



UNIVERSIDAD
CENTRAL

DOCUMENTOS
DE INVESTIGACIÓN

Administración
ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS
de Empresas

Emprendimiento social

Adeline Nicole Fournier

N.º 6

Julio de 2011



UNIVERSIDAD CENTRAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES
Departamento de Administración de Empresas

DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Administración de Empresas

Emprendimiento social

Adeline Nicole Fournier

N.º **6**
Julio de 2011



UNIVERSIDAD CENTRAL

Consejo Superior

Rafael Santos Calderón (Presidente)
Jaime Arias Ramírez
Jaime Posada Díaz
Fernando Sánchez Torres
Pedro Luis González
(Representante de los docentes)
Diego Alejandro Garzón Cubillos
(Representante de los estudiantes)

Rector

Guillermo Páramo Rocha

Vicerrectora Académica

Ligia Echeverri Ángel

Vicerrector Administrativo y Financiero

Nelson Gnecco Iglesias

UNA PUBLICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diego Otero Prada

Decano Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Claudia Ramírez Méndez

Directora Departamento de Administración de Empresas

Documentos de investigación. Administración de Empresas, N.º 6. *Emprendimiento social*

ISBN para PDF: 978-958-26-0268-0

Autora: Adeline Nicole Fournier

Primera edición: julio de 2011

Ediciones Fundación Universidad Central

Carrera 5 N.º 21-38. Bogotá, D. C., Colombia Tel.:

334 49 97; 323 98 68, exts.: 2353 y 2356

editorial@ucentral.edu.co

Catalogación en la Publicación Universidad Central

Fournier, Adeline Nicole

Emprendimiento social / Adeline Nicole Fournier ; editora Edna Rocío Rivera Penagos. -- Bogotá : Ediciones Universidad Central, 2011. -- (Documentos de investigación. Administración de Empresas ; no. 6) 48 p. ; 28 cm.

ISBN para PDF: 978-958-26-0268-0

1. Responsabilidad social de los negocios – 1990-2011 2. Política social 3. Empresas – Aspectos sociales 4. Asistencia pública I. Rivera Penagos, Edna Rocío, ed. II. Universidad Central. Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Departamento de Administración de Empresas

658.408 –dc22

PTBUC/RVP

PRODUCCIÓN EDITORIAL

Departamento de Comunicación y Publicaciones

Dirección: Edna Rocío Rivera P.
Coordinación editorial: Héctor Sanabria R.
Diagramación: Álvaro Silva Herrán
Diseño de carátula: Mauricio Ladino
Corrección de textos: Claudia Arcila Osorio

Editado en Colombia - Published in Colombia



Material publicado de acuerdo con los términos de la licencia Creative Commons 4.0 internacional. Usted es libre de copiar, adaptar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando dé los créditos de manera apropiada, no lo haga con fines comerciales y difunda el resultado con la misma licencia del original.

Los argumentos y opiniones expuestos en este documento son de exclusiva responsabilidad del autor, y reflejan su pensamiento y no necesariamente el de la Universidad Central.

Contenido

1	Introducción	9
2	Marco teórico	11
2.1	Aproximación: ¿qué es el emprendimiento social?	11
2.1.1	Definición	11
2.1.2	De la lógica económica a la lógica global: <i>shareholders vs stakeholders</i>	12
2.1.3	De la tradición a la innovación: nueva gerencia, nueva cultura y un mundo de oportunidades	16
2.2	¿Qué campos cubre el emprendimiento social?	18
2.2.1	Tercer sector	19
2.2.2	Responsabilidad social empresarial (RSE)	21
2.2.3	Sector público	22
3	El contexto colombiano	25
3.1	El tercer sector	25
3.1.1	Tamaño y estructura	25
3.1.2	Tendencias	27
3.1.3	Retos	27
3.1.4	Tercer sector y emprendimiento social	28
3.2	Empresas y emprendimiento social	28
3.2.1	Estado del arte	28
3.2.2	Tendencias	29
3.3.3	Retos	29
4	El contexto universitario	31
4.1	Emprendimiento social y universidades	31
4.1.1	Las universidades colombianas	31
4.1.2	Las universidades extranjeras	35
4.2	La Universidad Central y el emprendimiento social	37
4.2.1	Conceptos y justificación	37
4.2.2	Los Programas y acciones existentes	38

5	Algunas acciones y ejes de desarrollo del emprendimiento social en el Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central	39
5.1	Interno	39
5.2	Externo	39
6	Implementación del proyecto de desarrollo de emprendimiento social	41
6.1	Primeros pasos	41
6.2	Formalización	41
6.3	Consolidación	41
7	Conclusión	43
8	Referencias bibliográficas	45

El emprendimiento social

Adeline Nicole Fournier*
Universidad Central

Resumen

El emprendimiento social surgió en los últimos 20 años como una opción de renovación del campo y de la idiosincrasia de la acción y el activismo social. Al permitir y promover la integración de una variedad de actores y agentes socio-económicos, tanto de las esferas públicas como privadas, lucrativas como no lucrativas, hizo posible nuevas formas y expresiones de innovación social que dieron lugar tanto a nuevos modelos de negocios como a nuevas prácticas, estrategias y filosofías corporativas.

Considerando el recorrido relativamente reciente de la disciplina, este artículo pretende aproximarse a la definición del emprendimiento social y justificar su necesaria entrada en el campo académico, en particular en el seno de la Universidad Central.

Palabras clave: emprendimiento social, responsabilidad social de las organizaciones, tercer sector, educación.

JEL: M00, M14, I30, I31

* MBA con énfasis en Emprendimiento Social de la Escuela Superior de Ciencias Económicas y Comerciales (ESSEC) Business School en intercambio con el MBA de la Universidad de los Andes, graduada de la cátedra de Emprendimiento Social. Licenciada de idioma, literatura y civilización inglesa, de la Universidad de Nantes. DEUG de filosofía e inglés de la Universidad de Nantes. Fue docente del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central.

Social entrepreneurship

Adeline Nicole Fournier
Universidad Central

Abstract

Social entrepreneurship has surfaced those last 20 years as an option to renovate the field and idiosyncrasy of social action and activism. As it enables and even promotes the integration of a variety of socio-economic agents, from the private and public spheres, no matter whether they are for-profit or not, it has made possible new forms and expressions of social innovation which gave birth not only to new business models but also to new corporate practices, strategies and philosophy.

Considering the relatively recent development of the theme, this article pretends to give a hindsight of the definition of social entrepreneurship and justify its necessary entrance within the field and scope of academic studies, in particular within the Central University.

Keywords: Social entrepreneurship, social responsibility of organizations, third sector, education

JEL Code: M00, M14, I30, I31.

Introducción

Por su posición privilegiada como entidad educativa dedicada a atender a estudiantes colombianos de estrato 2 a 4, la Universidad Central es responsable de la creación de oportunidades para sus alumnos e integrantes. Por lo mismo, el emprendimiento social es imprescindible e inherente a su estatuto, su misión y hasta su visión, así como lo menciona el Proyecto Académico de la Escuela (PAE).

Para tener un impacto social durable, participar en un desarrollo sostenible y generar valor no solamente económica sino también social y humano, la Universidad debe participar en procesos de integración (vincular a los alumnos con la sociedad civil, la realidad colombiana y mundial) y vincular a la sociedad civil (particulares, instituciones...) con el mundo universitario de modo que facilite la creación de sinergias. Por medio de la práctica del emprendimiento social, la Universidad podrá proveer a sus integrantes herramientas innovadoras en materia de desarrollo empresarial y humano, análisis de mercados, acompañamiento de proyectos y, por lo tanto, participará en el progreso constante del país.

El objetivo de este trabajo es aclarar la noción de emprendimiento social a través del establecimiento de bases teóricas y académicas lo suficientemente sólidas para posibilitar desarrollos futuros con los cuales la Universidad

Central se comprometerá. ¿Qué es el emprendimiento social?, ¿a qué se refiere uno cuando habla de ello?, ¿cuál(es) campo(s) cubre el sector del emprendimiento social?, ¿qué representa ese sector en Colombia?, ¿quiénes son los principales actores?, ¿cómo maneja el tema el Legislador? Tales son las preguntas que trata de responder este documento.

En primer lugar, se hace un importante trabajo de definición y de caracterización del emprendimiento social (esencia y filosofía).

En segundo lugar, se determinan las tres esferas económicas en las cuales el emprendimiento social ocupa un espacio privilegiado: el tercer sector, el sector público y el mundo empresarial a través de la Responsabilidad Social Empresarial ("RSE").

En tercer lugar, se propone un estado del arte del emprendimiento social en Colombia que incluye descripciones de los actores, el tamaño y la cultura del sector, el entorno legal e institucional.

Marco teórico

Si bien es común que se hable de “emprendimiento social”, pues el término se ha puesto de moda desde los años 90 y sobre todo en la última década, y además se ha escrito mucho alrededor del tema, pocos son los que han tratado de definir el campo del emprendimiento social y su naturaleza. Hasta ahora, el intento académico ha consistido esencialmente en ilustrar la práctica del emprendimiento social por el ejemplo y, de modo inductivo, tantear el terreno y acotar el tema por medio de la descripción de experiencias reales de emprendimiento social.

A la luz de estas primeras aclaraciones, se trata aquí de proporcionar una definición sintética, y académicamente admisible, del sector del emprendimiento social, sus características específicas y la naturaleza de sus actores. ¿Cuál es el campo cubierto por el emprendimiento social?, ¿en qué se diferencia del emprendimiento tradicional?, ¿qué significa ser emprendedor social y qué implicaciones tiene? Tales son las preguntas que se quieren resolver.

2.1 Aproximación: ¿qué es el emprendimiento social?

2.1.1 Definición

En un sentido amplio, se puede designar como emprendimiento social cualquier acción, iniciativa o movimiento dentro de la esfera socioeconómica, de origen privado y orientado a favor del interés general y del bien

común o que beneficie a una franja significativa de población.

Desde un punto de vista histórico, ello significa que el emprendimiento social siempre ha existido en la medida en que se puede considerar como emprendimiento social cualquier acción cometida por una agrupación social en busca de la satisfacción de una necesidad compartida por todos los miembros de la agrupación y para la cual cada miembro está dispuesto a poner en común y compartir los recursos que hacen posible la realización de la meta conjuntamente identificada.

Aquí cabe apuntar una primera observación: en el centro del concepto de “emprendimiento social” se encuentra la noción de “búsqueda de beneficios compartidos”, en contraposición con la de “satisfacción de intereses privados”, que se suele considerar en los sectores tradicionales de la economía capitalista y de las sociedades individualistas. Así, mientras el ‘emprendedor tradicional’ “emprende para crear para su cuenta propia, por sus riesgos y provechos, cualquier producto” (Say, J. B., 1841), ‘el emprendedor social’ emprende de forma desinteresada y sin perseguir utilidad.

Sin embargo, detrás de esa dicotomía entre beneficios compartidos e intereses privados

se esconde la pregunta central que intenta solucionar el emprendimiento social, a saber: ¿quién debe solucionar las fallas de los mercados, asumir sus consecuencias sobre la sociedad civil y el medio ambiente y encargarse de colmar esas brechas y resolver esos impactos? Según los períodos de la historia, las respuestas pasaron de ser el Estado (con el modelo keynesiano de Welfare State), a la misma sociedad civil (procesos de desregulación de los ochenta) hasta que se propusiera una Tercera Vía (“Third Way”, Giddens, 1998) con responsabilidad mínima del Estado –sobre todo en salud y educación– compartida con una sociedad civil fuertemente comprometida (Roper, Cheney, 2005). El regreso a un modelo keynesiano, siendo poco probable ya que los Estados dispusieran de sus activos, abría la puerta a los emprendedores sociales y sus nuevos modelos de desarrollo y de negocios.

