

TÍTULO: EL EMPRENDIMIENTO, CULTURA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.

FERNANDO JOSÉ RESTREPO E.

Sub-tema 1: Ciencia y Tecnología para la Ciudadanía

RESUMEN

Empresa y emprendimiento son dos términos relacionados aunque hay que reconocer que no siempre en términos positivos. El fenómeno empresarial, por deficiente que sea¹, aflora a la realidad como resultado efectivo y exitoso del proceso emprendedor que queda a la saga de la empresa misma. Incluso, los términos *emprendimiento* y *emprendimiento* no son todavía reconocidos por la Real Academia de la Lengua Española (RAE). De otro lado, pareciera que el proceso emprendedor muriera con el surgir de la empresa, pero la verdad es que es un ejercicio permanente aunque diferenciado, en cualquier tipo de desempeño, exitoso o no, de las organizaciones. Lo más cercano al término emprendimiento es el verbo *emprender*, que la RAE lo define como “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.” (RAE, 2010, emprender). En resumen, significa acometer una empresa riesgosa. Se está en presencia entonces de la esencia diferenciadora del emprendedor: acometer una empresa bajo condiciones de riesgo². Pero ¿Cómo entender el término *riesgo* en el emprendimiento contemporáneo?, ¿puede el emprendedor de hoy acometer el hacer empresa enfocándose solo en el resultado empresarial desconociendo los resultados colaterales de su acción emprendedora?, ¿Será que el compromiso con la responsabilidad social de las organizaciones empresariales solo inicia cuando la empresa ya es una realidad autónoma económico-social? En el mundo empresarial contemporáneo se reconoce que la sostenibilidad de las organizaciones hoy no depende solo de su viabilidad financiera (Collins & Jerry, 1996) sino también y principalmente de la sostenibilidad de sus entornos anfitriones. Aquí es donde se inserta la responsabilidad social en el acto emprendedor previo a la empresa tanto como en el ejercicio empresarial.

Es reconocido el hecho de que el emprendimiento se ha constituido en una fuerza social apoyada y promovida por las instituciones gubernamentales así como por las instituciones privadas, en cuya difusión juegan un papel importante las universidades como formadoras de emprendedores. Ambos tipos de instituciones tienen sus propias y

diferentes consideraciones y razones para ello. En general, se percibe en el ambiente social contemporáneo una necesidad de sembrar o despertar en el ciudadano la iniciativa de acciones emprendedoras orientadas fundamentalmente hacia la generación de empresa, lo cual sin ser un error desde el punto de vista del emprendimiento, ciertamente sí constituye un sesgo.

EL EMPRENDIMIENTO, CULTURA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Ph.D. Fernando José Restrepo E. **

Introducción

Empresa y emprendimiento son dos términos relacionados aunque hay que reconocer que no siempre en términos positivos. El fenómeno empresarial, por deficiente que sea³, aflora a la realidad como resultado efectivo y exitoso del proceso emprendedor que queda a la saga de la empresa misma. Incluso, los términos *emprendimiento* y *emprendimiento* no son todavía reconocidos por la Real Academia de la Lengua Española (RAE). De otro lado, pareciera que el proceso emprendedor muriera con el surgir de la empresa, pero la verdad es que es un ejercicio permanente aunque diferenciado, en cualquier tipo de desempeño, exitoso o no, de las organizaciones. Lo más cercano al término emprendimiento es el verbo *emprender*, que la RAE lo define como “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.” (RAE, 2010, emprender). En resumen, significa acometer una empresa riesgosa. Se está en presencia entonces de la esencia diferenciadora del emprendedor: acometer una empresa bajo condiciones de riesgo⁴. Pero ¿Cómo entender el

** Economista de la Universidad de Antioquia, Especialista en Mercadeo Internacional de la Universidad EAFIT, Mg. En Gerencia para el Desarrollo de la Universidad Pontificia Bolivariana, Doctor en Filosofía de la misma Universidad con tesis reconocida con el magna cum laude. Profesor titular, docente de pregrado y postgrado en la Universidad Pontificia Bolivariana en sus sedes de Montería, Bucaramanga, Armenia y Palmira, en la Universidad EAFIT (Medellín y Manizales), Universidad de Antioquia y Universidad de Medellín y otras. Ha sido coordinador de: la Maestría en Gerencia para el Desarrollo de la U.P.B en acuerdo con las Naciones Unidas en la cátedra UNESCO para el Desarrollo, de las áreas de economía y marketing y del seminario de investigación formativa en los postgrados de la Escuela de Ciencias Estratégicas de la UPB, del programa de especialización en Gerencia de Marketing y del área de investigación de la misma Escuela. Se ha desempeñado como director de la revista Ciencias Estratégicas, Investigador principal del PEVAL (Programa de Estudios de Vivienda para América Latina: acuerdo Universidad Nacional de Colombia con el gobierno Holandés). En la actualidad está adscrito al grupo de Estudios Empresariales de la Escuela de Ciencias Estratégicas de la UPB, en las líneas de Gestión Humana y de Estudios de la organización. Es par evaluador nacional en investigación reconocido por COLCIENCIAS. Es par evaluador de programas de pregrado y postgrado adscrito al Ministerio de Educación Nacional de Colombia.
Correo electrónico: fernando.restrepo@upb.edu.co

3 . La incertidumbre es un elemento persistente en todo emprendimiento y en todos ellos se generan efectos deseados e intencionados tanto como efectos indeseados como no intencionados. De entrada, es esta dualidad en el tipo de resultados de los emprendimientos en particular y en todas las acciones humanas, que hace pensar en la necesidad de asumir la responsabilidad de los resultados de las acciones realizadas. Al respecto puede consultarse a (Vassolo, Garcia Sanchez, & Weisz, 2007).

