

El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible

The entrepreneur in Colombia, an answer to the challenges of competitiveness and sustainable development

José David PATIÑO [1](#); Alix RUIZ Ariza [2](#); Remedios PITRE-REDONDO [3](#)

Recibido: 30/11/2017 • Aprobado: 15/01/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Consideraciones generales del emprendimiento](#)
 - [3. Conclusiones](#)
- [Referencias](#)

RESUMEN:

En la actualidad, la economía se ve sometida a gran cantidad de cambios y contracciones, que obligan a la búsqueda de alternativas que permitan la sostenibilidad, crecimiento e implantación de mecanismos, que generen a futuro soluciones perdurables que arraiguen las bases del desarrollo de cualquier país. En Colombia, el sistema económico se ha visto golpeado por multidiversidad de factores, entre ellos, el conflicto armado interno, que se acerca a un fin concertado, gracias a la gestión del gobierno actual. Todo esto sumado a las exigencias de la globalización, que viene dominando los escenarios de la región, han impulsado en gran proporción el posicionamiento del emprendimiento, como alternativa de productividad, comercialización e innovación. A continuación, y con el fin de establecer los factores que vienen propiciando y estimulando el emprendimiento en Cartagena, se realizará una revisión documental del contexto del mismo y se analizarán distintos estudios e investigaciones que pueden contribuir para el diseño de futuros programas o planes de intervención, en pos del ascenso de la calidad de vida de las comunidades de esta importante ciudad colombiana.

Palabras-Clave: Emprendimiento, innovación,

ABSTRACT:

At present, the economy is subject to a great number of changes and contractions, which force the search for alternatives that allow the sustainability, growth and implementation of mechanisms, that generate in the future lasting solutions that take root in the development of any country. In Colombia, the economic system has been hit by a multidiversity of factors, including the internal armed conflict, which is approaching a concerted goal, thanks to the current government's management. All this combined with the demands of globalization, which has dominated the region's scenarios, have greatly boosted the positioning of entrepreneurship as an alternative to productivity, marketing and innovation. Then, and in order to establish the factors that are promoting and stimulating entrepreneurship in Cartagena, a documentary review of the context of the project will be carried out and different studies and research that may contribute to the design of future programs or intervention plans, in pursuit of the promotion of the quality of life of the communities of this important Colombian city.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, community development, sustainability, productivity.

1. Introducción

El espíritu empresarial del ser humano, es un patrón que se ha evidenciado en la evolución de la raza humana en el tiempo y que ha sido precisamente la clave sobre la cual se ha desarrollado la sociedad y por ende ha posibilitado aquellas grandes invenciones a nivel global. La base de la invención, creatividad e innovación es la curiosidad y la tendencia natural del ser humano por mejorar su estándar de vida, que repercute en el desarrollo y crecimiento económico. El hombre se ha ocupado por generar dichos estándares sociales y económicos que se refleje en la calidad de vida y ésta se evalúa mediante la observación de todo aquello a lo cual tiene acceso. (Varela, 2001).

En Colombia, el emprendimiento ha cobrado importancia en los distintas comunidades académicas y gremiales que han visto en esta una opción para estudiar, investigar y proponerla como una alternativa para el desarrollo integral, desde la posibilidad de ser empresarios y distribuir riqueza a través de la generación de empleo, hasta contribuir que en muchas regiones, afectadas por distintos fenómenos sociales, hayan encontrado la opción de sostenerse, formarse y lucrarse, a través de una idea o innovación desde su identidad y sitio de habitación.(Cardona, 2015)

De acuerdo a los datos del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Colombia, el 70 por ciento de la población adulta (de 18 a 64 años de edad) percibe que ser empresario es una opción válida para su vida profesional además del reconocimiento social. En ese orden de ideas y según el reporte Global de Tecnologías de la Información del 2015, adscrito al foro económico mundial, Colombia ocupó la posición 64 entre 143 economías del mundo, además de ser el país el cuarto en America Latina, el que más emplea las TIC.(Portafolio, 2016).

