



Revista Venezolana de Gerencia





Emprendimiento social: Situación y factores de éxito en Colombia

Vásquez Bernal, Jairo Alberto*

Resumen

El emprendimiento social permite el desarrollo de comunidades con productos o servicios que generan impacto social positivo cuando se presentan problemas generados principalmente por la pobreza. El objetivo del presente estudio es determinar los factores de éxito del emprendimiento social en Colombia, su conceptualización, situación y aspectos relevantes desde empresas sociales como asociaciones, corporaciones, fundaciones, cooperativas y organizaciones sociales. El trabajo es de corte mixto, cualitativo, cuantitativo, realizado a empresas sociales, la información primaria se obtuvo de una muestra de 270 unidades, con un proceso de muestreo estratificado proporcional por ciudades, mediante un instrumento de 20 preguntas cerradas, cuya validación se realizó por el método Delphi. Los resultados indican que personas, crean y/o consolidan organizaciones que generan un beneficio social de acuerdo con factores como la orientación al servicio, la propuesta de valor, impactos positivos en problemáticas sociales. Se concluye que el emprendimiento social es relativamente nuevo desde lo conceptual y legal; asimismo que los factores de éxito son la calidad, experiencia, el tipo de producto o servicio social, la planeación, estrategia, el trabajo social y los recursos.

Palabras clave: emprendimiento social; calidad de vida; beneficio social.

Recibido: 02.03.23

Aceptado: 16.05.23

* Magister en Dirección de Marketing; Universidad Viña del Mar, Chile, Especialista en Gestión Social y Ambiental, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales. Profesor de tiempo completo de la Universitaria Agustiniiana. UNIAGUSTINIANA. (Bogotá D.C.- Cundinamarca, Colombia). Email: jairo.vasquez@uniagustiniana.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8726-8960>

Social entrepreneurship: Situation and success factors in Colombia.

Abstract

Social entrepreneurship allows the development of communities with products or services that generate positive social impact when problems caused by poverty arise. The objective of this study is to determine the success factors of social entrepreneurship in Colombia, its conceptualization, situation, and relevant aspects from social enterprises such as associations, corporations, foundations, cooperatives, and social organizations. The work is of a qualitative, quantitative mixed cut carried out to social companies, the primary information was obtained from a sample of 270 units, with a proportional stratified sampling process by cities, through an instrument of 20 closed questions, whose validation was carried out by the Delphi method. The results indicate that people create and/or consolidate organizations that generate a social benefit according to factors such as service orientation, value proposition, and positive impacts on social problems. It is concluded that social entrepreneurship is relatively new from the conceptual and legal; Likewise, the success factors are quality, experience, the type of product or social service, strategic planning, social work and resources.

Keywords: Social entrepreneurship; quality of life; social benefit.

1. Introducción

Colombia es uno de los países con la mayor riqueza natural, especialmente en biodiversidad, pero con una distribución inequitativa, lo que genera todo tipo de problemas sociales, como desempleo, inseguridad, corrupción, grupos al margen de la ley, e insatisfacción de las necesidades básicas, por lo que el emprendimiento social es una alternativa de solución que permite mejorar la calidad de vida de la población, actividades realizadas principalmente por entidades sin ánimo de lucro ESAL como las asociaciones, fundaciones, corporaciones y federaciones, también entidades de economía solidaria como las cooperativas, precooperativas, fondos entre otras.

Estas entidades cuentan con trayectoria realizando sus funciones relacionadas con fines sociales, ambientales, servicios públicos, formación, altruista, humanitaria, artística o comunitaria, por lo que es necesario determinar los factores de éxito, su situación de estas organizaciones que realizan emprendimientos para solucionar problemas sociales.

El emprendimiento social permite el desarrollo integral de las comunidades a través de nuevas alternativas de innovación públicas o privadas, dando lugar a modelos de negocios con impactos positivos a nivel social, cultural, económico y ambiental. Vásquez (2020) indica que este tipo de emprendimiento hace posible la mejora de la calidad de vida de comunidades vulnerables.

Además, crea conciencia respecto a la importancia de la construcción social de procesos, específicamente aquellos relacionados con los nuevos productos.

Es importante indicar respecto al concepto de emprendimiento social es relativamente nuevo, como lo indica Vásquez (2021) que el área de conocimiento explícito lleva 40 años, y no hay acuerdos sobre su definición, y lo ratifican Choi y Majumdar (2014) expresando que es difícil encontrar una definición universal por qué las partes generan diferentes conceptos en la cual, se indica que el emprendimiento social surge en la práctica por los nuevos tipos de organización social.

El emprendimiento social es uno de esos conceptos que ha circulado desde hace cuatro décadas en Colombia; en el marco legal existen leyes, decretos y documentos CONPES¹ de emprendimiento social que reglamentan el emprendimiento basado en la Constitución Política de 1991, en su Título XII en el Artículo 333, se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo.

Es importante indicar que el emprendimiento está orientado desde lo normativo por la Ley 1014 del 2006, cuya finalidad es fomentar la cultura del emprendimiento en diferentes niveles de la sociedad e instituciones; la Política Nacional de Emprendimiento tiene por objetivo fomentar la cultura empresarial a través de la creación de empresas

innovadoras y sostenibles; en el Decreto 1192 del 2009 se reglamenta la Ley 1014 del 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones. Lo mismo que la Ley 2069 del 2020 que impulsa el emprendimiento en Colombia.

