

Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia)*

Social entrepreneurship and their impact on economic development from inclusive businesses (Colombia)*

Empreendedorismo social e seu impacto no desenvolvimento econômico dos negócios inclusivos (Colômbia)*

Angélica Jiménez Coronado **
Hugo G Hernández Palma ***
Remedios Pitre Redondo****

Universidad del Atlántico – Colombia
Universidad de la Guajira - Colombia

Fecha de Recibido: Noviembre 15 de 2017
Fecha de Aceptación: Marzo 13 de 2018
Fecha de Publicación: Abril 01 de 2018
DOI: <http://dx.doi.org/10.22335/rict.v10i2.462>

* Artículo derivado del proyecto de Caracterización de las universidades públicas a través facultades de ciencias económicas y humanas para el desarrollo de compromiso social.

*** Magister en Administración de Empresa, Filiación Universidad del Atlántico de Barranquilla. Colombia. Correo Electrónico: angelicajimenez@mail.uniatlantico.edu.co Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4368-0072>

*** Magister en Sistemas de Gestión, Especialista en Estudios Pedagógicos, Filiación: Universidad del Atlántico de Barranquilla - Colombia. Correo electrónico: hugoghernandezpalma@gmail.com Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3873-0530>

*** Magister desarrollo y gestión desarrollo social. Filiación. Universidad de la Guajira. rpitre@uniguajira.edu.co Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7373-1101>

Resumen

El objetivo de la investigación fue analizar el emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos. Lo que conduce, al concepto 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. Como argumento tejido en la relación existente entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social sitúa derechos y oportunidades e incorpora sostenibilidad a través de políticas públicas en el contexto del ofrecimiento de servicios y/o productos dirigidos a la población vulnerable, social y económicamente, diferente al emprendimiento de negocios con ánimo de lucro.

Palabras clave: Emprendimiento social, desarrollo económico, negocios inclusivos, servicios y negocios.

Abstract

The aim of this article is to explore the theme reflection of social entrepreneurship and its impact on economic development from inclusive business. Which leads to the concept of "base of the pyramid" -BDP- respect to the population by income levels with economic potential in projects to reduce the poverty rate. As tissue argument on the relationship between social entrepreneurship, economic development and social inclusion it puts rights and opportunities and incorporates sustainability through public policy in the context of providing services and / or products aimed at vulnerable social population and economically different entrepreneurship business profit.

Keywords: social entrepreneurship, economic development, inclusive business, services, products and businesses.

Resumo

O objetivo deste artigo de reflexão é explorar o tema do empreendedorismo social e seu impacto no desenvolvimento econômico, a partir de negócios inclusivos. O que leva, ao conceito de "base da pirâmide" - DPB - em relação à população segundo níveis de renda com potencial econômico em empreendimentos para reduzir o índice de pobreza. Como argumento articulado à relação existente entre empreendedorismo social, o desenvolvimento econômico e a inclusão social colocam direitos e oportunidades e incorpora a sustentabilidade por meio de políticas públicas no contexto da oferta de serviços e / ou produtos voltados para a população vulnerável, social e economicamente, de forma diferenciada, para o empreendimento com lucro.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, desenvolvimento econômico, negócios inclusivos, serviços e negócios.

Introducción

El emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos, simboliza las oportunidades ofrecidas a la población vulnerable, social y económicamente con el objetivo de disminuir el índice de pobreza en la relación existente entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social.

Lo que incorpora, objetivos de desarrollo sostenible e incluso políticas públicas en el contexto del ofrecimiento de servicios y/o productos que se distinguen del emprendimiento de negocios con ánimo de lucro. A manera, de nuevo paradigma en el acceso a oportunidades, bienes y servicios como derecho en la garantía de la satisfacción de necesidades básicas, generación de ingresos y períodos productivos, encarna el desafío del emprendimiento social en la eficacia de la sostenibilidad que pretende dar soluciones a problemáticas sociales.

Por ende, la innovación de servicios de emprendedores sociales revela el cambio social que se pretende lograr a partir del reconocimiento del emprendedor social como agente generador de valor social.

Emprendimiento Social y su repercusión en el Desarrollo Económico desde los Negocios Inclusivos

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE (2011), "la innovación social puede concernir cambios conceptuales, de proceso, de producto; cambios organizacionales, cambios de financiamiento, y pueden tratar de nuevas relaciones con grupos de interés y territorios".

De igual manera, el objeto final de la innovación social es buscar nuevas respuestas a problemas sociales: identificando y brindando nuevos servicios que mejoran la calidad de vida de personas y comunidades; identificando e implementando nuevos procesos de integración en el mercado laboral, nuevas competencias, nuevos empleos, y nuevas formas de participación, así como diversos elementos que

contribuyen al mejor posicionamiento de las personas en la comunidad teniendo en cuenta la fuerza laboral (Hernández, 2011, pág. 47).

Siendo así, el emprendimiento involucra diferentes acepciones pues ha sido estudiado por varias disciplinas para buscar el desarrollo desde el punto de vista económico y desde el emprendimiento social, sobre el cual existen relativamente pocos acuerdos. Para algunos, está asociado a la realización de obras benéficas o se refiere a las cuestiones de la caridad humana; otros, consideran que este tipo de emprendimiento es de vital importancia para el desarrollo económico y social.

