

APA

Monguí Pintenel, J. (2023). Contexto del Emprendimiento Social. En *Una mirada al Emprendimiento Social en Colombia* (pp. 16–39). Corporación Universitaria Minuto de Dios.- UNIMINUTO. <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-620-8.cap.1>

CHICAGO

Monguí Pintenel, Javier . 2023. "Contexto del Emprendimiento Social". En *Una mirada al Emprendimiento Social en Colombia*, 16–39. Corporación Universitaria Minuto de Dios.- UNIMINUTO. <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-620-8.cap.1>

MLA

Monguí Pintenel, Javier. "Contexto del Emprendimiento Social". *Una mirada al Emprendimiento Social en Colombia*, Corporación Universitaria Minuto de Dios.- UNIMINUTO, 2023, pp. 16–39, <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-620-8.cap.1>



Introducción

Desde hace algún tiempo el emprendimiento social ha comenzado a atraer la mirada de los académicos. Debido a esto, es notorio el aumento de insumos publicados, lo que, a su vez, hace ineludible el requerimiento de organizar, verificar y catalogar esta gran cantidad de información bibliográfica dentro de los repositorios.

Es por ello por lo que se hace relevante indagar sobre los avances del emprendimiento social, identificando parámetros en los que se evidencien las carencias actuales de políticas de Estado que apuntan hacia el mejoramiento del mismo. Además, se deben considerar aspectos significativos en los sectores que motivan iniciativas de emprendimiento social, justamente se debe establecer si existen políticas de Estado para promover ideas emprendedoras, así como el alcance en temas de una ocupación laboral continua, el desarrollo en las regiones y una relación estrecha entre las comunidades. Esta propuesta tiene que ver con los jóvenes emprendedores para la implementación de la economía naranja, en cuyos procesos de implementación, el Estado colombiano juega un papel fundamental a través de los procesos de consultoría.

La recolección de información es consecuente con la construcción y seguimiento de los objetivos de carácter económico, financiero, social y medioambiental, frente al grado de profundización, alcance del emprendimiento social, las problemáticas expuestas en su entorno, las cuales a su vez se sustentan a través de las experiencias e investigaciones mediante la búsqueda especializada en las bases de datos más reconocidas, entre las que se encuentran: *Scopus*, *ScienceDirect*, *SpringerLink*, *ProQuest*, con investigaciones y propuestas que se sustentan mediante consultas en diferentes tipos de buscadores. Enseguida, se analiza la información capitalizada que permita la creación de nuevas áreas de emprendimiento social, a su vez se caracterizan los emprendimientos sociales más importantes en los ámbitos nacional e internacional.

Para Vásquez y Dávila (2008), el emprendimiento ha despertado interés para las escuelas de negocios desde la época de los ochenta, debido al auge de la creación y dirección de empresas, lo que involucraba varios tópicos como financiación, características, emprendimiento corporativo, empresas familiares, oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social, entre otros. En cuanto al emprendimiento social, los autores revisaron 51 referencias bibliográficas, desde el año 2000 hasta la actualidad. Destacan principalmente el grado de importancia para el desarrollo de países emergentes y su pertinencia en la política pública.



Sin embargo, es importante tener un punto de partida para lograr entender y dinamizar la temática propuesta.

Con la intención de comprender las dinámicas sobre las cuales existen algunos desarrollos y avances en la puesta en marcha de la acción del emprendedor y sus alcances en el ámbito social, Bornstein y Davis (2012) definieron el emprendimiento social como:

El proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman las instituciones para avanzar en soluciones a problemáticas sociales como la pobreza, las enfermedades, el analfabetismo, la destrucción del medio ambiente, la falta de vivienda y todo el catálogo de la miseria humana.

No obstante, autores como Braunerhjelm y Hamilton (2009) desde otra perspectiva, lo conceptualizaron como el beneficio social, contrario a una maximización de ganancias o utilidades, sin dejar de lado las necesidades sociales de una comunidad.

Es consonancia con lo anterior, autores como Wang y Richardson (2021) fomentaron el espíritu emprendedor de las comunidades desatendidas en las dimensiones artística, empresarial y cultural. Este trabajo fue llevado a cabo especialmente en una comunidad de Newark, NJ., al identificar la carencia en la que la desigualdad no había sido claramente abordada, el estudio mostró algunos de los factores que posibilitaron la restricción al emprendimiento cultural y artístico. Dentro de sus hallazgos cabe destacar el impacto que producía cada lanzamiento de negocios creativos, y cómo estos a su vez debían enfrentarse a grandes desafíos, como la falta de recursos y la desigualdad social. Sin embargo, también es de destacar el papel y el acompañamiento de algunas universidades para llevar al artista a contribuir al desarrollo de estas comunidades.

Ahora bien, por otra parte, desde el punto de vista económico, se abordó la teoría de *Harvard School* propuesta por David McClelland en 1961, con el propósito de determinar los puntos y las condiciones sobre las cuales se desarrolla el emprendimiento social.

Particularmente, el propósito de este capítulo es identificar el alcance del emprendimiento, mediante el abordaje de la literatura a partir del uso de las bases de datos y su articulación con temas de emprendimiento social.

Metodología

Para cumplir con el propósito de estudio y dar respuesta a las preguntas generadoras, en esta sección se presenta la metodología aplicada. Se trata de un estudio de tipo descriptivo, bajo un enfoque cualitativo. Además, se partió de la revisión técnica documental de fuentes secundarias con corte transversal para determinar el alcance del emprendimiento social en Colombia con base en la teoría

de *Harvard School*. El desarrollo se llevó a cabo mediante la búsqueda de autores reconocidos en bases de datos especializadas. Para este fin, se consultaron las siguientes, entre otras: *Scopus*, *ScienceDirect*, y *SpringerLink*. Esto con el propósito de evidenciar el nivel de desarrollo del emprendimiento social en Colombia y cómo este a su vez, se manifiesta en otras partes del mundo.

Inicialmente, este estudio se fundamentó en los conceptos propuestos en la teoría de *Harvard School* creada por David McClelland, quien definió al emprendedor como alguien que potencia un logro, una meta, siempre en la búsqueda de necesidades insatisfechas dentro de una comunidad. Los emprendedores son personas con iniciativa propia y luchan por cumplir con sus propósitos y resultados superando cualquier dificultad que se presente en el camino, buscando oportunidades e iniciativas.

Por otra parte, Solano et al. (2017) expusieron cómo la incertidumbre presentada en los últimos años trajo como consecuencia una alternativa en el emprendimiento social en cuanto a la forma de detectar obligaciones en la sociedad, y a su vez, respecto a cómo cambiar la vida de las personas, incluso de la sociedad en la que habitan. El concepto de emprendimiento social tomó relevancia en la década de los 80 con el debate sobre responsabilidad social corporativa (RSC), en concordancia con la teoría sobre los grupos de interés de Freeman. Es por ello que, durante la revisión literaria se identificaron algunas variables relacionadas con la innovación y la transformación de vidas como una necesidad, con el compromiso de una responsabilidad social empresarial apoyada en el espíritu emprendedor de quienes la integran, así como también con la forma como esto contribuye al mejoramiento del entorno en el cual se desenvuelven.

El emprendedor social posee características como líder, con espíritu emprendedor, innovador y desarrollador de ideas de negocio, siempre centrado en alcanzar sus objetivos. En este orden de ideas, se trata de la confluencia de aspectos financieros, económicos y sociales para que se dé la creación de valor social impulsando y motivando cada vez más a muchas personas a entrar en el mundo del emprendedor social. Algunos más atrevidos buscan ayuda a través de fundaciones y organizaciones que los apoyan mediante acciones de formación en programas de emprendimiento, bajo el emblema del compromiso social. Es así, como el emprendimiento social crea valor en su conceptualización contemplando tres ejes fundamentales basados en factores de integración, fuerzas contextuales y los mecanismos de implementación, tal como se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Diferencia de la RSE y la empresa social



Nota. Elaboración propia, el gráfico representa un mapa de procesos y la creación de valor a través de factores, fuerzas y mecanismos de implementación.