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

Por otra parte, en Europa la noción de emprendimiento social como tal emerge en el mismo período en el seno de la economía social y de su tradición cooperativa y mutualista (*Les repères de l’AVISE*, 2007). En Italia se crea un estatuto especial de “cooperativas sociales” que se desarrolla fuertemente con el objetivo de responder a necesidades mal satisfechas o insatis-

fechas por los servicios públicos. De ahí, nuevas dinámicas empresariales vieron luz en otros países. Aunque diferentes en la forma y la intensidad, las experiencias de cada país compartieron rasgos comunes:

- Multiplicación de las empresas sociales (entre otros sectores: inserción, servicios de proximidad, medioambiente, servicios sociales y comercio justo).
- Creación de nuevos estatutos y marcos jurídicos.
- Emergencia de nuevos dispositivos de creación, desarrollo y acompañamiento de empresas sociales.
- Incremento en la audiencia de estos proyectos sociales (media, publicaciones, enseñanza, movilización y sensibilización de los diferentes actores económicos).

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

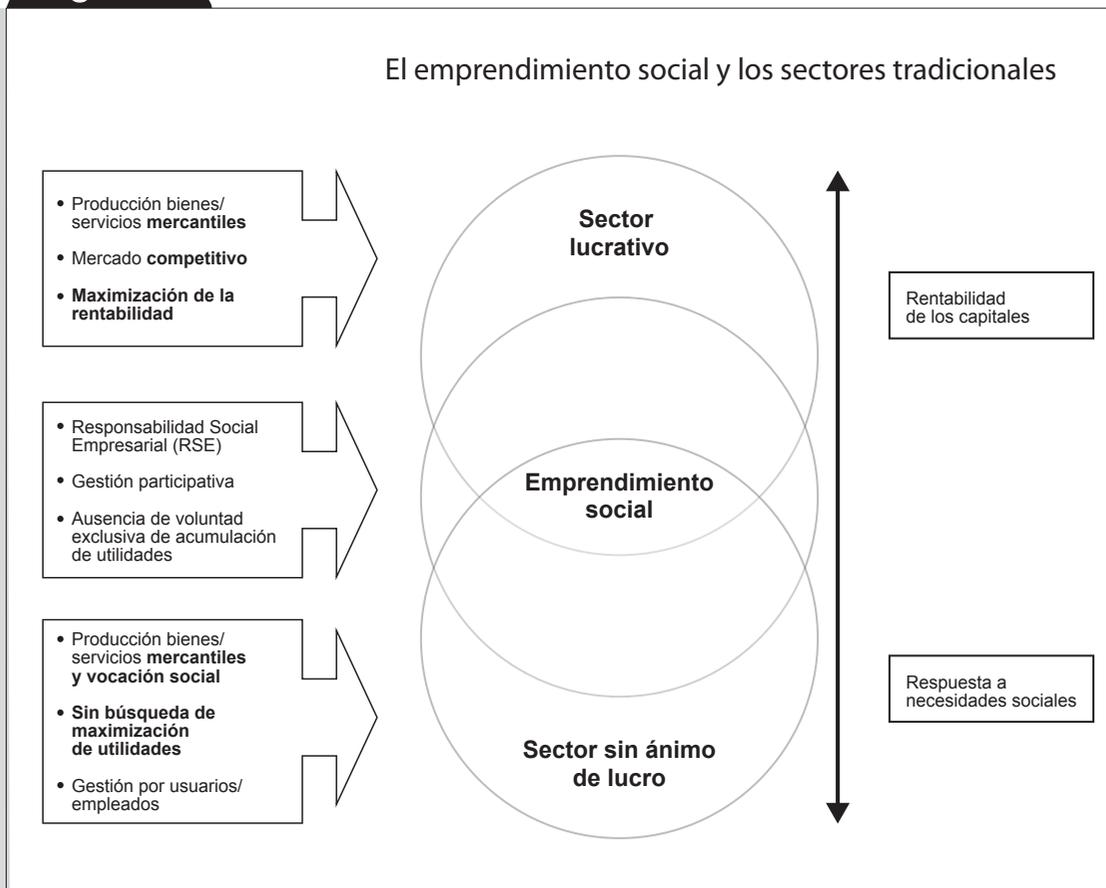
- Son el resultante de iniciativas privadas lideradas por ciudadanos preocupados por defender el interés colectivo, por cambiar la sociedad.
- Son indisociables de la noción de innovación social, bien sea a nivel de la oferta de bien o servicios propuestos, o a nivel de la creación de valor social y económico; bien sea en el modelo económico y de movilización de recursos, o en las cooperaciones (asociaciones) con otros actores, bien sea en el management (la gerencia).
- Pertenecen plenamente a la economía de mercado por mucho que las utilidades no representen un fin en sí, sino un medio para lograr un objetivo social.

La siguiente figura trata de ilustrar esquemáticamente la posición del emprendimiento social en medio de los sectores tradicionales de la economía.

2.1.2 De la lógica económica a la lógica global: shareholders vs stakeholders

Al comparar el emprendimiento tradicional con el emprendimiento tradicional, debe apreciarse, en primer lu-

Figura 1



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

gar, que en éste el componente *social* trae valor agregado a los proyectos desarrollados en el sector. Ahí se debe subrayar el viraje que ese nuevo enfoque implica en el concepto de **generación de valor**.

El concepto de generación de valor es inseparable de la noción de emprendimiento en la medida en que desde los orígenes se define el emprendimiento como el proceso de “transferencia de recursos económicos de un territorio de baja productividad a otro de mayor productividad y rendimiento” (Jean-Baptiste Say). Los mismos “mayor productividad y rendimiento” remiten a la generación de

valor y se traducen, en términos financieros, en mayores utilidades y rendimientos, así que tradicionalmente se entiende la generación de valor como la maximización de las utilidades generadas por la empresa con el fin de repagar la inversión de los accionistas en la entidad y enriquecerlos mediante dividendos (Friedman, 1970). Tal es el principio elemental de las organizaciones del sector lucrativo.

El postulado del emprendimiento social es que el valor que genera una entidad no pue-

de ni debe medirse sólo en términos estrictamente financieros. El emprendimiento social “ve” a más largo plazo, integra la noción de sostenibilidad en las organizaciones, se erige en contrapunto de una visión más bien cortoplazista del sector tradicional, que considera ante todo la entrada inmediata de utilidades, y más generalmente trata de superar la problemática de destrucción creativa inherente al capitalismo y que se suele aplicar al caso de los emprendedores del sector tradicional. La empresa social busca combinar la racionalidad económica con una visión socialmente inspirada, fijada como meta. Obvio, nos corresponde ahí aclarar la noción de “creación de valor social”, ya que esa es la finalidad primera del emprendimiento social.

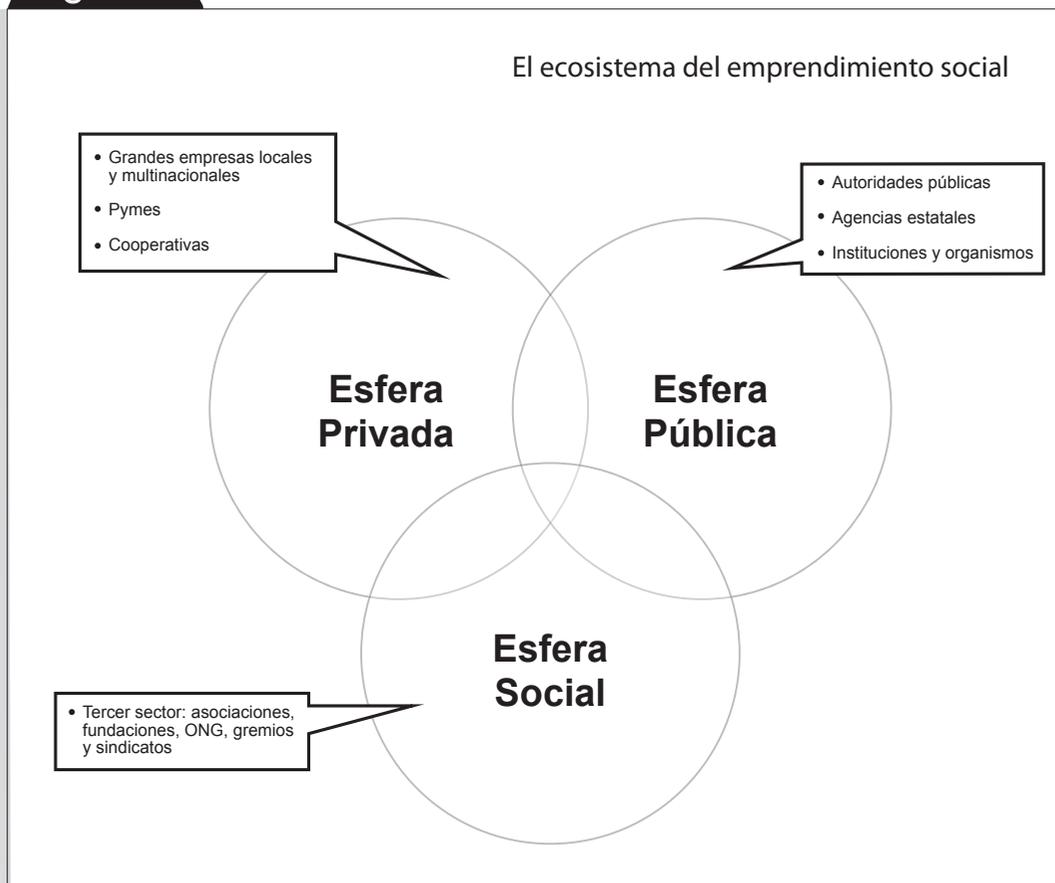
La investigación académica de la Red Sekn propone como definición de creación de valor social “la búsqueda de la mejora societal mediante la eliminación de las barreras que impiden la inclusión social, la asistencia a poblaciones temporalmente debilitadas o sin voz, y la mitigación de las externalidades negativas de la actividad económica” (Gutiérrez Poveda & Lobo Romero, 2006, 39). En esto, el emprendimiento social es una respuesta a las fallas del mercado y de la economía: actúa como un paliativo al proceso destructivo inherente a las actividades capitalistas; y en eso también el emprendedor social se acerca al emprendedor tradicional en la medida en que tiene la capacidad de transformar en oportunidades (sociales) los problemas económicos identificados.

Además, la noción de “inclusión” en la definición de valor social es esencial: ahí cabe el concepto de sostenibilidad; no se trata solamente de “asistir” (lo que tendría un alcance puntual) sino de “incluir” (lo que implica un

cambio estructural); es decir, integrar dentro del todo a partes excluidas. La acción y la visión que pretende difundir el emprendimiento social se proyectan a largo plazo y se entienden en relación con un contexto, un conjunto ya existente y formado: la acción y la visión de las empresas sociales no son aisladas sino que, al contrario, se integran a una realidad ya constituida en la que intentan generar una dinámica de cambio positivo.

De hecho, la organización del sector del emprendimiento social se integra dentro de un “ecosistema” compuesto por diferentes actores de las esferas económica, pública y social; por lo tanto, tiene conciencia de representar un elemento dentro de una cadena de valor que lleva a los individuos a su autorrealización, proporcionándoles recursos económicos, sociales, ambientales y políticos. La noción de ecosistema es clave para entender la especificidad de los emprendimientos sociales y condiciona los mismos éxitos de las empresas sociales. Los elementos que componen el ecosistema son interdependientes, es decir, cada uno necesita al otro para sobrevivir, y son las relaciones balanceadas entre cada uno de esos elementos que aseguran la perennidad del conjunto como la de cada uno de sus componentes. El sector del emprendimiento social funciona de este modo: la conjugación de las limitaciones en recursos financieros y la amplitud del reto social obliga a las entidades a buscar vías innovadoras para poder crecer y tener un impacto duradero. Dentro de tal esquema, las entidades no pueden considerar exclusivamente intereses de accionistas (*shareholders*), sino que deben encargarse de responder (*accountability*) los intereses de todos los participantes directos e indirectos en su desempeño (*stakeholders*); es decir, además de sus accionistas, sus empleados y colaboradores, sus proveedores y clientes, las autoridades públicas, la comunidad donde opera y sus socios diversos. El reto de las organizaciones sociales estriba en identificar y conciliar aspectos de equidad social y viabilidad económica, pero también de perennidad de los ecosistemas y de la salud humana, y para hacer eso debe formar alianzas, conseguir socios y apoyos dentro de las diferentes esferas privada, pública y social.

Figura 2



Fuente: elaboración de la autora.

