



Análisis teórico sobre el emprendimiento social en las organizaciones empresariales

Molina-Reyna, Hector Perfecto¹, Martínez-Lerma Arturo², Villalpando-Cadena, Paula³ & Corpus-Martínez David

¹Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración
Monterrey, Nuevo León, México, hector.molinary@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad
Universitaria, (+52) 81 21 89 23 30

²Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración
Monterrey, Nuevo León, México, arturo.martinezl@uanl.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad
Universitaria, (+52) 81 83 66 40 78

³Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración
Monterrey, Nuevo León, México, pvillalpando@hotmail.com, Av. Universidad S/N Col. Ciudad
Universitaria, (+52) 81 12 40 24 76

⁴Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración
Monterrey, Nuevo León, México, arturo.martinezl@uanl.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad
Universitaria, (+52) 81 14 84 54 54

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex

Artículo revisado por pares

Fecha de aceptación: Abril de 2017

Fecha de publicación en línea: Junio de 2018

Resumen

El presente trabajo aborda desde una perspectiva teórica el tema del emprendimiento social en las organizaciones empresariales. Del mismo modo, se describieron algunas definiciones sobre el tema. El método que se utilizó en el presente proyecto es de tipo documental y bibliográfico, debido a que está basado en el análisis de la información científica escrita sobre éste tema. Las fuentes utilizadas fueron libros, revistas científicas, informes de organismos internacionales, registros gráficos que representan la realidad circundante de las organizaciones empresariales.

Palabras Clave: Emprendimiento social, organizaciones, emprendedor

Abstract

This paper addresses the issue of social entrepreneurship from a theoretical perspective over organizations, also some definitions were described. The method that was used in this project is documentary and bibliographic, since it is based on the analysis of scientific information written on this subject. The sources used were books, journals and reports of international organizations, graphic records representing the surrounding reality of companies.

Key words: Social entrepreneurship, organizations, entrepreneur

I. Introducción

En la última década, el *emprendimiento social* obtuvo la atención particular de legisladores, académicos, profesionales y público en general (Sekliuckiene & Kisielius, 2015). En el presente trabajo se planteó un tema promovido por la comunidad y que ha sido motivo de debate en las organizaciones empresariales: el emprendimiento social. Aquí es en donde los ciudadanos y las empresas revaloran la dimensión social de los mercados (Santocildes, Urquijo, & Elorriaga, , 2012), además se consideraron

las aportaciones de diversos autores; por lo que el presente trabajo cuenta con un orden establecido, es decir, con todos los elementos necesarios que requiere una investigación de tipo documental.

Antecedentes

El concepto de *emprendimiento social* se ha convertido en un fenómeno global para reducir la brecha entre la demanda de necesidades sociales y ambientales; además del suministro de recursos para cumplir con ellos (Archana , Gordhan , & Satyajit , 2015). El emprendimiento social es un fenómeno reciente y complejo. Varios autores ofrecen diferentes definiciones de emprendimiento social. En éstas, la gama de los componentes varía desde la justicia social, el valor social, las estructuras socio-económicas viables, la creación de un nuevo equilibrio, el empleo de la innovación, las habilidades emprendedoras, las necesidades del mercado, resolver los problemas sociales, para considerar al emprendedor social como agente de cambio en el mercado (Sekliuckiene & Kisielius, 2015).

La organización y oficialización de los emprendimientos sociales han permitido que surjan las empresas sociales, que suelen instalarse en entornos de pobreza y omisión (Vázquez-Maguirre & Portales, 2014). Entonces “el Emprendedor Social es una persona que conoce a fondo un determinado problema de la sociedad, le encuentra solución y se dedica a trabajar con intensidad para lograr su objetivo que es resolverlo. En suma, es un emprendedor cuyo fin último consiste en lograr una mejora social en su entorno” (Albacete Sáez, y otros, 2013).