Estas leyes y decretos se aplican para el emprendimiento social, ya que está en proceso de crecimiento y desarrollo, y no se especifican normas, pero es entendido como una alternativa para mejorar la situación socioeconómica de un sector de la población con alguna necesidad, este tipo de emprendimiento desarrolla transformaciones e innovaciones en las condiciones de vida y son considerados como una alternativa frente a problemas de orden social, de infraestructura, cobertura de servicios básicos y ambientales, al ser un tipo de emprendimiento que genera recursos económicos, empleo e inclusión social.

2. Contextualización Conceptual

El emprendimiento social, en su definición y alcance, está sin acuerdos generales, pero como lo expresa Dees (1998) el fenómeno como tal no lo es, porque siempre ha habido emprendedores sociales, aunque no se les llamaba así, como lo indica Pirson (2015), en el idioma el emprendimiento social puede ser nuevo, y se ratifica en lo expresado por Mair y Martí (2006), que en la década de los 1990 el emprendimiento

1 El Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

social se hizo popular en el escenario global como un ‘fenómeno nuevo’ que transformó la forma en que pensamos acerca de la creación de valor social.

Respecto al concepto de emprendimiento social, es importante indicar, como le expresa Paredo y McLean (2006) que hay una gama de uso con diferencias significativas marcadas por cosas tales como la prominencia de las metas sociales y las características sobresalientes de emprendimiento, pero se encuentran varias alternativas dependiendo el entorno en el cual se expresen, los objetivos buscados por el emprendedor y el alcance de la actividad, es así como encontramos:

- Un grupo de definiciones se elaboran desde la situación social, como lo expresan Murphy y Combes (2009) quienes establecen que el emprendimiento social es la oportunidad que siempre está relacionada con la detección de un problema social no atendido, centra sus esfuerzos en satisfacer necesidades básicas que facilitan la supervivencia de poblaciones desfavorecidas, al asegurar la distribución justa de recursos escasos, al desarrollar actividades sostenibles y respetuosas con el medioambiente o al adaptar las tecnologías a las necesidades e infraestructuras locales, entre muchas cuestiones, o la de Palacios (2010) para quien el emprendimiento social se define como la habilidad de reconocer oportunidades para resolver problemas sociales
- Un segundo grupo de definiciones corresponden al desarrollo de productos o servicios con valor social, como hace referencia Austin (2006), para este autor emprendimiento social comprende la identificación,

evaluación y aprovechamiento de oportunidades que generen un valor social, mientras que para Bargsted (2013), el emprendimiento social es entendido como cualquier iniciativa de negocio, con o sin fin del lucro, cuyo principal objetivo es la generación de valor social. También lo indican Miller et al, (2012) McMullen y Warnick (2017) expresando que la razón de ser de la organización se centra en crear valor social y obtener beneficios sociales y económicos.

- Finalmente, el término se relaciona con el beneficio que genera, como lo expreso Valenciano y Uribe (2017) el emprendimiento social, es una empresa que busca como primer objetivo el bienestar de la sociedad, paralelamente el cuidado del medioambiente y la generación de utilidades económicas; tras ir por un triple resultado, utiliza las herramientas de gestión de modelos de negocio y de mercado para obtener beneficios de todos los involucrados.

Un ejemplo de este tipo de emprendimientos son aquellas empresas que en Europa se denominan Empresas de Inserción (EI), las cuales en su accionar y elementos corporativos recogen muchos de los elementos encontrados en las definiciones de emprendimiento social; para Quintao (2007: 38-39) las empresas de inserción “se constituyen como un subconjunto emblemático de las empresas sociales por el fuerte crecimiento numérico, por ser pioneras, por la relevancia de su papel, etc. y en una de las principales prioridades de las políticas europeas y el empleo”.

Estas son iniciativas que, mediante la actividad empresarial acompañada

de actuaciones sociales y de inserción social, hacen posible la inclusión sociolaboral de personas excluidas para su posterior colocación en empresas convencionales o en proyecto de autoempleo, generando valor y desarrollo social (Sanchis y Campos, 2008).

Otro punto importante por abordar en este texto hace referencia al emprendimiento social como instrumento para satisfacer las necesidades de un segmento de población en cierto nivel de vulnerabilidad, para Díaz-Foncea y Marcuello (2012) este tipo de iniciativas emprendedoras se desarrollan en el marco de unas características particulares: Empresas que se dedican a la generación de beneficios sociales con propuestas de negocio únicas. Productos o servicios que se orientan a la satisfacción de necesidades con propuestas de valor social. Proyectos de emprendimiento orientados a población vulnerable o con problemas socioeconómicos.

Para Santos, Barroso y Guzmán (2013), el emprendimiento social es capaz de generar beneficios tanto económicos como sociales y medioambientales en una región o comunidad, asimismo destacan otros como: El sistema socioeconómico actual concentra la riqueza en unos pocos dueños que acaparan recursos económicos, la tecnología y los conocimientos, la mayoría de personas no disfruta de esos rendimientos. En el emprendimiento social se busca que la riqueza se distribuya entre la población. El emprendimiento social es importante, ya que permite disminuir la pobreza, le permite a la población la satisfacción de necesidades básicas, acceso a servicios y formación.

