

# **E**mprendimiento social: una oportunidad para el cambio

**Luis Gutiérrez Espinoza\***  
lgutierrez2693@gmail.com  
**Dyalá de la O Cordero**  
ddelao@itcr.ac.cr  
**Alejandro Masis Arce**  
amasis@itcr.ac.cr  
**Dalia Silberstein**  
dsilberstein@redunes.org  
**Mariana Galli**  
mllgallibasualdo@hotmail.com

Quien toma el camino de emprender, en última instancia, está haciendo realidad el deseo personal de poner en marcha su propio proyecto. Los emprendedores deben poseer una serie de características psicológicas como: deseo de emancipación, moderación en la ambición del dinero, la plena dedicación al proyecto, el espíritu del sacrificio, la capacidad de trabajo, la voluntad permanente de emprender y la capacidad de compartir el éxito, entre otras. Si una persona no reúne la mayoría de las características anteriores, o no entra entre sus planes aprender a desarrollarlas, difícilmente podrá emprender (Freire, 2005).

Durante los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. Se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa de la producción y su equivalente en dinero, cuyos criterios para evaluar la empresa están determinados en todo momento de la ejecución en variables de producto y dinero (Verin, 1982).

Intuitivamente se puede pensar que el emprendimiento es el proceso de crear nueva riqueza y existen casi tantas definiciones de emprendimiento como trabajos que se refieren a este término. La palabra emprendimiento se deriva del término francés *“entrepreneur”*, que significa estar listo para tomar decisiones o iniciar algo. Son actividades de un individuo

**“El emprendedor social no está contento con darle el pescado o con enseñarle a pescar al pescador; lo estará únicamente cuando transforme la industria pesquera por completo, cuando se resuelvan los problemas sociales y ambientales conexos”.**  
(Drayton, 2005)

o un grupo de personas dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio (Rodríguez, 2009; Soriano, 2008; Klapper, 2007).

Entonces, el emprendimiento es tomar un riesgo y responsabilidad en el diseño e implementación de una estrategia de negocio o de empezar un negocio (Schumpeter, 1949). Este combina tres ideas: el aprendizaje subconsciente que es equilibrador para el sector aislado; el aprendizaje subconsciente acerca de oportunidades de arbitraje, que es equilibrador en los mercados; y el aprendizaje subconsciente que llevaría a un equilibrio general. Asimismo, existe una dualidad compuesta por el conocimiento que un individuo posee sobre cómo asignar los recursos y una consciencia superior que conoce la manera correcta de asignar los recursos. (Kirzner, 1973).

Una actividad emprendedora la hace una persona por sí misma o en equipos, dentro o fuera de una organización; percibe y crea nuevas oportunidades económicas e introduce su idea en el mercado a pesar de la incertidumbre (Henkerson, 2007). En este contexto, se tienen dos tipos de emprendedores: los innovadores y los administradores. Los primeros generan un desequilibrio en la economía mientras que los segundos reaccionan y se adaptan a estos cambios, trayendo un equilibrio. Las tres funciones concretas de un emprendedor (innovador o administrador) son: el liderazgo en cambios e innovaciones; la adaptabilidad a los cambios; y el soporte del riesgo generados por eventos fortuitos (Knight, 1942).

## **¿Qué es un emprendedor social?**

Con base en la revisión literaria sobre los términos “emprendimiento” y “emprendimiento social” se logró establecer una serie de similitudes y diferencias entre los actores que participan en ambas corrientes. Las principales similitudes son que en ambos casos se debe dar un aporte de capital, se debe ser visionario, au-

todidacta, líder, innovador y persistente. Sobre las diferencias, se tiene que los emprendedores tradicionales buscan maximizar sus ganancias para un beneficio propio y los emprendedores sociales buscan maximizar ganancias para un bien social. Además, los emprendedores sociales actúan como agentes de cambio en el sector social al adoptar como misión *“crear y sostener el valor social”*.

El emprendimiento social es el cambio sistemático completo del sistema; se enfoca en la innovación y el cambio social en empresas que buscan dinero para reinvertir y crecer. Las empresas sociales son empresas sin fines de lucro que necesitan fondos para cumplir su objetivo social; ganar dinero es solo un medio para cumplir una meta (Drayton, 2005; Dees, 2007).

La disposición para ser un emprendedor social ocurre debido a un comportamiento moral, en cuyo caso el individuo debe volverse sensible a la situación moral o estar atento a ella, realizar juicios morales acerca de la situación, estar suficientemente motivado para tomar acción y tener el coraje para seguir adelante con la acción (Rest, 1994).