De acuerdo a Confecamaras en Colombia son aproximadamente 2.500.000 MIPYMES y PYMES, producto de la creación e iniciativas particulares. Dicha dinámica productiva, ha generado el 67 % del empleo formal en el país, de allí la importancia del tema tratado y su contribución al desarrollo social y económico en las distintas regiones del país

2. Consideraciones generales del emprendimiento

Son diversas las disciplinas y estudios que se han enfocado en profundizar el fenómeno del emprendimiento. Los más destacables y pioneros, datan del año 1950 cuando la disciplina de la psicología, abordó la relación del individuo con el fenómeno del emprendimiento, a través del análisis de los modelos de contenidos estáticos y dinámicos (Mello et al, 2011). Esta orientación dio pie a un proceso investigativo que ha evolucionado aportando de forma frecuente información y hallazgos relevantes que han permitido, comprender y profundizar sobre los aspectos estimulantes que llevan a una persona a convertirse en emprendedor (Stevenson & Jarillo, 1990).

Lograr una conceptualización del emprendimiento, es una tarea que diversos campos de investigación han intentado caracterizar, sin lograr una homogeneidad en este proceso. No obstante, cada investigación, hipótesis o estudio, ha derivado en premisas comunes que exponen el espíritu de superación, la innovación y el deseo de progreso, como aspectos descriptivos de este tema en particular (Castillo, 1999).

Autores como Gaddefors & Anderson (2015), en su estudio "Emprendimiento y contexto: cuando el emprendimiento es mayor que los empresarios", lograron un acercamiento al contexto general de emprendedor y esbozaron una serie de características de vital importancia para tal fin. El propósito de este estudio, consistió en explicar cómo se configura un emprendedor y luego de un estudio longitudinal, de más de 10 años de duración, mediante la aplicación de encuestas, entrevistas y observaciones de diversos tipos, arrojando como resultado unas conclusiones enfocadas al trabajo individual y colectivo que es moldeado por

factores sociales presentes en todo entorno o ambiente.

Como reflexión final, los autores proponen la idea de cómo el contexto de cada persona, puede influenciar y determinar el espíritu empresarial de cada individuo. Todo aquello que sucede alrededor de la persona, lo que hace que se conecte y cree soluciones o cambios, para elevar su nivel de vida y obtener el objetivo inmediato que se haya definido para subsistir.

El análisis propuesto por los autores citados, se considera satisfactorio, en la medida que conlleva al análisis de la necesidad de identificar las características del emprendedor, y contribuye con la ilustración del contexto general, que promueve o estimula el proceso empresarial.

Entre tanto, otros autores han enunciado que, convertirse en emprendedor y actuar bajo este perfil, son aspectos del proceso de aprendizaje de la disciplina del emprendimiento como tal. El deseo de crecer y hacerse determinante del progreso propio como empresario, influye en la personalidad de cada individuo, fijando el dominio en sus relaciones, como un factor particular de todas las estaciones, una vez se inicia la ruta de emprender. Es así como se encuentra que, durante la trayectoria, desde el punto de inicio hasta la etapa final, el dominio en sus relaciones, se contrae o expande según el escenario, la interacción y la personalidad, de los semejantes que se integran en un mismo plano (Hannu, L. 2000).

Desde el punto de vista de la psicología tradicional los estudios se han enfocado en las motivaciones. Éstas se vinculan al individuo o promueven en él, todo lo necesario para que opte por la oportunidad empresarial y determine en camino a seguir. Esta orientación o línea de investigación ha comparado dos modelos que ha denominado: Modelos de Contenido Estático y Modelos de Contenido Dinámico. El propósito fundamental ha sido identificar puntos comunes en estos dos modelos y a partir de los mismos definir un Modelo de Motivación Empresarial (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005).

El estudio se basó en la exploración a un grupo de 114 estudiantes del programa de pregrado de negocios en la Florida Gulf Coast University y se examinaron aspectos como: capacidad de tolerancia al riesgo, viabilidad percibida y deseabilidad de predecir intenciones para el autoempleo. Los resultados fueron de gran utilidad al señalar que, las variables como tolerancia al riesgo, viabilidad percibida y deseabilidad neta, participaban de manera significativa en la motivación del emprendedor. No obstante, los resultados alcanzados esta investigación, se estima como parcial, ya que la misma, solo tuvo en cuenta una muestra de estudiantes de negocios de pregrado lo que no permite generalizar los resultados. Así también, se evidencia que la investigación no examinó el papel de las motivaciones negativas o de empuje de frente a otros factores (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005). Se estima que, para investigaciones futuras, sería muy recomendable incluir preguntas de seguimiento a las entrevistas y encuestas, para alcanzar información explicativa que agregue mayor valor a los datos recolectados. Finalmente, el aporte más perceptible, señala que todos los actores del ambiente o entorno emprendedor, educadores, funcionarios gubernamentales y otros interesados en estimular la motivación empresarial deben considerar cómo sus palabras y acciones afectan la percepción de emprendedores potenciales de viabilidad empresarial y deseabilidad neta.