Lo anterior ratifica la importancia

de organizaciones que desarrollan emprendimientos sociales por los beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales. De acuerdo con Zahra et al, (2008) y Valenciano y Uribe (2017), se puede establecer que el emprendimiento social es una disciplina emergente, orientada a aumentar el bienestar social, partiendo de problemas sociales y ambientales que construyen propuestas con valor social.

Un último apartado en esta revisión teórica hace referencia a los factores de éxito, los cuales son la razón por la cual los clientes eligen una empresa o un producto, con lo que se crea una ventaja competitiva ante los demás actores del segmento de mercado, algunas de estas ventajas pueden ser la ubicación, las alianzas entre empresas o asociaciones, el tipo y características de sus productos o servicios, los recursos humanos involucrados, entre otros (Feijoó, 2001), así como a la implementación de una estrategia, donde se relacionen con efectividad los ámbitos de estas (Morales, 2011).

Para tratar de identificar los diferentes factores de éxito, se establecen algunos como los indicados por Hernández, Yescas y Domínguez (2007) que son tecnología, innovación, tiempos de entrega, precio, marca, servicio al cliente, los recursos propios de la empresa, gastos de personal, antigüedad del negocio, características de los empresarios, y en el caso de Vásquez (2020) quien indica que los factores de éxito son: tecnología e innovación, soporte técnico, calidad, tiempos de entrega, precio, marca, servicio al cliente, organización de ventas y capacidad productiva.

3. Enfoque metodológico

El enfoque de la investigación es mixto cuantitativo y cualitativo,

que orientan el proceso para la obtención, registro, manejo y análisis de la información, que permita, en estructuración de un a propuesta de los factores de emprendimiento, que permite desarrollar empresas sociales en Colombia como los indica (Sampieri, Fernández y Baptista, 2010) la investigación se realiza por fases, y son las siguientes:

La primera fase corresponde a la investigación documental, que tiene como fin determinar el estado de conocimiento del emprendimiento social y en especial identificar los factores de éxito, proceso que se apoya con las bases de datos para comprender, describir, analizar e interpretar la información de las organizaciones que desarrollan emprendimientos sociales.

La segunda fase es la investigación a fuentes primarias cuyo enfoque es cuantitativo: ya que las unidades objeto de estudio son representativos de la población:

- Tipo de comerciante. Entidades sin ánimo de lucro:
- Entidades de régimen común: Entidades ambientales; beneficencia; sociales, y de bienestar social.
- Entidades de la economía solidaria: cooperativas, asociaciones

mutuales.

- Tamaño: Micro, pequeña, mediana y grande
- Actividad económica: todas las actividades económicas

Con base en estos criterios se realizó la adquisición de las bases de datos, este proceso se hizo a través de las cámaras de comercio de cada una de las ciudades que revestían interés para el proyecto. Al normalizar las bases, realizar la depuración en excel se obtuvieron 5615 registros, con base en esta información se determina el tamaño de la a muestra, se utilizó el proceso establecido por la distribución maestra de las proporciones cuyos estadísticos son los siguientes:

Dónde:

Z= Valor nivel de confianza 1.96

P= Probabilidad de éxito 95 %

q= Probabilidad de fracaso 5 %

E= Margen de error en la muestra

2,6 %

N= tamaño de la población = 5615

Con base en estos datos

n= Tamaño de la muestra = 270

La selección de las unidades objeto de estudio se realizó por el muestreo estratificado proporcional por municipio como se muestra en la siguiente tabla 1:

Tabla 1
Proceso de muestreo estratificado

Municipios - Departamentos	Población	Muestra
Aburrá Sur - Itagüí, Antioquia	68	4
Aguachica - Cesar	82	4
Amazonas	7	0
Arauca - Arauca	8	0
Armenia Y Del Quindío - Quindío	88	5

Cont... Tabla 1

Barrancabermeja - Santander	23	1
Barranquilla - Atlántico	319	17
Bogotá - Cundinamarca	706	37
Bucaramanga - Santander	373	20
Buenaventura - Valle	240	13
Buga - Valle	25	1
Cali - Valle	385	20
Cartagena - Bolívar	55	3
Cartago - Valle	32	2
Casanare - Yopal	7	0
Cauca - Popayán	74	4
Chocó - Quibdó	108	6
Cúcuta - Norte De Santander	93	5
Chinchiná - Caldas	4	0
Dosquebradas – Risaralda	23	1
Duitama - Boyacá	37	2
Facatativá – Cundinamarca	21	1
Florencia - Caquetá	38	2
Girardot – Cundinamarca	32	2
Honda y Norte Del Tolima - Tolima	3	0
Ibagué - Tolima	113	6
Ipiales - Nariño	121	6
La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar	22	1
La Guajira - Riohacha	33	2
Magangué - Bolívar	6	0
Magdalena Medio Y Nordeste Antioqueño	8	0
Manizales Por Caldas - Caldas	130	7
Medellín Para Antioquia – Medellín	515	27
Montería – Córdoba	42	2
Neiva - Huila	141	7
Ocaña - Norte De Santander	31	2
Oriente Antioqueño – Rionegro	29	2
Palmira – Valle	56	3
Pamplona – Norte De Santander	25	1

Cont... Tabla 1

Pasto - Nariño	149	8
Pereira Por Risaralda - Risaralda	15	1
Putumayo - Puerto Asis	8	0
San Andrés Islas	103	5
San José – San José Del Guaviare	6	0
Santa Marta - Magdalena	37	2
Santa Rosa De Cabal - Risaralda	5	0
Sevilla - Valle	6	0
Sincelejo - Sucre	17	1
Sogamoso - Boyacá	16	1
Sur Y Oriente Del Tolima – Espinal	43	2
Tuluá - Valle	29	2
Tumaco - Nariño	77	4
Tunja - Boyacá	269	14
Urabá – Apartadó, Antioquia	68	4
Valledupar - Cesar	102	5
Villavicencio - Meta	92	5
Total	5165	270

Fuente: Elaboración propia.