Estado del emprendimiento social

El emprendimiento social como área de estudio se estableció en la década del 90 con J. Gregory Dees. Actualmente, se sitúa en un proceso evolutivo (Grove y Berg, 2014). Aun así, se desarrollan diferentes alternativas que parten desde el emprendimiento como iniciativa en la erradicación de problemáticas sociales, al buscar el mejoramiento en el bienestar y desarrollo de las comunidades (Pate y Wankel, 2014).

Además, Valdés y Saavedra (2019) realizaron un estudio de análisis crítico sobre las iniciativas de emprendimiento social y el impacto que causa en las condiciones de vida para las personas menos favorecidas. En este sentido, este ayuda a las familias enmarcadas bajo un esquema socialmente vulnerable a transformar diferentes propuestas emprendedoras junto a otras formas de desarrollo económico, con las cuales se sientan valorados y respetados por las iniciativas culturales que ofrecen a la comunidad, no sin antes, identificar las problemáticas que se desarrollan al interior del núcleo familiar y cómo estas a su vez terminan afectando el entorno en el cual conviven socialmente. En otras palabras, no se trata de auxiliar a las familias más desfavorecidas con subsidios o cuotas moderadoras fijas, lo que se busca en estas situaciones es empoderar a las personas para que se conviertan en protagonistas de su propio estilo de vida, a través de una idea de emprendimiento social, destacando su propio espíritu emprendedor y la motivación para la creación de nuevas propuestas e ideas de negocio.

A partir de ello surgen cuestionamientos como ¿cuándo un emprendimiento social crea valor económico y social? El concepto se establece sobre una proposición de valor del emprendimiento, sobre la que recae la forma de mejoramiento y niveles de vida de los clientes a partir de las propuestas realizadas por el emprendimiento, al ofrecer alternativas con propuestas a menor precio mediante la redistribución de la riqueza y brindando distintas opciones a la comunidad más necesitada. Como lo comentó Network (2006), la propuesta de agregar valor es una alternativa diferente que el emprendedor enfrenta y transforma a posibles necesidades insatisfechas dentro de su comunidad y cómo se desenvuelven dentro de un ambiente incierto.

Ahora bien, para entender un poco más la teoría *Harvard Business School* y su creador David McClelland, es preciso conocer que se trata de un profesional destacado por ser un psicólogo estadounidense especialista en motivación humana y emprendimiento. Fue tal la acogida que tuvo esta teoría que la *United Nations Conference on Trade and Development (Unctad)*, entidad organizacional que depende de Naciones Unidas, la adoptó para causas de desarrollo comercial. Una de sus propuestas tiene que ver con cómo los emprendedores exitosos ven oportunidades y las convierten en negocios únicos. Es decir, se requiere un espíritu emprendedor acompañado de constancia y persistencia, sin tener en cuenta el factor monetario, sino el cumplimiento de la promesa de valor hacia sus clientes, conscientes del riesgo que asumen de manera controlada.

En concordancia con lo anterior, Palacios (2010) definieron “el emprendimiento social como la habilidad de reconocer oportunidades para resolver problemas sociales, su modelo de empresa, es una novedosa solución a una problemática que se considera efectiva, eficiente, sustentable” (p. 5). El propósito de este documento se vio reflejado en un modelo innovador, en el que se visibilizaba gran parte de la exclusión a los campesinos que trabajaban el área agrícola para los mexicanos, como propuesta política se adoptó el modelo neoliberal, para el manejo de las exportaciones. Los hallazgos propusieron que los productores debían regresar a trabajar en las tierras y a convertirse en personas más competitivas.

Por lo anterior, es bueno mirar y analizar el nivel de avance en el desarrollo de los proyectos sociales, ya que estos buscan fortalecer la calidad de vida de una población específica, además, son valorados antes del inicio o puesta en marcha de la propuesta, lo que posibilita un seguimiento y finalización del proyecto planteado. Los resultados se miden por medio de indicadores de carácter social, como la falta de empleo, la renta per cápita, el nivel de estudios, la cantidad de integrantes en la familia, al identificar quien actúa como jefe de hogar, si el hombre o la mujer.

No obstante, como lo enuncian las Naciones Unidas: la comprensión de desarrollo ha cambiado a través del tiempo, en el presente se busca que cada país genere un desarrollo sostenible, más convincente, donde se contemple la idea de inclusión social con la protección y cuidado del medio ambiente (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2017). La manera de constatar este tipo de implementación es por medio de iniciativas que nacen en las comunidades, que, a su vez, recalcan

la importancia de unirse y organizarse para ser identificados mediante diferentes líneas de emprendimiento.

Por lo anterior, es importante reseñar el desarrollo histórico del significado de estos conceptos. Rodríguez (2009) definió al emprendedor como “el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones” (p. 97).

Algunos sitios, como los describió Fang et al. (2022), son terceros lugares urbanos, los cuales se presentan como incubadoras de emprendimiento en el estudio de café y startups, específicamente en las cinco áreas metropolitanas de los Estados Unidos donde más del 70% lo componen los startups, las cuales son respaldadas por capital asegurado al riesgo. En otro sentido, se encontró que un 50% de las áreas urbanas mantienen una participación en actividades y ferias empresariales, esto con el acompañamiento y motivación de sus líderes políticos regionales, quienes se encargan de promover este tipo de eventos en cada una de sus localidades, para contribuir al crecimiento y generación de empleo.

En tal sentido, se hace necesario dirigir esfuerzos a través de las facultades de ciencias económicas y empresariales para que potencien la propuesta de emprendimiento e innovación. Para ello, deben direccionar toda su capacidad hacia propuestas que puedan encauzar desde nuevas formas de implementación o que posibiliten proponer emprendimientos sociales que contribuyan directamente en una propuesta de valor dentro de las comunidades. Por otra parte, Rodríguez (2009) expuso cómo las facultades de economía abordan el emprendimiento, pero sin una concertación fundamentada en diferentes puntos de vista, expuesto desde la conceptualización de sus autores, en términos de como el individuo que asume el riesgo, es inteligente, innovador.

Por consiguiente, León (2017) determinaron las tendencias y plantearon cómo la diversificación de mercados se ve reflejada en una homogenización del emprendimiento. Es así como se encuentra el emprendedor dispuesto a tomar riesgos desde dos puntos de vista, el primero, con la inteligencia y el segundo, el innovador y diferenciador que desarrolla su trabajo.

Ahora bien, bajo el esquema de emprendimiento social se pueden identificar algunas posturas al realizar un acercamiento teórico-práctico, por ejemplo, se observa que existen diferentes variaciones del término que revela la postura de algunos de los gremios o escuelas de economía, quienes no permiten establecer una perspectiva clara. Acerca de este punto de vista, el emprendimiento social centra la atención, como una manifestación diferenciadora del emprendimiento empresarial.