La generación conjunta de valor económico, social y humano preconizada por el emprendimiento social se logra mediante la creación de sinergias entre los diferentes actores. De hecho, ésta es efectiva cuando cada uno de los actores saca beneficios de su participación en el proceso; se trata aquí de formar relaciones “gana-gana”, en el sentido de Porter, para implementar soluciones duraderas, económicamente viables y que respondan de manera medible cuantitativa y cualitativamente al problema social-humanitario-ambiental identificado.

El espíritu participativo e integrador del emprendimiento social implica también la noción de *co-creation*, tal como la teoriza Prahalad (Prahalad & Ramaswamy, 2004). El valor ya no es solamente creado por la organización y transferido a un cliente/beneficiario sin que haya ninguna

interacción entre los dos, sino que la generación de valor se vuelve una construcción colectiva que va de la implicación de la organización al compromiso de socios de otras esferas del mercado y debe llevar al empoderamiento del usuario final. En este sentido, el sector pretende operar un cambio sistémico en la sociedad renovando las percepciones y conductas individuales de los diferentes actores del mercado y, haciéndolo, eliminar las fronteras entre los sectores tradicionales, público, privado y sociedad civil: el propósito social entra en el mundo de la empresa tradicional del mismo modo que el argumento económico contamina los sectores público y social.

2.1.3 De la tradición a la innovación: nueva gerencia, nueva cultura y un mundo de oportunidades

La integración del objeto social dentro del propósito de las entidades económicas ha permitido desviar el foco inicial de las empresas del sector tradicional y dar origen a nuevos tipos de empresas y de modelos de negocios originales. Pero también la innovación que implica esta articulación del emprendimiento social estriba en diseminar la racionalidad económica dentro de los proyectos sociales. La condición de éxito de la empresa social, tal como la expone Muhammad Yunus, es que sea rentable y logre crear conjuntamente valor social y financiero; en eso, el emprendimiento social debe superar las limitaciones de los sistemas tradicionales de financiamiento de obras sociales (subsidios públicos, filantropía, caridad) –que por necesarios que sean permiten una supervivencia a corto y mediano plazos– e inventar soluciones creativas que respondan al problema identificado en una base de largo plazo.

Así, el sector del emprendimiento social, por su misma naturaleza, prueba ser novador e innovador tanto en el ámbito de sus líderes como en los mismos negocios sociales y en la percepción de su propio objeto social.

Primero, la emergencia del emprendimiento social ha permitido revelar un nuevo tipo de líderes que son los emprendedores sociales. ¿En qué se pueden considerar diferentes los emprendedores tradicionales? Por la misma meta que persiguen, los emprendedores sociales resultan movidos sobre todo por el impacto social que pueden tener más que por las posibles repercusiones económicas; es decir, buscan optimizar las ganancias sociales antes que las ganancias económicas. Mien-

tras el emprendedor es el agente del cambio económico, el emprendedor social es el agente del cambio social. En esto, su primer reto es vencer la resistencia al cambio de la sociedad para operar un cambio sistémico en la misma. Debe aliar creatividad y pragmatismo, además de ser absolutamente entregado a su causa como condición para poder imponer sus ideas y convencer a su entorno, escéptico por naturaleza.

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

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

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

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

- Sus competencias: las organizaciones del sector tienen un objeto social bien definido y trabajan para fortalecerlo mediante la creación de un conjunto de prácticas y actuaciones. Ese conjunto de experiencias les permiten desarrollar unos conocimientos propios y exclusivos que favorecen la innovación.
- Sus alianzas: por tener recursos limitados, esas organizaciones deben buscar apoyos externos financieros, técnicos, logísticos, estratégicos, jurídicos, humanos... Se trata de optimizar su acceso a recursos y su gestión propia. La flexibilidad y apertura de esas entidades son otras condiciones que favorecen la innovación en el sector del emprendimiento social.
- Su conocimiento del entorno: las estructuras del sector también logran innovar porque conocen las condiciones de su entorno y saben utilizar, optimizándolos, los recursos locales. La calidad que aquí se quiere subrayar es la gran adaptabilidad de las organizaciones del sector del emprendimiento social.

Por fin, la novedad que ha traído recientemente el emprendimiento social está en la redefinición de su propio objeto social; es decir, de su misión. Por una parte, el sector tradicional hasta hace poco consideraba fuera de su alcance a la mayor parte de los consumidores potenciales; es decir, por regla no se dirigía a los cuatro mil millones de personas pobres (dos tercios de la humanidad), considerando como una evidencia que esa franja de la población no podía acceder a ningún bien o servicio que proporciona la economía de mercado y, por lo tanto, sus necesidades debían estar a cargo de otras instituciones (estatales, multilaterales y ONG). Por otra parte, las entidades tradicionales del sector social tienden a considerar que por tener una vocación social no pueden cobrar y así, por naturaleza, se ubican fuera del sector tradicional y proporcionan un servicio regalado. Sin embargo, la esca-

sez de recursos limita significativamente a los actores sociales en sus actividades caritativas; la consecuencia de ello es que el impacto de las entidades puede resultar afectado no solamente porque las estructuras son debilitadas por sus fuentes de ingresos inestables sino que, por proporcionar servicios de asistencia, pueden no conseguir efectos de larga duración, ya que los usuarios no participan mediante un pago y así quedan por fuera del sistema tradicional del mercado de la oferta y la demanda.

En este aspecto, la emergencia del sector del emprendimiento social en su forma moderna marca un cambio notable: la empresa social considera que cualquier individuo tiene los recursos propios para salir adelante, pero lo que falta son las oportunidades, de modo que la *creación de oportunidades* es la misma vocación del sector del emprendimiento social. Se trata de empoderar a los individuos en vez de asistirlos gratuitamente; esto, como hemos mencionado, tiene efectos benéficos a corto o mediano plazos, pero a largo plazo no es sostenible. El emprendedor social quiere responder a una demanda que hasta ahora ha sido ignorada, pero que sí existe; es decir, intenta crear nuevas oportunidades y reubicar dentro del sistema tradicional a personas que suelen quedarse por fuera; y, haciéndolo, se ubica en una perspectiva a largo plazo que busca tener un impacto social durable, mediante una organización autosostenible, con fuentes de ingresos diversificadas parcialmente proveídos por los mismos beneficiarios de la estructura. En ese sentido, el emprendimiento social trata de romper paradigmas mientras observa una lógica de integración, participación y responsabilidad de todos los agentes: lo que profesa el emprendimiento social es que las empresas tradicionales pueden dirigirse a todo tipo de

actores económicos, adaptando sus productos y procesos (Prahalad, C. K. & Hart, S. L., 2002), y que las entidades sociales pueden alcanzar una viabilidad económica creando formas originales de hacer negocios que permitan reintegrar a sus usuarios dentro del sistema tradicional (Prahalad, C. K., 2004).

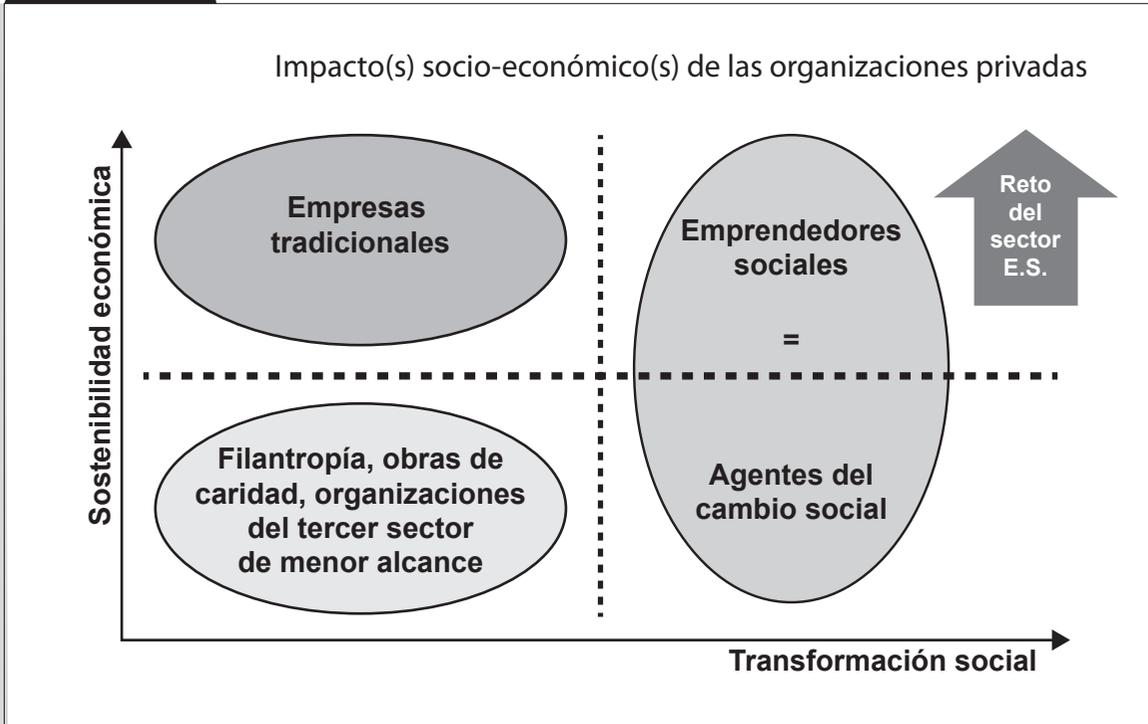
2.2 ¿Qué campos cubre el emprendimiento social?

De acuerdo con lo expuesto, el emprendimiento social tiene formas, implicaciones y aplicaciones muy diversas y se desarrolla en las tres esferas de lo privado, lo público y lo social. Para acercarnos con más precisión y justeza al sector, se hace necesario proponer una tipología. Como lo hemos mencionado con anteriori-

dad, si el emprendimiento social busca aliar sostenibilidad y maximización del impacto social (el beneficio social, siendo la finalidad y la sostenibilidad económica, se vuelve un reto debido a la restricción creciente de los recursos ilimitados procedentes de la filantropía o de los sectores públicos y privados), una primera tipología que se podría proponer para ubicarlo y calificarlo en un mapa de las organizaciones existentes en la economía real sería una que considerara esos dos criterios clave para el sector, que son la “transformación social” y la “sostenibilidad económica”.

Las empresas tradicionales, que tienen como finalidad la maximización del valor económico, se ubican en la parte superior izquierda; el impacto social de éstas, siendo limitado y secundario (como ya se ha mencionado, cualquier tipo de emprendimiento tiene un impacto social en la medida en que éste es siempre la emanación de agentes de la sociedad y se desarrolla en la misma), es una consecuencia generalmente casual, un efecto no buscado por la misma organización; di-

Figura 3



Fuente: elaboración de la autora.

cho en otras palabras, las empresas tradicionales no tienen la maximización del beneficio social como finalidad¹.

Por otra parte, segmentos del sector social (filantropía, obras de caridad y otras entidades de menor alcance) no se pueden considerar como emprendedores sociales, bien sea porque contribuyen al cambio social de manera indirecta (la filantropía proporciona fondos para desarrollar proyectos sociales, pero no es operadora directa de esos proyectos), bien sea porque tienen un impacto social puntual o localizado y concerniente a una franja muy reducida de población, lo que también fragiliza sensiblemente su viabilidad financiera y el alcance de su impacto social (como es el caso para numerosas obras de caridad y asociaciones del tercer sector). Ese tipo de entidades no contribuyen de manera directa o significativa a crear un nuevo equilibrio que transforme un problema en una oportunidad de crear valor social (en el sentido de romper barreras y permitir inclusión dentro del sistema en vigor de nuevos individuos) y cambiar el orden establecido (es decir, tener un impacto de largo alcance)². Por consiguiente, el propósito de esta parte consistirá en aclarar y profundizar los papeles de cada sector, social, privado y público, en la conformación del sector transversal que es el emprendimiento social.