Ahora bien, hasta ahora se han analizado estudios enfocados en las motivaciones o características individuales del emprendedor, sin embargo, es importante analizar el fenómeno desde otra óptica y eso hace necesario indagar sobre la forma en que se ha venido realizando la investigación al respecto y los métodos empleados. McDonald et al (2015), en su investigación "Una revisión de los métodos de investigación en el espíritu empresarial 1985-2013", compila información destacable que analizamos seguidamente.

El trabajo propuesto por los autores era abordar las preguntas que permitieran definir que metodologías se han venido utilizando para la recolección de los datos por parte de los investigadores, especialmente, aquellos que se han ocupado de publicar esta información en revistas de emprendimiento. De forma paralela, analizar estos métodos como se han

transformado y evolucionado a través del tiempo. Para alcanzar este objetivo, se procedió a la recolección de los datos producto de investigación que fueron publicados por cinco revistas relevantes entre los años 1985 y 2013, lo que abarca casi tres décadas en total. Los resultados expuestos permitieron demostrar que la investigación emprendedora está dominada por enfoques positivistas y métodos de recolección de datos del mismo corte, pero que este panorama está cambiando con el tiempo. Los datos también revelan diferencias en los métodos utilizados en la investigación publicada en revistas norteamericanas y europeas (McDonald et al, 2015).

Entre las reflexiones finales de este estudio, se enunció que es necesaria la ampliación del debate sobre las limitaciones, beneficios e implicaciones de los métodos de investigación en todo el campo, asumiéndolo como un todo. Se concluyó que, aunque existe cierta flexibilidad metodológica en el campo de una naturaleza macro, abstracta, hay poco a nivel micro de los diseños de investigación individuales.

Otras orientaciones vinculadas se aprecian en el estudio "Aprender haciendo – Una exploración de la experiencia, los incidentes críticos y la reflexión en el aprendizaje del empresario". Esta investigación se fundamenta en la exploración de proceso de aprendizaje de los emprendedores en relación con los procesos paralelos de desarrollo personal y empresarial (Cope & Watts, 2000). Parte o toma como eje, la hipótesis del aprendizaje individual y del ciclo de vida de las empresas. De igual forma, analiza el impacto de los incidentes críticos desde una perspectiva individual y su papel dentro del aprendizaje empresarial.

El enfoque del estudio fue de corte fenomenológicos, y la muestra estuvo compuesta por tan solo seis propietarios de pequeñas empresas. El instrumento para la recolección de datos, fue una entrevista que tuvo por propósito, examinar aspectos históricos e incidentes críticos que aparecieron a través del despliegue del abordaje conversacional. Los hallazgos más representativos, se sitúan en la complejidad de la conceptualización o caracterización de "incidente crítico" y esto contribuyo con la formulación de la teoría que expone que los empresarios a menudo se enfrentan a períodos críticos prolongados y traumáticos o episodios, lo que ilustra la naturaleza emocionalmente cargada de estos eventos (Ocampo, 2008).

Además, los incidentes críticos descritos aquí dieron como resultado un aprendizaje fundamental y de alto nivel y resaltaron la necesidad de programas de apoyo de mentores o tutores, diseñados para impulsar a los empresarios a interpretar y determinar, los incidentes críticos como experiencias de que posibilitan el aumento de los resultados del aprendizaje. Los autores concluyen subrayando la necesidad de un mayor desarrollo teórico que conceptualice la interactividad compleja y dinámica entre el individuo y el negocio (Cope & Watts, 2000).

Dando paso a otros enunciados, es oportuno citar la investigación "El emprendimiento social en Sudáfrica: Delinear el constructo con las habilidades asociadas". Este sondeo fue realizado por Boris Urban en el año 2008 y se ocupó de abarcar diversos temas y debates teóricos para lograr una medición cuantitativa del emprendimiento social, así como también, las habilidades relacionadas con el mismo para alcanzar un nivel de éxito, en el país de Sudáfrica. El estudio, que se caracterizó por guardar un perfil exploratorio, utilizó análisis factorial y pruebas estadísticas de tipo inferencial. La muestra estuvo compuesta por 287 encuestados y se realizó para medir el Emprendimiento Social en Africa y las habilidades afines al emprendimiento de corte social.