A continuación, para comprender mejor el fenómeno abordado se presentan algunas definiciones del emprendimiento social:

Amil y Velasco (2017) presentaron la siguiente caracterización: poner en práctica un proceso de educación identificando las comunidades más necesitadas para

mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, la apropiación, así como el nivel de desarrollo y desempeño de cada individuo que actúa dentro de una sociedad. Asimismo, implementar una cultura de emprendimiento vista como el proceso educativo y la actitud ciudadana para solucionar problemas del entorno y mejorar la calidad de vida del grupo que interactúa dentro de la propuesta emprendedora, en la que se descubren las capacidades de una persona en un interaccionar de manera creativa e innovadora, con alto sentido de creatividad y entusiasmo; en la habilidad que tiene un individuo de dejar mejor cada sitio o situación en la que participa. La capacidad y habilidad para contribuir con el desarrollo humano, para desarrollarse como líder social con actitud para afrontar retos que en algunos casos resultan desconocidos y los motiva para entender la situación o problema y brindar posibles soluciones en comunidades con necesidades insatisfechas.

Otros como Pérez et al. (2017) propusieron el término de empresarismo para hacer referencia a la capacidad de generar empresa, manteniendo criterios de responsabilidad social y ética empresarial. Posteriormente, autores como Weerawardena y Sullivan (2006) identificaron, con base en una revisión de documentos, que el emprendimiento social a su vez, no contempla una base teórica sólida y coherente, ya que mediante un modelo empírico multidimensional, los autores encontraron algunas dimensiones nucleares bajo las siguientes categorías: innovación, proactividad y gerencia de riesgo, así como las limitaciones sobre las cuales realizan la actuación los emprendedores sociales, identificando áreas clave en las que la estrategia y las operaciones pueden estar en armonía para un mejoramiento del emprendimiento social.

A lo anterior y a fin de comprender el fenómeno del emprendedor social, la teoría de *Harvard Business School* entendió el emprendimiento como la combinación de fuerzas, basadas en dos posturas. La primera tiene que ver con las fuerzas internas, en la que se destacan especialmente las cualidades de una persona, sobre todo, aquellas como la inteligencia, la destreza, la experiencia del saber, el instinto y la exposición. La segunda tiene que ver con las fuerzas externas, en la que se contemplan aspectos de carácter económico, social, cultural, humano, político y jurídico que contribuyen en el crecimiento del emprendimiento en la economía (Mohanty, 2006).

Varios investigadores han articulado el espíritu empresarial en el ámbito empresarial como el enfoque estratégico de una empresa, que comprende la innovación, la gestión acompañada de decisión y la administración de riesgos. Lumpkin y Dess (2016) sugirieron la adición de agresividad competitiva y autonomía a las tres dimensiones existentes y argumentaron que estas cinco dimensiones varían de forma independiente.

Es así como investigaciones anteriores indicaban que el concepto de orientación empresarial era un ingrediente clave en el éxito de las pequeñas empresas, pero pocos estudios han informado de una relación negativa o insignificante. Los investigadores han destacado el papel de las variables contextuales, tanto exógenas

como endógenas, para influir en la relación de orientación empresarial-crecimiento de la empresa. Los resultados, al estimar los modelos, indican que las cinco dimensiones cambian de manera independiente y muestran efectos de interacción significativos, especialmente cuando ambas variables moderadoras se configuraron simultáneamente con las dimensiones individuales del constructo de orientación empresarial McClelland (1965).

En otro sentido, Mora y Martínez (2018) hicieron sus aportes sobre el desarrollo local sostenible, su capacidad para ejercer la responsabilidad social corporativa y el papel que desempeña el emprendimiento social. El fenómeno de la globalización afecta cada vez más a las regiones y especialmente a sus poblaciones, que se ven rezagadas con los cambios técnicos y tecnológicos que conlleva cada sector económico, es aquí donde se integran las fuerzas empresariales para implementar estrategias de diagnóstico y evaluación para una acertada toma de decisiones, con el fin de realizar un diagnóstico que permita retroalimentar el proceso y ejecutar una posible acción. De allí que se considere una relación existente entre desarrollo local sostenible, emprendimiento y responsabilidad sociales corporativos dentro del ámbito de los territorios.

En cuanto a la forma de asociación, Polo y Gómez (2020) determinaron un análisis comparativo especialmente en el Caribe colombiano en relación con los micronegocios de la región. Existe un enlace que nace por el seguimiento del parámetro en el cual se encuentran inmersas dentro de los emprendimientos de algunos de los departamentos ubicados en el Caribe. Es por ello que el emprendimiento social se desenvuelve en diferentes esferas tanto públicas como privadas integrando diferentes actores socioeconómicos, políticos y culturales. Esta manera innovadora de emprendimiento invita a nuevas y diferentes posibilidades de creación y expresión para la generación de nuevas propuestas e ideas de negocio.

Desde otro punto de vista, el emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos en Colombia remite al término de “base de la pirámide” — BDP — respecto a la población según niveles de renta con potencial económico en emprendimientos para disminuir el índice de pobreza. De esta manera, se busca construir un tejido social que establezca la relación entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social, con el propósito de situar derechos y oportunidades e incorporar propuestas por medio de cambios en la política pública, específicamente para las comunidades más necesitadas de cada región, especialmente las que presentan grados de vulnerabilidad (Coronado et al., 2018).

En efecto, la economía se ve expuesta a gran cantidad de transformaciones y contracciones, que conducen a las diversas formas que encauzan una mejor sostenibilidad y progreso, que generen propuestas de cambios latentes que propendan por el desarrollo de las regiones. El sistema económico se ha visto impactado por múltiples factores, entre ellos, la corrupción, el narcotráfico, los grupos armados, y la pandemia, sumado a las necesidades sociales que esta última desató. Todos estos factores han permitido repensar una nueva dinámica que

propicie y estimule el emprendimiento, pero se hace necesario el diseño de futuros programas o planes de intervención, en pro del mejoramiento de la calidad de vida en las comunidades de la ciudad de Cartagena — Colombia (Patiño y Pitre, 2018).

Contexto del emprendimiento social

En el contexto internacional, aun no se ha establecido claramente el origen de la empresa social. Uno de los primeros escenarios exitosos se presentó con el Banco Grameen, fundado por el señor Muhammad Yunus en la época de 1983 (Frankel y Bromberger, 2014). Otras investigaciones como la realizada por Yunus identificó en Bangladesh un problema social, causado por la pobreza extrema en que vivía la mayoría de las comunidades, esto obligó a las mujeres a solicitar préstamos para salir del paso frente a las necesidades de sus familias, pero como en muchos países, los préstamos se concedían con altas tasas de interés, causando mensualmente una cuota exageradamente alta, que no compensaba con la calidad y cantidad de trabajo remunerado, atrapando a cada jefe de hogar en una dimensión de pobreza (Castro, 2010).

Teniendo en cuenta lo anterior, se debe situar de manera funcional cómo el Banco Grameen, bajo una apuesta innovadora de círculos de préstamos, conformado a su vez, por una diversidad de prestatarios en una comunidad, donde cada uno de los aportantes velaba y vigilaba porque cada cuota fuera cancelada de manera oportuna en las condiciones de capital, tasa de interés y tiempo. Esta nueva estrategia financiera identificó y motivó una nueva forma de cancelar los préstamos a una tasa más baja, la puesta de valor estaba en que cada deudor impactaba en el nivel de credibilidad del grupo y la comunidad (Ramos, 2008).

Por otro lado, países del Reino Unido y España se acogen a la definición que ofrece la Comisión Europea sobre las empresas sociales encargadas de labores sociales, medio ambientales y humanas, con la ayuda del emprendimiento y su manera de trabajar, bajo el asocio de cooperativas, empresas privadas u organizaciones sin ánimo de lucro. Su organización es robusta ya que cuenta con innumerables sistemas y mecanismos de apoyo, con marca propia para operar sus empresas, la barrera más significativa se encuentra en el apalancamiento financiero. Organizaciones como, Enactus, trabajan en proyectos con estudiantes universitarios en diferentes países, apoyados por la financiación de algunos líderes empresariales con la propuesta de conseguir un mundo mejor guardando una estrecha relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Martos, 2019).