Para la obtención de la información primaria se realizaron encuestas estructuradas directas a las 270 empresas sin ánimo de lucro, pequeñas, medianas y grandes, como asociaciones, corporaciones, fundaciones y cooperativas registradas en las bases de datos de las cámaras de comercio, la selección de las unidades objeto de estudio se realizó por el muestreo sistemático, donde se hallaron intervalos por cada estrato.

La recolección de información se hizo utilizando un instrumento estandarizado y normalizado de 20 preguntas cerradas y directas, en tres secciones, con lo anterior se tomará

como base para la fundamentación del proceso, así se permite que se visualicen los elementos, variables y aspectos que son relevantes del emprendimiento social, la alternativa para su conocimiento es la encuesta proceso que permite obtener y elaborar datos de forma organizada de los indicadores de las variables implicados en el objeto del estudio, y como lo indica Alvira (2011) la encuesta es un instrumento de captura de información estructurado, útil para describir algo y para contrastar hipótesis o modelos.

La construcción y validación del instrumento se realizó a partir de la técnica de Delphi, con algunas modificaciones,

Velásquez y D' Armas, (2015) a través de un proceso sucesivo de expertos. Para esta investigación los resultados de validación de instrumento de acuerdo con lo expresado Vásquez y Rincón (2020) en relación con los expertos el conocimiento es de 0.82, el coeficiente de argumentación es de 0.904 alto, el de competencia 0.86, y la valoración es alto, por lo tanto, los expertos tienen las competencias y habilidades para validar el instrumento. Los procedimientos utilizados para determinar la fiabilidad de consistencia interna, como el coeficiente alfa de Cronbach 0.93, Kappa en promedio, 0.46, y el CCI es a 0.9271, y los estadísticos descriptivos, tanto en la primera ronda, como en las otras,

muestran que el instrumento se puede aplicar y que el rango de equivocación es mínimo para la obtención de información primaria.

Respecto al análisis estadístico de los resultados, se obtiene la fiabilidad interna para lo que utilizó el alfa de Cronbach, que permite estimar la confiabilidad de los resultados a través de un conjunto de ítems que se espera midan el constructo. De acuerdo a George y Mallery (2003:231). Para el analizar la fiabilidad de la encuesta se calcula el coeficiente de Cronbach reflejado en la tabla 2, a través del software estadístico SPSS, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 2
Alfa de Cronbach para resultado del emprendimiento social en Colombia

Alfa de Cronbach	Número de variables	Número de elementos
0.876	20	270

Fuente: Elaboración propia.

El alfa de Cronbach para los resultados obtenidos del estudio emprendimiento social en Colombia fue de 0.876, por lo que de acuerdo a la tabla propuesta por George y Mallery hay una fiabilidad buena en los instrumentos.

Para determinar la adecuada validez estadística de los resultados se determina la potencia del estudio, (Hair et al, 2017) adecuada como lo establecen Cohen (1998) y Marcoulides & Chin (2013) consideran que la magnitud de

la potencia necesaria para alcanzar una potencia suficiente, es del 80% para las ciencias sociales.

La potencia, según el software Gpower (versión 3.1.9.4 mayo 2020) es superior al 0.90, con lo cual se pasa el nivel mínimo de 080 sugeridos por Marcoulides & Chin (2013), demostrando así un adecuado tamaño muestral mostrando que tiene validez y confiabilidad.

3.1. Revisión conceptual

Desde la revisión documental. El emprendimiento social es una actividad relativamente nueva, sus inicios se presentan en la década de 1980. Desde la óptica conceptual, funcional y legal, propende por la mejora de la calidad de vida de comunidades, además, crea conciencia de la importancia de la construcción social, de procesos, específicamente los relacionados con los nuevos productos, y servicios de empresas, también de organizaciones que realizan inclusión social; en Colombia se ha vuelto un tema de reflexión y de práctica organizacional para muchas empresas, pero aún es un proceso potencial y en este contexto se hace necesario que se indague por lo que realmente significa el emprendimiento social y los factores de éxito de este tipo de empresas.

El emprendimiento social es un concepto relativamente reciente, Joseph Schumpeter hizo un gran aporte al concepto de emprendedor, tras aclarar su papel en los procesos de inversión e innovación y diferenciándolo del administrador, la verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear (Liouville, 2002).

Por lo cual, en primera instancia se desarrolla la aproximación conceptual del emprendimiento social, desde diferentes puntos de vista ya se han establecido los elementos que posibilitan la comprensión de este proceso, identificando categorías, variables; por lo anterior es necesario una revisión sobre las definiciones de emprendimiento social, con el propósito de determinar las categorías fundamentales como se observa en el cuadro 1.