Si bien las conclusiones o hallazgos finales, fueron validados, los resultados se estimaron como modestos, teniendo en cuenta que se proyectó un número poco representativo de empresarios sociales activos y futuros. El estudio se limitó al análisis de la etapa preliminar el emprendimiento social o etapa teórica. La interpretación de los hallazgos empíricos, entendiendo el emprendimiento social y las habilidades asociadas, fue catalogada como un catalizador para esta actividad emergente e importante para el desarrollo económico de la sociedad africana (Urban, 2008).

En Colombia, los acercamientos o abordajes sobre el emprendimiento, han sido analizados por

estudios como "emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Este análisis, llevado a cabo por la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de los Andes, en cabeza del Rafal Vesga, docente de esta entidad, hace una exploración muy amplia sobre como el fenómeno del emprendimiento y como éste se ve impactado por diversidad de factores tanto a nivel interno como externo. De manera paralela examina la innovación, como factor diferencial y de alta incidencia en la actitud y cultura emprendedora de las personas en el país. El estudio que consistió en la reflexión sobre diversas tesis e hipótesis relacionadas con el emprendimiento, la tecnología y la innovación en el país, permitió detallar que, en el ámbito colombiano se han direccionado múltiples planes para generar soluciones en tecnología de manera tradicional y fomentando así una buena base histórica, y de manera simultánea se han promovido la mayoría de variedades en tecnología, por lo cual estudiar la manera detallada el proceso de adaptación a las mismas, es un caso destacable que bien vale la pena investigar y documentar, es importante ahora iniciar esta labor y recoger el mayor número de registros para las consultas a futuro (Vesga, s.f.).

En otro apartado de los estudios colombianos, es importante hacer referencia a uno de los artículos más completos del tema, que fue denominado "Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010". Esta publicación, deja entrever aspectos del emprendimiento relacionados con las políticas públicas, y los factores más destacables que derivaron en una política de emprendimiento en el país, entre los años 2002 y 2010. Estas directrices se apoyaron de forma prioritaria en entidades reconocidas como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y Universidades del sector público y privado (Gámez, 2008).

La metodología utilizada para esta indagación, fue de tipo exploratorio-descriptivo y se utilizó información primaria mediante encuestas y entrevistas a expertos en el tema, así como también, información secundaria mediante la revisión de literatura asociada, lo que derivó en dos reflexiones fundamentales:

- Para generar una política de emprendimiento no es condición previa contar con una ley o documento que la impulse, sino con voluntad política y visión clara de lo que se persigue por parte de los actores involucrados.
- Las entidades gubernamentales que lideran su diseño y ejecución, al igual que sus directivos, deben contar al menos con amplia credibilidad, experiencia y estabilidad

Este análisis, ha sido de gran avance en el tema de emprendimiento en el país, ya que, no solo ha generado información vital para la ponderación de esta orientación productiva, sino que también ha logrado aperturar y visionar nuevos campos de aplicación para la sostenibilidad en diferentes sectores de la economía colombiana (Tarapuez, Osorio & Botero, 2013).

Como se ha observado, muchas de las hipótesis o planteamientos revisados hacen énfasis en el emprendimiento de tipología social. Esta descripción o característica particular, ha sido especialmente observada, por las escuelas de negocio desde la década de los 80 y trata de identificar la relación de esta orientación con la creación y dirección de las empresas. Guzmán & Trujillo, describen el emprendimiento social como un campo amplio y diverso que involucra tópicos como la financiación, empresariado, oportunidades y aprendizaje, como dinamizadores de este fenómeno. Este estudio busca entre otros intereses, definir rutas específicas para investigaciones futuras, y luego de la revisión de 51 referencias bibliográficas, principalmente artículos publicados en revistas académicas en relación con el emprendimiento social a partir del año 2000 y hasta la actualidad, genera las reflexiones o aportes pertinentes para el tema. Este artículo, además de clarificar el constructo teórico de emprendimiento social e identificar sus características fundamentales, resalta la importancia del mismo para el desarrollo de países emergentes y su pertinencia en la política pública (Guzmán & Trujillo, 2008).