2.2.1 Tercer sector

El tercer sector, o sector social o ciudadano, es por esencia e historia el lugar del emprendimiento social. El sector no ha dejado de crecer en los últimos veinte años a pesar del retiro de los Estados; sin embargo, la pregunta crucial que se ha hecho a lo largo de los años, y que consiste en el desafío del sector, ha sido la de su financiación. De hecho, la esca-

sez de recursos ha obligado al sector ciudadano a encontrar formas de autofinanciarse que modifiquen sus prácticas y su filosofía. Así, la tendencia del emprendimiento social ha sido vincularse cada vez más con el sector privado, extrayéndole sus métodos y difundiendo dentro de las empresas sociales cierta racionalidad económica. De esta manera, la noción de sostenibilidad se ha vuelto central para las entidades sociales porque la experiencia ha probado que de la viabilidad económica de las estructuras del sector también depende el cumplimiento óptimo de su objeto social. Esa tensión ha llevado a los actores sociales a profesionalizarse cada vez más y a desarrollar conjuntamente instrumentos de medición tanto del desempeño económico como del impacto social de las organizaciones.

La tecnificación creciente del sector ha dado luz a modelos de negocios cada vez más complejos e innovadores que permiten el auge del sector y también su “reformulación”. De ahí surgen nuevas preguntas en cuanto a la definición del emprendimiento social; por ejemplo, si se compara una asociación caritativa cualquiera con un organismo de microfinanzas, técnicamente los dos son de emprendimiento social porque las dos organizaciones consisten en iniciativas privadas para servir intereses colectivos; sin embargo, una es claramente sostenible, mientras la otra no lo es a priori... todavía no se ha realizado

1 Así como lo apuntan Martin & Osberg (2007, 35): “las organizaciones creadas por emprendedores sociales pueden ciertamente generar ingresos, y pueden conformarse con o sin ánimo de lucro. Lo que distingue el emprendimiento social es la primacía del beneficio social” (traducción libre del autor).

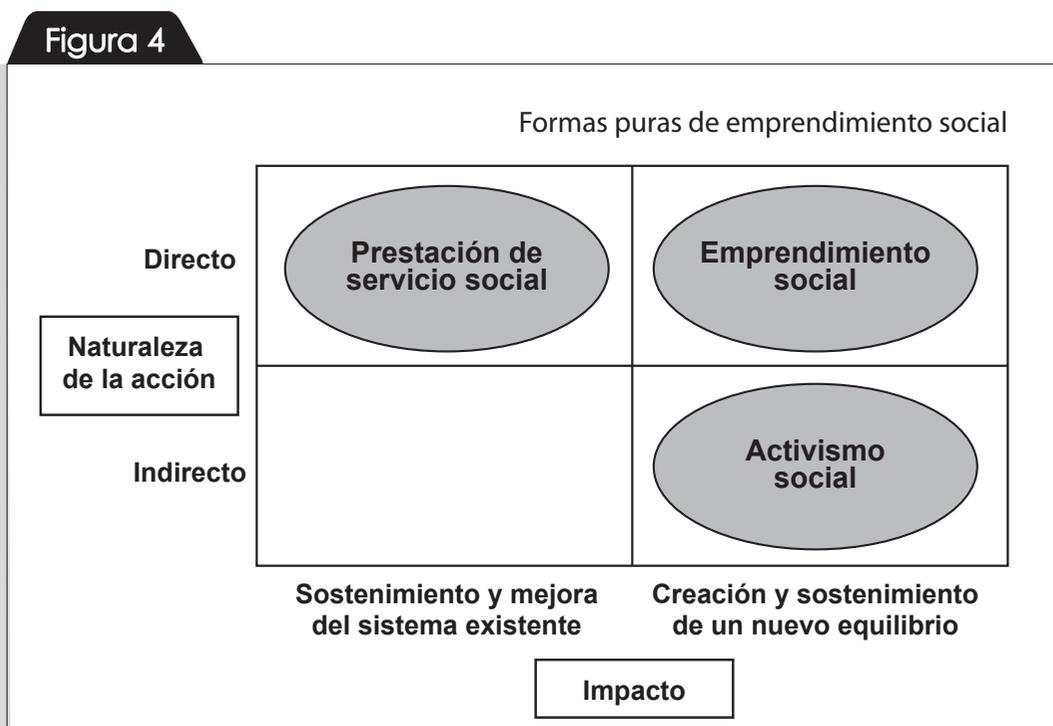
2 “Definimos el emprendimiento social con los siguientes tres componentes: (1) identifica un equilibrio estable, pero intrínsecamente injusto que causa la exclusión, la marginalización o el sufrimiento de un segmento de la humanidad desprovisto de los medios financieros o del peso político para lograr por sí solo una transformación benéfica; (2) identifica una oportunidad en ese equilibrio injusto y desarrolla una propuesta de valor social, que movilizan creatividad, acción directa, coraje y fortaleza para retar la hegemonía de dicho estado estable; y (3) forja un equilibrio nuevo y estable que libera las potencialidades atrapadas 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 hasta para la sociedad en su conjunto (Martin y Osberg, 2007, 35).

una distinción clara entre estos diferentes modelos; sin embargo, se podría proponer una discriminación entre las organizaciones caritativas (asociaciones y fundaciones que dependen de la filantropía o de donaciones particulares y tienen un impacto social localizado, los organismos de solidaridad internacional, ONG financiadas por entidades gubernamentales y supranacionales), y las empresas sociales que sí generan ingresos propios, tienen un modelo de negocios propio, tal como se concibe en el sector privado, y sobre todo tienen un impacto social de larga escala que modifica el orden social.

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

de la prestación de servicio social, subrayan el hecho de que ese tipo de acción social nunca va más allá de la misión que se ha fijado inicialmente y del contexto en el que se mueve; tiene una meta de alcance reducido, sin posibilidad de replicación, no opera un cambio sistémico en la sociedad y, por lo tanto, es limitada en su impacto, lo que la hace vulnerable. Por otro lado, el activismo social se diferencia del emprendimiento social en que no emprende directamente para cambiar un estado deficiente de las cosas, sino que trata de sensibilizar e influenciar a actores para que ellos cambien ese estado deficiente; en este sentido, el activista social no es agente del cambio, sino un mediador entre el actual equilibrio y el equilibrio deseable que él impulsa pero no implementa. Obviamente, los dos autores precisan que tanto el activismo social como las prestaciones de servicio social pueden convertirse en emprendimiento social pero en su forma pura; es decir, en su definición estricta, no son asimilables a emprendimiento social.

Así, para definir de manera más acertada el campo del emprendimiento social, elaboran la siguiente matriz que distingue los tres tipos de acciones sociales:



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

2.2.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El nivel creciente de información de los consumidores, junto con su mayor exigencia en términos de calidad, ha llevado a las empresas a reorientar sus estrategias para mostrar una cara más humana a sus clientes. La noción de *stakeholders*, al lado de la de *shareholders*, se hace cada vez más importante y obliga a las empresas a mostrar más transparencia. Es esa misma noción de *stakeholders* que conlleva el concepto de responsabilidad social: se trata de reubicar la empresa dentro de su contexto como elemento de una cadena que viene constituida por muchos otros actores; en la medida en que existen interacciones entre estos actores, las actuaciones de uno pueden interferir con las actuaciones del otro; de ahí, la empresa tiene que rendir cuentas a sus *stakeholders*; dicho de otra manera, la empresa es responsable frente a esos otros actores que gravitan en ella y a su alrededor. Así, para convivir armoniosamente con estos actores, la empresa debe fijarse metas diferentes de su tradicional objetivo de rentabilidad económica máxima. Solo así la la empresa entra en el sector del emprendimiento social³ y busca la realización de un objeto social⁴.

Para una empresa, las formas de emprender socialmente son múltiples: desde la protección del medio ambiente hasta la financiación de una fundación, la participación en elaboración, asesoría, montaje de proyectos sociales, la elaboración de una política de recursos humanos que favorezca

la diversidad, facilite la capacitación de sus colaboradores en su cadena de producción, en el tipo de productos y servicios que vende. El emprendimiento social empresarial también tiene miles de formas porque el sector privado es por excelencia más apto para innovar, para entender las demandas del mercado y responderlas de manera racional y rentable, debido a las numerosas herramientas que desarrolla para hacer crecer su propio negocio y que pueden hacer que su intervención en emprendimiento social sea eficiente y aprobado por los mismos accionistas⁵.

Sin embargo, si no existen reglas, el compromiso de las empresas con la sociedad generalmente depende bien sea del líder de la empresa⁶ –quien puede impulsar una política social particular, basado en su experiencia, sus preocupaciones o sus gustos propios– bien sea del sector en donde se ubica la misma⁷-. En este sentido, una empresa editorial se involucrará más voluntariamente con temas de educación que con temas de salud. Siempre que se comprometan con temas sociales, las compañías tratan de mantener cierta racionalidad económica coherente con su modelo de negocio original: la empresa se involucra con la sociedad como una potencial oportunidad

3 Una distinción que algunos especialistas hacen entre emprendimiento social y RSE es que el emprendimiento social es la respuesta de la sociedad civil a las fallas de la economía, mientras la RSE es la respuesta de la empresa a esas mismas fallas (leer la entrevista de la Dra. Marie Lisa M. Dacanay, directora del programa de Emprendimiento Social y de Desarrollo del Instituto Asiático de Management – AIM (24 de junio 2005), “Social entrepreneurship: creating wealth for the marginalized groups of society”. *BusinessWorld*.)

4 “Cuando las compañías llevan a cabo acciones tendientes exclusivamente a la creación de valor social, ingresan en el ámbito de las empresas sociales” (Sekn, 2006, 3).

5 “La firma puede sacar ventaja en términos de eficiencia al contribuir socialmente; es decir, al buscar el bien social, la firma puede resultar más eficiente que las organizaciones a las cuales los ciudadanos suelen dirigir sus donaciones personales. Los accionistas podrían así preferir la generosidad social empresarial a la generosidad personal para apoyar causas sociales” (Baron, 2005, 6. Traducción libre del autor).

6 Refiriéndose a empresas como The Body Shop, Ben and Jerry’s y Patagonia, Roper & Cheney (2005) justamente precisan: “los fundadores iniciaron con sólidas visiones de negocios socialmente receptivos y lograron instilar sus valores dentro de la organización”.

7 “Mientras que la mayoría de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) se dedica a la producción de bienes y servicios destinados al mejoramiento social, los emprendimientos sociales de las empresas de negocios apuntan a actividades dentro de sus operaciones generales que producen valor social” (Sekn, 2006).

de negocios futuros para ella (puede mejorar su imagen, ganar nuevos clientes) y por lo mismo puede en algunos casos desarrollar una ventaja competitiva. Se habla de RSE estratégica cuando la inversión en obras sociales se conjuga con un incremento de las utilidades de la empresa. Algunos ven ahí una forma de cinismo por parte de la organización; sin embargo, "lo importante no es si la motivación de la compañía se basa en el altruismo o en un interés utilitario. En la realización de un emprendimiento social, la empresa tiene la intención explícita de generar mejoras sociales a través de la movilización y asignación inteligente de sus recursos" (Sekn, 2006). Por lo mismo, a veces también su misma obra social le puede permitir mejorar su negocio en términos de producción o distribución. La propuesta del emprendimiento social para la empresa es crear una relación gana-gana que implemente una forma de "capitalismo creativo", así como lo evocó Bill Gates en su discurso en el Foro Económico de Davos, Switzerland (2008).

Por lo tanto, existen muchas controversias alrededor del tema: son pocas las inversiones en emprendimiento social que permiten realmente maximizar el retorno para los accionistas y siempre permanece la tensión entre el objeto principal de la compañía (maximizar las utilidades) y las necesidades sociales insatisfechas a las que podría responder la misma organización. La mayoría de políticas de RSE representan un costo para la empresa: si no todas las políticas de RSE incrementan el valor de mercado de una empresa, un argumento a favor del emprendimiento social empresarial es que, en todos los casos, el compromiso hacia la sociedad permite proteger la marca y hace oficio de relaciones públicas, lo que no va en contra del objeto principal de la empresa.

Al final, el tema de la responsabilidad social empresarial, por muy controvertido que sea, se ha vuelto un paso obligatorio para casi todas las empresas debido a la presión y exigencia de la misma sociedad civil. La discusión de saber si las políticas de RSE deben ser impulsadas por el mismo Estado o si deben depender de la voluntad propia de la empresa queda abierta. Sin embargo, en muchos países del norte, las empresas más grandes deben por ley publicar un balance social, en el que exponen su política social hacia sus colaboradores directos (capacitación, política de sueldos, de diversidad...) y hacia la comunidad (respeto de las normas medioambientales, existencia de una fundación de empresa, lazos con la comunidad...). Además, los Estados tratan de impulsar y hacer atractiva la RSE mediante incentivos fiscales a las empresas que practican filantropía o llevan programas de mecenazgo.