4 . Son ampliamente conocidos los riesgos por falta de objetividad en la evaluación de las opciones de negocio, la falta de experiencia, de capital de riesgo y de estrategia empresarial y gerencial, el desconocimiento del negocio que se proyecta y del mercado en el que se pretende operar, el desconocimiento de aspectos legales y de una forma más indirecta, de los riesgos políticos, sociales técnicos y ambientales. Sin embargo, como veremos aquí, no son éstos los únicos riesgos que corre el emprendedor y tal vez tampoco sean los más difíciles de enfrentar.

término *riesgo* en el emprendimiento contemporáneo?, ¿puede el emprendedor de hoy acometer el hacer empresa enfocándose solo en el resultado empresarial desconociendo los resultados colaterales de su acción emprendedora?, ¿Será que el compromiso con la responsabilidad social de las organizaciones empresariales solo inicia cuando la empresa ya es una realidad autónoma económico-social? En el mundo empresarial contemporáneo se reconoce que la sostenibilidad de las organizaciones hoy no depende solo de su viabilidad financiera (Collins & Jerry, 1996) sino también y principalmente de la sostenibilidad de sus entornos anfitriones. Aquí es donde se inserta la responsabilidad social en el acto emprendedor previo a la empresa tanto como en el ejercicio empresarial.

Es reconocido el hecho de que el emprendimiento se ha constituido en una fuerza social apoyada y promovida por las instituciones gubernamentales así como por las instituciones privadas, en cuya difusión juegan un papel importante las universidades como formadoras de emprendedores. Ambos tipos de instituciones tienen sus propias y diferentes consideraciones y razones para ello. En general, se percibe en el ambiente social contemporáneo una necesidad de sembrar o despertar en el ciudadano la iniciativa de acciones emprendedoras orientadas fundamentalmente hacia la generación de empresa, lo cual sin ser un error desde el punto de vista del emprendimiento, ciertamente sí constituye un sesgo.

La sociedad actual ha llegado a sobrevalorar el emprendimiento empresarial orientándolo hacia un paradigma social y humano que además de sus incuestionables beneficios es necesario reconocer que también trae sus riesgos. Poner estos elementos de frente a la reflexión permitirá no solo asumir una perspectiva *integral* del emprendedor sino también asumir con su formación un compromiso *íntegro*. Este será un aspecto en el que seré reiterativo. La cultura del emprendimiento empresarial no puede asumirse hoy solo desde la formación profesional y técnica para la empresa sino que debe integrar, como exigencia de las condiciones históricas actuales, compromisos formativos más amplios para el desempeño emprendedor y el ejercicio empresarial subsecuente.

Lo que se pretende con esta reflexión es poner de presente la relación existente entre el emprendimiento, la cultura empresarial y la necesidad de ajustar toda propuesta formativa emprendedora con elementos éticos, de manera que además de permitir una formación emprendedora integral que abarque los conocimientos del saber necesario para la acción emprendedora en los diversos campos, sea también íntegra en cuanto proporcione los elementos éticos necesarios para orientar las acciones emprendedoras (y empresariales) hacia comportamientos socialmente responsables.

1. El emprendimiento socialmente responsable

Hablar de responsabilidad social del emprendedor en general es reconocer que en las intenciones y acciones emprendedoras se debe preservar el respeto por lo social, especialmente en aquellos resultados, intencionados o no, que dichas acciones generen. Al concebir a las organizaciones empresariales como sistemas abiertos, es claro el pensar, la motivación, la intención y la acción del emprendedor deben articularse desde lo personal a lo social, desde lo privado a lo

público, desde lo económico a lo societal. Así las cosas, entonces el emprendimiento es un fenómeno incluyente no solo de las posibilidades económicas para los negocios sino de las opciones societales para hacer de los emprendimientos, para el caso empresariales, un elemento de cambio y de desarrollo social y humano. Así las cosas las empresas resultantes de los emprendimientos podrían realmente convertirse en medios de *realización* personal y social y en espacios de producción material y reproducción social responsable y digna. Como se puede apreciar, es necesario que el emprendimiento se conciba desde perspectivas más amplias e incluyentes desde los impactos que genere en los demás agentes sociales y trascienda el mero objetivo empresarial y de negocio.

El hablar de emprendimiento socialmente responsable es introducir en este tema aquellas consideraciones que hacen de la propuesta emprendedora una opción dignificante para un buen y un bien vivir propio y de los demás. Aparecen aquí las organizaciones en general y el Estado en particular, ambos articulados y hasta cierta forma comprometidos con el desarrollo emprendedor y con su debida articulación con el desarrollo empresarial, social y humano. Las conexiones entre estos elementos deben quedar suficientemente definidas para identificar claramente cuáles podrían ser (como posibilidades) los alcances de una propuesta emprendedora socialmente responsable⁵.

Un aspecto es importante a resaltar respecto al tipo de emprendimiento y a su relación con la responsabilidad social emprendedora, es que no podría justificarse, desde ningún punto de vista, que el emprendimiento que surge como resultado de la necesidad más que de una visión empresarial real (Hernández, 2008), esté exento de la RSE y que se considere a este tipo de compromisos exclusivo de las empresas ya consolidadas. No puede desconocerse que si bien es cierto que la necesidad está presente en todo tipo de emprendimiento en una mayor o menor medida, también es cierto que no parece ser un buen punto de partida para las acciones emprendedoras. El emprendimiento que se origina en la necesidad⁶ suele estar acompañado por la improvisación, por la presión de las circunstancias impulsando acciones reactivas, por la falta de conocimiento y por la desconexión de las oportunidades de mercado que pueda tener el emprendimiento. De entrada, el asumir un emprendimiento bajo estas circunstancias se constituye en sí mismo, en comportamiento económico, empresarial y socialmente irresponsable al asumir un riesgo potencial más elevado⁷.

⁵ . No puede olvidarse que la responsabilidad social por el momento es de libre elección de los empresarios y de los emprendedores.

⁶ . Existe una interesante diferenciación y caracterización del emprendimiento basado en la necesidad y en basado en la oportunidad, tanto a nivel formal como informal en Iván Hernández Umaña (Hernández, 2008).