Asimismo, el emprendedor social debe reunir una serie de competencias para que pueda llevar adelante con éxito su objetivo y actuar como agente de cambio en el sector social a través de diferentes desempeños: adoptar como misión crear y sostener el valor social (cambiar para bien las vidas de los individuos mediante la consecución de objetivos socialmente deseables); reconocer y perseguir perseverantemente nuevas oportunidades para servir a esa misión; comprometerse a un proceso de continua innovación, adaptación y aprendizaje; actuar sin sentirse limitado por los recursos con que cuenta y exhibir un fuerte sentido de rendición de cuentas a aquellos a quienes sirve y por los resultados que produce (Kliksberg, 2011; Light, 2006; Dees, 2001).

Existen dos tipos de emprendedores sociales: aquellos que buscan generar utilidades para el beneficio de la sociedad y aquellos que no solo buscan generar utilidades para el beneficio de la sociedad sino también para ellos mismos. Claramente el primer tipo de emprendedor social es más filantrópico que el segundo e inclusive podría ser más altruista si la empresa está teniendo números rojos y aún así se mantiene ayudando a la sociedad (Tan, Williams y Tan, 2005).

**“Un emprendedor social es un individuo, grupo, red, organización, o alianza de organizaciones que busca un cambio sustentable a largo plazo, a través de ideas innovadoras que los gobiernos, empresas sin fines de lucro y las empresas en general realizan para lidiar con problemas sociales significativos.”**  
(Young & Kerlin 2010, p2.)

### ¿Cuáles son los elementos clave en el emprendimiento social?

Algunos elementos clave en el emprendimiento social son: la existencia de un problema urgente por resolver o una oportunidad existente para abordar; un emprendedor motivado; un ambiente organizacional de apoyo; una nueva idea para lidiar con la oportunidad; una voluntad para tomar riesgos y ser persistente; y un enfoque en las metas y logros que se quieren alcanzar (Young, 1985). Debe haber un balance entre las fuerzas internas (rasgos de un emprendedor, preparación de un emprendedor en términos de educación y experiencia) y fuerzas externas (social, política, factores económicos). Del mismo modo, debe haber disponibilidad de recursos y una perturbación en el ambiente que estimule a las personas a tomar acción, antes de que el proceso de emprendimiento social pueda iniciarse (Brooks, 2008).

Las instituciones sociales también se convierten en elementos clave del emprendimiento social ya que están trabajando con empresas benéficas para abordar algunos de los problemas más profundos con los que está lidiando la sociedad actualmente. Estas instituciones incluyen gobiernos, sistemas de educación y empresas con fines de lucro. Por ejemplo, si se busca proveerles una computadora portátil a todos los jóvenes de un colegio, el asunto va más allá de darles la *laptop* a cada uno de ellos; lo importante es inculcarles que se les está dando esa herramienta para que logren crecer como profesionales y que busquen siempre el éxito (Sud, VanSandt y Baugous, 2008).

### ¿Se fomenta el emprendimiento social desde la universidad?

Detrás del emprendimiento existe una motivación y esta es la que mueve a las personas, principalmente a los jóvenes, a desarrollar su propio negocio. La motivación se puede de-

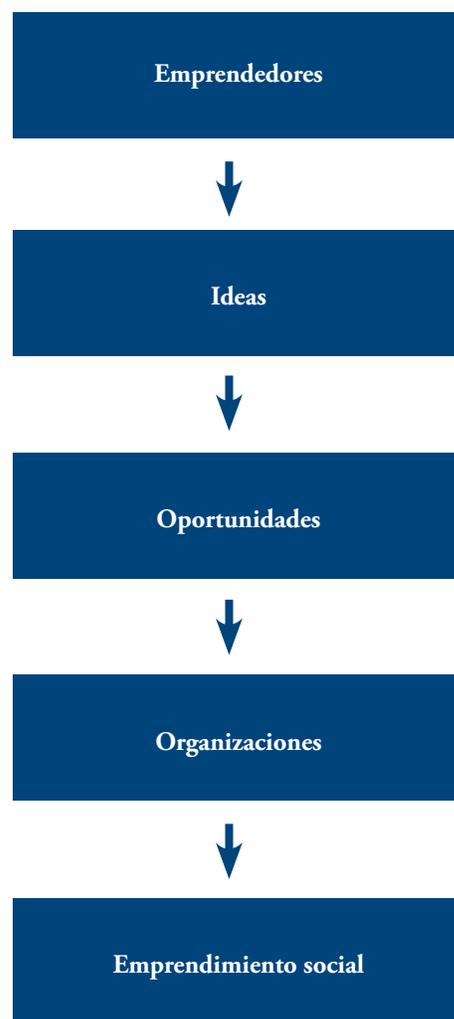
finir como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Maslow, 1954). La motivación de emprender puede ser incentivada a través de la educación, la cual permite a su vez desarrollar habilidades. Ello se puede identificar y medir pues los retornos que realmente se acumulan a la educación continúan sustancialmente infravalorados (Schultz, 1980).