Otras organizaciones como *Root Change* (s. f.), propenden por la administración de una plataforma dinámica y colaborativa para el mapeo de personas y organizaciones en el sector de la inversión (*Global Impact Investment Map*). Estas inspecciones participan como protagonistas de influencia en las siguientes entidades: Red de Aspen de Emprendedores del Desarrollo (ANDE), *New Ventures México*, Endeavor, Instituto Nacional del Emprendedor, Fundación ProEmpleo, *Aspen Network of Development*

Entrepreneurs, Ashoka México y Centroamérica, Ángel Ventures México, Universidad Anáhuac México Sur, Promotora Social México, y *Omidyar Network*. De la misma manera, Schwab Fundación (s. f.), promueve una red de plataformas en los ámbitos regional y global para la generación de modelos nuevos y sustentables de emprendimiento social.

Para el caso de Colombia, Chamorro y Villa (2013) analizaron los factores que conllevaron a implementar la política de emprendimiento (2002-2010), al destacar el papel del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la colaboración por parte de las universidades. En los resultados se determinó que no es necesaria una ley como soporte, lo que sí es importante es que los grupos de interés entre los que se cuentan las entidades públicas en cabeza de sus directores deben contar con el conocimiento, la credibilidad, la experiencia y la estabilidad laboral.

Marco teórico del emprendimiento social

Para establecer el nivel de desarrollo y avance a través de la historia del emprendimiento es necesario precisar que este se encuentra especialmente en un proceso de evolución lento y en algunos casos, con falta de compromiso, pero es decisivo para la evolución de las comunidades y la creación de culturas trascendentes e innovadoras. Una gran característica es el espíritu emprendedor que prevalece en cada nueva propuesta, es así como de manera constante, se observa un desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas que le permiten responsabilizarse frente a las necesidades del entorno, entender y ahondar en diferentes estrategias contables, económicas y administrativas, entre otras, así como comprender la dinámica en la que se desenvuelven los mercados, en la búsqueda permanente de contribuir al desarrollo de las comunidades en las que se desenvuelven.

Es por ello que desde el siglo XVIII, se estableció una investigación, en favor del progreso y la capacitación del recurso humano competitivo. Este momento se puede inferir como un punto inicial del emprendimiento, el cual es definido por algunos autores como: "Una nueva producción de bienes o servicios que responden a una oportunidad, con todas sus consecuencias, o aun como nuevas iniciativas de negocios inicialmente concebidas y enseguida desarrolladas, para atender el mercado" (Toro, 2009). Asimismo, Lócde (2003, como se citó en López, 2019) afirmó que "emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente.

Además, el emprendimiento de la mano con líderes y empresas ha ganado terreno hasta el momento. En este sentido, parte del éxito se debe a la implementación de teorías económicas como: Menger, Venkataraman, Lócde, Cole, Burrows, Cantillón, Stuart Mill, Baptiste, Von Thunen, Mangoldt, Bates, Marshall, Knight, Schumpeter, Gago, Santos y Varela. Además, hay que rescatar el papel fundamental de Chantillón y Schumpeter y la inclusión del emprendimiento en la economía, y empezar a poner en marcha la actividad empresarial en un ambiente de incertidumbre (González, 2004).



Además, algunos investigadores como Quinchoa y Cajas (2022) presentaron una propuesta en algunas organizaciones para que estas promuevan y comprendan la gestión de proyectos, especialmente en el departamento del Cauca. La estructura didáctica se acompaña de metodologías que encaminan al diseño de propuesta para la generación o el afianzamiento de emprendimientos y proyectos en diferentes áreas empresariales. En este punto se establecen vínculos multidisciplinares para la contribución y el beneficio mutuo de los emprendedores que desarrollan la propuesta con el fin de trazar y cumplir los objetivos propuestos en cada proyecto.

Por otro lado, Schumpeter (1971) revolucionó con un concepto actualizado sobre el emprendedor, lo reconoció como:

un elemento clave en la organización y, a su vez resaltó algunas virtudes como las ganas de alcanzar el éxito, el talento innato en la creación y el desarrollo de planes de negocio. La función empresarial no está, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones de la empresa, consiste en lograr realizaciones. (p. 181)

A partir de lo anterior, se analiza el emprendimiento desde que ha presentado niveles de avance a través de la innovación, la investigación en componentes históricos entre los que se rescatan eventos como: la revolución industrial, el capitalismo y el socialismo, entre otros. Esto ha desencadenado grandes cambios en la educación, la política y la economía mundial. Su contribución destaca en la medida en que cada vez necesita más la participación de la comunidad y cómo esta entra a participar y aumentar el valor del PIB en las naciones.

Otros autores como Proaño (2014) interpretaron el emprendimiento a través de la relación de los términos espíritu, cultura y modelo educativo empresarial. Este autor también destacó las características y competencias del emprendedor como empresario, desde el punto de vista de la educación empresarial y lo concibió como una cultura, acompañada de valores humanos bajo la propuesta de compromiso desde trascendencia en la propuesta de valor, para la creación e innovación que estimulan al nuevo emprendedor a constituir nuevas empresas.

En Europa, los casos exitosos se han visto plasmados en proyectos de emprendimiento social, cuyo objetivo es contribuir al avance de los territorios, siendo reconocidos institucionalmente (Ramos et al., 2012). Asimismo, la clave del desarrollo social europeo se evidencia en los avances específicos de 11 países que confirman su auge económico gracias a la agenda de política de la Unión Europea bajo la inclusión de la economía social, al ser acogido como un modelo sostenible entre las empresas, asumiendo posturas en innovación, conocimiento, sostenibilidad e integración con el entorno, ofreciendo empleo de calidad entre la comunidad.

Por otra parte, Sánchez et al. (2018) presentaron diferentes propuestas de proyectos de emprendimiento social como resultados de investigación. En ellos



están presentes organizaciones como Ashoka y la Confederación de Sociedades Laborales, — Confesal, en las que lo que destaca principalmente en este tipo de empresas es su administración estratégica basada en innovación y cohesión social, con un actuar en responsabilidad social empresarial, lo anterior con la promoción y el acompañamiento de la Universidad Complutense de Madrid.

Marco Conceptual

En la actualidad no se vislumbra con claridad el alcance y la importancia del emprendimiento social. “El crecimiento del emprendimiento social en términos globales en la última década ha sido impresionante, pero el significado preciso del término permanece como un asunto de debate” (Harding, 2007). Esta relación se puede presentar por diferentes causas, pero una parte relevante es que aún no se cuenta con una base teórica y conceptual sólida dentro de las distintas áreas del conocimiento, estableciendo así, una carencia de cohesión y coherencia bajo el enfoque desde el cual se aborda el emprendimiento social (Weerawardena, 2007).

Ahora bien, como elemento primordial se hace necesario plasmar, las distintas definiciones de emprendimiento social y su aporte a las necesidades sociales. Para Sullivan (2007), el papel del emprendedor social se basa específicamente en identificar oportunidades que se presentan en problemáticas puntuales como consumo de drogas, cobertura educativa y daño ambiental. Estos, a su vez, requieren soluciones y existe un esfuerzo por establecer nuevos emprendimientos para solucionarlos.