⁷ . Recuérdese que no se trata solo de un riesgo de pérdida de capital financiero, sino también de riesgos sociales, humanos y ambientales que ponen en riesgo el stock de riqueza material, social y humana de la sociedad. Al respecto, es ilustrativo el siguiente hallazgo: “En Iberoamérica es posible que el acceso al crédito se vea obstaculizado, en mayor medida que en Europa, a causa del (sic) elevadísimo «coste de riesgo asociado con la percepción -y la realidad- de mayor riesgo que engendran las pequeñas empresas por parte de la banca y las necesidades de aprovisionar por mayores tasas de morosidad» Grupo DFC, (2002),

Se entiende desde esta reflexión, a la RSE como el cuidado que todo agente social⁸ debe tener de no dañar a los otros y a lo otro (al planeta) a través de sus acciones, para el caso, las acciones emprendedoras empresariales. Al estar los emprendimientos en sus diversas tipologías y alcances articulados con el desarrollo empresarial, social y humano, entonces los compromisos socialmente responsables, se articulan directamente con la dignidad humana, al conectarse con lo ético, especialmente con la ética civil. El compromiso socialmente responsable del emprendimiento debe asumirse independientemente del enfoque y la perspectiva teórica desde donde se asuma el emprendimiento. La RSE debe tener un respaldo axiológico aplicable en la iniciativa emprendedora, para el caso, en la dimensión empresarial, de manera que el rol de los valores en el emprendimiento empresarial se articule a sus resultados de una forma más estructural que coyuntural.

Uno de los aspectos clave del *emprendimiento empresarial* es que propone al emprendedor como una figura clave en el mercado, principalmente, como proponente y realizador de empresa. El mercado como espacio de la realización económica de las empresas y de los negocios inserta en la perspectiva emprendedora la noción de *competencia*⁹. Esta noción expone al emprendedor a las exigencias del mercado y a las opciones para la supervivencia de su emprendimiento. Exigencias y oportunidades no siempre se corresponden y en esa diferencia es donde la ética preserva del peligro de que el emprendimiento se pierda en los objetivos empresariales a costa de los objetivos sociales y humanos. Este es un asunto bastante común en el emprendimiento que solo ve en la factibilidad del plan de negocios la condición última del éxito emprendedor.

De otro lado, se entiende que el emprendedor empresarial es aquella persona que cuenta con la capacidad de organizar técnica, ética y responsablemente las actividades emprendedoras que se resuelvan en el surgimiento de las empresas propuestas¹⁰. Obsérvese que el énfasis de ésta definición está en la capacidad

op.cit., pág. 38, citado por (Coduras & Justo, 2002, pág. 70). Como se sabe, si la sostenibilidad financiera no está garantizada, ya sea en forma autónoma o vía préstamo, las demás responsabilidades empresariales también están comprometidas con la inviabilidad del proyecto emprendedor.

8 . Se recoge aquí el concepto de agente propuesto por Amartya Sen que lo define como aquella persona que tiene la capacidad de lograr vivir la vida como la desea y la valora vivir y que además, es capaz de ayudar a otros a que logren lo mismo. De manera que el emprendedor como agente social desde la perspectiva Sen sería aquella persona cuyas capacidades y competencias emprendedoras, humanas y sociales le permite direccionar los emprendimientos en las formas que societalmente deseadas y se valoradas y que además, tenga la capacidad humana de apoyar a otros emprendedores a hacer lo mismo.

⁹ . No se está exagerando en este sentido, pues es claro que el desarrollo de la mentalidad empresarial articula la iniciativa emprendedora al análisis de las condiciones o posibilidades de mercado como condición previa de la factibilidad de los proyectos de empresa. Ciertamente esta es una condición necesaria pero no suficiente para determinar en el mundo de hoy la sostenibilidad de las iniciativas empresariales y emprendedoras. Elementos nuevos se han sumado a las condiciones de supervivencia empresarial, como los aspectos ambientales, el respeto a los derechos humanos, y más recientemente, las consideraciones éticas, entre otras.

10 . Esta concepción del emprendedor se diferencia de la que propone la ley 1014 del 2006 en Colombia, del fomento a la cultura del emprendimiento, que en el capítulo I dedicado a las disposiciones generales, en el numeral b del artículo primero, dice: **Emprendedor:** Es una persona con capacidad de innovar; entendida

del hacer empresa, y además incluye la forma de realizar esas actividades, que es donde está, de un lado, el acento de la RSE en el emprendimiento empresarial y del otro, el aspecto ético. Lo más común en el ejercicio del emprendimiento empresarial y en algunos procesos formativos, tanto académicos como no académicos, es que se centran en desarrollar en el emprendedor las capacidades para el *hacer* de los emprendimientos procesos que los lleven a hacer de las empresas resultantes organizaciones rentables, económica y financieramente exitosas a través de una formación multidisciplinar que comprende las diversas áreas que se articulan en el plan de empresa o de negocio. Así las cosas, el sistema de relaciones de los emprendimientos empresariales y la sociedad resultan sub-dimensionadas y centrados en los aspectos técnicos y pragmáticos del negocio. Lo que subyace en el fondo de todo esto es un problema epistémico sobre la empresa y sus formas de concebirla, generarla y desarrollarla. Pensar a las empresas como negocios encierra al emprendedor empresarista dentro de los límites de la sostenibilidad financiero-económica, a la que hay que reconocer como condición necesaria pero no suficiente para la supervivencia empresarial. Dentro de este enfoque, la responsabilidad social y el funcionamiento ético es meramente funcional y accesorio al desarrollo del emprendimiento, cualquiera que él se sea. La propuesta que plantea retos interesantes es hacer de la RSE una resultante de la *responsabilidad social emprendedora* (RSe), a la manera de una invariante que nace con el emprendimiento y trasciende hasta la empresa, no como una función más sino como una característica estructural de la organización que se expresa a través de los negocios, no solo en la forma como ellos *funcionan*, sino en la forma como *son concebidos* y en las que *se realizan*.