2.2.3 Sector público

Si el sector público era inicialmente el encargado de la acción social, porque supuestamente es el sector facultado para corregir las fallas del mercado, con el tiempo ha delegado cada vez más a la sociedad civil y al sector privado el manejo de los temas sociales. Como lo hemos visto, para responder las demandas sociales, se requieren gran capacidad de innovación, flexibilidad y adaptabilidad; pero precisamente por su naturaleza (múltiples consideraciones de orden constitucional, legislativo y ejecutivo) el sector público se mueve con más dificultades si se compara con la esfera privada, que tiene mayor campo y libertad para experimentar.

La tendencia es que la misma sociedad civil se vuelve el receptáculo de las demandas sociales y las transfiere al poder público para que pueda regular y legislar. La acción del Estado está basada en la concertación con los diferentes actores sociales (sociedad civil, gremios empresariales...). Ahí también el emprendimiento social permite implementar combinaciones creativas de cooperación entre ONG o empresas y agencias estatales para responder de manera óptima a las necesidades sociales.

A modo de primeras conclusiones, como se ha podido ver, el sector del emprendimiento social ya ha probado que no se trataba de una moda, tampoco de un fenómeno coyuntural, sino que se inscribía dentro de una tendencia a largo plazo y que va infundiendo su cultura en todas las esferas y en todos los ámbitos de la sociedad.

El sector es cada vez más organizado, con modelos de negocios cada vez más complejos, y consiguió una existencia propia fuera de las tutelas estatales o de las iglesias,

lo que le confiere más independencia y peso político; además, se ha ido relacionando con el mundo empresarial, gubernamental y también académico para volverse más profesional y, por consiguiente, más competitivo.

El gran reto ahora para el sector es demostrar su eficacia económica, de la que depende la sostenibilidad de sus entidades, innovando, profesionalizándose e institucionalizándose.

El contexto colombiano

Si el tema de responsabilidad social ha ganado en visibilidad y audiencia en Colombia, el de emprendimiento social es relativamente desconocido tanto en el mundo académico como en el mercado real.

En el tercer sector, los grandes actores del sector de emprendimiento social son sobre todo fundaciones extranjeras reconocidas a nivel mundial por su labor en el tema.

Con respecto a la economía real, se fomenta el emprendimiento sin mención particular al emprendimiento social: se financian y apoyan proyectos de emprendimiento independiente de si son de emprendimiento privado o, por casualidad, de emprendimiento social.

El punto aquí estribará entonces en observar lo existente y ver cuáles potencialidades se ofrecen al campo del emprendimiento social.

3.1 El tercer sector

El emprendimiento social es sobre todo la obra de la sociedad civil cuando ella toma la responsabilidad de encargarse de y responder a las necesidades insatisfechas de sus miembros; y por mucho que las empresas hayan incurrido en el campo del emprendimiento social, lo hicieron como una respuesta a la demanda de la misma sociedad civil. Por lo mismo, parece importante presentar un vistazo del sector y sus potencialidades en Colombia.

Como introducción, cabe mencionar el poco conocimiento que se tiene del sector y los escasos estudios que se

han realizado. Entre los pocos registros, debe revisarse el estudio que adelantó la Universidad John Hopkins en 1995 sobre el tercer sector en 22 países latinoamericanos y los artículos de profundización del caso colombiano de Rodrigo Villar, que fue el coordinador del equipo colombiano para el mismo estudio.

3.1.1 Tamaño y estructura

El tercer sector conoció un crecimiento rápido sobre todo entre 1975 y 1985 y en 1999, contaba de 135.599 entidades sin ánimo de lucro, lo que representaba el 2,38% del empleo total no agrícola del país (3,11% considerando los voluntarios de tiempo completo o equivalente. Villar, 1999). Obviamente al compararlo con países desarrollados, el tamaño del tercer sector colombiano parece muy reducido (en Holanda es casi el 13% del empleo total no agrícola); sin embargo, al compararlo con países vecinos, el tercer sector colombiano está entre los más importantes en términos de proporción del empleo total no agrícola del país; en México, por ejemplo, representa apenas un 0,4% del empleo no agrícola; mientras el país que tiene la mayor proporción de empleo en el sector sin ánimo de lucro es Argentina (3,7%). El promedio para Latinoamérica es de 2,2%. De modo general, resalta que América Latina tiene un tercer sector

relativamente pequeño en comparación con los de los países desarrollados.

También, a modo de paralelo, para tener una idea más precisa del tamaño del tercer sector a nivel nacional, podemos mencionar que éste representa casi el 15% del empleo total en servicios (y casi 19% considerando a los volun-

tarios) y, más significativo aún, si se compara con el sector público, el tercer sector representa más de un tercio (y hasta más de 40% incluyendo a los voluntarios) del empleo total del sector público.

Existe una inmensa variedad dentro del sector pero se pueden identificar cinco grandes áreas de actividad de las organizaciones sin ánimo de lucro:

Tabla 1	
Colombia: áreas de actividad de las organizaciones sin ánimo de lucro	
Áreas de actividad	Porcentaje
Educación	26,6%
Salud	17,5%
Asociaciones de empresarios, profesionales y trabajadores	15,1%
Servicios sociales	14,6%
Desarrollo económico social y comunitario	13,1%

Fuente: Villar, Rodrigo. *El tercer sector, la sociedad civil y la gobernabilidad democrática en Colombia*.

El sector de la educación tiene un peso significativo dentro del tercer sector colombiano pero es menor en otros países latinoamericanos (en Perú representa hasta 74,5% del empleo en el tercer sector). En ese sentido, podemos subrayar que la composición del tercer sector colombiano es relativamente balanceada.

En cuanto a las fuentes de ingresos, las organizaciones sin ánimo de lucro en Colombia, como en toda Latinoamérica, se financian esencialmente mediante ingresos privados; es decir, recursos generados por las mismas entidades (tipo cuotas, matrículas, prestaciones de servicios) y muy poco mediante ayudas gubernamentales o donaciones, tal como lo ilustra la siguiente tabla:

Tabla 2			
Comparativo según fuente de ingresos de las entidades sin ánimo de lucro			
	Ingresos privados %	Recursos gubernamentales %	Donaciones %
Países estudiados	48	41	11
Holanda		60	
América Latina	74%	15,51	0,4
Argentina		19,5	
México	82,28	,5	6,3
Colombia ⁷	0,2	14,9	14,9
Perú	67,8		

Fuente: Villar, Rodrigo. *El tercer sector, la sociedad civil y la gobernabilidad democrática en Colombia*.

Para explicar la poca participación del público en general y del gobierno en el financiamiento de las obras sociales, Rodrigo Villar emite la hipótesis de que el tercer sector “en menor proporción trata con un público dispuesto a donar tiempo o dinero para el desarrollo de la misión social de la misma [ESAL] y también con un sector que aún no tiene la legitimidad suficiente ante el gobierno para ser un intermediario importante de servicios públicos con recursos gubernamentales” (Villar, 2000, 9). Sin embargo, si esa hipótesis puede sugerir la falta de profesionalismo e institucionalización del tercer sector en Colombia, el hecho de que el sector genere él mismo sus propios recursos aparece como un punto a favor del desarrollo de emprendimientos sociales sostenibles en Colombia.

3.1.2 Tendencias

Se observan tres tendencias dentro del tercer sector:

- Por una parte, las empresas sin ánimo de lucro (ESAL) han ido apartándose de las tutelas estatal, partidistas y eclesiástica y se van fortaleciendo entre sí mediante la generación de alianzas.
- Por otra parte, se comprueba una mayor participación y audiencia del tercer sector en el escenario público.
- Además, si el Estado apoya materialmente poco a las ESAL, impulsa de manera fuerte su creación y favorece sobre todo a las entidades que trabajan los temas de participación comunitaria y apoya estrategias que promuevan la solidaridad, el voluntariado y la autoayuda. Adicional a lo anterior, en los años recientes se nota un incremento en la transferencia de recursos gubernamentales a las ESAL que laboran en el sector de apoyo a poblaciones de bajos ingresos.

Esas tendencias también se pueden analizar como argumentos favorables al desarrollo de emprendimientos sociales en Colombia: la independentización de las entidades del tercer sector, la creciente oportunidad que tiene de sensibilizar al público, además del papel del Estado orientado a fomentar el fortalecimiento de poblaciones vulnerables según una lógica no asistencialista, son elementos fuertes para permitir, por una parte, la consolidación de la sociedad civil y, por otra, la generación por esa de innovación social mediante la apertura y ampliación del espacio de participación.

3.1.3 Retos

Hasta ahora, la debilidad del Estado para garantizar los derechos civiles y las libertades públicas limita el margen de actuación de la sociedad civil colombiana y le impide seguir fortaleciéndose, institucionalizándose y renovándose.

Así, Rodrigo Villar identifica varios síntomas que apuntan a la debilidad del tercer sector:

- El paternalismo en las formas de intervención social.
- La falta de profesionalismo.
- La escasez crónica de recursos.
- La limitada rendición de cuentas.

Con el fin de superar esas falencias, el autor sugiere la necesidad de construir redes y trabajar en conjunto con la esfera pública para lograr impactos de mayor alcance⁸, no solamente en el

8 “En un período como el actual, donde la competencia por recursos entre las organizaciones del sector es cada vez más creciente y donde muchas veces prima el objetivo de sobrevivencia organizacional sobre la misión social, es importante pensar más allá de los límites de las organizaciones y generar estructuras y redes solidarias, así como orientar el fortalecimiento de la capacidad de las organizaciones para enfrentar coordinadamente, y en relación con los gobiernos, los agudos problemas de pobreza, equidad, democracia, exclusión y no sólo para sobrevivir en el competitivo mundo de las “empresas sociales”.

En términos potenciales, la acción de las organizaciones en la esfera pública y la interacción entre gobiernos y organizaciones civiles, más que la acción aislada de las últimas, es lo que puede conseguir efectos sociales de gran alcance. Las organizaciones del tercer sector no son la alternativa a los gobiernos, ni al sistema político, ni al mercado, pero sí importantes actores que influyen en su transformación. Los actores de la sociedad civil, como actores públicos legítimos, participan al lado de las agencias del Estado y del mercado y *no en su reemplazo*, en la elaboración e implementación de las políticas públicas y en el avance del bien común” *La institucionalidad y el tercer sector en Colombia: Notas para una reflexión* (Villar, 2001).

sector social, sino también en la conformación de la institucionalidad pública y de la gobernabilidad democrática.

Adicional a ello, el autor señala que “sabemos muy poco y hacemos muchos supuestos sobre el impacto y el potencial de las organizaciones del sector” (Villar, 2000, 12). De hecho, otro reto del tercer sector es la creación de mecanismos de autorregulación y rendición de cuentas y la implementación de herramientas de evaluación para que el sector gane en eficiencia, transparencia y credibilidad, y pueda sentar su legitimidad.

3.1.4 Tercer sector y emprendimiento social

En cuanto a las relaciones entre el tercer sector y el emprendimiento social en Colombia, dos puntos merecen mención:

- Por una parte, existe en Colombia una fuerte tradición de emprendimiento social y solidario a través de los movimientos cooperativista y mutualista. Al considerar las cooperativas, mutuales, fondos de empleados, asociaciones mutuales, juntas de acciones comunales, además de las asociaciones y fundaciones, se estima en 10 millones (Dansocial, 2008) el número de personas que participan en el sector social; y el solo sector de cooperativas, fondos y mutuales representa un 5,6% del PIB (Dansocial, 2008). Ese dato nos parece relevante en cuanto a emprendimiento social en la medida en que, como se mencionó antes, son los mismos movimientos cooperativista y mutualista los que originaron el auge del emprendimiento social en Europa; si el sector todavía requiere aclaraciones en términos de normatividad y fortalecimiento, en términos de eficiencia pone las bases de la cultura del emprendimiento social.