Es importante resaltar que el emprendimiento social, no es lo mismo que caridad o benevolencia; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro. En esencia, es una actitud motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto [...] los emprendedores sociales son gente de negocios. (Roberts y Woods, 2009)

Según Roa (2005), el emprendedor social es quien emprende, inicia un camino o realiza una actividad. Este se puede situar en tres formas de conformidad con sus objetivos: el profesional, visto como la persona que se prepara para asumir retos y ve el resultado en la satisfacción de sus clientes; el empresario, como emprendedor o director de negocios que alcanza un nivel de satisfacción cuando la empresa logra obtener un alto grado de desarrollo y ganancias, y el emprendedor social, quien se sentirá satisfecho cuando logre alcanzar su propósito, mediante la transformación y solución de problemáticas que afectan a una comunidad o a la sociedad en general.

En este contexto, autores como Calderón y Flores (2021) mencionaron diferentes escritos que definían el emprendimiento social. Dees (2003, como se citó en Jiao, 2011) se inclinó hacia una definición que enfatizaba la innovación y el impacto, no frente al tratamiento de los ingresos, sino el tratar de dar solución los problemas sociales. Cotten (2003, como se citó en Dacin et al., 2010) lo definió como aquellas

empresas no lucrativas, que a través de algunas tácticas logran salvaguardar financiera y económicamente con el fin de cumplir la misión social. Hibbert (2005, como se citó en Dacin et al., 2010) lo expresó como el uso del comportamiento que motiva al emprendedor a encauzar sus propuestas para metas sociales sin tener en cuenta condiciones con fines de lucro.

Otros autores como Austin y Stevenson (2006, como se citó en Dacin et al., 2010) lo comprendieron como una operación innovadora y creadora de valor social. Zahra y Gedajlovic (2009, como se citó en Dacin et al., 2010) percibieron el emprendimiento social como propuestas emprendedoras, que a la vez generan oportunidades de inclusión para una nueva sociedad. Asimismo, Estévez (2015, como se citó en Tena, 2016) mencionó que los emprendimientos sociales deben tener ciertos criterios como es el definir una misión social, reconocer oportunidades, innovar y obtener resultados, y, por otro lado, Tena (2016) afirmó que todo emprendimiento social es llevado por un empuje, que es el tratar de resolver los problemas sociales, preocuparse por el bien de la sociedad y del medioambiente.

Algunos avances del emprendimiento social se encuentran en investigaciones como la de Peralta et al. (2016) quienes analizaron el caso del emprendimiento social sostenible en comunidades vulnerables. La población objeto se encontraba ubicada en altos de la sabana de la ciudad de Sincelejo, departamento de Sucre. Aunque el país cuenta con una política de gobierno en el ámbito nacional para la generación de ingresos en población víctima, algunos informes empíricos también han mostrado resultados poco alentadores. En otras palabras, el panorama no es claro, se evidencia un alto grado de desplazamiento, desempleo y trabajo informal en todas aquellas comunidades.

Otra investigación adelantada por Cuello (2019) realizó un estudio comparativo entre los factores que afectan el rendimiento de emprendimientos sociales en Colombia. Para ello, se basó en un estudio de los fenómenos que se presentan en América Latina. Posteriormente, estos hallazgos se compararon con los ocurridos en Colombia y como resultado se determinaron las ventajas que pudieran tener en la población colombiana. El estudio se realizó en los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Los hallazgos se pudieron clasificar en dos categorías: Por un lado, lo que respecta al papel que desempeña el grupo emprendedor y por otro, las iniciativas propuestas en búsqueda de solución. Las poblaciones que más se acogen a este tipo de alternativas son las comunidades vulnerables desplazadas por el flagelo de la violencia, que mediante la implementación de programas sociales contribuyen al desarrollo de factores relacionados con innovación, liderazgo, educación y aproximación a la tecnología.

En líneas generales de investigación, un estudio a destacar se llevó a cabo en otra área del conocimiento, y se ubica en el área multidisciplinar de la neurociencia, como eje principal para potenciar el emprendimiento social. En ella se presenta una conjugación estrecha entre neurociencias y psicología social, cuyo propósito apunta al estudio del comportamiento humano y su intelecto. El objetivo propuesto



consistió en develar los procesos que componen la neuro innovación del ser como característica potenciadora del emprendimiento social (Soto et al., 2015).

Finalmente, en cuanto a la búsqueda del contexto del emprendedor, se encuentran documentos de análisis en Guilarte et al. (2023) bajo la mirada del emprendimiento social con un análisis multivariado y los determinantes que lo relacionan en los campos social, público, investigativo y estratégico. Sus resultados concluyeron que existe un desarrollo más avanzado para los países que aplican y promueven la teoría y la práctica acompañada de indicadores económicos que sustenten los niveles de desarrollo y avance de cada proyecto, emprendimiento o idea de negocio. En cuanto a los países más frágiles, se aconsejó poner en marcha los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con un acompañamiento constante por parte del Estado, la empresa y la academia, para que exista un soporte de la política que se pretende poner en marcha, para que esta a su vez, contribuya con el desarrollo de las regiones, y de esta manera, poder dar respuestas a las problemáticas internas que estas atraviesan, en procura de generar un cambio dentro de sus comunidades.

Resultados

A partir de lo anterior, a través de la búsqueda del contexto del emprendimiento social en diferentes bases de datos, la base teórica, el abordaje de la literatura en las investigaciones y estudios previos se recomiendan las siguientes estrategias para cumplir con los objetivos propuestos. El propósito es dar el alcance adecuado y lograr su articulación con temas de emprendimiento social. Los resultados son usados para comprender la naturaleza del fenómeno en todos sus componentes como una invención, y validar diferentes atributos que acompañan al emprendimiento social.

En esta misma línea, Peralta et al., (2016) destacó el rol de proyectos de emprendimiento social realizados con personas amparadas por programas públicos con una variable de desempleo, algunos se ocupaban en labores informales para subsistir. Este estudio se realizó con una población de 54 hogares de la urbanización Altos de la Sabana de la ciudad de Sincelejo, para lo cual se seleccionaron grupos familiares con beneficio otorgado por el gobierno a través del programa de Vivienda de Interés Social (VIS). La información fue recopilada mediante encuestas. El 79% de los encuestados respondió voluntariamente las preguntas. Los resultados de esta investigación mostraron que las personas ocupadas realizaban labores o trabajos informales, pero su comportamiento actitudinal, así como su motivación les permitió generar proyectos sociales productivos de manera autónoma. No obstante, no contaban con los recursos económicos que les permitiera apalancar sus ideas de negocio. Por otra parte, la falta de conocimiento en asuntos técnicos y tecnológicos les impedía también lograr el éxito y el cumplimiento de su meta.

Autores como Soto et al. (2015), Corradi y Jiménez (2014), Galvis (2014), Amil y García (2010) y Benito (2010) entre otros, realizaron estudios en los que por medio de la neurociencia y la neuro innovación de la persona se propendía por el

desarrollo integral de las suficiencias cerebrales que motivan al individuo a ser más creativo e innovador, así como al empoderamiento de su emprendimiento social y a enfrentarse a gestionar su idea en un contexto global. Asimismo, contribuye a contemplar la afectividad y el espíritu emprendedor en el desarrollo y crecimiento sostenible de la sociedad a partir de mejorar su propio entorno.

Aunado a esto se deben tener presentes prácticas y propuestas exitosas en progreso sostenible en las localidades, una responsabilidad social corporativa y un emprendimiento social, ya que estas influyen en los criterios expuestos en la globalización, viéndose una afectación en las regiones y sus pobladores.

Por lo anterior, es preciso ver que el planeta se dinamiza cada vez más con la globalización, y todos sus efectos recaen de manera directa en los territorios, en especial, en sus pobladores. Debido a ello, se hace necesario efectuar una caracterización y evaluación de la situación para determinar los problemas en el entorno empresarial. Esto con el propósito de distinguir sus efectos en el ambiente en que se llevan a cabo. Por consiguiente, se establece una relación entre responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible, en cuanto al grado de contribución al emprendimiento social dentro del territorio. Esto se debe a que la población es participante activa de la producción y prestación de los servicios que consume en su vida cotidiana. Por esta razón, se percibe una postura y un comportamiento que va más allá de lo político y legal, que motiva el progreso en de los territorios, para propender por nuevas alternativas mediante el fomento y la sostenibilidad a largo plazo (Mora y Martínez, 2018).