Pregunta central de investigación

La pregunta que rige a esta investigación es la siguiente: ¿Qué representa el emprendimiento social en las organizaciones empresariales?

Objetivo General de la Investigación

El objetivo general de este trabajo es describir el fenómeno del emprendimiento social en las organizaciones empresariales.

Planteamiento del Problema de Investigación

En los últimos años, ha habido un aumento decidido en el énfasis de la creación de valor social por todas las organizaciones, incluidas las organizaciones con fines de lucro porque (1) los clientes quieren comprar a estas empresas, (2) los empleados quieren trabajar para ellos, (3) los inversores están dispuestos a invertir en ellas, y (4) los empresarios esperan iniciarlas (Kuratko, McMullen, Hornsby, & Jackson, 2017).

A pesar de que en nuestro país no hay mucha información sobre el emprendimiento social, empiezan a surgir progresos relevantes. De aquí que la trascendencia sobre el tema (Elizundia Cisneros, 2015). Por lo tanto, “el liderazgo en emprendimientos

sociales se entenderá como la capacidad para hacer transformaciones y obtener resultados sobresalientes. Algunas de las derivaciones de la teoría carismática son las que mejor explican el papel del liderazgo en los emprendimientos estudiados” (Social enterprise knowledge network, 2006).

También hay una falta de acuerdo acerca de si el emprendimiento social debe limitarse al contexto de pequeñas y medianas empresas o también puede usarse para las corporaciones grandes, establecidas siguiendo tanto la creación de valor económico y social. Para solucionar esto Zaefarian, Tasavori, & Ghauri (2015) sugieren el término CSE para referirse al comportamiento social empresarial de las corporaciones grandes y establecidas. Esto también es consistente con la literatura empresarial, que ofrece el emprendimiento corporativo del término para referirse al comportamiento empresarial de las grandes corporaciones.

Hipótesis

El emprendimiento social tiene una relación positiva en las organizaciones empresariales

II. Método

Esta investigación es exploratoria, se basa en el análisis y la síntesis de la literatura científica que permiten describir el fenómeno del emprendimiento social y sus iniciativas. Se realizó el análisis de la literatura y, con base en estos resultados, se propuso un marco teórico para futuras investigaciones. Se identificaron las principales variables basadas en el análisis teórico, se utiliza la técnica documental porque se utilizó también la técnica bibliográfica al realizar las citas y la bibliografía conforme el formato APA.

III. Marco teórico

Emprendimiento social

Emprendimiento social ha sido definida como la capacidad empresarial con un objetivo social y emprendedores sociales han sido considerados como agentes de cambio (Luke & Chu , 2013). Un aspecto a considerar es sobre si el emprendedor es de origen o se forma. La solución a esta incógnita es: ambas. El emprendedor, lo mismo que un artista o atleta, tiene que tener múltiples aptitudes inherentes; sin embargo, si no hay quién las encuentre o forme, no será de utilidad (Albacete Sáez, y otros, 2013). Por lo que “en todos estos ejemplos se asume que el emprendedor es genérico y que sus características no cambian, excepto cuando se lo compara con el no emprendedor” (Elizundia Cisneros, 2015).

Ciertas definiciones de emprendimiento sugieren la inclusión de las operaciones de gobierno u organizaciones sin fines de lucro con principios de negocio. Definen el emprendimiento social como "innovador, creación de actividades con valor social que puede ocurrir dentro o a través de los sectores sin fines de lucro, empresas o el gobierno" (Surie, 2017). Para organismos internacionales, como Ashoka, definen al emprendedor social como "una persona líder en su ramo que tiene el temperamento, espíritu, creatividad y determinación de un emprendedor de negocios; sin embargo, aplica estas cualidades para solucionar problemas sociales, en vez de buscar una ganancia económica" (Ashoka México y Centroamérica, 2017). Solamente en 2009 había un 14% de emprendedores sociales cumplieron los criterios de Ashoka al presentar un modelo híbrido o con fines de lucro. Desde el 2012, el indicador se ha mantenido constante sobre el 50% (ver Figura 1).