- Por otra parte, si el incremento en el número de grandes fundaciones y ONG, muchas internacionales, ha favorecido la profesionalización del sector y ha permitido posicionar ese tipo de organizaciones como interlocutores privilegiados de las instancias multilaterales, tiende, sin embargo, a minimizar la participación de los sectores populares y crea cierta asimetría en la participación social. En ese sentido, aparece que el emprendimiento social se viene promocionado desde afuera y por arriba por grandes organización internacionales (Ashoka, Avina, Fundación Schwab, Acción Internacional, entre otras). De esta manera, se puede ver una oportunidad para que el emprendimiento social se fortalezca y se organice a nivel local y nacional, emancipándose de las tutelas de grandes fundaciones internacionales de tal forma que el país se apropie del tema.

3.2 Empresas y emprendimiento social

3.2.1 Estado del arte

Rodrigo Villar, en su estudio sobre el tercer sector, subraya el caso particular de Colombia dentro del contexto latinoamericano al cual concierne el fenómeno de las fundaciones empresariales: mientras en el 2000 identificaba 50 fundaciones empresariales en Argentina, 29 en Chile, 10 en Perú, Colombia por su lado contaba con 97 (Villar, 2000). María Cristina Rojas, en su investigación “Fundaciones Empresariales y Cambio Social” (2004), apuntaba que de 94 de esas mismas fundaciones, 34 tenían activos que representan el 1% del PIB de Colombia, con ingresos que significaban el 2,5% del gasto social en Colombia (Pérez Ortega, 2005). El autor ve aquí una señal importante: los empresarios prefieren realizar ellos mismos las actividades propias del Estado e incluso de las ONG.

Otros datos de interés fueron revelados mediante una encuesta que la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) realizó entre sus 850 afiliados en el 2004: 98 empresas declararon “considera[r] necesario asumir responsabilidades frente a la comunidad, la mitad de estas empresas realiza un balance social y un tercio realiza informe de gestión social; tres de cada cuatro hacen aportes

a fundaciones [...]. El total de aportes de estas empresas (US\$256.005.660) –en servicios sociales para sus trabajadores y para la comunidad, y en presupuesto para las fundaciones– representó 3,34% de sus ventas totales en el 2003” (Gutiérrez, Avella & Villar, 2006, 11). Lo que se puede comprobar es que no solamente se trata de declaraciones de intenciones, sino que a partir de la creación de programas inicialmente voluntarios, las empresas colombianas han impulsado las mismas leyes del país (en el caso, por ejemplo, de las Cajas de Compensación) y participan hoy en la financiación tanto de ONG como de programas estatales (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje, etc.). En el 2003, las empresas colombianas aportaron unos US\$1.184 millones a este tipo de obras sociales, lo que ha representado el 1,39% del PIB nacional (Gutiérrez *et al.*, 2006).

3.2.2 Tendencias

Las empresas colombianas, cuando se comparan con otras organizaciones de países en conflicto, sobresalen por sus altos estándares de responsabilidad social y “muchos empresarios consideran que las iniciativas sociales de las empresas deben alejarse de los criterios asistenciales y, más bien, contar con proyectos que integren el crecimiento económico con acciones que generen valor social y contribuyan a hacer sostenible en el tiempo la generación de riqueza” (Gutiérrez *et al.*, 2006, 24). El sector privado colombiano se distingue al superar sólo el nivel de cumplimiento con la ley y las expectativas de la sociedad para proponer verdaderas innovaciones sociales, aunque sea en relación con sus negocios o alejadas de éstos. Los emprendimientos sociales empresariales varían según las poblaciones atendidas (empleados directos, comunidades en la esfera de influencia de la empresa, poblaciones menos favorecidas), los temas de intervención (educación, salud, niñez, vivienda, microempresa, paz, justicia, medioambiente, arte...) y la estructura de los mismos proyectos emprendidos.

La tendencia que se nota en el emprendimiento social empresarial es que cada vez más las empresas dirigen sus acciones hacia grupos externos a ellas mismas; ese fenóme-

no marca “el paso de la caridad a la inversión social” (Gutiérrez *et al.*, 2006, 28), en el cual la empresa utiliza su pericia para definir y lograr metas sociales, que maximizan, por lo mismo, tanto el valor económico como el valor social creados. Esa inversión social se puede realizar bajo diferentes esquemas (Fundación Corona, 2007, 25):

- La empresa puede crear programas propios dentro de su misma organización.
- Puede crear una estructura aparte dedicada a la obra social o apoyar otra estructura sin ánimo de lucro ya existente.
- Puede asociarse a programas liderados por otros.
- Puede participar en programas gubernamentales.

La cooperación entre empresas y planes de desarrollo de alcaldías o programas del gobierno va creciendo. Ese tipo de iniciativas mixtas se ha desarrollado sobre todo desde los años noventa.

También, el hecho de que las empresas se involucren en temas diferentes a los de educación y desarrollo de proyectos productivos resulta bastante reciente.

Para finalizar, una última tendencia es la reflexión acerca del tema de filantropía estratégica, cuya meta es generar conjuntamente valor social y valor económico. En el 2004, 54 empresas colombianas firmaron el *Global Compact* y se han reunido más de 170 empresarios a pensar en una agenda común para alinear políticas de responsabilidad social por sector y región (Gutiérrez *et al.*, 2006).

3.3.3 Retos

Se identifican dos retos principales para la RSE en Colombia:

- Por una parte, el tema de diseñar un conjunto de instituciones y herramientas para difundir, evaluar y asesorar en temas de RSE (es decir, mejorar la institucionalidad y los incentivos que favorezcan la educación de los empresarios y gerentes) al igual que la implementación de las políticas al respecto y el desarrollo de herramientas (facilitar la información acerca del tema, definir criterios) de evaluación de las existentes.

- Por otra parte, definir planes y programas de seguimiento de avance de las políticas y experiencias de RSE por sectores y temas, así como definir un conjunto de buenas y mejores prácticas para capitalizar el conocimiento ya acumulado.

Como se ha subrayado, se cree que Colombia tiene condiciones favorables para el desarrollo de emprendimientos sociales, no sólo a nivel de la sociedad civil, sino también a nivel empresarial. Para poder desarrollarse, el tema todavía requiere una promoción y una cooperación más evidente entre las diferentes esferas pública, privada y social.

El contexto universitario

Si bien el tema de la responsabilidad es ampliamente tratado tanto en las universidades colombianas como en las de otros países, el tema específico del emprendimiento social –tal como se definió anteriormente– presenta bajos porcentajes de estudio; y en Colombia la situación no es más alentadora.

A pesar de esto, a continuación se presenta una muestra del trabajo que se hace en torno al emprendimiento social en algunas universidades tanto colombianas como extranjeras y se consideran unas observaciones como posibles ejes de desarrollo para nuestra Institución.

Adicionalmente, parece relevante mencionar cómo la Universidad Central concibe el emprendimiento social, así como lo que ya existe y se hace en esta misma Institución que puede permitir una futura expansión de dicho campo.

4.1 Emprendimiento social y universidades

4.1.1 *Las universidades colombianas*

4.1.1.1 Marco de la encuesta

Para realizar el estudio, se seleccionaron ocho de las principales universidades del país (privadas y públicas) reconocidas por sus trabajos en el campo de la administración: Universidad de los Andes, Universidad Externado de Colombia, Universidad del Rosario, Pontificia Universi-

dad Javeriana, Universidad de la Sabana, EA-FIT, Universidad Nacional y Universidad EAN.

Se escogió revisar tanto los programas académicos de pregrado y posgrado como las líneas y centros de investigaciones existentes y los trabajos de consultoría realizados por las mismas universidades. Adicionalmente, considerando que el tema de emprendimiento social implica cierta interdisciplinaridad, miramos también si existían programas que abarcaran el tema de emprendimiento social desde las perspectivas de las ciencias sociales y humanas.

Frente a la escasez de información sobre el tema específico de “emprendimiento social” y debido al contexto colombiano, en el cual las problemáticas de desarrollo (económico y social) siguen siendo una preocupación mayor y objeto de estudio exhaustivo en el ámbito académico, también se incluyó en la investigación las temáticas de RSE y desarrollo, tal como resultan tratadas por las universidades estudiadas. En la tabla 3 se expone una síntesis de este estudio.

4.1.1.2 Conclusiones

Si bien se nota que el tema de la RSE viene siendo abordado por casi todas las universidades estudiadas, bien sea mediante cursos integrados a la mallas de pregrado y posgrado, bien

Tabla 3

Emprendimiento social y universidades colombianas (muestra)

Universidad	Entidad	Programa existente	Contenido
Universidad de los Andes	Facultad de Administración	Investigación /consultoría	<ul style="list-style-type: none"> – CEC – IESO (Centro de Estrategia y Competitividad – Iniciativa de Emprendimientos Sociales): observatorio de competitividad y centro dedicado a la investigación y consultoría en temas de competitividad y clústers (país, región y departamento), economía regional y regulación, instituciones y asuntos públicos, estrategia empresarial, medio ambiente, responsabilidad social IESO, negociación y resolución de conflictos (entre otros) aplicados en el contexto latinoamericano. – Investigación en gestión pública (políticas de educación superior; gestión ambiental y desarrollo sostenible; emprendimiento y empresas de familia; innovación empresarial en países en desarrollo). – Investigación en mercadeo (mercados según características demográficas en sectores de bajos ingresos). – Investigación en finanzas (microfinanzas). – Investigaciones en estudios organizacionales (las organizaciones y sus procesos individuales y grupales; las organizaciones y su entorno; emprendimientos sociales; perdurabilidad y capacidades organizacionales).
		Pregrado	<ul style="list-style-type: none"> – Curso de responsabilidad social (VI semestre de la carrera). – Opción posible en gobierno (en la cual se abarcan los temas de subdesarrollo, pobreza y políticas públicas).
		Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> – MBA: curso sobre coyuntura social política y económica; curso de desarrollo sostenible; curso el Líder, su ética y responsabilidad. – Maestría en Gestión Ambiental: curso sobre conflictos socioambientales, curso sobre mercados y emprendimiento social y ambiental.
		Otro (educación ejecutiva)	<ul style="list-style-type: none"> –Alta gerencia: tema de la gobernabilidad corporativa. –Presidentes de empresas–temas ya desarrollados: responsabilidad social y liderazgo; medio ambiente: retos y oportunidades.
	CIDER (Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo)	Investigación	<ul style="list-style-type: none"> –Desarrollo económico local y regional: áreas de investigación en: entorno de la unidad productiva y sus transformaciones; organización, innovación y productividad; capacidades, trabajo y empleo. –Instituciones, democracia y sociedad civil: áreas de investigación en democracia, sociedad civil y ciudadanía; gobernabilidad y gobernanza; políticas públicas: ética y políticas; ciudad y desarrollo; análisis institucional; responsabilidad social, filantropía y organizaciones de la sociedad civil. –Medio ambiente y desarrollo: áreas de investigación en transformación de paisaje; geografías del desarrollo; desarrollo y degradación ambiental.
		Pregrado	<ul style="list-style-type: none"> –Opción de pregrado en Estudios Interdisciplinarios sobre Desarrollo: proporcionar “una visión integral de los debates, políticas y procesos que involucran la gestión del desarrollo teniendo en cuenta las dimensiones cultural, natural, social, económica y políticas del desarrollo y la realidad del país”, la opción incluye una práctica de medio tiempo en gestión del desarrollo.
		Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> –Especialización en Estado, Políticas públicas y Desarrollo. –Especialización en Desarrollo Local y Regional. –Especialización en Gestión Regional del Desarrollo. –Especialización en Organizaciones, Responsabilidad Social y Desarrollo. –Maestría en Estudios Interdisciplinarios sobre Desarrollo.
		Otro (educación ejecutiva)	<ul style="list-style-type: none"> Cursos libres de pregrado y posgrado, cursos de verano, cursos cortos, cursos corporativos sobre los temas de gobierno y políticas públicas, pobreza y desarrollo humano, medio ambiente y desarrollo, responsabilidad social y desarrollo local y regional.