Cuadro 1
Emprendimiento social desde diferentes autores

Fuente	Definición	Categorías fundamentales
Navarro, A. M., Climent, V. C., y Palacio, J. R. S. (2011).	El emprendimiento social es definido como el empeño-compromiso, en crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también mediante una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación, característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social. En definitiva, el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social.	Modelo de actividad social Riqueza social Empresa social
Morales-Gutiérrez, A., Ariza-Montes, J., Muñoz, N. (2012).	En el emprendimiento social se identifican problemas sociales y se ve en ellos oportunidades para aplicar cambios transformacionales, que tienden a ser más pragmáticos y visionarios, y que se dirigen de una manera colaborativa, que logran así la participación y el compromiso de los diversos grupos de interés. En cualquier caso, un emprendedor social debe fundamentarse en los principios del emprendimiento social, una naturaleza distintiva fundamentada en la voluntariedad, el comportamiento ético y la existencia de una misión con causa social.	Oportunidades sociales Dirección colaborativa Voluntariedad Comportamiento ético Causa social

Cont... Cuadro 1

Santocildes, M. E., Urquijo, L. G., y Elorriaga, A. M. (2012)	Se trata de una empresa que funciona en el mercado, prestando a la sociedad bienes y servicios de manera empresarial, si bien se caracteriza por tres elementos esenciales: 1. El objetivo social de interés común es la razón de ser de la acción comercial, ya que estas entidades pretenden tener una incidencia social proporcionando bienes o servicios de manera socialmente innovadora. 2. Los beneficios se reinvierten principalmente en la realización de este objeto social.	Empresa social Necesidad social Reinversión de beneficios Justicia social
Sharir y Lerner (2006).	Estas organizaciones tienen como fin actividades con valor sociales, específicamente las áreas de operaciones, pero el denominador común es que operan de forma voluntaria y no con fines de Lucro.	Valor social Sin ánimo de lucro Necesidad social
Poyato I., (2017)	El emprendimiento social conlleva un componente social que dota de valor agregado los proyectos que se desarrollan y que no se miden en términos estrictamente económicos, sino que integran la noción de sostenibilidad en las organizaciones. Su reto estriba en identificar y conciliar aspectos de equidad social y viabilidad económica que fomenten un sentido de cohesión social, mediante un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.	Valor social Sostenibilidad Equidad social Sentido social
Newbert y Hill (2014)	Una actividad que genera un beneficio mediante la disminución de problemas sociales a través de la integración de lo social y empresarial	Problema social Empresarial
Doherty, Haugh, y Lyon (2014).	Son organizaciones que solucionan problemas sociales como la pobreza, buscando mejorar el bienestar humano realizando emprendimientos con un impulse social integrado	Problema social Bienestar social
Bedi y Yadav (2019).	Es el emprendimiento que tiene una función social y se caracteriza por que la principal función es crear valor social en lugar de generar ganancias económicas privadas	Función social Valor social
Malavera P. S., Palacios J. M., (2018).	El emprendimiento social es considerado como una estrategia empresarial que contribuye al desarrollo de espacios de participación ciudadana, actualmente se considera como una alternativa organizacional que admite una alternativa de solución a la crisis del modelo social, está en la búsqueda de una recomposición de lo humano y lo económico que favorezcan a la independencia del asistencialismo.	Estrategia empresarial Participación Social Desarrollo social

Fuente: elaboración propia con base a las bases de datos ScienceDirect, Dialnet y Proques

Las definiciones se registraron, analizaron y de cada una se estableció cuáles eran las palabras claves, donde destacaron: alternativa de desarrollo, beneficio social, misión social, sostenibilidad, oportunidades sociales, atender problemas sociales, oportunidades sociales, dirección colaborativa, reinversión de beneficios, justicia social, valor social, sostenibilidad, equidad social, estrategia empresarial,

participación social y desarrollo social, así se establece la definición de emprendimiento social.

Con lo anterior, se puede establecer que el emprendimiento social es una disciplina que identifica problemas sociales y ambientales que busca generar propuestas con valor social utilizando modelos de negocios específicos que tienen como fin la distribución justa y equitativa de la

riqueza y con ello una mejora sustantiva de las condiciones de vida de los habitantes en un lugar determinado.

3.2. Situación y factores del emprendimiento social

Desde el trabajo de campo. Respecto a la información primaria obtenida en las diferentes regiones de Colombia, de las unidades objeto de estudio, que corresponden a empresas sin ánimo de lucro como asociaciones, fundaciones, cooperativas, corporaciones, los resultados en relación con el contexto son los siguientes:

La sostenibilidad de una empresa social en Colombia se determina por la optimización de los recursos (22.71 %), creación de valor (12.92 %), competitividad (12.50 %), aumento del bienestar (8,13 %), administración (7,92 %), innovación (7,71 %), y protección del medio ambiente (6,04 %), es importante indicar que los problemas sociales que solucionan estas organizaciones son: el desempleo (20,10%), pobreza (12,67%), derechos humanos (10,81

%), financiamiento (8.78 %), educación (7.77 %), entre otros.