Con base en una investigación exploratoria de las páginas web de más de 100 universidades<sup>1</sup> se identificó un conjunto de prácticas para el fomento del emprendimiento social en Latinoamérica. Dentro de las principales acciones están: incubadoras (tecnológicas, comerciales y sociales); cursos académicos para estudiantes de grado y posgrado; eventos abiertos dirigidos a la comunidad (charlas, conferencias, talleres, seminarios, simposios, capacitaciones, concursos), investigaciones académicas, proyectos de extensión dirigidos a zonas o grupos vulnerables y voluntariados estudiantiles.

La justificación para no ofrecer opciones educativas de emprendimiento social es, en muchos casos, la imposibilidad de obtener fondos para la puesta en marcha sin demostrar la prueba de concepto, junto con las habilidades acordes necesarias para ejecutar esta iniciativa. Aquellos que forman emprendedores sociales están buscando invertir en personas que demuestran que tienen la habilidad para crear el cambio, y los factores que más importan son: el financiero, el estratégico, el de gestión y el de habilidades innovadoras (Urban, 2010; Kramer, 2005).

### Los retos

Los emprendedores sociales y los esfuerzos filantrópicos no están exentos de críticas. Las fallas generalizadas son evidentes en sus fundaciones, específicamente los injustificables altos costos de administración. Las falsas premisas y presagios peligrosos de emprendimiento social, cuando argumentan que la búsqueda de objetivos de justicia social no puede ser valorada en el mercado mediante un modelo empresarial privado, es probable que viole el caso de la eficiencia del mercado. La dificultad para los emprendedores sociales de lograr un equilibrio de la asignación de recursos entre el lucro y las actividades de



bienestar que proporcionan se torna evidente. De hecho, se podría discutir si es deseable implementar un sistema de bienestar en el que los beneficiarios están sujetos a los caprichos del modelo empresarial (Urban, 2010; Cook, Dodds, y Mitchell, 2003).

De acuerdo con varias investigaciones, existen barreras clave para la participación comunitaria de emprendimiento social: peticiones abrumadoras y la elección de opciones

<sup>1</sup> Las universidades que formaron parte de este estudio exploratorio son las que se encuentran afiliadas a la RedUnES (Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendimiento Social). Esta red fue creada en 2011 para favorecer la promoción, difusión y sensibilización de la gerencia social. Constituye un ámbito propicio para la cooperación regional en torno al intercambio de nuevos aprendizajes, investigaciones y buenas prácticas sobre emprendimiento social. Las universidades afiliadas son de países como Argentina (19), Bolivia (3), Brasil (3), Chile (3), Colombia (16), Costa Rica (9), Ecuador (2), El Salvador (1), Guatemala (1), Honduras (1), México (19), Nicaragua (2), Panamá (2), Paraguay (2), Perú (9), Puerto Rico (1), República Dominicana (3), Uruguay (4) y otras regiones (1).

viables; la falta de procesos formales para manejar las solicitudes; y la falta de visión para el compromiso con la comunidad (Madden y Scaife, 2006).

Un emprendedor social debe reunir una serie de competencias para que pueda llevar adelante con éxito el objetivo propuesto. El punto es crucial para poder diseñar programas de formación. ¿En qué se le debe formar, cuáles son sus capacidades y habilidades cruciales? Dada la especificidad del campo, no cabe copiar manuales de competencias de otras áreas, como la empresarial o la pública. Los perfiles de las competencias se derivan de las tareas concretas que desarrollan los emprendedores sociales según la experiencia (Klikberg, 2011; Light, 2010). Por lo tanto, las universidades deben tener un papel importante en la promoción del emprendimiento social y los planes de estudio y metodologías de enseñanza deben dar las herramientas, mediante el desarrollo de programas innovadores, para formar jóvenes con espíritu emprendedor que puedan contribuir a una sociedad más inclusiva (Klikberg, 2011). ■

#### Referencias bibliográficas

Brinckerhoff, P. (2000). *Social entrepreneurship: The art of mission-based venture development*. New York: Wiley.

Brooks, A. (2008). *Social entrepreneurship: A modern approach to social value creation*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Bornstein, David y Davis, Susan. *Social Entrepreneurship what everyone needs to know*. Oxford University Press. New York, 2010.

Cook, B.; Dodds, C.; Mitchell, W. (2003). Social entrepreneurship—false premises and dangerous forebodings. *Australian Journal of Social Issues*, 38(1):57-72.

Dees, J.D. (2001). *Entrepreneurship in philanthropy*. Centre for Advancement of Social Entrepreneurship (CASE), Fuqua School of Business, Duke University. Available online: [www.fuqua.duke.edu/centers/case/articles/0805/corner](http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/articles/0805/corner) Accessed: 2015/11/12.