Universidad	Entidad	Programa existente	Contenido	
Universidad Externado de Colombia	Facultad de Administración	Investigación/ consultoría	<ul style="list-style-type: none"> – Asesoría/consultoría específicas en desarrollo de programas de responsabilidad social empresarial RSE, códigos de gobierno y apoyo a pyme. – Línea de investigación en entorno de los negocios: gerencia y responsabilidad social empresarial. 	
		Pregado	– Curso de gobierno corporativo y RSE (VII semestre de la carrera).	
		Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> – Maestría en Administración de Empresas: curso de estrategia y sostenibilidad. – Especialización en Gerencia: curso de desarrollo sostenible, curso de responsabilidad social – gobierno corporativo. – Especialización en Gerencia de Recursos Humanos: curso de desarrollo sostenible y RSE. – Especialización en Gerencia de Mercado: curso de desarrollo sostenible. – Especialización en Gestión del Desarrollo y Cambio Organizacional: curso de desarrollo sostenible y RSE; curso de gestión de la cultura y perdurabilidad organizacional. – Especialización en Pensamiento Estratégico y Prospectiva: curso de desarrollo sostenible. – Especialización en Innovación y Desarrollo de Negocios: curso de desarrollo sostenible; curso de innovación social y mercados de base de la pirámide; electiva en gestión tecnológica y ecoinnovación. – Especialización en Gerencia y Tecnologías de Información: curso de desarrollo sostenible. 	
		Otros (educación continuada)	– Todos los diplomas propuestos incluyen un curso en RSE, adicionalmente, la Facultad propone dos formaciones exclusivamente dedicadas al tema de la RSE: seminario – taller gestión de la RSE; diplomado en gestión y mejoramiento de la responsabilidad social empresarial.	
	Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales	Investigación/ consultoría	– CIPE (Centro de Investigación y Proyectos Especiales): líneas de investigación en Desarrollo sostenible y Agenda global.	
		Pregado	<ul style="list-style-type: none"> – Finanzas y relación internacionales: curso de desarrollo económico (VII semestre de la carrera). – Gobierno y relaciones internacionales: curso de régimen de responsabilidad en el servicio público (VII semestre de la carrera). 	
		Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> – Especialización en Cooperación Internacional y Gestión de Proyectos para: el desarrollo, evaluación financiera y social de proyectos. – Especialización en Desarrollo y Marketing territorial: herramientas para el desarrollo socioeconómico local. – Especialización en RSE. Cursos propuestos: fundamentos de la RSE; globalización e internacionalización; Estado, empresa y sociedad; RSE y los derechos humanos; la RSE: ¿condición de acceso a la economía?; ética empresarial; gestión empresarial contemporánea; RSE y desarrollo sostenible; prácticas laborales; planes de la RSE; gobierno corporativo; RSE en la cadena de valor; Aprox. a la RSE desde la filantropía estratégica y el negocio sostenible; estándares internacionales de la RSE; evaluación y seguimiento de prácticas de RSE; gestión y comunicación de la RSE; gestión de grupos de interés; RSE y políticas públicas; desarrollo Humano. 	
	Universidad del Rosario	Facultad de Administración	Pregado	– Curso de ética en primer semestre
			Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> – Maestría en Dirección y Gerencia de Empresas MBA: curso de ética de la administración. – Especialización en Gestión Empresarial: curso de ética, electiva en responsabilidad social de la empresa.
			Proyecto especial	Ética y responsabilidad social.
Facultad de Ciencias Humanas		Investigación	– Grupo de investigación en ética aplicada, trabajo y responsabilidad social: líneas en ética de la empresa, ciudadanía, ética de la comunicación, trabajo y exclusión social, ética y educación.	
		Educación continuada	– Diplomado Herramientas para la gestión de las organizaciones desde la perspectiva de la responsabilidad social.	

Universidad	Entidad	Programa existente	Contenido
Pontificia Universidad Javeriana	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Investigación/consultoría	– Grupo de Ética y Responsabilidad Social Empresarial – GERSE: docencia, capacitación y formación en RSE, cursos de educación continua, investigación, consultoría y proyectos especiales, articulación del tema de la RSE en interno (con otras facultades y el Instituto Pensar) y externo (socios estratégicos: Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, Corporación Transparencia por Colombia; Pacto de las Naciones Unidas, Red Interamericana de Responsabilidad Social empresarial.
	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Pregado	Curso de ética de los negocios, organizaciones y comunidad
		Posgrado	Todas las especializaciones incluyen un curso de ética de los negocios.
		Educación continuada	Dentro del GERSE se propone: curso internacional sobre responsabilidad social empresarial, gerencia estratégica de la responsabilidad social empresarial.
	Facultad de Estudios Ambientales y Rurales	Posgrado	– Especialización en Gestión de Empresas del Sector Solidario
Instituto Pensar	Investigación y proyecto	– Grupo de investigación en filosofía moral y política; línea de economía política y responsabilidad social. – Observatorio Responsabilidad Social Universitaria.	
Universidad de la Sabana	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Investigación/consultoría	– Centro de Investigación Cultura, Trabajo y Ciudad (CTC): – Línea de investigación en comportamiento y desarrollo e habilidades directivas (proyecto Empresas Familiarmente Responsables). – Línea de Investigación en Modelo antropológico de dirección de empresas o fundamentos antropológicos de las organizaciones (proyecto empresas sociales: un enfoque antropológico)
		Pregrado	– Dos cursos de práctica social en VII y VIII semestres, en los cuales se desarrollan las problemáticas de desempeño organizacional, ética en los negocios, responsabilidad social, sostenibilidad e impacto social. – Una electiva de proyectos sociales que abarca las temáticas de detección y entendimiento de las necesidades sociales y de desarrollo y planificación de proyectos sociales.
		Posgrado	– MBA que comporta un núcleo de “Visión antropológica y responsabilidad de la empresa en la sociedad”
Universidad EAFIT	Escuela de Administración	Investigación/consultoría	– Línea de investigación en microfinanzas.
		Pregado administración de negocios	– Ética y responsabilidad social (VII semestre de la carrera)
		Posgrado	– MBA: ética y responsabilidad social empresarial. – Especialización en Ética y RSE.
Universidad Nacional	Facultad de Ciencias Económicas	Investigación/consultoría	– Centro de Investigación para el Desarrollo (líneas de investigación en coyuntura social—económica y protección social).
	Facultad de Ciencias Humanas	Posgrado	– Maestría en Administración: ética y RSE.
EAN	Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas	Pregado Administración de Empresas	– Constitución, política, ética y responsabilidad social (I semestre de la carrera)
	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	Pregado en estudios y gestión cultural	– Constitución, política, ética y responsabilidad social (V semestre de la carrera).

Fuente: elaboración de la autora.

sea de forma más profundizada, a través de procesos de formación integral, investigación y asesoría, se comprueba sin embargo que el tema de emprendimiento social y, más generalmente el de innovación social, hasta ahora no ha llamado tanto la atención de los académicos colombianos; la Universidad de los Andes es la única que propone programas formales y sustanciales al respecto.

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

4.1.2 Las universidades extranjeras

4.1.2.1 Marco

Para complementar el panorama académico colombiano del emprendimiento social, pareció oportuno revisar también lo existente en países vecinos (Argentina, Chile, México) y tener un idea de lo que podrían ser modelos ejemplares (y de los más relevantes en cuanto a nuestro campo de estudios) de desarrollo del tema de emprendimiento social en instituciones educativas y las experiencias de universidades estadounidenses.

Si bien se revisó el trabajo de unas universidades europeas, el tema de emprendimiento social tiene otro enfoque en Europa; por esto, no pareció pertinente mencionarlas en el estudio y se prefirió tomar como punto de referencia dos grandes universidades estadounidenses. En la tabla 4 se presenta una síntesis de lo que se pudo encontrar.

4.1.2.2 Conclusiones

De las universidades latinoamericanas estudiadas, ninguna aborda formalmente el tema del emprendimiento social y las conclusiones llegarían a ser las mismas que para el caso de Colombia: los profesionales de las ciencias de la administración resultan sensibilizados preferentemente al tema de la ética. A nivel de investigación, se estudian a fondo las problemáticas de desarrollo socio-económico; y por el lado de la empresa tradicional, el enfoque predominante es hacia la eficiencia y el manejo adecuado del riesgo. Sin embargo, poco se menciona la eficiencia de las organizaciones sociales.

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

A modo de ejemplo, se escogieron las escuelas de negocios de Harvard y Stanford, grandes promotores del emprendimiento social, para proponer modelos funcionales e integrales de formación e investigación en desarrollo y apoyo al campo del emprendimiento social. Los dos modelos logran la conjunción y la síntesis entre

Tabla 4

Emprendimiento social y universidades extranjeras (muestra)

Universidad	Entidad	Programas existentes	Contenido
Unam	Facultad de Economía y Administración	Investigación	Ética de las organizaciones, entorno socioeconómico de las organizaciones y sustentabilidad.
Universidad de Chile	Facultad de Economía y Negocios	Investigación	Políticas sociales
		Programa de Ingeniería Comercial	Ética en VIII semestre de la carrera
		Posgrado	MBA: ética y RSE.
Universidad de Buenos Aires	Facultad de Ciencias Económicas	Investigación/ consultoría	<ul style="list-style-type: none"> — Centro de Estudios de Sociología del Trabajo: investigaciones, consultoría, vinculación laboral a organizaciones de la Economía Social o Tercer Sector. — Centro de Investigaciones en Auditoría y Responsabilidad Social. — Centro de Investigación en Contabilidad Social. — Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social.
		Licenciatura	— Electiva: gestión del capital social y los valores éticos, seminario de ética de las ocupaciones, gerencia social para el desarrollo humano, poderes económicos y derechos humanos.
		Posgrado	— Especialización en economía social y desarrollo
Stanford University	Stanford Graduate School Business	Investigación/ consultoría	<ul style="list-style-type: none"> — Centre for School Innovation. — Stanford Social Innovation Review.
		Posgrado	—MBA: curso de Ethics and management (curso obligatorio), cursos electivos posibles: Social Entrepreneurship and Social Innovation, Strategic Management of NonProfits, Social Entrepreneurship.
		Educación continuada	<ul style="list-style-type: none"> — Business Strategies for Environmental Sustainability. — Executive Programs for Nonprofit and Philanthropic Leaders. — Corporate Social Responsibility: Strategic Integration and Competitiveness. — Executive Program in Social Entrepreneurship. — Strategy for Nonprofit Organizations.
Harvard University	Harvard Business School	Investigación/ consultoría	— The Social Enterprise Initiative propone cursos, asesoría, educación continuada, apoyo financiero e informacional a actores y entidades que trabajan en temas y problemáticas sociales o de las empresas sociales.
		Posgrado	—MBA: cursos electivos posibles: Business at the Base of the Pyramid, Commerce and Society: Business and Creations of Social Value, Leading and Governing High Performing Nonprofit Organizations, The Moral Leader.
		Educación continuada	<ul style="list-style-type: none"> —Governing for Nonprofit Excellence (GNE). —Performance Measurement for Effective Management of Nonprofit Organizations (PMNO). —Corporate Social Responsibility (CSR).

Fuente: elaboración de la autora.

empresa privada lucrativa y organizaciones sociales, alto mando administrativo y líder social, responsabilidades de las empresas y necesidades del sector sin ánimo de lucro, a través de la enseñanza, la educación continua, los programas de asesoría y la creación de redes que buscan integrar el liderazgo social dentro de un marco organizacional estratégico que permita la optimización de los recursos y de procesos, y que proyecten la entidad social a largo plazo en una lógica de crecimiento, sostenibilidad y perennidad.

4.2 La Universidad Central y el emprendimiento social

4.2.1 *Conceptos y justificación*

Si bien la Universidad Central ha podido de alguna manera incursionar en el campo de emprendimiento social por medio de Ingenium (el núcleo de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables) en particular, las acciones llevadas a cabo no se reconocieron o no se identificaron como tales. Por lo tanto, este trabajo tiene como ambición definir y motivar el campo de acción en emprendimiento social de la Universidad y, con más precisión, del Departamento de Administración de Empresas en la medida en que el tema se trabaja hasta ahora exclusivamente desde esta área.