Motivo por lo cual, en el presente artículo se realiza una revisión literaria sobre el emprendimiento social, el impacto de la inclusión de las empresas sociales como agentes de la economía social, desarrollo económico y sustentabilidad en los negocios inclusivos. Destacando, aportes teóricos y conceptuales que alimentan a búsqueda de información.

De acuerdo con Fischel (2013) aporta lo siguiente:

El debilitamiento de la política social en América Latina, debido, entre otras causas, a los embates de la crisis económica mundial, ha tenido un efecto devastador sobre regiones geográficas y grupos sociales históricamente desamparados, en las cuales se reflejan escenarios altamente asimétricos en la distribución del ingreso y del bienestar. Sin desconocer, el acceso a las oportunidades. (pág. 1).

De esa manera, se evidencia la exclusión social en el reflejo de elevados niveles de desnutrición, limitado acceso a servicios de salud, educación, vivienda y agua potable, así como en el manejo no sustentable del ambiente. El atraso se relaciona también con las escasas oportunidades de generación de ingreso y desempleo, la baja productividad agrícola y las escasas opciones de comercialización justa de bienes y servicios. (Fischel, 2013).

Por lo anterior, han surgido diversas acciones para enfrentar esta problemática, tanto gubernamentales, institucionales, empresariales, y sociales, surgiendo la figura del

emprendimiento social, orientada a logros medibles en materia económica y social. (Becerra, Cortes, Malacara, & Alegria, 2014, pág. 135).

Como acción alternativa, basada en la visión del empresario hacia beneficios sociales deja ver intereses económicos más que sociales, por lo tanto, el emprendimiento social ha tenido que abrirse camino en un entorno donde el enfoque capitalista o de propiedad privada tiene como principal objetivo la obtención de utilidades y por ende un crecimiento financiero, por lo que según Guzmán & Trujillo (2008) esto se convierte en su única responsabilidad social. (pág. 110).

En consecuencia, permite identificar como principal problemática del emprendimiento social la visión empresarial por encima de la contribución social, dado que la propiedad del capital y el riesgo contraído en su trabajo en alguna actividad comercial es recíproco al beneficio particular alcanzado en ello. Por consiguiente, mirándolo desde una óptica crítica es necesario entender que "todo proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico que, a su vez, permite la generación de valor social y valor económico" (Chell, 2007, pág. 25).

No obstante, desde el enfoque de globalización neoliberal prevalece una concepción mercadológica donde la participación es una inconveniencia para los actores del crecimiento económico con exclusión social. "En este punto, lo social aparece en estrategias retóricas y políticas compensatorias y el concepto de capital social es usado para camuflar ciertos efectos de una globalización que ha hecho de América Latina la región más desigual del planeta" (Becerra, Cortes, Malacara, & Alegria, 2014, pág. 135).

Así mismo, desde la mirada de emprendedores sociales se entiende que el concepto de capital revela una visión del mundo como un mercado, donde todo lo que en él entra se llama capital (natural, humano, social, financiero, intelectual) y todo lo que de él sale se llama mercancía. Esta lógica del mundo "no favorece al emprendimiento social, justo en la región que más lo necesita, porque hace a los

emprendedores rehenes de la razón de mercado” (Souza, 2007, pág. 12).

Siendo así, resulta muy importante que los investigadores del emprendimiento social resalten en sus trabajos, vistos desde diferentes tópicos, la poca información respecto al modelo y si este permite desarrollar escenarios más propicios para el crecimiento económico, (Guzmán & Trujillo, 2008) y el análisis de los “factores que llevan a las personas u organizaciones a ser emprendedores sociales” (Becerra, Cortes, Malacara, & Alegria, 2014, pág. 135).

Sin desconocer, lo incierto de los tipos de apoyos por parte de gobiernos locales, atendiendo que no hay claridad sobre si han aumentado las iniciativas de emprendimiento social, la naturaleza del problema o el nivel de apoyo ofrecido. Así mismo surgen dudas por lo cual se cuestiona la gestión de gobiernos locales sobre si estos podrán sustentar la expansión del emprendimiento social hasta poder reducir significativamente la cantidad de dinero invertido en los principales problemas sociales.

Además de lo anterior, para Herrera (2009) “es necesario indagar si existe alguna relación entre las características personales del entrepreneur, tales como edad, experiencia, educación, posición social u otras con el tipo con emprendimiento” (pág. 19). Por lo que, se hace necesario integrar los negocios inclusivos con análisis de estrategias innovadoras, orientadas a la inclusión de población vulnerable y no solo desde los intereses de las empresas respecto a incrementar sus ingresos y sus oportunidades de mercado.

Teorías del Emprendimiento Social y Negocios Inclusivos: fenómeno en el desarrollo económico

Desde la mirada del trabajo seminal de Cantillón hasta el trabajo realizado por Shane y Venkataraman (2000), se ha relacionado el emprendimiento con el descubrimiento de oportunidades rentables. De hecho, estos autores toman la definición de oportunidad de Casson (1982) y declaran que “las oportunidades de

emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción (pág. 24).

Por ende, “El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, toma en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación. ¿Entonces dónde encaja el aspecto social al interior de este marco conceptual para el emprendimiento?” (Rober & Woods, 2005, pág. 46). La mayoría de la población excluida de la economía son pobres en general: ¿Dónde se genera valor? (CECODES, 2012).