Los emprendimientos empresariales son pensados y evaluados dentro de diversos enfoques y en la práctica, por lo general, se construyen con elementos más económicos y financieros que sociales y éticos. No hay que ir muy lejos para ejemplificar esta realidad. La reciente crisis financiera que degeneró en crisis del sistema capitalista mundial da cuenta fiel de este asunto, no solo porque las empresas hayan sido responsables directas del quiebre económico y social, sino porque de manera directa nos pone en perspectiva de la naturaleza de los emprendimientos que realizaron y que los llevaron a las consecuencias ya conocidas.

Es posible reconocer en el emprendimiento empresarial de hoy la pérdida de la doble perspectiva del agente socio-económico con el que Adam Smith comprendió el alcance de los actos económicos. De un lado, el interés personal que se manifiesta libremente en la iniciativa empresarial y que para el caso, bien podría ser el emprendimiento empresarial. Y de otro lado, la condición de lo social como característica y espacio de realización de todo tipo de acción personal. De manera que articular la dimensión micro (interés personal) con la macro (interés social) es hoy una condición para la validez del emprendimiento socialmente responsable, en cuanto la dimensión social de las acciones personales no debe sucumbir ante las posibilidades o expectativas de realización del interés personal.

esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;" consultado en: <http://epunicauca.wordpress.com/2009/05/13/ley-de-emprendimiento/>, el 17 de mayo de 2009. En esta definición el emprendedor aparece como innovador siguiendo la perspectiva Schumpeteriana.

Son estos los alcances de lo que se ha llamado el *espíritu emprendedor* y que adquieren especial protagonismo en el mundo empresarial contemporáneo.

En las condiciones del mundo contemporáneo, es necesario que el emprendedor comprenda que sus acciones tienen el *potencial* de cambiar, para bien o para mal, el mundo que impacta y con ello, a sus habitantes. Las acciones emprendedoras bien pueden ser acciones de cambio. Así las cosas, de lo que se trata es de articular las pretensiones de los logros personales con las posibilidades que presenta el entorno social, de manera que desde lo personal y lo colectivo se logre un cambio hacia formas de vivir mejores y más dignas. De esta forma, el emprendedor es posible concebirlo como factor socialmente co-responsable de desarrollo no solo económico sino también social y humano. El emprendimiento tiene así un importante papel especialmente en las sociedades en formación, donde todas las alternativas se proponen como valiosas desde el respeto a libre iniciativa, pero donde solo serían relevantes aquellas que aportan a la dignificación humana y social. Al emprendimiento le queda pues la obligación histórica de llegar a ser socialmente responsable. La pregunta básica es pues: ¿qué lo que resulta fundamental en la formación emprendedora para el momento actual? Y ya desde el empresarismo, la pregunta sería: ¿qué es lo que hoy resulta fundamental en las empresas para impulsar el desarrollo de un emprendimiento empresarial con sentido social y humano? Estas preguntas no parecen tener respuestas únicas y en esto es donde se haya precisamente su interés histórico, en que es una lucha de respuestas que combinan lo racional, lo político y lo moral.

2. La cultura emprendedora¹¹ en lo empresarial

Cuando se piensa en el emprendimiento como factor de cambio social más que como elemento de iniciativa personal, se le está asumiendo como un cambio de mentalidad frente a las formas de aprovechamiento de las opciones de acciones generadoras de valor social y, para el caso que se analiza, empresarial. Lo que en verdad está en juego tras de esta concepción, es la generación de una *cultura emprendedora*. Por ahora, centraré la atención en la propuesta del emprendimiento empresarial como cultura.

Habría que comenzar aceptado que la cultura define patrones o referentes conceptuales y comportamentales que son aceptados y comunes en la cotidianidad de un grupo de personas (comportamientos colectivos) y sobre los

11 . De nuevo, la ley 1014 del 2006, del fomento a la cultura del emprendimiento, que en el capítulo I dedicado a las disposiciones generales, en el numeral (a) del artículo primero, define la cultura emprendedora como: el “Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.” (Colombia, 2006). En la misma ley se define la formación del emprendimiento como un asunto complementario y relacionado directamente con la cultura emprendedora. Dice la ley: “Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.” *Ibíd.*

cuales es posible ejercer juzgamientos y críticas (con base en “...valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas.”). La cultura permite a las personas identificarse, reconocerse (“...establece una identidad entre sus miembros...” y juzgarse en su realidad presente y en sus aspiraciones futuras, esto es, en su propuesta y construcción mundana y humana. Este compromiso con el mundo y la sociedad que se *desea* y puede vivirse a futuro articula al emprendimiento en general con las acciones que posibilitan hacerlo realidad. Así, el emprendimiento se convierte en una estrategia constructora de futuro y en un inductor de realidades nuevas, deseadas, deseables y posibles.

En los países con sociedades apenas en consolidación como lo es Colombia, donde su economía apenas si se consolida¹², la lucha por la supervivencia se ha convertido en algo cotidiano e imprescindible entre gran parte de su población. Las dificultades para generar los mercados que permitan el desarrollo empresarial que se necesita han imposibilitado la generación de empleo necesario y han encerrado a las personas incluso calificadas, en el difícil terreno de “los cuenta propia”. Así, en estas sociedades el emprendimiento empresarial ha surgido en un caldo de cultivo impropio que busca a través de las opciones de negocio¹³ no siempre adecuadas la garantía de supervivencia (Coduras & Justo, 2002).

Es entendible que las autoridades municipales, regionales y nacionales de sociedades no consolidadas (Gómez, Martínez, & B. María, 2006) con economías poco dinámicas vean en el emprendimiento empresarial una alternativa a los complicados problemas sociales que pueda traer la falta de empleo, pero ello obsta para alertar sobre los peligros que desde lo social y lo humano pueda traer el asumir, como paradigma del hombre contemporáneo, al empresario. Entiéndase bien, no se trata de cuestionar la función del empresario, pues hay que reconocer que son ellos los que permiten el desarrollo económico y proporcionan las condiciones para la reproducción social y material del resto de la sociedad, de lo que se trata es de dimensionar el alcance del emprendimiento empresarial dentro de los límites que marca la conveniencia social y el sentido de lo humano bajo ciertas condiciones sociales y económicas de comportamiento no tradicional. Es necesario que el emprendimiento y las empresas “*cuiden de*” lo social, lo ambiental y de lo humano como formas del cuidado de sí¹⁴.