También se indica que los factores que contribuyen al desarrollo de las empresas sociales son el talento humano (28,28 %), la buena organización (21,41 %), el manejo financiero (12,53 %), el bien o servicio que ofrece (8,08 %), el conocimiento de los clientes (7,88 %) entre otros aspectos, con lo que se busca mejorar la situación social, y se ratifica en lo relacionado con los recursos más importantes para las empresas sociales, donde se establece que son el talento humano con un 34,97 %, la disponibilidad de recursos económicos con un 22,49 % y los manejos financieros con un 21.16 %, contar con los materiales necesarios 10,02 %; revisando el cumplimiento de los objetivos principalmente a través de auditorías (24,55 %), control de los procesos (22,52 %) y seguimiento (19,14 %), entre otros.

Respecto a los factores de éxito de las empresas sociales en Colombia, los encuestados indicaron lo siguiente (gráfico 1):

Gráfico 1
Factores de éxito de las empresas sociales



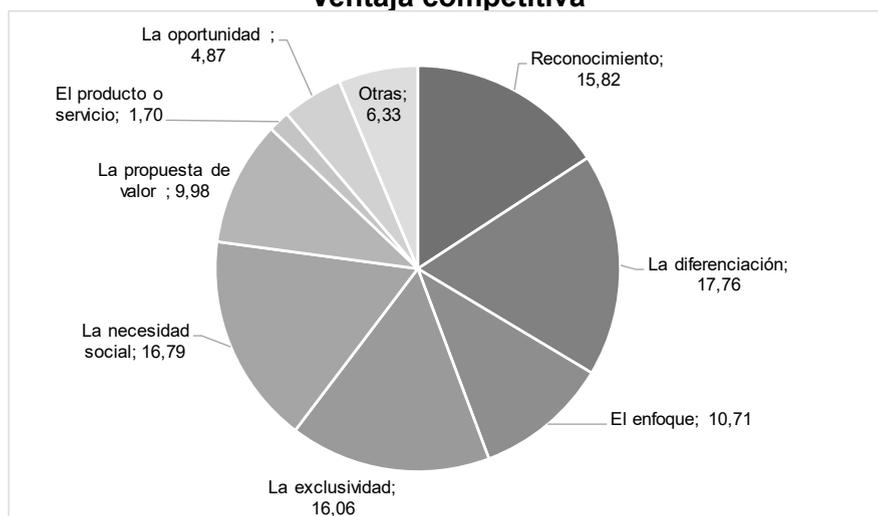
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los factores de éxito que mayor relevancia tienen del emprendimiento social son el talento humano (20,62 %), buena atención (13,75 %), trabajo social (8,51 %), beneficio social (8,02), calidad (7,86 %), administración (7,53 %), y orientación al servicio (7,20 %), también es importante tener en cuenta los recursos, planeación estratégica, el

servicio, y el manejo financiero entre otros.

Los encuestados indicaron en el gráfico 2 que las siguientes ventajas competitivas de la empresa son: la diferenciación (16,76 %), exclusividad (16,06 %), la necesidad social que satisfacen (16,79 %), reconocimiento (15,82 %), enfoque (10,71 %) y la propuesta de valor (9,98 %), entre otros.

Gráfico 2
Ventaja competitiva



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados en relación con la característica que lo diferencia de la competencia de las empresas sociales se establecen las siguientes: el servicio (14,64 %), la calidad (13,65 %) propuesta de valor (11,51 %) y el producto ofrecido (9,87 %), entre otros. Destacando que las cualidades y habilidades que valoran en las empresas sociales son: trabajo en equipo (25,55 %), talento humano (17,55 %), proactividad (11,75 %),

conocimientos (8,18 %), comunicación (7,50 %), entre otros.

La información obtenida respecto de la eficiencia de la empresa social se establece que son los siguientes aspectos: calidad (22,09 %), responsabilidad (15,50 %), dedicación (15,12 %), administración (12,60 %), y operación (8,91 %).

Las principales actividades sociales desarrolladas por los emprendimientos sociales son las siguientes: educación

(9,78 %), sensibilización social (9,87 %), actividades culturales (9,46 %) actividades recreativas (8,90 %), inclusión social (8,48 %), generación de recursos (7,65 %), y actividades deportivas (6,40 %), entre otros.

Los beneficios sociales que ofrecen las empresas sociales son: disminución de los problemas sociales (18,82 %), disminución de la pobreza (18,16 %), población con educación (14,22 %), integración familiar (13,35 %), entre otros. Para su ejecución de los proyectos sociales, los empresarios se basan en estudios, informes del Estado y de los líderes sociales.

Las empresas que realizan emprendimientos sociales en Colombia destacan que las dificultades para el desarrollo de las empresas son: pocos recursos económicos (21,30 %), las políticas públicas (12,53 %), la corrupción (12,28 %), infraestructura insuficiente (11,53 %) y los impuestos (8,52 %), entre otros.

Las empresas que realizan emprendimientos sociales vinculan a los beneficiarios a través de actividades como charlas (16,30 %), talleres (15,46 %), conferencias (14,79 %), voz a voz (14,45 %), visitas (12,77) y redes sociales (11,26 %), entre otros.