El anterior, interrogante plantea el cuestionamiento que facilita dar inicio a una discusión académica sobre la conceptualización de emprendimiento social y negocios inclusivos.

Emprendimiento Social

Orrego (2009) define:

El emprendimiento constituye un fenómeno cultural que encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en una comunidad; a su vez, la cultura constituye una variable importante, tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha. (pág. 25).

Desde, ese enfoque filosófico, expresado en el pensamiento de Husser, explicitar la correlación entre el hombre, su realidad y el mundo de las cosas, es decir, la estructura de la experiencia humana, es lo que se ha llamado fenomenología. Herrera (citado por Orrego 2009).

Desde, la mirada de la fenomenología, el lugar donde se desarrolla la cultura se denomina el mundo social o campo de acción que se organiza alrededor de la persona, según sus planes y significaciones, sin dejar atrás la idea de que este mundo implica posibilidades para otras personas. Al respecto Schutz (citado por Orrego 2009) afirma: “No puedo comprender una cosa social sin reducirla a la actividad humana que la ha

creado, y, más allá de ello, sin referir esta actividad humana a los motivos que la originan". (pág. 3).

Además, en la sociología, desde cuya perspectiva se comprenden los fenómenos sociales, se reitera la necesidad de apoyarse en otras ciencias. Para el caso del emprendimiento, se acudirá, entre otras, a la antropología filosófica, que considera al hombre dentro del mundo desde el punto de vista natural y socio-cultural. Para explicar, la naturaleza de esa realidad, se puede citar a Schutz (citado por Orrego 2009) que afirma que:

La índole biológica del hombre está en la base de su sistema de necesidades y de su orden jerárquico, mientras que su índole espiritual determina las formas de su conocimiento y ambas son el cimiento de la realidad social y cultural. (Schutz, 2003, pág. 144).

Es decir, la fenomenología parte de la noción fundamental de sujeto para comprender su realidad y su sentido común, toda vez que cada individuo integra un mundo particular, en el cual no sólo hay objetos sino otros semejantes, alter egos, los cuales actúan en circunstancias típicamente similares y constituyen su acervo de conocimiento (Schutz, 2003).

En ese orden de ideas, resulta relevante mencionar que actualmente no se cuenta con claridad respecto a lo que representa el 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 (citado por Guzmán & Trujillo 2008).

Parte de la confusión en relación con este tipo de actividad emprendedora, radica en el desarrollo teórico dentro de diferentes dominios o áreas de conocimiento, lleva a una falta de coherencia en el enfoque con el cual es abordada esta temática Weerawardena & Sullivan, (citados por Guzmán & Trujillo 2008). Siendo, un elemento común en diferentes definiciones de emprendimiento social la búsqueda de soluciones a problemas sociales.

El emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear

emprendimientos para resolverlos Sullivan, (citado por Guzmán & Trujillo 2008). Por los emprendedores sociales buscan soluciones para problemas tales como el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental. (pág. 110).

Por ello, Rober & Woods (2005) afirma que:

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 benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto [...] los emprendedores sociales son gente de negocios (Pág. 51).

Respecto a lo cual, Martin y Osberg (citado por Guzmán & Trujillo 2008) buscan diferenciar el emprendimiento social de la provisión de servicios sociales y activismo social. En el caso de la provisión de servicios sociales, individuos comprometidos identifican un equilibrio estable infortunado y desarrollan un programa para atacar esta situación.

Sin embargo, según Martin & Osber (citado por Arrieta (2013) afirma que:

Su impacto permanece restringido, su servicio confinado a la población local y su alcance es determinado por los recursos que están en capacidad de atraer. Estas acciones son extremadamente vulnerables, lo que puede llevar a la interrupción o pérdida del servicio por parte de las poblaciones que sirven (pág. 36).

En el caso específico del activismo social, la motivación sigue siendo la identificación de un equilibrio estable infortunado, pero el actor social se diferencia por su orientación en la acción. "Antes que tomar una acción directa, como lo haría el emprendedor social, el activista social intenta crear cambio a través de la acción indirecta, influencia a los demás a tomar acción: gobiernos, organizaciones no gubernamentales, consumidores, trabajadores, entre otros" (Martin & Osberg, 2007, pág. 28).

En ese sentido, la creación de valor social sostenible es la característica clave que diferencia el emprendimiento social de las obras de

beneficencia o las actuaciones caritativas de individuos bien intencionados. Los emprendedores sociales "actúan como 'agentes de cambio' en el sector social, innova y actúa de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible" Harding. (Citado por Reis & Clohesy 2001) relaciona lo siguiente: "el emprendimiento social es fuertemente influenciado por el deseo del cambio social y de sostenibilidad de la organización y los servicios sociales que presta". (pág. 109).

Es por ello que los planes de negocios de los emprendimientos sociales están centrados especialmente en la sostenibilidad financiera. (Novy-Hildesley, 2007) Así, no se puede hablar de emprendimiento social deja de lado la sostenibilidad. Para Roberts y Woods (2005) "el emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados". (pág. 47).

Esta definición permite resaltar otros aspectos claves del emprendimiento social. El primero de ellos es que las oportunidades sociales no se descubren, sino que se construyen gracias a la generación de ideas, se evalúan y si es el caso, se desarrollan con el ánimo de atender problemas sociales específicos. El segundo aspecto está relacionado con las características de los emprendedores sociales. Es importante considerar que, para efectos de una definición de la actividad emprendedora social, no es necesario tener en cuenta las características del individuo. (Guzmán & Trujillo, 2008, pág. 112).