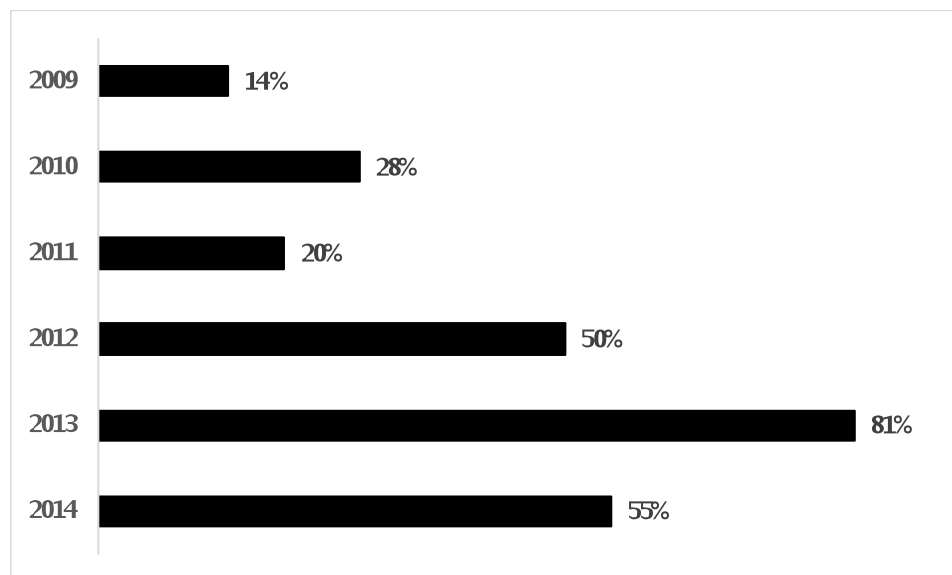


Figura 1. Porcentaje de emprendedores sociales con un modelo híbrido o con fines de lucro que cumplieron con los criterios de selección de Ashoka (en México y Centroamérica).
Fuente: Elaboración propia basado en (Huberts, 2017)

La aptitud emprendedora trata sobre la competencia de una persona para percibir y sacar provecho de la ocasión que le faculte para empezar un emprendimiento, indistintamente de los activos que estén a su disposición (Social enterprise knowledge network, 2006). Por lo tanto, "de las definiciones que se han construido se destacan seis elementos como distintivos del emprendimiento social, los cuales pueden ser clasificados en tres niveles: razón de ser, implementación e impacto" (Vázquez-Maguirre & Portales, 2014).

A través de la lente de la teoría de la optimización de recursos, los *recursos* se definen como "entidades tangibles e intangibles disponibles para la empresa que le permiten producir eficientemente y con eficacia, un mercado que ofrece que tiene valor para algunos segmentos de mercado" (Azmat, Shahriar Ferdous, & Couchman, 2015). De acuerdo a Santocildes, Urquijo, &

Elorriaga (2012), el emprendimiento social beneficia a las PYMES para bajar recursos públicos federales. Particularmente en México, a través de convocatorias de organismos como el Instituto Nacional Emprendedor (INADEM, 2016).

Azmat, Shahriar Ferdous & Bouchman (2015) mencionan que, a nivel individual micro, cualquier actor posee variedad de recursos operantes (es decir, no materiales), incluidos los recursos físicos (por ejemplo, energía, emoción, fuerza), sociales (por ejemplo, las relaciones familiares, la categorización de comunidades, relaciones comerciales, relaciones tribales) y recursos culturales (por ejemplo, conocimientos especializados, historia/imaginación)

Destacando la relación inversa que existe entre la creación de valor y captura de valor en la combinación de objetivos sociales y comerciales, se espera que las empresas sociales emerjan en contextos simultáneos de falla en el mercado y gobierno, concluyendo que "el emprendimiento social es la búsqueda de soluciones sostenibles a los problemas no resueltos con las externalidades (actividades que afectan a otros) positivas" (Kolk, Littlewood, Rivera-Santos, & Holt, 2015).

