Recibido: 31/03/2025

Aprobado: 30/05/2025

El emprendimiento social: entre la transformación comunitaria y la autosuficiencia financiera[1]

Social entrepreneurship: between community transformation and financial self-sufficiency

Palabras clave: emprendimiento, social, innovación, negocio y sostenibilidad.

Se podría argumentar que el emprendimiento social es, más que un modelo de negocio, una respuesta ante los problemas de la actualidad que combina la iniciativa empresarial con el gran compromiso por el bienestar social de las nuevas generaciones. El objetivo primario, a pesar de la generación de ingresos, es buscar proyectos creativos, éticos y sostenibles que contribuyan a resolver un problema social determinado. Además, ellos contribuyen a la creación de una economía que no valora las cosas solamente en función del dinero, sino también por su influencia social y medioambiental.

El emprendimiento social se configura como una herramienta transformadora capaz de impulsar el desarrollo integral de las comunidades. En este sentido, "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." (Vásquez, 2023, p. 292) lo que subraya la relevancia de estas iniciativas como motor de cambio.

Ciertamente, este tipo de negocios son la respuesta a problemas sistemáticos. Según Vásquez (2023), tales iniciativas ayudan a elevar la calidad de vida de las comunidades vulnerables al promover el empleo, facilitar el acceso a los servicios básicos e incrementar la inclusión financiera. No obstante, también merece la pena recordar que tienen éxito solo si hay recursos y trabajo social disponibles. No se trata de una tendencia, sino de una estrategia de cambio; si está bien diseñada, puede transformar las estructuras económicas y sociales.

Pero ¿hasta qué punto puede un emprendimiento social ser autosuficiente? Se trata de una gran pregunta, porque, aunque los emprendimientos sociales tratan de ser financieramente viables, muchas veces tienen que aliarse con organizaciones gubernamentales o internacionales. Según Monguí et al (2023), la sostenibilidad de estos proyectos depende en gran medida de su capacidad para generar valor social y económico, lo cual requiere una gestión financiera sólida. Esto quiere decir que, el emprendimiento social, aunque no busque ganancias de manera tradicional, debe estar planificado para ser autosuficiente. Es esto en lo que gran parte de estos negocios fallan, pues únicamente se enfocan en su valor social.

No cabe duda de que el emprendimiento social tiene un impacto positivo. Una de las razones por las que este tipo de negocio resulta tan eficaz para resolver problemas de

[1] Documento elaborado en el curso Competencias Idiomáticas Básicas a cargo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad de la Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia. Orientado por el Dr. Javier Herrera Cardozo. Chía, Cundinamarca, mayo 2025.

la pobreza, la desigualdad y el acceso a ciertas necesidades, es que permite unir la oferta y la demanda de las siguientes formas, y que además espera un cambio estructural en las propias comunidades en las que trabaja el emprendimiento social. Esto significa que su éxito depende de cómo consigue transformar realidades a largo plazo, produciendo un impacto sostenible en diferentes campos.

Ahora bien, un argumento frecuente en contra de esto es que el emprendimiento social no es tan efectivo como se supone porque muchas de estas iniciativas fracasan en el momento de formular el modelo de negocio, que debería ser sólido y escalable. Aquí las universidades juegan un papel clave, ya que es crucial que la formación universitaria se adapte a las demandas del mercado laboral y promueva la transferencia de conocimiento para fortalecer el tejido productivo de acuerdo con Bel Durán et al. (2023), resaltando que estas no solo deben ser un semillero de ideas innovadoras, sino que deben ser una guía que ayude a transformar esas ideas en empresas viables basándose en el mercado.

Un emprendimiento social, que busca la autosuficiencia, además de crear valor social, tiene que desarrollar un enfoque empresarial para asegurar su sostenibilidad. A pesar de ello, el truco está en saber combinar ambos elementos. Como explican Dávila et al (2021), "el núcleo del emprendimiento social es el problema específico que se intenta abordar, pero el medio o canal específico en el que se aborda el problema puede ser muy distinto" (p. 3). Esto implica que la organización y el modelo de negocio deben estar adaptados a las necesidades específicas del problema que se intente resolver, y que deben ser eficaces a la hora de movilizar los recursos y generar un impacto social.

En definitiva, el emprendimiento social no se trata únicamente de un modelo empresarial, sino de un método de transformación que une rentabilidad e impacto social. Tampoco son la clave de su éxito, son necesarios una buena gestión, la sostenibilidad y la escalabilidad. Puede que no tenga dinero, pero su poder para transformar comunidades lo convierte en un recurso fundamental de cara al desarrollo. Por eso, estos proyectos deben incluir modelos viables, sin dejar de ser sociales. Por lo tanto, la pregunta permanece: ¿hasta qué punto pueden ser autosuficientes sin comprometer su propósito?

Referencias

Bel Durán, P., Lejarriaga Pérez de las Vacas, G., & Martín López, S. (2023). Nuevas fórmulas para promover el emprendimiento social universitario: Una aproximación a la Startups de estudiantes. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, 144, e88654. pp 1- 12 https://doi.org/10.5209/reve.88654

Dávila, M. C., Zlobina, A., & Serrano Pascual, A. (2021). Emprendimiento social en jóvenes: análisis de su relación con otras formas de participación social. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, 138, e75562. Pp. 1 – 11 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7894633

Monguí Pinentel, J., Yepes González, E. G., Baquero Guerrero, E. L., López Fernández, J. P., & Parra Barrios, H. (2023). Una mirada al emprendimiento social en Colombia. Corporación Universitaria Minuto de Dios. pp. 16–39 https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-620-8

Vásquez Bernal, J. A. (2023). Emprendimiento social: Situación y factores de éxito en Colombia. Revista venezolana de gerencia, 28(Especial 9), 12–13. pp 281-298 https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.18

Autor

Martín Vanoy Cuartas
Administración de Empresas
martinvacu@unisabana.edu.co