En una línea similar de exploración, Toca (2010) ha esbozado que el emprendimiento debe reconocerse como una fuente de desarrollo y competitividad que puede influenciar positivamente la dinámica económica de las sociedades. En su búsqueda, la autora propone una metodología de reflexión y define que, para conocer el verdadero significado y cobertura del fenómeno, se debe ampliar el espectro, analizando el emprendimiento como una corriente

competitiva, integradora de lo público y lo social. El estudio realizado desplegó la conceptualización del emprendimiento desde sus inicios pasando por ejes como: aplicabilidad del emprendimiento, tipología del individuo emprendedor y formación en emprendimiento. Las conclusiones más sustanciales, se situaron en premisas como:

- El emprendimiento no puede limitarse solo al carácter privado y empresarial, ya que, desde lo público también pueden gestionarse iniciativas que contribuyan con el desarrollo social y colectivo.
- La destreza para el emprendimiento varía de un individuo a otro y esta pueda enseñarse desde varios enfoques, siempre que se tenga la posibilidad de integrar diversas corrientes en el proceso.
- El emprendedor se entiende como el individuo que desarrolla la capacidad para poner en marcha oportunidades a partir de ideas básicas, innova a partir de este proceso y sortea los entornos hasta conseguir el objetivo que da origen a su motivación.

Investigaciones recientes, se han ocupado de caracterizar el perfil potenciador del emprendimiento social y es así como se encuentra que la Neuroinnovación, también se ha preocupado por valorar los aspectos referentes a esta corriente. Soto, Acevedo & Labrador, (2015), han señalado que durante mucho tiempo el emprendimiento (entrepreneurship) ha estado supeditado a la esfera empresarial mientras su desarrollo en otros ámbitos, como el público y el social, es notablemente incipiente, a pesar de los esfuerzos que se realizan en instituciones educativas de todo nivel, centros de desarrollo y agencias gubernamentales. Establece igualmente, que en el dinamismo global se está estudiando la multidisciplinariedad, producto de las neurociencias, lo que ha ameritado el crecimiento e inquietud en los investigadores de profundizar en la temática de la neurociencia social, como disciplina que nace de la relación entre las neurociencias y psicología social, con el objeto de estudiar las ciencias de la conducta y la cognición. Para esta investigación se integró el proceso de innovación, partiendo de la capacidad neuronal, y la social como potenciadores del emprendimiento. En tal sentido, el objetivo planteado es develar los procesos integradores de la Neuroinnovación del Ser como característica potenciadora del emprendimiento social. Las áreas temáticas fueron soportadas teóricamente por autores como Soto, et al (2015), Corradi & Jiménez (2014), Galvis (2014), Malagón (2013), Echeverría & Merino (2011), Amil & García (2010), Benito (2010), Grande-García (2009), Echeverría (2008), entre otros, lo anterior para aquellos que están interesado en el tema. Así mismo, la metodología con un paradigma postpositivista, enfoque cualitativo, de tipo documental bibliográfico, e incluyó una entrevista en profundidad de 2 informantes. Entre las evidencias obtenidas, se observó una unificación enriquecida por el desarrollo de las capacidades cerebrales que hacen al Ser más creativo y emprendedor social en un contexto global lo cual se argumenta en el desarrollo en un proceso interpretativo de lo investigado. Entre las consideraciones finales arrojadas, se generaron unos lineamientos de acción sustantiva, para contribuir a ampliar el espectro sobre la temática e incentivar la profundización y continuación de éste evento de tan sensible manejo e importancia hoy en día desde el espíritu emprendedor del Ser para el crecimiento sostenible, diferenciador y óptimo de la sociedad (Soto, Acevedo & Labrador, 2015).

Guardando trazabilidad con las teorías del gran impacto del emprendimiento social, la Revista Dinero en su edición del 11 de marzo de 2014, publicó información referente a siete emprendimientos que han marcado el emprendimiento social en Colombia. El artículo trata sobre la gestión que viene gestionando Ashoka, una organización que conecta las ideas de emprendedores sociales con las empresas, las universidades y el sector público para darles soporte económico, principalmente. Esta organización viene operando en Colombia desde 1994 y se estima que a nivel global ha apoyado a más de 3000 emprendedores en cerca de 80 países. En Colombia, ha brindado soporte a unos 56 proyectos aproximadamente dentro de los cuales se destacan la Fundación Juan Felipe Gómez Escobar, iniciativa en la ciudad de Cartagena que tiene por objetivo acabar con los cordones de pobreza en esta ciudad y beneficia especialmente, a mujeres cabeza de hogar y la población infantil, de barrios en extrema pobreza y que tiene mucho que ver con la RSE y su lucha contra la pobreza, así como el fomento para el desarrollo social e integral de las regiones (Balza, 2015) (Cardona, 2017).