A continuación, en la Tabla 1 se muestran algunos casos exitosos en relación con su iniciativa, trayectoria y tipo de emprendimiento social en Colombia.

Tabla 1. Descripción de la muestra por tipo de emprendimiento social

Tipo de Emprendimiento Social	Organización	Iniciativa	Trayectoria
Marco c Educación	La Fontaine	Propuesta de educación con énfasis en bilingüismo, con clases personalizadas, salidas pedagógicas y desarrollo de habilidades en tecnología, ingeniería y matemática, para niños de bajos recursos en la comuna 20 de la ciudad de Cali.	Los estudiantes del colegio La Fontaine, recibieron el premio denominado Iniciativa Jóvenes Líderes de las Américas, otorgado por el gobierno de los Estados Unidos en 2016, y en 2017 ganaron el primer lugar en Innova Pyme de la Universidad del Valle.

Tipo de Emprendimiento Social	Organización	Iniciativa	Trayectoria
Emprendimiento	Frutichar	Su propuesta consiste en brindar empleo formal para personas entre 15 y 26 años, con el fin de permearlos del conflicto interno armado de la zona del Charco Nariño. La compañía adquiere, procesa y comercializa pulpa de fruta solamente de campesinos de esta zona.	En 2017 Recón Colombia reconoció su labor ofreciendo una beca universitaria en los Estados Unidos, con un apalancamiento de capital para el fortalecimiento del proyecto.
Medioambiente	Nebulón	Es una innovación que transforma niebla en agua potable, aplica para zonas apartadas que no cuentan con el abastecimiento del líquido vital.	Esta investigación ha sido realizada por la universidad la Gran Colombia y se está desarrollando en un municipio de Cundinamarca y otro de Santander, reconocido en el 2017 con el premio Recón en la categoría de medio ambiente.
Tecnología y comunicaciones	KitSmile	Presenta un kit para niños con parálisis cerebral, el cual permite integrarlos en un proceso de restauración.	El proyecto inició con un presupuesto pequeño, su líder se convirtió en la primera joven en Colombia con una patente en la categoría salud en el 2015, y otro premio por Ventures por concepto de misión impacto.
Cultura de paz y derechos humanos	Get up and Go	Impulsar el turismo regional con el acompañamiento de estudiantes universitarios que dominan segunda lengua.	graduados de la Universidad del Cauca. Para lograr su propósito, actualmente cuentan con un programa "Free Walking Tour", son caminatas por la región del Cauca.
Arte, cultura y deporte	Casabe al arte	Motivar con arte a niños por medio del casabe (pan con harina de yuca). El proyecto consiste en rescatar el almidón de yuca y crear obras de arte en una zona rural de Córdoba.	Este emprendimiento cobija a 300 estudiantes del campo, quienes realizan pinturas a través del desarrollo de nuevas técnicas artísticas.

Nota. Elaboración propia

Un elemento esencial para la comprensión del emprendimiento social fue planteado por varios autores para dar solución a las necesidades sociales que se expresan de manera latente en sus territorios. Estos, a su vez, exigen una solución de manera inmediata en dinámicas como: salud, educación, agua potable, microcréditos que cumplan los parámetros para el cobro de intereses establecidos por las entidades de control. En este aspecto es que se visualiza al emprendedor social como una persona intachable, enfocado desde un compromiso individual, con un actuar ejemplar. En la Tabla 2 se observan los autores cuyos artículos e investigaciones han cobrado relevancia en varios lugares del mundo.

Tabla 2. Autores recientes del emprendimiento social en el mundo

Autor/Año	Diseño / Muestra	Incidencia del TDAH	Resultados
Alemán, Medina y Deroncele (2020)	Estudio comparado entre la educación danesa y la colombiana en estudiantes de educación básica, con el objetivo de analizar los aportes más significativos.	La educación comparada se convierte en una metodología científica que permite interpretar el desarrollo del emprendimiento social en el sistema educativo de Colombia.	Los resultados, a partir de las prácticas relevantes de los países comparados, muestran que el emprendimiento social promueve la inclusión vista de manera transversal dentro del currículo para un desarrollo sostenible.
Cantillo, Pedraza y Suarez (2021)	Identificar el tipo de formación que se brinda a estudiantes de la Universidad de La Guajira. Los resultados arrojaron un intervalo de confianza de 0,90 para una población pequeña de 55 estudiantes.	La muestra se seleccionó de manera aleatoria y se determinó que la Universidad sí promueve el emprendimiento social dentro de sus planes de estudio.	Se promueve el emprendimiento social con el propósito de generar un cambio de vida para sus familias y sus entornos.
Díaz y Palencia (2021)	Detectar procesos de innovación en aspectos ambientales cruciales. La población está compuesta por (22) familias de la comunidad de <i>wamayao</i> y (18) familias de la comunidad <i>majayutpana</i> . Por consiguiente, la muestra ha sido determinada de acuerdo con la fórmula de Sierra Bravo.	Creando un valor social con innovación, que genere equilibrio y que asegure una mejor condición que contribuya al mejoramiento y calidad de vida de las comunidades.	Como resultado, se espera contar con información demostrativa que les permita a los entes gubernamentales la implementación de estrategias direccionadas hacia el emprendedor social, para que tenga la oportunidad de cambiar esa difícil situación.

Autor/Año	Diseño / Muestra	Incidencia del TDAH	Resultados
Toro (2021)	<p>Analiza los desafíos del emprendedor social.</p> <p>Con este ecosistema se manifiestan algunos; el relacionamiento entre los emprendedores sociales y los desafíos que enfrentan.</p>	<p>El estudio arroja como resultado que la ciudad de Manizales no presenta un desarrollo importante a favor del emprendimiento social y no existe constancia en su seguimiento e implementación.</p>	<p>Actualmente no hay una estrategia para potenciar y fortalecer el emprendimiento social en esta región.</p>
Rodríguez (2021)	<p>Analizar el impacto causado en las empresas privadas. Para ello, se consultaron diferentes bases de datos: Scielo y Ebsco.</p>	<p>El estudio busca rescatar los casos de éxito que se han implementado en empresas privadas.</p>	<p>La base total consultada fue de 68 documentos, de los cuales solamente 20 revistas estuvieron encauzadas a la pregunta de investigación. Los resultados fueron: de un total de 68 revistas, solo 20 respondieron a las preguntas de investigación.</p>
Toro y Caicedo (2021)	<p>Con un estudio realizado en la ciudad de Bogotá D. C., se busca igualdad de oportunidades en la población y que la propuesta sea innovadora para otras regiones en el mundo.</p>	<p>Seleccionar diferentes propuestas para la distribución de algunos alimentos, a través de una cadena de abastecimiento profesional que supla las necesidades de la región.</p>	<p>El diseño deberá apuntar a dinamizar el componente de los alimentos, hasta su componente operativo y financiero. Esto para presentar una alternativa para responder al problema identificado.</p>
Arévalo y Méndez (2021)	<p>Este emprendimiento nació por las dificultades latentes en poblaciones vulnerables. Se realizó una búsqueda de información acompañada de trabajo de campo directo con los pobladores de la región, además se consultó la página de migración Colombia.</p>	<p>El proyecto determinó como eje central la caracterización de la población de estudio para buscar una actividad económica comercial conveniente en su entorno para incentivar nuevos empleos.</p>	<p>Los resultados destacan emprendimientos en confecciones, tanto en su elaboración como en la distribución de las prendas, para lo cual se implementó una estrategia de mercado para su comercialización.</p>