La propuesta de hacer del *empresario* una especie de *proyecto histórico* para el hombre actual, en términos generales no deja de ser una propuesta reduccionista

12 . Parece ser que existe una relación inversa entre el grado de desarrollo de un país y su nivel emprendedor, al menos esa parece ser la conclusión a la que llegó el proyecto GEM para algunos países iberoamericanos. “...existe cierta relación inversa entre el nivel de desarrollo de los países y su nivel emprendedor: a mayor nivel de desarrollo, menor nivel emprendedor (en términos generales).” (Coduras & Justo, 2002, pág. 70).

13 . Es ilustrativo el artículo del Ministerio de Comercio de Colombia que propone “Nuevo impulso al programa de rutas empresariales para reducir informalidad. La disminución de costos en los trámites de registros y demás requisitos para lograr la formalidad, es uno de los ejes del programa: Ministro Plata.” Consultado en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/VerImp.asp?ID=6621&IDCompany=1>, Publicado en Prensa el día miércoles, 24 de marzo de 2010.

14 . Esta propuesta se basa en la interpretación Foucaultiana del “cuidado de sí” (Foucault, 1999, p. 393-416).

que no proporciona condiciones de supervivencia de largo plazo para la sociedad más allá de la que pueda lograrse a partir de la supervivencia de las empresas. No es pertinente, aunque está siendo posible y de ello las causas de la crisis actual dan cuenta, que el espíritu empresarial de hoy proporcione los criterios y la lógica del comportamiento a todo el resto del sistema social, haciendo de la sociedad una gran empresa¹⁵ en lugar de generar empresas para una gran sociedad. De nuevo, aparece aquí el emprendimiento empresarial con un compromiso histórico fundamental que trasciende la mera generación de ideas y el logro de creación de empresas y se ocupa de lo social y humano como parte de sus propias condiciones de supervivencia. Así las cosas, el reclamar la cualificación de un emprendimiento socialmente responsable no deja de tener su dosis preventiva de los posibles desmanes económicos de raigambre ética que han hecho carrera en el mundo empresarial y enfrentan a las empresas a la sociedad con serias dudas sobre el papel que juegan en la sostenibilidad del sistema societal a futuro¹⁶.

A la luz de esta reflexión, vale la pena preguntarse: ¿Cuál es el tipo de empresario al que le apunta la cultura empresarial?, ¿Cuál es tipo de empresario que se promueve desde el emprendimiento empresarial en nuestras ciudades y en nuestras universidades?, ¿En verdad son los empresarios de hoy el referente a tomar en cuenta para formular el tipo de ciudadanos que queremos a futuro?, ¿Son la empresa y el empresario de hoy los referentes para orientar la reconstrucción del mundo, la sociedad y el hombre con el que soñamos ser mañana? Lamento no tener respuestas a estos interrogantes y solo me asaltan dudas y reservas históricamente fundamentadas. De otra parte, hay que reconocer que la pertinencia de estas preguntas y de sus posibles respuestas solo es posible de ser evaluadas desde condiciones contextuales muy claras.

Con todo, estas preocupaciones resultan fundamentales en una sociedad en donde se reconoce que impera la cultura mafiosa (Garay, 1999)¹⁷ y donde la sobrevaloración de los resultados financieros se ha constituido en el principal criterio de evaluación de los emprendimientos tanto empresariales como mafiosos¹⁸. Sin embargo, no por todo lo anterior, resulta descartable la propuesta de formación de una la cultura emprendedora, pero creo que requiere de una seria reelaboración teórica y práctica más amplia y cuidadosa en la cual las universidades, los académicos, los emprendedores y los empresas tienen mucho por hacer.

15 . No hay en esta afirmación nada de exageración, basta con reconocer en el lenguaje que han adoptado las diferentes ciencias y prácticas sociales asumiendo términos como el de eficiencia, eficacia, estrategia, direccionamientos estratégicos, sistemas de calidad, gerencia social entre otros, para sospechar la alta permeabilidad no solo de la terminología empresarial sino de la cultura negociante en el ámbito social. Sin entrar a cuestionar el alcance de este fenómeno y su aporte provechoso en el campo social, si es necesario advertir del peligro de pérdida ontológica que subyace en él.

¹⁶ . Para el caso colombiano pueden consultarse en extenso los trabajos de (Gómez B. , 1999, págs. 3- 42)

17 . Téngase en cuenta que tener una cultura mafiosa no es equivalente a afirmar que la sociedad es mafiosa, sino que los criterios de comportamiento aprovechan las circunstancias de vacíos morales y legales para intentar legalizar lo ilegal.

18 . Esta es una lamentable asociación (cultura mafiosa y rendimientos financieros) que entronizan al narcotráfico, lavado de dinero, testaferrato y otros comportamientos ilegales en toda la sociedad con el apoyo del trabajo sucio de los sectores económicamente marginados.