En el mismo sentido, Escobar (2013), expone que el emprendimiento social es una tipología de empresa cuya razón social impacta positivamente a la sociedad. Se trata de una empresa que se particulariza del tradicional esquema privado – capitalista, sin entrar necesariamente bajo la lógica de empresas estatales y de organizaciones no gubernamentales. Esta autora recoge las precisiones de diversos autores que han definido y enunciado la importancia del factor social y su influencia en el desarrollo de la sociedad, entre ellos se resaltan los siguientes:

- Wendy Kopp: Fundadora de Teach for America, una iniciativa cuyo propósito es acabar con las desigualdades educativas; para ello, recluta recién egresados de Universidades y profesionales, para enseñar en escuelas urbanas y rurales deprimidas de los Estados Unidos.
- Rebeca Hwang: Esta coreana, ha logrado escalar entre las 20 jóvenes emprendedoras más inspiradoras según la revista Forbes. Con su proyecto You Noodle ha logrado conectar a gobiernos y grandes empresas con emprendedores sociales, a través de una plataforma digital; ayudándolos a conseguir financiación y hacer sinergias con empresas e instituciones.
- Rafael Álvarez: este ingeniero mexicano, tras haber trabajado en HP creó Genesys Works, dando a estudiantes de bajos ingresos entrenamiento en trabajos de alta tecnología; demostrando su creencia de que los estudiantes que experimentan el éxito en "el primer trabajo profesional", tienen más probabilidades de continuar su preparación y prosperar.
- Juan David Aristizabal: Joven colombiano que lleva más de 10 años trabajando en proyectos de emprendimiento social, fue destacado por la revista Forbes como uno de los 30 jóvenes menores de 30 años que está cambiando el mundo, gracias a su trabajo en distintas organizaciones que ha creado como "Jóvenes Informando Proyectos", "Fundación Ideas por un país mejor" y "Buena Nota". MTV lo ha nominado por Buena Nota en la categoría "Big Cola Piensa en Grande" y es el único colombiano que está en los MTV Millennial Award.

Como una alternativa más profunda se hace remisión ahora, al estudio conocido como "Emprendimiento: Diferentes aproximaciones". En éste Zarate (2013), expone el emprendimiento desde otras ópticas y como su nombre lo indica no se limita al análisis en cuanto a tipos de emprendimiento, sino también, que consideraciones especiales se deben tener al emprender. Este estudio que fue liderado por la Universidad EAN, catalogada en Colombia como "La Universidad de los Emprendedores" está a la vanguardia del emprendimiento y como tal, ha generado el presente estudio no solamente en el marco de su política institucional, sino además el emprendimiento que ha adoptado el emprendimiento como un tema transversal al interior de todos los programas ofrecidos por la Universidad. A nivel de postgrado y teniendo en cuenta que la Universidad EAN ya está ofreciendo un programa de doctorado, la investigación es de mucha utilidad para abordar estas diferentes aproximaciones del fenómeno emprendedor (Matiz, 2009).

Este estudio, que fue compilado en un libro con el mismo título, recoge en siete capítulos escritos por ocho autores, en su mayoría con título doctoral o candidatos a doctores, aspectos relevantes y determinantes para poder analizar esta corriente con más proyección. En primera instancia se encontrará en el libro todo lo relacionado con la temática del liderazgo y el emprendimiento, ambos aspectos gozan de gran acogida en la comunidad empresarial y básicamente sugiere que los emprendedores son realmente, líderes de sus organizaciones y esto les exige desarrollar destrezas de tipo emprendedor para lograr altas y adecuadas competencias en el papel que deben desempeñar, este capítulo propende por maximizar la productividad y mejorar el perfil de cada individuo o colaborador dentro de cada organización (Zarate, 2013).

En el segundo apartado del libro, el contenido se fundamenta en todos los procesos de entrenamiento y formación, que deben ofrecer los actores involucrados, con miras a promover la creación y puesta en marcha de las empresas de familia. En el tercer capítulo se enuncia la caracterización del emprendimiento, haciendo énfasis especial en los aspectos sociales. Se exploran adicionalmente, factores determinantes tales como: origen del emprendimiento y el emprendedor, objeto social de las corporaciones, tipos de emprendedores sociales, amenazas y contracciones que impactan el emprendimiento social, y por último algunos factores críticos que deben analizarse en detalles.