Es importante indicar que el emprendimiento social en Colombia es un movimiento en crecimiento, impulsado por una combinación de factores económicos, culturales, sociales y políticos, pero no puede dejar de verse que la situación actual de emprendimiento social en Colombia se caracteriza por un ecosistema dinámico, donde se encuentran varios proyectos e iniciativas que buscan solucionar problemas sociales como el desempleo, inseguridad, corrupción, insatisfacción

de necesidades básicas, el cubrimiento en servicios públicos, contaminación, destrucción de los recursos naturales, lo cual se mejora a través de la creación de empresas sociales viables y sostenibles.

Pero existen varios factores que están contribuyendo al éxito del emprendimiento social en Colombia, como lo es el aumento del interés en el desarrollo económico, ambiental y social sostenible y la responsabilidad social empresarial por parte de los ciudadanos y las empresas, esto ha llevado a que se generen más oportunidades para el emprendimiento social y se busque una mayor colaboración entre las empresas y las iniciativas sociales.

Otro factor importante es el apoyo del gobierno a través de políticas públicas y programas de financiamiento y capacitación. El gobierno ha establecido una serie de incentivos para los emprendedores sociales, como créditos blandos, exenciones fiscales y acceso a programas de aceleración. Además, existen varias organizaciones y redes de apoyo al emprendimiento social en Colombia que han surgido en los últimos años, lo que ha permitido una mayor colaboración y el intercambio de conocimientos y recursos entre los emprendedores.

En cuanto a los factores de éxito, se destaca la importancia de la innovación y la creatividad para resolver los desafíos sociales, así como la capacidad para adaptarse a un entorno en constante cambio. También es importante resaltar la importancia de tener una mentalidad empresarial y una visión a largo plazo, así como habilidades de liderazgo y capacidad para trabajar en equipo.

Por otro lado, es fundamental dejar claro que se hace necesario contar con un modelo de negocio sostenible y una

estrategia clara para la generación de impacto social. Además, es necesario tener una adecuada gestión financiera y un enfoque en la medición del impacto social, para poder demostrar la efectividad de la iniciativa.

Es decir, como se indica en el trabajo, el emprendimiento social en Colombia se encuentra en proceso de desarrollo como alternativa para mejorar las condiciones de vida de poblaciones específicas, impulsado por una combinación de factores sociales, ambientales, económicos y políticos. Para tener éxito, es fundamental contar con talento humano, pero con don de servicio y mentalidad empresarial, una visión a largo plazo, habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, así como un modelo de negocio sostenible y una estrategia clara para la generación de impacto social.

4. Conclusiones

En la aproximación conceptual del emprendimiento social se establece que es una disciplina relativamente nueva, sus inicios se presentan en los finales de la década de 1980, desde la óptica organizacional y legal, ya que siempre han existido actividades, o servicios para solucionar problemas sociales.

En Colombia, y específicamente en las principales ciudades donde se realizó el estudio, se establece que las asociaciones, corporaciones, fundaciones, cooperativas y organizaciones sociales generan un beneficio social a personas vulnerables, como adultos mayores, niños, mujeres, cabeza de familia, desplazados, con hogares de paso, comedores comunitarios, instituciones de formación, centros de actividades, organizaciones productivas, de servicios, entidades de

economía solidaria y comercializadoras para beneficio común.

Los factores de éxito de las empresas sociales son servicio social de calidad que satisfacen necesidades básicas de una población específica, talento humano capacitado con experiencia en procesos sociales, el tipo de producto o servicio social orientado a la solución de problemas sociales, la planeación, estrategia de la organización con visión a mediano y largo plazo; también es importante tener en cuenta la buena atención, el trabajo social, la calidad, los recursos, entre otros.

Igualmente, es fundamental tener en cuenta que las empresas sociales se generan para solucionar problemas sociales a través de la disminución de la pobreza, desempleo, inseguridad, aumento en el cubrimiento de servicios públicos, de comunicación y educación, disminución de los problemas sociales, financiamiento e integración familiar.

Las actividades en que se enfocan las empresas sociales son salud, inclusión social, alimentación, educación, oferta de servicios, de transporte, financieros, de comercialización, realizando actividades recreativas, culturales, deportivas y de formación; como resultado de la trayectoria, la exclusividad, la propuesta de valor, la diferenciación del producto y la necesidad social que satisface la empresa, vinculando a la población a través de charlas, programas de sensibilización, conferencias, voz a voz y talleres.

Referencias bibliográficas

Alvira, M. F., (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Centro de Investigaciones Sociológicas CIS.