El proponer a la RSE como fundamento del emprendimiento en general y del empresarismo y de las empresas en particular, es apenas una propuesta que adquiere sentido histórico a partir los últimos acontecimientos que la crisis afloró¹⁹ y que evidenció que las externalidades negativas eran no solo ambientales sino también sociales y societales en general. Sin embargo, y a pesar de todo lo que aquí dicho, encuentro a la RSE corta en su alcance frente a los peligros que enfrenta el emprendimiento empresarial en un medio como el colombiano en particular y en cualquier medio social en general. Es que la RSE para poder convertirse en aseguradora de la preservación de las pérdidas sociales y ontológicas de las prácticas empresariales y de los emprendimientos, debe sustentarse en criterios *éticos y morales*²⁰ más que en el cumplimiento formal de compromisos con el bienestar social y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población menos favorecida, como comúnmente se ha asumido en las empresas el ser socialmente responsable. Es en este sentido que entiendo que la RSE además de ser integral, esto es, cubrir todos los espacios que afecta con todos los grupos de interés, debe además ser *íntegra*.²¹

El *emprendimiento socialmente responsable* al igual que la *responsabilidad social emprendedora*²² juega entonces un importante papel liberador en el desarrollo social y empresarial futuro. Creo entender que bajo esta perspectiva, la generación de valor del *emprendimiento empresarial* no solo recae en la generación de empresas nuevas generadoras de riqueza, sino en la capacidad de generar emprendimiento y empresas social y humanamente responsables. Es relevante para el emprendimiento, el empresarismo y las empresas el empezar a comprender a la sociedad no solo como un mercado sino como el espacio de

19 . Es cierto que la responsabilidad social acompaña desde finales del siglo XIX el ejercicio empresarial a nivel mundial, pero para el caso del emprendimiento como realidad social en nuestro medio, es un elemento reciente.

²⁰ . Varios autores han propuesto diversos criterios éticos y morales que soporten tanto a la teoría de la RSE como a su ejercicio empresarial. Desde el punto de vista de la ética civil, el concepto de bien común como espacio convergente de todos los agentes sociales es trabajado por Antonio Argandoña (Argandoña, 1998); los principios y la función de la ética en las empresas es trabajado de forma didáctica por Adela Cortina tanto en lo que se refiere a las empresas privadas (Cortina, 1994) como en lo público (Cortina A. , 2002.). También son ilustrativos los estudios de Carlos Llano sobre los dilemas éticos que hoy enfrentan las empresas (Llano, 1997.). Una visión interesante de la RSE puede consultarse en Baurmann (Baurmann, 1998.).

21 . Las posturas éticas más empleadas en las empresas para respaldar el ejercicio de la responsabilidad social han sido: la ética de las intenciones que tiene como principio general armonizar los comportamientos empresariales a la conciencia y a la ley sin tener en cuenta los efectos de las acciones personales. Otra perspectiva ética es la que considera que tener buena ética es tener buenos negocios. Aquí la ética se somete a la existencia de los buenos negocios que como resultado puedan tener sus comportamientos éticos. Existe la ética de los stakeholders, o ética de las responsabilidades que considera que las organizaciones son responsables de las acciones y de los resultados que son previsibles. Esta perspectiva deja de lado la responsabilidad sobre las consecuencias de los efectos que no son previsibles. Para un análisis más profundo puede consultarse a Luiginio Bruni y a Cristina Calvo (Bruni & Calvo, 2009, pp. 212-218).

22 . La responsabilidad social emprendedora, que en principio podría asimilarse al emprendimiento social, tendría por objeto el asumir, difundir y promover la apropiación de los valores éticos y sociales de manera que permeen los comportamientos empresariales y sirven para la construcción de confianza y del sistema dialógico entre empresas y sus grupos de interés.

realización social y personal de todos y de toda la sociedad. Así, el emprendimiento no solo adquiere valor por los aportes que pueda hacer en términos de generación de empresa, de riqueza y crecimiento económico, sino también en términos de los aportes en términos de desarrollo social y humano. Estos deberían ser criterios obligados de los planes de empresa, proyectándolos no solo como instrumentos *integrales* de desarrollo emprendedor sino como medios *íntegros* para el desarrollo del emprendimiento empresarial. Así, la responsabilidad social empresarial (RSE) estaría alineada con la responsabilidad social emprendedora (RSe) y heredaría del emprendimiento las directrices para la generación de valor empresarial, de manera que el emprendimiento y la empresa como resultado serían dos momentos de un mismo proceso. Sin embargo, hay que reconocer que la disociación de estos dos momentos no garantiza la preservación de la integridad inicial del proyecto emprendedor, a pesar de que se preserven los elementos de la integralidad. Es en esto donde existe el peligro de la pérdida ontológica, que desde lo empresarial podría reportar deuda con el desarrollo social y humano aunque el emprendimiento que la originó esté a paz y salvo en este campo.

Ahora bien, el término RSE y RSe invita a pensar que la responsabilidad social atañe solo a las empresas y de los emprendimientos, cuando de lo que se trata es de hacer de la responsabilidad un valor que rija a todos los comportamientos de los diferentes agentes sociales. Así las cosas, el hacer de los emprendimientos empresariales y a las empresas mismas agentes socialmente responsables es tan solo parte de la tarea por emprender.

3. Los referentes y la responsabilidad social emprendedora (RSe)

El emprendimiento empresarial socialmente responsable, como articulador de las iniciativas y de los resultados empresariales en una sociedad, debe articular tanto el interés individual a los intereses sociales con los compromisos éticos y morales. Para ello debe asumir aquellos valores que, contextualmente, garanticen la integridad del proceso completo emprendedor y empresarial. ¿Cuáles son los valores que desde lo personal, lo empresarial y lo social fundamentan el comportamiento emprendedor en la sociedad actual? Ya nos hemos hecho estas mismas preguntas en otros lugares sin tener la posibilidad, todavía hasta hoy, de intentar respuesta alguna de forma satisfactoria. No creo encontrar consenso en las posibles respuestas al menos en el espacio nacional colombiano. Me temo que ni empresarial ni socialmente tampoco se tiene muy claro a dónde se quiere legar y cuál es el horizonte al cual puedan converger las fuerzas vivas del país. Es en consideración a estas realidades que ratificamos lo dicho en otros escenarios: los referentes propios de la sociedad colombiana, en el mejor de los casos, apenas están en construcción.

Pero ¿Por qué los emprendimientos (empresariales) deben asumir responsabilidades sociales?