Autor/Año	Diseño / Muestra	Incidencia del TDAH	Resultados
Suárez Vera, Freddy (2021)	El proyecto se inició con la construcción de una matriz para diagnosticar el grado de innovación y emprendimiento entre los estudiantes. Posteriormente, se establecieron acciones de formación teórico-práctica y su uso en la comunidad para transmitir sus nuevos aprendizajes.	La investigación se fundamentó bajo el paradigma positivista descriptivo con información experimental, especialmente en los colegios públicos de Cúcuta.	Los resultados permitieron difundir en cada institución pública las falencias presentadas y los correctivos necesarios para la incubación de empresas.
Calderón Ramírez, Juan Camilo (2021)	Proyecto elaborado por exalumnas del colegio Marymount que buscaba motivar la creación de nuevos emprendimientos en contextos escolares.	Buscar el empoderamiento de mujeres para la creación de nuevos modelos de negocio.	Se buscó mitigar los niveles de necesidad y de pobreza que se encuentran en el entorno del Colegio Marymount, implementando estrategias para su fortalecimiento y sostenimiento de los modelos de negocio.
López Villabón, Karol Vanessa (2021)	Esta propuesta surgió en la presentación de una ponencia de emprendimientos solidarios para mujeres cabeza de hogar, en la cárcel el Buen Pastor ubicada en la ciudad de Bogotá.	Aunque el proyecto se encuentra en su segunda etapa, existe gran afectación de las familias y sus infantes por la desvinculación familiar.	La propuesta se basó en el fortalecimiento y empoderamiento, incluyendo la propuesta de amor propio y de sus familias para buscar nuevas alternativas con beneficio para el desarrollo de su entorno familiar y sus infantes.

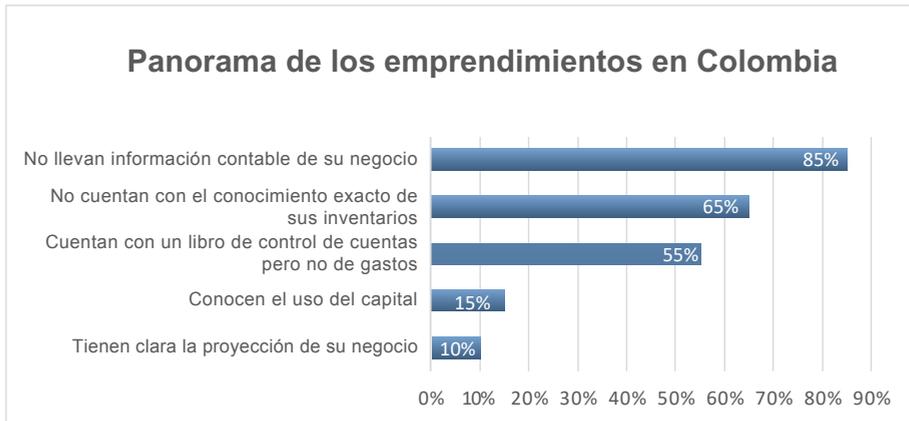
Nota. Elaboración propia

Ahora bien, a continuación, en la Figura 2 se presenta la función principal del emprendimiento desde la postura del entendimiento de este y cómo sus líderes comprenden el manejo contable, económico y financiero, así como sus impactos en términos sociales y medioambiental. Asimismo, diferentes propuestas apuntan a un crecimiento económico funcional desde las regiones. Además, se debe potenciar la idea que propone el emprendedor, con el fin de mejorar el entorno de la comunidad en la cual habita, y cómo esta característica de propuesta particular empodera la acción social, apropiándose de la postura de emprendedor. Eventualmente, depende de la idea de negocio, se hace necesario formalizar el emprendimiento social, teniendo como punto de partida todo lo referente al marco legal en la constitución de empresa, el manejo contable dentro de la propuesta de negocio, la afiliación y cobertura de aportes parafiscales y prestaciones sociales, las propuestas de prospectiva financiera, consecuentemente con la implementación de una

estrategia administrativa y económica a partir de la cual desarrolla la puesta en marcha de su objeto social.

En este sentido, en el capítulo dos se contemplan los criterios de implementación y funcionamiento de las empresas sociales. En el capítulo tres se establecen los criterios más relevantes para la implementación de técnicas de evaluación financiera y cuáles son los caminos más indicados para integrar diferentes actores en los ámbitos interno y externo en esta condición para el desarrollo y puesta en marcha de los emprendimientos sociales.

Figura 2. Estado de los micronegocios de emprendimiento social en Colombia



Nota: Elaboración propia. El gráfico representa una muestra de emprendedores y la manera en la que comprenden su idea de negocio. Se visibilizan algunos criterios que se deben contemplar para el éxito de sus emprendimientos, basado en datos de CCB 2021.

Conclusión

En consecuencia, el debate sigue quedando abierto respecto al emprendimiento social en las empresas privadas. A este respecto, Friedman (1970) planteó que no se puede concebir que la única responsabilidad social de los negocios esté orientada a aumentar sus utilidades. Además, cuando se contempla la posibilidad de realizar una contribución encaminada para el fortalecimiento del emprendimiento social, esta debe ser realizada por los accionistas, en cabeza de cada uno como socios o por sus empleados y no por la compañía (Porter y Kramer, 2011).

Al estar presentes bajo una postura ética, los directores también deberían entregar de manera voluntaria un parte de sus utilidades como propuesta para obras y proyectos sociales, es así como en países en vía de desarrollo, el papel que juega el sector privado es fundamental para la solución de problemáticas de carácter social, ya que en algunos casos se ve la ineficiencia del Estado en este tipo de entornos.

Adicionalmente, se debe contemplar la carencia actual de políticas de Estado que apuntan hacia el mejoramiento del emprendimiento social:

- Presupuesto en déficit, para la educación pública universitaria.
- La falta de ayuda para fortalecer a los jóvenes a emprender de una forma amplia y efectiva.
- Escaso presupuesto para la promoción del ministerio de ciencia y tecnología.
- Falta de créditos blandos: con tasas bajas de interés que permitan el estímulo y creación de nuevos emprendimientos de jóvenes recién graduados.
- Corrupción estatal generalizada y que dificulta la asignación de presupuesto para mejoras al emprendimiento social.
- Dependencia de la economía del país en exportaciones sólo de materias primas.
- Mala negociación: teniendo en cuenta las desventajas para el país, debido a los acuerdos de libre comercio con países más poderosos, que imponen sólo exportación de materias primas, y a su vez, ellos inundan el mercado con productos manufacturados.