Nos basaremos en estas y otras perspectivas en centrar la atención en tres aspectos de los casos: la naturaleza de las innovaciones, las características de su liderazgo y organización y las estrategias que amplían sus impactos para producir transformaciones sociales (Alvord, Brown, & Letts, 2004). En primer lugar, mayoría de las definiciones de emprendimiento social enfatizan el carácter innovador de la iniciativa y los teóricos de la organización y desarrollo hacen hincapié en estrategias básicas de la comprensión y en las tareas de la explicación de la eficacia. En la comparación de los casos, se examinará la naturaleza de la innovación en algún detalle. No todo el desarrollo de trabajo asciende a emprendimientos sociales, por supuesto.

En muchos casos, la replicación o expansión de los servicios existentes no requiere emprendimiento social. Pero cuando no hay los recursos o capacidades para duplicar los servicios existentes para los grupos pobres y marginados, las iniciativas creativas pueden reconfigurar los recursos o servicios para una entrega más eficaz o más amplia (Uphoff, Esman, & Krishna, 1998). ¿Estaremos interesados en los patrones de innovación que aparecen a través de casos: existe un patrón único para el éxito? ¿Hay varias formas de innovación asociados a diferentes tipos de problemas o contextos?

En segundo lugar, miraremos de cerca las características de liderazgo y organización de estas empresas. En algunos casos, el foco de análisis de liderazgo sobre los individuos y sus habilidades personales o atributos (Gardner, 1995), (Heifetz, 1994); en otros, particularmente en las culturas que ponen menos énfasis en el individualismo — grupos de liderazgo pueden ser más importantes que los líderes individuales (Paul, 1982), (Thake & Zadek, 1997). ¿Hay características regularmente asociadas con el liderazgo en iniciativas sociales empresariales?

Evidencia sustancial también sugiere que arreglos organizacionales e institucionales a menudo son importantes para resolver eficazmente los problemas y ampliar los impactos (Paul, 1982), (Tendlar, 1989), (Uphoff, Esman, & Krishna, 1998). Examinaremos los aspectos organizacionales e institucionales de iniciativas exitosas para identificar patrones comunes. ¿Existen "mejores prácticas" que aparecen en muchos casos diferentes? ¿Cómo iniciativas frente a conflicto o el desplazamiento de tareas y desafíos ambientales?

Por último, estamos interesados en los emprendimientos con estrategias que amplían y sostienen sus impactos y transforman sistemas de mayor tamaño en el que están integrados. Algunos estudios de expansión y de impactos en el desarrollo sugieren que la tecnología de rutinización (Tendlar, 1989) es fundamental para llegar a distritos más grandes y que la cuidadosa creación de una secuencia de expansión gradual de programas y proyectos es fundamental para el éxito a gran escala (Rondinelli, 1983). Otros estudios sugieren que podemos identificar un menú de diferentes patrones para ampliar los impactos y que las cuestiones clave en la expansión implican organizar una estrategia apropiada (Edwards & Hulme, 1992), (Uvin, Jain, & Brown, 2000).

IV. Conclusiones

Se respondió a la pregunta central; así como se cumplió con el objetivo general de la investigación, acerca de lo que representa el emprendimiento social en las organizaciones empresariales, mediante el análisis de los estudios teóricos y de investigación aplicada realizado por diversos autores; los cuales fueron los factores ambientales, los organizacionales y los individuales.

Tras una revisión de las principales investigaciones sobre el emprendimiento social podemos constatar que la hipótesis de que el emprendimiento social tienen una relación positiva en las organizaciones empresariales.