Porque no basta al emprendimiento empresarial tener claro su direccionamiento estratégico si en él solo contempla como compromiso misional la satisfacción de alguna necesidad social que permite aprovecharse como oportunidad empresarial, si este propósito empresarial no está acompañado de una finalidad

que le dé sentido al resultado empresarial. Recuérdese que este argumento se sustenta en el principio de que toda acción empresarial debe contribuir a la dignidad humana. Este principio se articula con la perspectiva que define al desarrollo como la conducta emergente a partir de la convergencia de procesos sociales que le permite ir hacia lo que contextual e históricamente se reconoce como lo mejor y más digno (Restrepo E, 2008). De nuevo, habrá que reconocer que el emprendimiento empresarial se orienta fundamentalmente a la concreción del proyecto empresarial concibiéndolo como un fin más que como un medio de desarrollo social. Aunque esto es resultado de la especialización del conocimiento y de la forma cómo se ha enseñado a pensar el fenómeno empresarial, es claro que el momento histórico reclama un cambio del paradigma empresarial y del proceso que lo origina. Es necesario establecer la conexión entre el emprendimiento empresarial, la empresa y lo social y humano para poder que aflore lo empresarial como un *medio* para el desarrollo societal²³.

Lo que subyace en el fondo de este asunto de los fines y la finalidad, es la concepción de “empresa”, que por supuesto, impacta también el concepto de “emprendimiento empresarial”. En la tradición de la concepción vulgar de empresa en un medio como el colombiano, se entiende como la resultante de los planes de negocio frente al aprovechamiento real y efectivo de las oportunidades del mercado. Ya en la práctica del emprendimiento por necesidad, la empresa es el medio para conseguir, de forma autónoma, el ingreso para la subsistencia por la vía de las ganancias. Se percibe la orientación utilitarista del emprendimiento y de la empresa encerrada en los fines de la rentabilidad del negocio. Ciertamente nada habría de criticable en esto si no fuera porque es una visión parcial del fenómeno emprendedor y empresarial que lo desconecta de las condiciones sociales y ambientales en las que surge. De manera que el emprendimiento socialmente responsable tiene la capacidad de articular el fenómeno empresarial y emprendedor a finalidades sociales y humanas y le proporciona la posibilidad de escapar del encasillamiento utilitarista.

De otra parte, también se cambia la concepción de lo que es lo “social”, entendiéndolo no como lo externo a lo empresarial y por lo tanto como lo ajeno a ella y que toca con las personas y no con las empresas²⁴, sino como una condición necesaria para la supervivencia empresarial misma al hacer parte integrante de la complejidad societal en la que vive y se reproduce.

23 . La confusión entre medios y fines a la que Sen se refiere a propósito del utilitarismo parece estar presente en este problema de la definición de la finalidad empresarial.

24 . Existen argumentos de varios tipos para objetar la perspectiva de la empresa desde su responsabilidad social que bien pueden extenderse a los emprendimientos que las originan. Problemas de eficacia en el desempeño del proyecto, impertinencia de lo social en lo empresarial, sobrecarga en costos y en gestión, falta de preparación en las gerencias, desvío de su objetivo misional, sobredimensionamiento del poder empresarial, exceso de expectativas que han de cumplir las empresas, suplanta responsabilidades de otros agentes sociales como el Estado, violación de la libertad de asociación para la generación de empresa, falta de claridad respecto a lo que es la RSE. (Lozano, 1999).

4. El enfoque de las externalidades

El emprendimiento en el ejercicio de la construcción y desarrollo del proyecto empresarial prevé impactos a generar. En toda acción humana estos impactos son algunos previsibles y deseados y otros imprevisibles e indeseados. En resumen, el emprendimiento al igual que las empresas viven hoy, al parecer más que antes, en un mundo caracterizado por la incertidumbre²⁵. Para el emprendimiento empresarial vivir en el mundo más incierto significa asumir mayor riesgo financiero, mayor y más diversificación en la exposición competitiva, más esfuerzo de marketing, menos efectividad estratégica frente a una mayor exigencia gerencial, menor potencial de crecimiento, y en general un riesgo mayor y menos manejable para garantizar la supervivencia del proyecto emprendedor. En este panorama, el asumir los compromisos socialmente responsables aparece como carga adicional a los requerimientos propios del proyecto emprendedor.

Desde la perspectiva de las externalidades²⁶, se trata de restringir el alcance de la responsabilidad social emprendedora y empresarial a los impactos que por su funcionamiento genera en los grupos que impacta y en lo ambiental. Son estos impactos los que definen a los llamados grupos de interés o stakeholders, que dentro del enfoque de las externalidades son llamados “grupos de impacto”. Estos impactos pueden ser tanto positivos como negativos y en ocasiones, han generado masa crítica y han alcanzado el carácter de problema social y ambiental. El emprendimiento que está encerrado en la perspectiva utilitarista de los fines empresariales sin conexión alguna a las finalidades sociales y humanas, se orienta a la satisfacción de alguna necesidad social con opciones de mercado centrando la atención en la capacidad de demanda de los consumidores y abstrayendo las consideraciones sobre cómo viven las personas y cuáles son sus condiciones de vida. Como se observa, el criterio básico es el nivel de vida relacionado directamente con la capacidad de compra de los posibles demandantes. De menara que este tipo de emprendimiento resulta desconectado y poco aportante al desarrollo social y humano enajenándose de las condiciones que actualmente están definiendo la viabilidad de los proyectos emprendedores y de las empresas mismas. Queda fuera de discusión la necesidad de viabilidad financiera y empresarial de los emprendimientos, pero queda pendiente su agenda frente al desarrollo social y humano y a su papel como instrumentos o medios del desarrollo societal. Lo que se pretende es que todas las acciones de emprendimiento empresarial sean por naturaleza acciones de desarrollo y no solo de crecimiento económico y de progreso empresarial.