4.2.1.1 **En primer lugar, ¿qué es lo que el Departamento de Administración de Empresas considera como emprendimiento social?**

Se entienden como emprendimientos sociales las acciones cuya meta es cambiar la sociedad, respondiendo así a una necesidad social no resuelta que atiende los problemas fuera de la esfera económica, aunque han podido ser causados por la misma, y a los que no se ha logrado dar una solución eficiente hasta ahora. Desde una perspectiva administrativa, se ha comprobado que ese tipo de acciones y las organizaciones que las soportan tienden a padecer de una falta crónica de recursos; esto ha llevado a algunas de ellas a implementar soluciones

innovadoras que les permitan autofinanciar parte o la totalidad de su(s) actividad(es). Lo anterior permite enfocar la definición del emprendimiento social hacia el tema de la sostenibilidad y de la viabilidad económica de las entidades del sector social; es decir, se considera como emprendimientos sociales los procesos de conformación de entidades cuyo objeto es el cambio o la mejora social pero cuya viabilidad económica pone en peligro la realización de su objeto social.

4.2.1.2 **En segundo lugar, ¿cómo justificar el compromiso del Departamento con el tema de emprendimiento social?**

Por la población que atiende la Universidad Central, se considera apropiado desarrollar los temas de emprendimiento y emprendimiento social como una manera de fortalecer las habilidades gerenciales de los estudiantes, permitirles crear eficientemente su propio empleo y aprovechar su sensibilidad (y experiencia) social. De hecho, por ser de estrato medio, los estudiantes de la Universidad Central tienen la doble ventaja de estar cercanos a la realidad (socioeconómica) del país y en capacidad, al mismo tiempo, de desarrollar herramientas que les ayuden a identificar oportunidades en los problemas y diseñar respuestas organizacionales adecuadas susceptibles de solucionarlos.

Además, el Departamento de Administración de Empresas ha perfilado el programa de administración hacia los temas de organizaciones y complejidad. Dentro de ese marco, el tema de emprendimiento social aparece como una gran oportunidad de ampliar el estudio de las organizaciones para integrar el sector sin ánimo de lucro y enfatizar el tema de la complejidad aplicándola al sector social, sector donde reina por excelencia la diversidad (de misiones,

de formas, de objetos, de actores) y donde se encuentran e interactúan mundos, esferas, grupos, intereses distintos y hasta opuestos.

Otra justificación para una intervención en el campo de emprendimiento social tiene que ver con los vacíos identificados anteriormente: la falta de organización y seguimiento del tercer sector en Colombia, las pocas investigaciones disponibles al respecto y la casi inexistencia del tema de emprendimiento social, hasta ahora, a nivel académico. Esos mismos vacíos constituyen una oportunidad real para el cuerpo de docentes-investigadores.

4.2.1.3 ¿Cuáles son nuestros objetivos al trabajar el tema de emprendimiento social?

Esas condiciones iniciales parecen favorables al desarrollo del campo de emprendimiento social, pues así mismo se pretende:

- Formar una conciencia social en los ejecutivos del futuro, por mucho que decidan dedicarse al mundo de la empresa capitalista.
- Educar el espíritu crítico de nuestros estudiantes con el argumento de que no existe una sola vía de desarrollo.
- Sensibilizar generaciones de jóvenes con las problemáticas colombianas, no solamente en el ámbito empresarial y económico, sino también en el social y cultural.
- Conformar un banco de conocimientos acerca de todo tipo de organizaciones, tanto empresas privadas como entidades sin ánimo de lucro o instituciones públicas.
- Difundir nuevos conocimientos que permitirán a largo plazo operar cambios culturales y sociales.

- Contribuir al reconocimiento y fortalecimiento institucional no sólo del sector de emprendimiento social, sino del sector social en general.
- Desarrollar nuevas herramientas de análisis, nuevos procesos de gestión a la luz de las experiencias con los actores y organizaciones sociales.
- Contribuir a la conformación de redes y puentes entre la academia y las esferas empresarial, social y pública.
- Enfatizar la especificidad del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central en su esfuerzo por alimentar los conocimientos sobre las organizaciones.
- Posicionar la Universidad Central como una institución pionera en el campo del emprendimiento social en Colombia.

4.2.2 *Programas y acciones existentes*

Como en la mayoría de las universidades estudiadas, el programa de Administración de Empresas de la Universidad Central sensibiliza a sus estudiantes con los temas de la ética y los de responsabilidad social empresarial (clase de ética en sexto semestre, proyecto integrado en responsabilidad social en tercer semestre).

Por otra parte, el núcleo de Ingenium trabaja en la sensibilización e información de niños de colegios de estratos medios sobre el tema de educación superior. Y en sus actividades de asesoría ya se han apoyado dos proyectos del sector emprendimiento social: “las pulgas de San Alejo” y la Fundación Albeiro Vargas. Aunque hasta ahora esas actividades no se han designado como emprendimiento social, se puede considerar que constituyen un primer acercamiento al campo.

Por último, en la Rectoría se está desarrollando el tema de responsabilidad social universitaria como eje de mejora institucional y comprensión de los grandes retos y desafíos de una organización educativa.

Algunas acciones y ejes de desarrollo del emprendimiento social en el Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central

Por todas las razones mencionadas anteriormente, parece oportuno contribuir al desarrollo del emprendimiento social dentro de la Universidad. Se identifican aquí dos posibles ejes de desarrollo del campo: interno, que involucre a la comunidad centralista, y externo, que comprende a organizaciones externas a la Universidad.

5.1 Interno

El objetivo de este eje consiste en sensibilizar a los estudiantes en el tema de la economía social y de la ética en los negocios como vía posible de desarrollo tanto profesional como personal.

Aquí se contemplan varias posibilidades:

- Proporcionar una introducción teórica al tema de emprendimiento social desde el segundo semestre mediante la electiva 1 de emprendimiento e innovación.
- Invitar a los estudiantes a elaborar sus proyectos de prácticas empresariales con fundaciones, asociaciones, ONG y empresas sociales.
- Promover la construcción de business plan social-gestión de proyecto en octavo semestre.
- Proponer pasantías en organizaciones del tercer sector (opción de grado).

Los resultados esperados son dobles: capacitación de los estudiantes centralistas en la comprensión de organizaciones sociales y aprendizaje de las organizaciones sociales sobre sus mismos procesos, falencias y desafíos.

Los proyectos de los estudiantes deben nutrir y contribuir al diagnóstico y la mejora de las empresas sociales, y éstas deben nutrir y contribuir a la formación integral de los estudiantes proporcionándoles nuevas perspectivas y nuevas herramientas de análisis, entendimiento y diagnóstico de las organizaciones, no sólo de las entidades sociales, sino de las organizaciones en general.

5.2 Externo

Este eje pretende desarrollar un campo de pericia en emprendimiento social y, a mediano y largo plazo, diferenciar el Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central de sus competidores; esa pericia se puede lograr mediante:

- El desarrollo de asesoría a organizaciones sociales que deberá llevar a consolidar la investigación en emprendimiento social, constituir un banco de conocimientos y elaborar casos de estudios.
- La creación de redes al generar alianzas con actores del sector del emprendimiento social, tanto ONG, fundaciones y asociaciones como promotores de proyectos sociales.

Implementación del proyecto de desarrollo de emprendimiento social

6.1 Primeros pasos

El trabajo en 2009 consistió en recopilar un estado del arte del sector de emprendimiento social y se hizo un primer acercamiento a fundaciones con el fin no solamente de conocer a actores del campo, sino también de dar a conocer la proyección del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central.

Esos primeros contactos han permitido definir mejor los ejes de acción y las perspectivas de desarrollo futuro.

Los dos siguientes pasos consistirán en el proceso de formalización (investigación y convenio) y consolidación (asesoría y casos de estudio).

6.2 Formalización

Durante el 2010 se formalizó el proyecto de desarrollo de emprendimiento social mediante un acercamiento más específico a organizaciones sociales desde la investigación y la conformación de convenios, así:

- Investigación: estudio del tercer sector desde el punto de vista de su responsabilidad social (caso de las fundaciones culturales en Bogotá).
- Conformación de convenios: acercar fundaciones a la Universidad y estudiantes a las fundaciones (tema de las prácticas empresariales y pasantías).

6.3 Consolidación

En el 2011 se ha evidenciado la consolidación del proyecto a partir de la generación de asesorías, como resultado del reconocimiento del trabajo del Departamento en el campo de emprendimiento social, que implica la definición y construcción de metodologías y herramientas de análisis, la construcción de casos de estudio y la conformación de un banco de conocimientos.

Conclusión

El emprendimiento social se encuentra en el cruce de las esferas pública y privada, y abarca problemáticas a la vez económicas, sociales y políticas. En un ambiente cambiante y complejo, el sector invita a adoptar una lógica nueva que movilice y combine recursos, fuerzas y herramientas interdisciplinarias para alcanzar su meta de transformación social y crear sinergias entre los diferentes actores sociales.

Un estado del arte del sector en Colombia nos permite confirmar la oportunidad existente para contribuir y promover el campo del emprendimiento social como forma de fomentar tanto el desarrollo económico como el desarrollo social del país.

Por otra parte, dentro del marco y la misión de la Universidad Central, la enseñanza de y el apoyo al emprendimiento social aparecen como una opción deseable si no necesaria.

Por último, el enfoque del Departamento de Administración de Empresas hacia el estudio de las organizaciones en su conjunto permite abarcar tanto las entidades públicas como privadas, con o sin ánimo de lucro, y admite plantear condiciones favorables y propicias con la implementación exitosa de un proyecto de desarrollo del emprendimiento social.

Referencias bibliográficas

- Baron, D. P. (2005). Corporate Social Responsibility And Social Entrepreneurship. *Research Paper*, 1916, Stanford University.
- Dacanay, M. L. (2005). *Social entrepreneurship: creating wealth for the marginalized groups of society*. Entrevista, BusinessWorld.
- Dansocial (2008). 10 años al servicio del sector solidario. *Revista Solidario*, 6.
- Fundación Corona, Fundación Restrepo Barco, Dividendo por Colombia y Universidad de los Andes (2007). Evolución de los emprendimientos sociales en Colombia. Para ir más allá de los discursos: Emprendimientos sociales en sectores estratégicos de desarrollo en Colombia. *Documentos de trabajo* 14.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*.
- Giddens, A. (1998). *The Third Way: the Renewal of Social Democracy*. Polity Press.
- Gutiérrez, R. & Darío Lobo, I. (2006). Social Enterprise, Making a difference, Poverty Alleviation Through Business: is it possible? *Revista Harvard Review on Latin America*.
- Gutiérrez, R., Avella, L. F., Villar, R. (2006). Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia. Recuperado de <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/publicaciones/apoyadas.htm>
- Pérez Ortega, G. (2005). *Reto económico para las ONG*. Medellín, Universidad Nacional de Colombia.
- Prahalad, C. K. (2004). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide: un modelo de negocio rentable, que sirve a las comunidades más pobres*. Wharton School Publishing.
- Prahalad, C. K. & Ramaswamy, V. (2004). *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*. Harvard Business School Press.
- Prahalad, C.K. & Hart, S.L. (2002). The Fortune at the Base of the Pyramid. *Strategy+business* issue 26.
- Les repères de l'AVISE (2007). *Panorama de l'entrepreneuriat social dans les pays de l'OCDE*.
- Rojas, C. & Morales, G. (1999). *Filantropía y Cambio Social: El Caso de las Fundaciones Empresariales Filantrópicas en Colombia*. Ford Foundation, CCRP.

Roper, J. & Cheney, G (2005). Leadership, learning and human resource management: The meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance* (p. 95).

Say, J. B. (1841). *Traité d'économie politique*.

Sekn (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University.

Soulage, F. (2007). *Panorama Général de l'économie sociale*, IDES.

Villar, R. (2000). *El tercer sector, la sociedad civil y la gobernabilidad democrática en Colombia*.

Villar, R. (2001). *La Institucionalidad política y el tercer sector en Colombia: notas para una reflexión*. Tercer encuentro de ISTR-LAC.

<http://www.eafit.edu.co/>

<http://www.ean.edu.co/>

<http://www.harvard.edu/>

<http://www.javeriana.edu.co/>

<http://www.stanford.edu/>

<http://www.uba.ar/>

<http://www.uchile.cl/>

<http://www.uexternado.com.co/>

<http://www.unal.edu.co/>

<http://www.unam.mx/>

<http://www.uniandes.edu.co/>

<http://www.unisabana.edu.co/>

<http://www.urosario.edu.co/>