En el apartado o capítulo 4 se inspeccionan casos de estudio asociados a la gestión durante el proceso de creación de emprendimientos o empresas; específicamente se toma información del programa piloto IN3 (Incuba, Innova, Integra), programa liderado por la Universidad

El cuarto capítulo presenta un caso de estudio en cuanto a la gestión durante la creación empresarial, caso que surge del proceso denominado IN3 de la Universidad E.A.N., entidad que se ha destacado por su interés en esta corriente empresarial. En el quinto capítulo, se identifican aspectos particulares de como en la ciudad de Bogotá se desarrolló un programa de emprendimiento en el sector de calzado y se definen componentes vitales para sustentar varios procesos, que permiten entender la informalidad y como desde el marco legal se pueden estar propiciando estas condiciones. Finalmente, en el último capítulo se ilustra un panorama del procedimiento aplicado por los emprendedores para su financiamiento, y de cómo éstos afrontan los desafíos que les implica la creación de una unidad de negocios o empresa familiar. De manera explicativa, se referencia también como en el país se está abriendo paso el emprendimiento menor o de baja inversión, resultado derivado de las escasas fuentes de financiación. Como aporte final el libro enuncia los nuevos retos de la responsabilidad social empresarial y como las estrategias definidas a partir de este concepto pueden favorecer el crecimiento de los emprendimientos. La relación que el libro explora entre la responsabilidad social empresarial y el progreso económico, deriva en la conceptualización de empresas sostenibles. En estas instancias aparecen variables como capital social, políticas de gobierno y factores comportamentales entre otros (Zarate, 2013).

Sin desprenderse del enfoque estudiado hasta el momento, aparece también el artículo titulado "Un modelo conceptual para el emprendimiento social dirigido al impacto social en la sociedad" del autor Jiao (2011). Este se orientó bajo el propósito de analizar la literatura emergente sobre emprendimiento social y su papel en el desarrollo económico y la creación de valor social, buscando establecer algunas precisiones sobre afirmaciones que enuncian que, muchas investigaciones están plagada de inconsistencias, definiciones superpuestas y contradicciones. Sin embargo, la importancia teórica y práctica del desarrollo y la aplicación del emprendimiento social para sostener el desarrollo social y mejorar el bienestar humano en entornos que cambian rápidamente, ha catapultado esta cuestión a la vanguardia de las agendas de investigación de muchos estudiosos. A la luz del avance, el propósito de este trabajo fue aclarar el concepto de emprendimiento social. Adicionalmente, logró desplegar un modelo conceptual que abarca antecedentes y consecuencias del emprendimiento social en un marco integrado. La metodología aplicada fue de observación y experiencia directa fundamentada en otras investigaciones o estudios. Las conclusiones derivadas luego del proceso de revisión apuntan de manera central al argumento que plantea que la conveniencia y la viabilidad del empresario social en el proceso de toma de decisiones, el capital humano y el capital social a nivel individual, tendrán efectos positivos sobre el emprendimiento social. El autor también discute los efectos de moderación entre la conveniencia y la viabilidad del empresario social en el proceso de toma de decisiones, sobre el inicio de actividades de emprendimiento social. Además, se argumenta que los factores ambientales sociales e institucionales también promueven actividades de emprendimiento social que impulsan la mejora social (Jiao, 2011). Este trabajo ha sido valorado por presentar un modelo teórico de investigación que incorpora antecedentes y consecuencias del emprendimiento social para orientar una futura agenda de investigación. El papel podría ser usado como el modelo de investigación por los investigadores para probar empíricamente los antecedentes y las consecuencias del emprendimiento social. Además, los profesionales también pueden obtener beneficios del marco conceptual y promover el emprendimiento social (Pitre, 2017).

3. Conclusiones

Luego de analizar y contrastar los diferentes planteamientos las conclusiones más relevantes se enumeran de la siguiente manera:

El emprendimiento social no puede limitarse únicamente al sector del empresariado privado, ya

que, su alcance debe ampliarse e incluso proyectarse desde el ejercicio de las políticas públicas, considerando que su impacto social puede ser ponderado y por ende, expandir los resultados positivos del mismo en mayor número de comunidades.

Al caracterizar las cualidades de emprendimiento en las personas, se debe considerar que esto varía de un individuo a otro, no obstante, estas destrezas pueden aprenderse y para tal fin, es necesario involucrar diversos actores lo que permitirá incorporar no solo un concepto sino todos los necesarios para adherir el perfil emprendedor.