Desde el enfoque de las externalidades, lo que se pretende es aportar elementos que permitan a los emprendedores y a los empresarios tener la claridad necesaria para diferenciar entre lo que son las *acciones sociales* de los compromisos

25 . Lo que diferencia el *hoy* del *ayer* en la economía colombiana se refiere a las condiciones sociales para llevar a cabo emprendimientos empresariales y para avanzar en el desarrollo de proyectos empresariales, al contar con la protección del mercado interno con menos incertidumbre competitiva de la que posteriormente se generó en el país a razón de la apertura económica, que en general, elevó y diversificó el riesgo de los emprendimientos y de las empresas en particular.

26 . Para una aproximación más detallada del enfoque de las externalidades puede consultarse a (Restrepo E F. J., 2009), (Restrepo E F. J., <http://centrodepensamiento.blogspot.com>, 2009), (Restrepo E F. J., www.pastoral-social.org/portal/files/downloads/ERES2009.doc).

socialmente responsables y de las acciones filantrópicas, pues la responsabilidad social ha resultado ser el concepto en donde tiene cabida todo lo que se relaciona con la problemática social y que además se percibe con un fuerte sesgo hacia los sectores menos favorecidos económicamente. Es claro que la pobreza económica no es el espacio propio de la RSE ni de la RSe, a no ser que ella sea una de sus consecuencias directas. En otros espacios se ha tildado este enfoque de reduccionista y limitante del alcance de la RSE, pero lo que se objeta como sus limitaciones son precisamente sus beneficios, en tanto ayudan a precisar con claridad aquellos efectos de los comportamientos emprendedores y empresariales que son generadores de externalidades directas sobre los grupos de impacto y sobre los cuales es necesario asumir responsabilidades.

En definitiva, parece que se necesita, como imperativo histórico para la supervivencia humana, que todas sus acciones emprendedoras, empresariales o no, así como sus “empresas”, económicas o no, deben responsabilizarse del respeto y del cuidado de los otros y de lo otro como parte del cuidado de las posibilidades de la propia supervivencia. Con todo lo incompleto que pueda aparecer ahora este proceso y a pesar de sus contradicciones e inconsistencias, la mera discusión sobre el emprendimiento socialmente responsable entra dentro de las premisas del cumplimiento de ese importante papel histórico que se espera deben jugar los emprendedores y las empresas que darán cuenta de las condiciones futuras de producción material y de nuestra reproducción social. Esperemos que el resultado sea el deseado para bien de todos.

Bibliografía

Argandoña, A. (Enero de 1998). *www.iese.edu*. Recuperado el 15 de Febrero de 2008, de La teoría de los stakeholders y el bien común. Documento de investigación.: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf>

Baurmann, M. (1998.). *El mercado de la virtud: moral y responsabilidad en la sociedad liberal*. . Barcelona.: Gedisa.

Bruni, L., & Calvo, C. (2009, pp. 212-218). *El precio de la gratuidad. Nuevos horizontes en la práctica económica*. Buenos Aires.: Ciudad Nueva.

Coduras, A., & Justo, R. (2002). Análisis de la actividad emprendedora en Iberoamérica. Principales resultados del proyecto Comparativo internacional GEM. *REVISTA DE EMPRESA- NO 2*, 66- 84.

Collins, J., & Jerry, P. (1996). *Empresa que perduran*. Bogotá: Norma.

Colombia, E. C. (26 de Enero de 2006). LEY 1014 DE 2006. *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: El Viceministro de Comercio Exterior, encargado de las funciones del Despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo.

Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.

- Cortina, A. (2002.). La dimensión pública de las éticas aplicadas. *Revista iberoamericana de Educación*. # 29 Mayo-agosto 2002. , 45-64.
- Foucault, M. (1999, p. 393- 416). *Estética, ética y hermenéutica*. España.: Ediciones Paidós Ibérica.
- Garay, L. J. (1999). *Construcción de una nueva sociedad*. Bogotá.: Tercer Mundo Editores y Revista Cambio.
- Gómez, B. (1999). El despertar nacional. . En A. e. López, *¿Para dónde va Colombia?* (págs. 3- 42). Bogotá.: Tercer Mundo Editores.
- Gómez, L., Martínez, J., & B. María, A. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento & gestión*, 21. Universidad del Norte. , 1- 25.
- Hernández, I. (2008). *Empresa, innovación y desarrollo*. Bogotá.: Universidad Nacional de Colombia y Unibiblos.
- Llano, C. (1997.). *Dilemas éticos de la empresa contemporánea*. . México.: Fondo de cultura Económica. .
- Lozano, J. M. (1999). *Ética y Empresa*. Madrid: Trotta.
- RAE, R. A.-D. (10 de 01 de 2010, emprender). *Real Academia Española*. Recuperado el 10 de 01 de 2010, de www.rae.es/rae.html: <http://www.rae.es/rae.html>
- Restrepo E, F. J. (2.008). *El sentido del desarrollo. Relectura desde Amartya Sen*. Medellín.: UPB.
- Restrepo E, F. J. (28 de agosto de 2009). <http://centrodepensamiento.blogspot.com>. Recuperado el 28 de agosto de 2009, de "Modelo para la Evaluación de la responsabilidad social del desarrollo": www.proantioquia.org.co/fortalecimiento/centro-de-pensamiento-social
- Restrepo E, F. J. (24- 27 de Marzo de 2009). www.ascolfa.edu.co. Recuperado el 25 de Marzo de 2009, de "La responsabilidad social corporativa en la perspectiva del desarrollo organizacional."- ponencia N° 156: www.ascolfa.edu.co/index
- Restrepo E, F. J. (11- 12 de Mayo de 2009). www.pastoral-social.org/portal/files/downloads/ERES2009.doc. Recuperado el 11 de Mayo de 2009, de "Responsabilidad Social desde el Desarrollo Humano": www.pastoral-social.org/portal/files/downloads/ERES2009.doc.
- Vassolo, R. S., Garcia Sanchez, J., & Weisz, N. (2007). Motivación emprendedora y teoría de los Stakeholders. *Revista Empresa y Humanismo Vol. X, 1/07* , 209- 231.