Dees, J. Gregory. "Taking Social Entrepreneurship Seriously". *Transaction Social Science and Modern Society*. Volume 44, Number 3. March/April 2007.

Drayton, Bill. (2005). *Social Entrepreneurship in the Age of Atrocities*. USA: EE Publishing.

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender: de la idea cruda a la realidad*. Grupo Editorial Norma.

Henrekson, M. (2007). *Entrepreneurship and Institutions*. *Comp. Labor Law & Pol'Y Journal*, Vol 28, pp. 717.

Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.

Klapper, L.; Amit, R.; Guillén, M.; Quesada, J. (2007). *Entrepreneurship and Firm Formation Across Countries*. The World Bank Development Research Group Finance and Private Sector Team.

Klikberg, B. (2011). *Emprendedores Sociales*. Los que hacen la diferencia. Argentina: Fundación CLARITAS.

Klikberg, B; Silberstein, D. (2015). *Responsabilidad Social en acción*. El ejemplo de los Emprendedores Sociales. Editorial Distal, UTN, FORS.

Knight, F. (1942). Profit and Entrepreneurial Functions. *The Journal of Economic History*, 2 supplement, 126-132.

Kramer, M. (2005). *Measuring innovation: evaluation in the field of social entrepreneurship*. Skoll Foundation USA: Foundation Strategy Group.

Light, P. (2006). Searching for social entrepreneurs: Who they might be, Where they might be found, What they do. In R. Mosher-Williams (Ed.), *Research on Social Entrepreneurship* (pp. 13–37, Vol. 1, No. 3). ARNOVA Occasional Paper Series.

Light, P. (2008). *The search for social entrepreneurship*. Washington, DC: Brookings Institution Press.

Madden, K; Scaife, W. (2006). Overcoming barriers to SME community engagement. Conference proceedings from the ICSB world conference, June, Melbourne, Australia.

Mair, J.; Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research; a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41:36-44.

Marcano, Arturo. "La responsabilidad social empresarial: la experiencia venezolana". XI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Ciudad de Guatemala, 7-10 Nov. 2006.

Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.

Rest, J. (1994). Background: Theory and Research, in J. R. Rest and D. Narváez (eds.), *Moral Development in the Professions* (Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, NJ).

Rodríguez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento & Gestión (pp 94-119). Colombia: Universidad del Norte.

Schultz, TW. (1980). Investment in entrepreneurial ability. *Scandinavian Journal of Economics*, 82:437-448.

Schumpeter, J. (1949). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, (First ed. 1911).

Soriano, M. (2008). *El papel del emprendedurismo en la formación de clusters industriales* (pp 25-44). México: Universidad de las Américas Puebla.

Sud, M.; VanSandt, C.; Baugous, A. (2008). *Social Entrepreneurship: The Role of Institutions*. *Journal of Business Ethics* (2009) 85:201–216.

Schumpeter, J. (1934). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Row.

Tan, W.; Williams, J.; Tan, T. (2005). Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, 353–365.

Urban, B. (2010). *Creating Value and Innovation through Social Entrepreneurship*. *Frontiers in Entrepreneurship, Perspectives in Entrepreneurship*.

Vérin, H. (1982b). Pour une première approche. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (pp. 15-35). Paris: PUF.

Young, D. (1983). *If not for profit, for what?* Lexington, MA: Lexington Books.

Young, D. (1985). *Casebook of management for nonprofit organizations: Entrepreneurship and organizational change in the human services*. New York: Haworth Press.

Young, D; Kerlin, J. (2010). *Social Entrepreneurship*. *International Encyclopedia of Civil Society*: Springer Science+Business Media, LLC 2010.

**Alrededor del mundo existen muchas personas, movimientos, organizaciones, fundaciones y otros organismos involucrados en el tema del emprendimiento social:**

Muhammad Yunus  
Rafael Álvarez y Genesys Works  
Jaqueline Novogratz y Acumen Fund  
Sam Goldman y Ned Tozun, D. Ligth Design  
Wendy Kopp y Teach for America  
ASHOKA  
Schwab Foundation  
Skoll Foundation  
RedUnES  
INAES A.C. (Instituto Nacional de Emprendedurismo Social, México)  
Fundación Dominicana para el Desarrollo

\*Luis Gutiérrez Espinoza es bachiller en administración de empresas y en la actualidad es AP Support Specialist en Grupo Bimbo.  
Dyalá de la O Cordero es administradora de empresas, profesora-asociada de la Escuela de Administración de Empresas y actualmente es doctoranda del programa de Doctorado en Dirección de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.  
Alejandro Masís Arce es administrador de empresas, director de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.  
Dalia Silberstein es directora de la Red de Universidades para el Emprendimiento Social.  
Mariana Galli es investigadora de la Facultad de Ciencias Económica de la Universidad de Buenos Aires.