Por lo tanto, se excluyen aportes como los realizados por Hemingway (2005), quien presenta una discusión teórica sobre cómo los valores determinan la propensión del individuo a generar emprendimientos sociales. En este aparte se pretende definir características de la actividad emprendedora social y no del emprendedor social, siendo importante reconocer que el emprendimiento social puede desarrollarse en diferentes sectores.

Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2013), (citado por Guzmán & Trujillo (2008), definen

emprendimiento social como "una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental". (pág. 120).

Lo anterior permite comprender que el emprendimiento social no está aislado del emprendimiento comercial, sino que coexisten, nótese que la distinción entre emprendimientos social y comercial no es dicotómica, sino más bien más acertadamente conceptualizada como un continuo que varía desde lo puramente social a lo puramente económico. Aun en los extremos, sin embargo, existen elementos en común entre ambos.

Así, la actividad caritativa debe reflejar realidades económicas, mientras que la actividad económica debe generar valor social (Austin et al., 2006, pág. 3).

Finalmente, para llegar a una definición propia, que en lugar de constituir una más entre las existentes pretende ser ecléctica y aun así precisa, se considera pertinente revisar la definición propuesta por Martin y Osberg (2007) el emprendimiento social sigue tres componentes:

1. la identificación de un equilibrio estable pero intrínsecamente injusto que causa exclusión, marginalización, o sufrimiento a un segmento de la humanidad que carece de medios financieros o influencia política para alcanzar un beneficio transformador por su cuenta.
2. La identificación de una oportunidad en este equilibrio injusto, desarrolla una proposición de valor social y lleva a utilizar inspiración, creatividad, acción directa, coraje y fortaleza, desafía de ese modo la hegemonía del estado estable.
3. La creación de un equilibrio estable y nuevo que libera el potencial coartado o alivia el sufrimiento del grupo objetivo, y a través de la imitación y la creación de un ecosistema estable alrededor del nuevo equilibrio, asegura un mejor futuro para el grupo objetivo y la sociedad como un todo (pág. 35).

Al reconocer que el emprendimiento social, busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales. El emprendimiento social orientada a logros medibles en materia económica y social. Se trata de una vía de acción alternativa, inspirada en la lógica empresarial y metódicamente formulada con propósitos sociales, la cual busca canalizar aportes coordinados de distintos actores públicos y privados hacia metas específicas de oportunidad y bienestar (Fischel, 2013).

Las alianzas entre distintos actores sociales garantizan la viabilidad de los programas o proyectos de desarrollo, lo que en esa dirección se suman fortalezas, se eliminan o neutralizan los puntos débiles y se comparten responsabilidades. Estas estrategias son especialmente exitosas en ámbitos que presentan significativos rezagos, en los cuales se posterga la ejecución de políticas de desarrollo de corte integral. (Fischel, 2013).

No se puede desconocer que el emprendimiento social se apoya en la innovación y la competitividad, instrumentos favorecedores de proyectos y empresas generadoras de empleo y de oportunidades de ingreso sostenible. Por ello, se parte de una perspectiva integral, en la cual es determinante la inversión paralela en tres áreas estratégicas: capital social, que implica el desarrollo de capacidades con el propósito fundamental de propiciar el paso de receptores pasivos a protagonistas activos de su propio desarrollo; obras de infraestructura social, que aseguren el acceso a servicios básicos y generación de ingresos, lo cual conlleva calificación para el trabajo y proyectos productivos sostenibles (Zúñiga, 2013).

Por ende, el emprendimiento social conlleva también metodologías participativas y de fiscalización ciudadana, mecanismos necesarios para la promoción y control social, siendo el aporte solidario de recursos humanos y financieros clave para dar contenido económico a

proyectos, al asegurar la sostenibilidad. Tal como se puede observar en la figura No. 1. Desarrollo del Emprendimiento Social. Según Chell (2007) & Austin, Stevenson, y Wei-Skillern (2013). La participación de instituciones gubernamentales locales, grupos organizados de la sociedad civil, organismos no gubernamentales, entes cooperantes y sector empresarial deben garantizar la concreción y sostenibilidad de obras y servicios en la garantía de servicios acorde a derechos y oportunidades.

Negocios Inclusivos

En la actualidad el modelo que se propone vincular a poblaciones empobrecidas como actores, consumidores, empleados, aliados y emprendedores dentro de un modelo de desarrollo empresarial incluyente, tiene en cuenta la empresa como unidad de análisis, pero posibilitan mediante dicho modelo la creación de un valor social. (Rockefeller, 2006).



Figura 1: Emprendimiento Social. Fuente: Autores

Se habla de modelos novedosos que en sectores de pobreza sean eficientes, creen valor para todos los actores, intervengan en ciertas áreas donde falla el mercado y permitan superar las “trampas de ineficiencia” (Craig & Peter, 2006).

En ese sentido, para que la participación de la empresa, mediante sus actividades de negocio, tenga un impacto en la reducción de pobreza es esencial comprender cómo la empresa articula su

modelo de negocio. Lograr combinar la rentabilidad económica con la reducción de la pobreza implica contemplar los intereses económicos de la empresa y los mecanismos que contribuyen al desarrollo socioeconómico del contexto, pero éstos últimos no siempre están integrados cuando se visualiza la base de la pirámide exclusivamente como consumidores potenciales. Es preciso verlos también como aliados en el modelo de negocio (Casado, Mutis, & Sánchez, 2009).