Referencias

- Acebedo, M. J., & Velasco, M. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos. *Centro de Investigación de Estudios Gerenciales CIEG*, (27), 102-116.
- Amil, A. B., & García, L. (2010). Temas en neurociencia cognitiva. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 2(1), 27-28.
- Benito, E. (2010). La utilidad social de las neurociencias. *PSIENCIA: Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 2(1), 1-2.
- Bornstein, D., & David, S. (2012). *Emprendedores sociales: lo que todos necesitan saber*. Madrid: Debate.
- Braunerhjelm, P. & Hamilton, U. (2009). Emprendimiento social: una encuesta de la investigación actual. En *Documentos de trabajo del Foro Sueco de Emprendimiento*.
- Castro, M. (2010). El papel de la mujer en los microcréditos de los países en vías de desarrollo. El caso de Mohammad Yunus (Bangladesh). *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 27(3),
- Chamorro, E. T., & Villa, J. J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios gerenciales*, 29(128), 274-283.
- Coronado, A. J., Palma, H. G., & Redondo, R. P. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198-211.
- Corradi, G. & Jiménez, J. (2014). Neurociencia y emprendedores. *Blog Centro de investigación del Banco provincial. BBVA Innovation Center*.
- Cuello, R. D. (2019). *Factores que inciden en el desempeño de emprendimientos sociales en Colombia: estudio comparativo* (Doctoral dissertation, Universidad de la Costa).
- Dacin, P., Dacin, M., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24 (3), 36-56. doi: <http://dx.doi.org/10.5465/AMP.2010.52842950>
- Dees, JG (2003). El emprendimiento social se trata de innovación e impacto, no de ingresos. *Ventaja social*, 1-4.
- Fang, L., Adelakun, F. & Goetemann, T. (2022). Emprendimiento cervecero: café y startups. *Revista de Educación e Investigación en Planificación*, 0 (0). <https://doi.org.ezproxy.uniminuto.edu/10.1177/0739456X211067272>
- Frankel, C., & Bromberger, A. (2014). *El arte de la empresa social. Negocios como si la gente importara*. Canadá: New Society Publishers.
- Friedman, M. (1970). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *Revista del New York Times*, 1, 122-126.
- Galvis, L. (2014). Neurociencia aplicada a la empresa. *Oportunidades para el desarrollo de organizaciones Inteligentes y Sostenibles*. Cámara de Comercio de Medellín. Colombia.
- González, FJ (2004). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora*

- de los jóvenes empresarios de Andalucía*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad de Sevilla, España.
- Grove, A., & Berg, G (Eds.). (2014). *Negocios sociales: teoría, práctica y perspectivas críticas*. Springer Science & Business Media.
- Guilarte E., López, M., Batista, C., & Andrade, C. D. (2023). El Emprendimiento Social en los Ecosistemas Económicos de América Latina. Alternativa en Tiempos de Crisis Global. *Economía y Negocios*, 14(1), 56-68.
- Harding, R. (2007). Understanding social entrepreneurship. *Industry and higher Education*, 21(1), 73-84.
- Jiao, H. (2011). "Un modelo conceptual para el emprendimiento social dirigido hacia el impacto social en la sociedad", *Social Enterprise Journal*, vol. 7 núm. 2, págs. 130-149. <https://doi.org/10.1108/17508611111156600>
- León Tovío, J. A. (2017). *Panorama del emprendimiento en Colombia y las posibilidades para el periodismo con su fomento desde la academia*.
- López, K. J. (2019). *Análisis de los resultados de las estrategias pedagógicas propuestas en la contribución del desarrollo de la competencia emprendedora en los estudiantes de la UCC seccional Barrancabermeja*.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (2016). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Martos, A. (2019). *El papel de Enactus en el fomento del emprendimiento social: en el caso de Reino Unido y España*.
- McClelland, D. (1965). Thinking ahead-Achievement Motivation Can Be Developed. *Harvard Business Review*, pp. 7-24.
- Mohanty, R. P. (2006). Intrapreneurial levers in cultivating value-innovative mental space in indian corporations. *VIKALPA*, 31(01), 99-105
- Mora, M. J., & Martínez, F. R. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y desarrollo*, (31), 27-46.
- Network, S. E. K. (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales. *Cambridge, MA: David Rockefeller Center for Latin America Studies, Harvard University*.
- Organización de las Naciones Unidas (2017). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/thesustainabledevelopmentgoalsreport2017_spanipdf
- Palacios, G. N. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 16(4), 579-590. Recuperado en 06 de marzo de 2023, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000400002&lng=es&tlng=es.
- Patiño, J. D., & Pitre, R. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Revista Espacios*, 39(14).
- Peralta, C. M., Araque, y. D. V., & de Meriño, C. Y. (2016). Emprendimiento social sostenible en comunidades vulnerables: casos altos de la sabana de la ciudad de Sincelejo, sucre, Colombia. *Universidad-Ciencia-Innovación y Sociedad: Desde la Perspectiva Laboral*, 22, 233.

- Pérez, L., Pérez, M. J., & Chávez, N. I. (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la República del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(12 (1)), 703-727.
- Polo, M., & Gómez, S. (2020). Análisis comparativo del comportamiento de los micronegocios de los departamentos de la región Caribe colombiana. *Clío América*, 14(28), 531-540. <https://doi.org/10.21676/23897848.4045>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 89(1), 32-49.
- Proaño, L. F. H. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50.
- Quinchoa, M., & Cajas, W. (2022). Una propuesta integral para la región desde los emprendimientos y las organizaciones en torno a la gestión de proyectos. *Boletín De Antropología*, 37(63), 147-165. doi: <https://doi.org/10.17533/udea.boan.v37n63a07>
- Ramos, F. S., & Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 128-151.
- Ramos, R. L. V. (2008). *Una mirada al Grameen Bank y al microcrédito en Colombia*. *Equidad y Desarrollo*, (10), 47-60.
- Roa, M. L. (2005). Definición y alcances del emprendimiento social. *Representante de Ashoka en Colombia*. *Ashoka Emprendedores Sociales*. Recuperado de: www.espanol.ashoka.org.
- Roberts, J. L., & Woods, R. T. (2009). Subjective memory complaints and awareness of memory functioning in mild cognitive impairment: a systematic review. *Dementia and geriatric cognitive disorders*, 28(2), 95-109.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, (26), 94-119.
- Sánchez, J., Martín, S., Bel, P., & Lejarriaga, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, (129), 16-38.
- Schumpeter, J. A. (1971). *Historia del análisis económico*; versión en castellano de Ediciones Ariel. SA, Barcelona.
- Solano, S. E., Martínez, N. A., & Casado, P. P. (2017). Emprendimiento social. *Revista de estudios de juventud*, (118), 69-81.
- Soto, M., Acevedo, A., & Labrador, L. (2015). La Neuroinnovación del Ser característica potenciadora del emprendimiento social. *Cultura Educación y Sociedad* 6 (2), 51-62.
- Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: ¿Can Support From Cities Make a Difference? *Academy of Management Perspectives*, 21 (1), 77-78.
- Tena, M. (2016). *Un recorrido por el emprendimiento social*. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2828/Un+recorrido+por+el+Emprendimiento+Social..pdf?sequence=1>

- Toro, N. A. (2009). *¿Cómo la formación empresarial impartida por la Pontificia Universidad Javeriana, sede Bogotá DC, ha contribuido al desarrollo de las competencias empresariales de los estudiantes de últimos semestres de administración de empresas?*
- Valdés, F. E., & Saavedra, M. (2019). Análisis crítico sobre el uso del SROI en la evaluación del impacto social en iniciativas de emprendimiento social: Caso México. Ad-Minister: *Revista De La Escuela De Administración, Universidad EAFIT*, (35), 53-76. <https://doi.org/10.17230/Ad-minister.35.2>
- Vásquez, A. G., & Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social–Revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Wang, Q. y Richardson, L. (2021). Fomento del espíritu empresarial artístico y cultural en comunidades desatendidas: un caso de Newark, NJ. *Revista de Educación e Investigación en Planificación*, o (o). <https://doi-org.ezproxy.uniminuto.edu/10.1177/0739456X211035836>
- Wankel, C. & Paté, L. (2014). Enmarcando la investigación sobre direcciones de investigación emergentes en emprendimiento social. *Direcciones emergentes de investigación en emprendimiento social*, 1-8.
- Weerawardena, J. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of world business*, 42(3), 294-306.
- Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2006). Networking capability and international entrepreneurship: How networks function in Australian born global firms. *International marketing review*, 23(5), 549-572.