V. Bibliografía

Albacete Sáez, C., Azanza Martínez de Luco, G., Barroso Ribal, C., Batle Lorente, J., Bojica, A., Carnero Lorenzo, F., . . . Urbano, D. (2013). *Emprendimiento social y educativo: Nuevos tiempos, nuevos retos*. Madrid: Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE).

- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation An Exploratory Study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 260-282.
- Archana, S., Gordhan, S. K., & Satyajit, M. (2015). Application of Social Marketing in Social Entrepreneurship: Evidence From India. *Social Marketing Quarterly*, 152-172.
- Ashoka México y Centroamérica. (2017, 04 09). *¿Qué es un emprendedor social Ashoka?* Retrieved from <https://mexico.ashoka.org/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-emprendedor-social-ashoka>
- Azmat, F., Shahriar Ferdous, A., & Couchman, P. (2015). Understanding the Dynamics Between Social Entrepreneurship and Inclusive Growth in Subsistence Marketplaces. *Journal of public Policy & Marketing*, 1547-7207.
- Bargsted A., M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 121-132.
- Edwards, M., & Hulme, D. (1992). *Making a difference*. Londres: Earthscan.
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y administración*, 468-485.
- Gardner, H. (1995). *Leading minds: An anatomy of leadership*. New York: Basic Books.
- Heifetz, R. (1994). *Leadership without easy answers*. Cambridge, MA: Belknap.
- Huberts, A. (2017, abril 09). *Ashoka. Emprendimiento social en México y Centroamérica*. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/0B_CoNxGHnR5zVTBDRXNOV01Sdkk/view
- INADEM. (2016, abril 09). Retrieved 3 15, 2017, from <https://www.inadem.gob.mx/>
- Kolk, A., Littlewood, D., Rivera-Santos, M., & Holt, D. (2015). Social Entrepreneurship in Sub-Saharan Africa. *Academy or Management Perspectives*, 72-91.
- Kuratko, D. F., McMullen, J. S., Hornsby, J. S., & Jackson, C. (2017). Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale. *Business Horizons*, 271-283.
- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the 'why' and 'how' in pursuing social change. *International Small Business Journal*, 764-784.
- Paul, S. (1982). *Managing development programs: The lessons of success*. Boulder, CO: Westview.
- Román-Calderón, J., Odoardi, C., & Battistelli, A. (2005). Adhesión a la causa, actitudes y comportamientos positivos en organizaciones. *Revista de Administração de Empresas*, 408417.
- Rondinelli, D. (1983). *Development projects as policy experiments*. New York: Methuen.
- Santocildes, M., Urquijo, L., & Elorriaga, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual. *CIRIEC - España, Revista De Economía Pública, Social Y Cooperativa*, 55-80.
- Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of Social Entrepreneurship Initiatives: A Theoretical Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1015-1019.
- Social enterprise knowledge network. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Washington: Banco interamericano de desarrollo - Planeta.
- Surie, G. (2017). Creating the innovation ecosystem for renewable energy via social entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*.
- Tendlar, J. (1989). *Whatever happened to poverty alleviation?* New York: Ford Foundation.
- Thake, S., & Zadek, S. (1997). *Practical people, noble causes: How to support community-based social entrepreneurs*. Londres: New Economics Foundation.
- Uphoff, N., Esmán, M. J., & Krishna, A. (1998). *Reasons for success: Learning from instructive experiences in rural development*. West Hartford, CT: Kumarian.
- Uvin, P., Jain, P. S., & Brown, L. D. (2000). Think large and act small: Toward a new paradigm for NGO scaling up. *World Development*, 1409-1419.
- Vázquez-Maguirre, M., & Portales, L. (2014). La empresa social como detonadora de calidad de vida y desarrollo sustentable en comunidades rurales. *Pensamiento y gestión*, 255-284.
- Zaefarian, R., Tasavori, M., & Ghauri, P. N. (2015). A Corporate Social Entrepreneurship Approach to Market-Based Poverty Reduction. *Emerging Markets Finance & Trade*, 320-334.