A nivel global, el emprendimiento ha sido analizado y estudiado porque es innegable el impacto del mismo en la sociedad y su desarrollo. Orientar de forma adecuada esta dinámica productiva, no solo beneficia aspectos como la formación académica y la generación de empleo, adicionalmente, beneficia todos los aspectos asociados a las dinámicas dispuestas para impulsar el desarrollo global en tiempos de competitividad

Referencias

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile.

Franco, V. B., & Arbeláez, D. A. C. (2015). La responsabilidad social empresarial y la lucha contra la pobreza. *Saber, ciencia y libertad*, 10(1), 115-124.

Balza-franco, Vladimir & Cardona-Arbelaez(2016). Economías de aglomeración empresarial y políticas públicas de competitividad desde un enfoque global hacia un contexto latinoamericano: Una revisión conceptual. *Revista Espacios*, 37(36), 16373601-16373635.

Cardona Arbeláez, D., Balza Franco, V., & Henríquez Fuentes, G. (2017). Innovación en los procesos logísticos: Retos locales frente al desarrollo global.

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

Confecamaras. (2016). Mipymes generan alrededor de del 67 % del empleo en Colombia.

Revista Dinero abril 14 de 2016. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>.

Cope, J. & Watts, G. (2000) "Learning by doing – An exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 6 Issue: 3, pp.104-124, doi: 10.1108/13552550010346208.

Gaddefors, J. & Anderson, A. (2015). "Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23 Issue: 2, pp.267-278, doi: 10.1108/IJEER-01-2016-0040.

Gámez, J. (2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. *Revista Management*. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D. C., Colombia, Volumen XVII, número 29:17-32.

Guzmán, A. & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura, *Estudios Gerenciales*, Volumen 24, Issue 109, Pages 105-125.

Hannu, L. (2000). "Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 6 Issue: 6, pp.295-310, doi: 10.1108/1355255001036274.

Jiao, H. (2011). "A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society", *Social Enterprise Journal*, Vol. 7 Issue: 2, pp.130-149, doi: 10.1108/17508611111156600.

Matiz, F. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN* No. 66:169-182.

- McDonald, S., Ching Gan, B., Fraser, S., Oke, A. & Anderson, A. (2015) "A review of research methods in entrepreneurship 1985-2013", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 21 Issue: 3, pp.291-315, doi: 10.1108/IJEER-02-2014-0021.
- Mello et al. (2011). A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. *Revista RAC*, Curitiba, v. 15, n. 2, art. 1:179-197.
- Ocampo, J. (2008). Aproximación conceptual a la preparación en emprendimiento. *Revista Eos* No. 2:33-53.
- Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. (2017). Proyección del emprendimiento indígena como mecanismo de competitividad en el postconflicto colombiano. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN*, 7(2), 231-240.
- Portafolio (2016). Artículo "Crece cultura del emprendimiento en Colombia" disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/crece-cultura-emprendimiento-colombia-491736>.
- Urban, B. (2008). "Social entrepreneurship in South Africa: Delineating the construct with associated skills", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 14 Issue: 5, pp.346-364, doi: 10.1108/13552550810897696.
- Revista dinero. (2014). Siete ideas colombianas para de emprendimiento social. Disponible en: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/ashoka-emprendimiento-social-colombia/202785>.
- Soto, M., Acevedo, A. & Labrador, L. (2015). La Neuroinnovación del Ser característica potenciadora del emprendimiento social. *Cultura Educación y Sociedad*, 6 (2). Recuperado de <http://revistascientificas.cuc.edu.co/index.php/culturaeducacionysociedad/article/view/430>.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005) "The motivation to become an entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 Issue: 1, pp.42-57, doi: 10.1108/13552550510580834
- Stevenson, H. & y Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial anagement. *Strategic Management Journal*, Vol. 11:17-27.
- Tarapuez, E., Osorio, H. & Botero, J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274-283.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades *Estudios Gerenciales*, Volumen 26, Issue 117, Pages 41-60.
- Varela, R. (2001). La cultura empresarial Como estrategia de desarrollo para América Latina. *Revista Icesi*. Universidad ICESI, Cali.
- Vesga, R. (s.f.). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Facultad de Administración, Universidad de los Andes. Disponible en: 7. <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>.
- Zárate, R. (2013). Emprendimiento: Diferentes aproximaciones. *Revista EAN*, (74), 174-178. Retrieved April 12, 2014, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120102013000100012&lng=en&tlng=es

-
1. Ciencias Sociales -- Economía y Negocios
 2. Universidad de Cartagena.
 3. Profesor Universidad de la Guajira
-

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Nº 14) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]