Para satisfacer la demanda latente de las poblaciones pobres, Prahalad y Hart (2002) se propone desarrollar nuevos productos y pensar en formas creativas de ofrecerlos, de tal modo que respondan a condiciones y necesidades de este segmento. Para tal efecto, resulta relevante citar las características que la literatura sobre negocios en la BDP destaca:

1. Las empresas en la BDP pertenecen al sector privado y están basadas en modelos de negocio que crean valor para las comunidades y la empresa. Aunque actividades sin ánimo de lucro que utilizan metodologías del sector privado para desarrollar actividades económicas en los mercados de renta baja podrían convertirse en negocios potenciales en la BDP (Kandachar, P. & Halme, M., 2008).
2. Se apalancan en las alianzas para poder funcionar en contextos de pobreza. (Hart 2005; Prahalad 2004).
3. La estrategia del negocio debe contemplar elementos de la triple cuenta de resultados (impacto social, económico y medioambiental), de tal manera que represente modelos de producción y consumo más sostenibles. (Tunçer, B.; Tessema F. & Pratt, N., 2008).
4. Debe existir un potencial de escalabilidad y réplica para realmente generar impacto y transformar las sociedades y la economía (Prahalad 2004). Si lo que se quiere es crear impacto mediante negocios inclusivos en la población más pobre, para que este se revierta en los resultados del negocio, tenemos que tener muy presente la replicabilidad y escalabilidad del modelo. Organizaciones sociales, organismos

internacionales y empresas que impulsan este tipo de iniciativas empresariales han visto que hay importantes emprendimientos que contribuyen a la reducción de pobreza en su zona de influencia, pero no todas estas iniciativas han sido replicadas, por lo tanto, limitadas en impacto.

En efecto, difícilmente Organismos Internacionales, inversionistas interesados en este tipo de iniciativas y otros grupos de interés apostarían por proyectos que no son replicables. Para referirnos a la réplica de negocio en mercados de renta baja tenemos que hacer referencia a la importancia de la primera característica, el carácter de negocio de la iniciativa. Alrededor del mundo hay muchos emprendimientos que tienen como misión la reducción de pobreza, sin embargo, su sostenibilidad es cuestionable y su capacidad de réplica es limitada por su carácter puramente filantrópico.

Por otro lado, están las grandes empresas que abanderan proyectos en la BDP, desde sus divisiones de RSC. Es comprensible que, ante la ignorancia de este tipo de negocios, las empresas prefieran limitar los recursos y por ende el riesgo que supondrían estos proyectos, para el conjunto del negocio, mediante sus actividades de RSC.

Aunque es un buen inicio para "experimentar", una vez vista la oportunidad de crear mayor valor para el negocio y la sociedad, es necesario replantearse la estructura del modelo de negocio, su escala y replicabilidad. Pablo Vidal (2008), destaca que el desarrollo de negocios inclusivos, son un paso más allá de la Responsabilidad Social Empresarial actual, pues éstos, involucran de manera "real" a los más pobres en las cadenas de valor empresariales, sosteniendo también, que el punto novedoso en este tipo de propuestas es el crecimiento evidenciable para cada uno de los actores del mismo.

Esta tangibilidad de los beneficios, se ve reflejada en dos aspectos: el primero, la facilidad para acceder a bienes a los que antes no tenían acercamiento y el segundo, la posibilidad de tener un empleo, situación que no podrían alcanzar sin la ayuda de una empresa auspiciante. (Vidal, 2008). La valoración de los beneficios de

los negocios inclusivos, son la mejor carta de presentación al momento de buscar su réplica en otras comunidades.

En la medida en que los negocios inclusivos se desagreguen a lo largo de las comunidades, la dinámica cultural del pobre puede cambiar, ya que acceden a realidades que, por su propia condición de pobreza, actualmente no acceden como la educación, la salud, entre otros servicios básicos. Esta dinámica de revalorización permitirá a los sectores vulnerables, elevar su calidad de vida en el largo plazo (Pitre, Cardona & Hernández, 2017).

Desarrollo Económico

1. Una mirada desde el emprendimiento social:

En el contexto de la actividad emprendedora social es pertinente retomar los aportes de Schumpeter, identificado como uno de los autores con gran relevancia en el emprendimiento. Sus intenciones estaban encaminadas a desarrollar una teoría que facilitara comprender el desarrollo económico de mejor manera que lo permitido hasta ese momento por teorías económicas como la teoría estática y la teoría de los clásicos.

Schumpeter realizó su primer aporte en el tema a través de su II libro titulado "la Teoría del desarrollo económico" (1912), "Su argumento general fue que todos los cambios realmente importantes en la economía eran configurados por el emprendedor" Swedberg, 2000, teniendo en cuenta las sugerencias de Shumpeter (1912):

Se buscó primero una causa para los cambios en la estructura general. Se encontró esta causa en el hecho de que nuevas combinaciones son realizadas. Cuando nuevas combinaciones son llevadas a cabo estas pueden ser atribuidas a las acciones de un tipo particular de agente económico denominado el emprendedor.