- Austin, J., Svenson, H., y Wei-Skilem, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: some, difference, or both? *Entrepreneurship theory and practice Journal*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bargsted A., M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13(25), 121-132. <https://doi.org/10.22518/16578953.133>
- Bedi, H. S., & Yadav, M. N. (2019). Social Entrepreneurship: A Conceptual Clarity. *Our Heritage*, 67(10), 1006-1016.
- Choi, N., y Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29, 363-376.
- Cohen, J., Ewen, R. B., & Welkowitz, J. (2000). *Introductory statistics for the behavioral sciences*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-743250-2.50022-3>
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*. 76, 54-69.
- Díaz-Foncela, M., y Marcuello, C. (2012). Las empresas sociales en España: concepto y características. *Gizarte Ekonomiaren Euskal Aldizkaria-Revista Vasca de Economía Social*, 8. <http://hdl.handle.net/10810/46763>
- Doherty, B., Haugh, H. y Lyon, F. (2014). Las empresas sociales como organizaciones híbridas: una agenda de revisión e investigación. *Revista internacional de revisiones de gestión*, 16(4), 417-436.
- Feijóo, J. L. (2012). *El planeamiento estratégico en hotelería y turismo*. Ugerman Editor.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon
- Hair, J. F. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage.
- Hernández G., Yescas L., y Domínguez H. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104) 77-99. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(07\)70018-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(07)70018-9)
- Liouville, J. (2002). *La fonction d'entrepreneur: Schumpeter revisité*. Académie de l'Entrepreneuriat, Les actes du 2e congrès, Bordeaux
- Mair, J. y Marti, I. (2006): Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Malavera P. S., y Palacios J. M., (2018). El emprendimiento social como factor de sostenibilidad de la responsabilidad social. en A. Hernández S. B., Sánchez G. J. Educación, Desarrollo e Innovación Social (280 -285). Andavira.
- Marcoulides, G. A., y Chin W.W. (2013) You Write, but Others Read: Common Methodological Misunderstandings in PLS and Related Methods. In: Abdi H., Chin W., Esposito Vinzi V., Russolillo G., Trinchera L. (eds) *New Perspectives in Partial Least Squares and Related Methods*. Springer Proceedings in Mathematics & Statistics, vol 56. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-8283-3_2
- McMullen, J. S., & Bergman Jr, B. J. (2017). Social entrepreneurship and the development paradox of prosocial motivation: A cautionary tale. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 243-270.

- Miller T. L., Grimes M. G., McMullen J. S., y Vogus T. J. (2012). Aventurarse por los demás con corazón y cabeza: Cómo la compasión fomenta el emprendimiento social. *Academy of Management Review*, 37, 616-640.
- Morales, M. I. (2011). 50 aniversario del canje de la moneda. *Revista del Banco Central de Cuba*, 3, 1-68.
- Morales-Gutiérrez, A., Ariza-Montes, J., y Muñoz, N. (2012). El emprendedor social y el E-empoderamiento de las redes virtuales. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, Social y cooperativa*, 75, 153-177.
- Murphy, P. J., y Coombes S. M. (2009). A model of social entrepreneurial Discovery. *Journal of bussines ethics*, 85, 325-336. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9921-y>
- Navarro, A. M., Climent, V. C., y Palacio, J. R. S. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *Revesco, Revista de Estudios Cooperativos*, (106), 150-172. https://doi.org/10.5209/rev_reve.2011.v106.37377
- Newbert, S. L., & Hill, R. P. (2014). Setting the Stage for Paradigm Development: A 'Small Tent' Approach to Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(3), 243-269
- Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4), 579-590. <https://doi.org/10.31876/rcs.v16i4.25526>
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Peredo, A. M., y McLean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65. <https://ssrn.com/abstract=1197663>
- Pirson, M. (2015). Social Entrepreneurship and All That Funk. Fordham University Schools of Business Research. *Humanistic Management Network, Research Paper Series*, 01/15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2558239>
- Poyato, I. (2017). El emprendimiento social y su implicación en el Tercer Sector: *Revista Española del Tercer Sector*, 35, 73-89.
- Quintao, C. (2007) Empresas de inserción y empresas sociales en Europa, *Revista CIRIEC-España*, (59), 33-60.
- Sampieri, H., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Sanchis, J. R. y Campos, V. (2008). La innovación social en la empresa: el caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España. *Economía Industrial*. 368. 187-196.
- Santocildes, M. E., Urquijo, L. G., y Elorriaga, A. M. (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*, 75, 55-80.
- Santos, F., Barroso, M. O., y Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35(1) 177-196.
- Sharir M., Lerner M. 2006. Medir el éxito de las empresas sociales iniciadas

- por emprendedores sociales individuales. *Journal of World Business*, 41, 6-20.
- Valenciano, P., y Uribe, J. (2017). *Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica*, Universidad Almería.
- Vásquez, B. J. (2020) Factores del éxito del emprendimiento social en la región central de Colombia. Gómez L., Caldera G., Arredondo H., (Com). *Economía, Gestión y Organizaciones. Una visión multidisciplinaria*. Tomo I. Economía, Finanzas y Gestión (p 367 -391) Universidad de Guanajuato. México. Talleres Lito-grapo, S.A. DE C.V.
- Vásquez, B. J. (2021) *Social Entrepreneurship: Successful Factors of Organizations Developed by Adults in the Colombian Coffee Region*. Gámez. G. j., Y Saiz a (Com). *Entrepreneurial Innovation for Securing Long-Term Growth in a Short-Term Economy EEUU*: IGI Global.
- Vásquez, B. J., y Rincón, M. (2020). *El método Delphi utilizado en la validación del instrumento para la investigación Factores de éxito del emprendimiento social en Colombia*. Arboleda, C., y Arias, F. (Com). *Investigación en Administración, Negocios y Contaduría Frente a los Retos de Hoy*. (p 126 -153) Medellín. Colombia: Sello Editorial Coruniamericana.
- Velásquez, L. J., y D' Armas, M. (2015). *Requerimientos estadísticos para la determinación de Criterios e Indicadores de Desarrollo Sostenible del Municipio Autónomo Caroní*. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 19(75), 82-97.
- Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D. y Hayton, J. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117-131. <https://doi.org/10.1002/sej.43>