El comportamiento del emprendedor difiere sustancialmente del de otros agentes económicos, quienes se ajustan dentro del esquema ideado por la economía estática. Finalmente, se identifican diferentes medios por

los cuales el emprendedor, en este sentido, lleva a nuevas combinaciones a través de diferentes formas organizacionales en la economía, gracias a lo cual de manera selectiva dirige la economía en nuevas direcciones. Estos medios tienen en común que con su ayuda los agentes de la economía estática son forzados a realizar nuevas funciones" (pág. 65).

En igual forma, esta importancia otorgada a la actividad desarrollada por el emprendedor en relación con el desarrollo económico, puso en la escena académica el emprendimiento. Las nuevas combinaciones mencionadas por Schumpeter, desarrolladas por el emprendedor y que llevan a cambios estructurales en la economía relacionados con la innovación, identifica cinco tipos de innovación; introducción de un nuevo bien (o el mejoramiento en la calidad de un bien existente), introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o bienes en proceso, y la creación de un nuevo tipo de organización industrial (Casson, 1982; Langlois, 2002).

Por ende, la actividad desarrollada por el emprendedor es llevada a cabo en diferentes sectores, con distintos propósitos y por diversos actores. Puede realizarse, buscando incrementar la riqueza personal, solucionar un problema social o al interior de la empresa para mejorar el portafolio de productos o servicios, o el desempeño de la firma.

Es decir, la importancia del emprendimiento social radica en su impacto sobre el desarrollo económico y social, como manifestación de la actividad del emprendedor en la economía.

2. Una mirada desde la inclusión social:

El impacto en la reducción de la pobreza e inclusión social no ha ido a la par. La forma de enfrentar esto desde la perspectiva empresarial está en la innovación del modelo de negocio según el paradigma de innovación abierta para lo que se denomina la base de la pirámide; es decir, para los sectores económicamente más pobres buscando disminuir la pobreza bajo el enfoque del crecimiento pro pobre.

Este tipo de innovación puede ser de mucha utilidad para mitigar la pobreza en zonas periféricas y lograr mayor inclusión social; sin embargo, para ello es preciso identificar de forma objetiva y en primera instancia si es que este tipo de innovación es la que se requiere en un país o región y si es que fuera el caso positivo, en qué elementos del modelo de negocios se está o en caso contrario, cuáles pueden ser las limitantes. Los negocios inclusivos son modelos que pretenden involucrar a las personas con bajos ingresos en la cadena de valor empresarial, ya sea como: consumidores, proveedores o distribuidores (Márquez, Reficco, & Berger, 2009).

Estos neo-modelos de negocios buscan la reestructuración de las visiones empresariales, es decir; buscan el trabajo colaborativo de la empresa con los sectores más vulnerables y no solamente entre empresas grandes. Adicionalmente, Martí (2009) indica en su artículo "Corporate contributions to society: types and worth of the kinds of collaboration" que los negocios inclusivos son modelos que pueden incluir a los más pobres de dos maneras: La primera, consiste en incluirlos en la demanda de los bienes, es decir, tomarlos en cuenta como consumidores y la segunda, incluyéndolos en el lado de la oferta como productores.

Así mismo indica, que lo más importante de las estrategias de negocios inclusivos es que utiliza medios inherentes a la empresa para erradicar la pobreza, lo que permite eliminar el asistencialismo y generar una propuesta más existencialista (Martí, 2013, pág. 55).

Pablo Vidal en su artículo "Negocios inclusivos y desarrollo social" indica que el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sustentable define esos negocios como una iniciativa empresarial que busca resolver problemas de los sectores vulnerables mediante el involucramiento de sus miembros en la cadena de valor, pero sin perder el horizonte de generar ganancias para la empresa auspiciante (Vidal, 2008). Motivo por lo cual, para que un negocio sea catalogado como inclusivo debe trabajar con la Base de la Pirámide (BDP). El concepto de BDP fue ampliamente desarrollado por Hart y Prahalad (2002) en el que

nombra de esa manera al segmento socio demográfico que se encuentra en la parte inferior de la renta generada por la población mundial, aproximadamente 4,000 millones de personas con ingresos menores a \$3 dólares diarios (Prahalad & Hart, 2002).

El desarrollo de la BDP es la prioridad y razón de ser del modelo de los negocios inclusivos, lo que lo convierte en un reto para las organizaciones hodiernas y los gobiernos. En síntesis, un negocio inclusivo es un modelo que busca incluir a los sectores vulnerables en la dinámica empresarial, mediante la participación de los mismos en algún punto de la cadena de valor; proceso que requiere de la compañía de la empresa auspiciante, no solo en la parte económica sino también en la parte formal y procedimental, apoya la micro-finanzas logramos disminuir el índice de pobreza; como lo podemos observar en la figura No. 2 en el modelo de los Negocios Inclusivos a continuación:

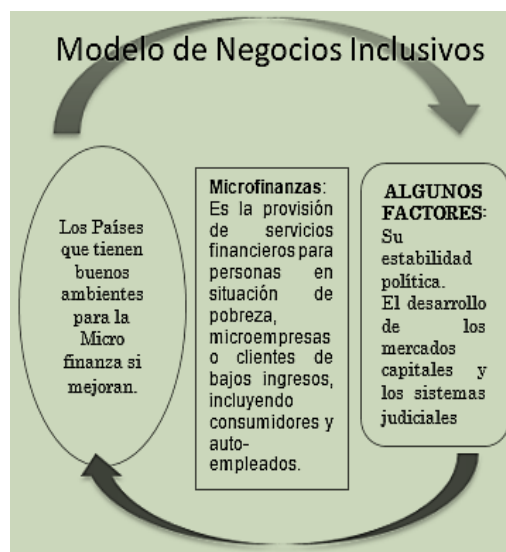


Figura 2: Modelo de Negocios Inclusivos. Fuente: Autores

Si bien es cierto, a principio del siglo XXI los conceptos de NI y de negocios con la BDP evolucionaron en forma convergente. Por un lado, a partir del documento del PNUD (2008), el concepto de NI dio lugar al de Mercados Inclusivos, que unificó bajo el mismo término las actividades económicas que consideran a las

personas de la BDP como consumidores y como empresarios. Por otra parte, la versión primaria de Prahalad que concebía a las personas de la BDP exclusivamente como consumidores, evolucionó primero a la idea de estas personas como consumidores y productores (Karnani, 2007) y finalmente a la visión de esta población como socios de negocios (Simanis et al., 2008).

En otras palabras, se observa actualmente una segunda generación de negocios con la base de la pirámide (BDP), que se basa en dos principios; El primero consiste en la noción de valor recíproco, con la que se propone que cada etapa del proceso debe crear valor para todos los socios, en términos relevantes para cada uno. Y, en segundo lugar, el principio de co-creación, que promueve la necesidad de la empresa de trabajar en igualdad de colaboración con las comunidades de la BDP para imaginar, crear y hacer crecer negocios sostenibles (Simanis et al., 2008, pág. 62).

Visibilizándose, un aporte interesante y también convergente, aunque no visualizado desde la perspectiva de la inclusión social, sino el de la sustentabilidad de los negocios, es el concepto de valor compartido propuesto por Porter y Kramer (2011). Este concepto establece que las empresas pueden generar simultáneamente rentabilidad e inclusión social, mediante el desarrollo de clusters locales, lo cual se puede lograr de tres formas diferentes:

- a. Re-concebir productos y mercados; es decir, las empresas tienen la posibilidad de expandirse hacia los mercados de los sectores de bajos ingresos mediante el desarrollo de productos accesibles que mejoren su calidad de vida.
- b. Redefinir la productividad dentro de la cadena de valor; dado que esta productividad inevitablemente afecta y es afectada por diversos temas sociales, la contribución a la solución de estos problemas impactará positivamente sobre ella (así por ejemplo, apoyar la capacitación en la BDP servirá a la empresa para contar con personal calificado).
- c. El promover la construcción de clusters en los ámbitos locales claves para su operación,

necesariamente amplifica la conexión entre su éxito y el de su comunidad.

Según Porter y Kramer (2011) los esfuerzos de las empresas por mejorar las condiciones estructurales del clúster local (infraestructura, educación, salud, acceso al crédito, introducción de tecnologías, etc.) tienen un efecto derrame sobre los otros participantes y sobre todo el ecosistema local. Es importante resaltar, la reciente publicación de una investigación comparada de varios países de América Latina (Márquez et al., 2010) implementada por la red SKEN, quien desarrolló el concepto de ecosistemas, presente también en los autores que proponen la segunda generación de la BDP y en la propuesta de Porter y Kramer. Según Reficco y Vernis (citado por Márquez et al., 2010, pág. 129):

Un ecosistema es una comunidad económica sostenida por una base de organizaciones que interactúan y que giran en torno a la producción de bienes y servicios. Se trata de un concepto que trasciende marcos tradicionales como el de cadena o sistemas de valor y que involucra tres elementos: co-dependencia, co-evolución y co-aprendizaje. Estos elementos aluden a la necesaria sinergia que se generan al interior de un ecosistema y que son necesarias para la creación exitosa de NI.

Discusión y Conclusiones

El emprendimiento Social se concibe como un asunto de política pública. Mediante la óptica de Schumpeter (2000) el emprendimiento social se refiere al "uso de estrategias empresariales y comerciales propias del sector privado para dar respuesta a necesidades sociales o resolver sistémicamente un problema social".

El emprendimiento social o la creación de empresas sociales se desarrolla como una alternativa de transformación, nace de inmensas inquietudes propias del Tercer Sector (el trabajo con la unión de otros en riesgo de exclusión social, el deseo de una transformación social) con herramientas y estrategias propias del sector empresarial (sostenibilidad, estrategias de mercadeo, estrategias de financiación, servicio al cliente) (Cardona, Rada & Palma, 2017).

Sin desconocer, que indudablemente resulta complicado financiar y coordinar de manera eficiente el sistema de bienestar social de Colombia, a espaldas del trabajo de emprendedores sociales, y no tener en cuenta los negocios inclusivos en el sector financiero y las obligaciones del Estado, lo que mejoraría las condiciones de vida de las personas, especialmente las vulnerables, social y económicamente. Los negocios inclusivos se caracterizan por presentar garantías de sostenibilidad (Crecimiento Económico, Progreso Social y Balance Ecológico) en el tiempo.

Su aplicación implica la construcción de una relación de confianza entre las partes, a partir de una colaboración activa y equitativa. (CECODES, 2012). Para los beneficios financieros en los negocios inclusivos tienen el poder de crear beneficios sociales. desarrollo social añadido: además del beneficio social principal (empleo, productos a precios asequibles, etc.) se debe aprovechar la estructura organizativa y el canal de acceso desarrollado para ofrecer soportes auxiliares que mejoren las capacidades de individuos, como son educación, mejora del tejido social, concienciación ambiental, autonomía y capacidad de organización, etc.

Un negocio inclusivo es una iniciativa empresarial que, sin perder de vista el objetivo final de generar ganancias, contribuye a la superación de la pobreza a través de la incorporación de ciudadanos de menores recursos a la cadena de valor. (CECODES, 2012).

Para finalizar, es importante destacar que una de las barreras del Emprendimiento Social para crear valor social y adaptarse a las necesidades sociales es la poca investigación existente en las Universidades, la falta de líneas de investigación específica en temas de emprendimiento y la ausencia de sensibilidad capaz de captar necesidades sociales en contextos locales desde las mismas propuestas innovadoras de la academia.

Los resultados, serian provocadores en términos de revelaciones que harían visible la realidad, riesgos asumidos y recursos asignados, para

brindar posibilidades de inclusión real en términos de participación del sector público y privado, productivo, comunidades vulnerables, organizaciones e incluso filántropos interesados en participar, apoyar y generar calidad de vida y bienestar social en términos de equidad para la consecución de la paz.

Referências bibliográficas

Arrieta, C. (2013). *Emprendimiento social: facilitadores y barreras que influyen en proyectos de emprendimiento social en Costa Rica*. 1-17. San José, Costa Rica: Universidad latinoamericana de Ciencia y tecnología. Recuperado de <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/publicaciones/045726.pdf>

Becerra, M., Cortes, E., Malacara, A., & Alegria, N. (2014). Factores Detonadores del Emprendimiento Social, Base para el Análisis Casos de éxitos. *International Review of Business Research Papers*, 10(3), 134-156. Recuperado de <http://www.irbrp.com/static/documents/October/2014/1422159216.pdf>

Bolio, H., Bolio, J., Lara, F. & Hernández, A. (2016). Economía y sustentabilidad. Propuesta de evaluación del Programa de Ordenamiento Ecológico Costero de Yucatán. *Revista Logos, Ciencia y Tecnología*. 8(1). 123.

Cardona, D., Rada, A. M., & Palma, H. G. H. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe. *Apuntes críticos. Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 15.

Casado, L., Mutis, J., & Sánchez, P. (2009). *Desarrollo de negocios en los países de bajos ingresos. Crecimiento empresarial y creación de valor social. Cátedra de Responsabilidad social corporativa*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.

CECODES. (2012). *Consejo Empresarial Colombia para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <http://www.cecodes.org.co/site/>.

Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26. Recuperado de <http://isb.sagepub.com/content/25/1/5.short>

Craig, W., & Peter, W. (2006). "Make Poverty a Business. England: Greenleaf publishing. 67-68.

Fischel, A. (2013). *Congreso Internacional de Emprendedurismo Social. Cómo educar en Emprendedurismo Social y Ética*, 1. Recuperado de <http://www.redunes.org/wp-content/uploads/2013/07/Congreso-Emprendedurismo-Social-Ponencia-Astrid.pdf>

Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento Social. *Estudios Gerenciales*. 24(109), 105-125. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v24n109/v24n109a05.pdf>

Hernández Palma, H. G. (2011). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas*. Bogotá: USTA

Herrera, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19(33), 19-33.

Martin, R., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford social innovation*, 5(1), 28-39.

Motta, D. (2016). Los derechos sociales en Colombia: análisis frente a los compromisos internacionales de los pactos – Desc-. *Revista Logos, Ciencia y Tecnología*. 8(1).

Novy-Hildesley. (Abril de 2007). Social Entrepreneurship Yields High Returns. *Far Eastern Economic Review*, 170(3), 61-63.

OCDE. (10 de mayo de 2011). *Construyendo Capital Humano*. España: OCDE.

Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento y Gestión* (27), 3.

Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. (2017). Proyección del emprendimiento indígena como mecanismo de competitividad en el postconflicto colombiano. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*. 7(2), 231-240.

Reis, T., & Clohesy, S. (2001). Unleashing new resources and entrepreneurship for the common good. *A philanthropic renaissance*. 32, 109-144. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pf.3206/pdf>

Rober, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *Business Review*, 7(1), 45-51.

Rockefeller, D. (2006). *Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. Washington DC.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Schutz, A. (2003). *El ciudadano bien informado. Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Souza, J. d. (2007). El Emprendimiento Social en el Cambio de Época. *Worlds & Knowledges Otherwise*, 12. Recuperado de <http://www.documentacion.edex.es/docs/1704d esemp.pdf>

Zúñiga, R. (2013). *Conocimiento que tienen los estudiantes de Universidades Públicas con respecto a los estudiantes de las Universidades Privadas sobre el tema de emprendedurismo social*. San José, Costa Rica: Ulacit. Recuperado de <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/publicaciones/045340.pdf>

Weerawardena, J. y Sullivan, G (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41 (1), 21-35.

Wilson, C., & Wilson, P. (2006). *Make poverty business: increase profits and reduce risks by engaging with the poor*. Estados Unidos: Greenleaf Publishing.

Vidal, P. (2008). Negocios inclusivos y desarrollo social. *Mensaje*, 57(572), 37-38.