

EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS

“BUSINESS ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: SIMILARITIES AND DIFFERENCES”

Por: Mary S. Portillo-Cruces
(suleykaportillo@gmail.com)

Recepción: 06/06/2023.
Aprobado: 01/12/2023.

RESUMEN

El emprendimiento ha ganado cada vez más relevancia en los últimos años, y se ha convertido en un tema de interés tanto para los empresarios como para aquellos que buscan generar un impacto social positivo. Dentro de este contexto, surge una distinción importante: el emprendimiento de negocios y el emprendimiento social. Aunque ambos comparten la idea de crear algo nuevo, existen diferencias significativas entre ellos. Este artículo explora las similitudes y diferencias entre el emprendimiento de negocios y el emprendimiento social; por medio de una revisión bibliográfica de un compendio de 12 documentos científicos. Ambos tipos de emprendimiento necesitan creatividad, innovación, habilidades de liderazgo y capacidad para asumir riesgos. Pero se diferencian fundamentalmente en su propósito y enfoque. Mientras que el emprendimiento de negocios se orienta principalmente a generar beneficios económicos, el emprendimiento social busca crear un impacto social positivo. Además, los emprendedores sociales suelen enfrentar desafíos adicionales en comparación con los emprendedores de negocios. El acceso a financiamiento puede ser más difícil para los emprendedores sociales, debido a que su objetivo no es solo obtener beneficios económicos. Y la medición del impacto social puede ser más compleja que la medición de los resultados financieros. A pesar de estas diferencias, ambos tipos de emprendimiento son necesarios para abordar los desafíos económicos y sociales actuales. Son dos formas distintas pero complementarias de generar impacto en la sociedad. Además, cada vez más empresas están creando valor compartido, lo que demuestra que el emprendimiento de negocios y el emprendimiento social no son mutuamente excluyentes. Al comprender las similitudes y diferencias entre ellos, se puede fomentar un ecosistema emprendedor más diverso y sostenible.

Palabras clave: Emprendimiento, innovación, impacto.

ABSTRACT

Entrepreneurship has gained more and more relevance in recent years, and has become a topic of interest for both entrepreneurs and those who seek to generate a positive social impact. Within this context, an important distinction arises: business entrepreneurship and social entrepreneurship. Although both share the idea of creating something new, there are significant differences between them. This article explores the similarities and differences between business entrepreneurship and social entrepreneurship; through a literature review of a compendium of 12 scientific documents. Both types of entrepreneurship need creativity, innovation, leadership skills and the ability to take risks. But they differ fundamentally in their purpose and approach. While business entrepreneurship is mainly oriented to generate economic benefits, social entrepreneurship seeks to create a positive social impact. In addition, social entrepreneurs often face additional challenges compared to business entrepreneurs. Access to financing can be more difficult for social entrepreneurs, as their goal is not only to obtain economic benefits. And measuring social impact can be more complex than measuring financial results. Despite these differences, both types of entrepreneurship are necessary to address the current economic and social challenges. They are two different but complementary ways of generating impact in society. Moreover, more and more companies are creating shared value, demonstrating that business entrepreneurship and social entrepreneurship are not mutually exclusive. By understanding the similarities and differences between them, a more diverse and sustainable entrepreneurial ecosystem can be fostered.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, impact.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha sido ampliamente reconocido como un catalizador de la innovación y el crecimiento económico. En el contexto contemporáneo, el emprendimiento de negocios y el social representan dos corrientes que, aunque divergentes en sus fines últimos, comparten varias estrategias y desafíos. Este artículo se propone dilucidar las similitudes y diferencias fundamentales entre estos dos tipos de emprendimiento, con el fin de entender mejor sus dinámicas y cómo cada uno puede aprender del otro para maximizar su impacto.

El emprendimiento, en sus múltiples formas, es el motor de la innovación, el crecimiento económico y la solución de problemas sociales. Tradicionalmente, el emprendimiento de negocios ha dominado este campo, enfocado en la generación de riqueza

y la creación de valor para los accionistas. Sin embargo, el emprendimiento social ha ganado terreno y reconocimiento, al buscar resolver problemas sociales y ambientales a través de iniciativas empresariales sostenibles. Aunque ambos tipos de emprendimiento difieren en sus objetivos finales, existe un terreno común en sus estrategias, desafíos y en la necesidad de innovación y sostenibilidad.

La literatura académica sobre emprendimiento frecuentemente ha tratado de distinguir entre estas dos orientaciones. Autores como Dees (1998), han argumentado que el emprendimiento social se distingue por su enfoque en la creación de valor social y no solo económico. Por otro lado, Druker (1985), ha enfatizado la importancia de la innovación y la visión empresarial, independientemente de si el fin es el beneficio económico o el social. En este sentido, el emprendimiento de negocios y el social pueden verse como dos puntos en un continuo de actividades emprendedoras, donde la diferencia clave radica en la prioridad de los objetivos (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006).

Este artículo pretende explorar estas diferencias y similitudes, con el objetivo de proporcionar una comprensión más matizada de lo que impulsa a los emprendedores en cada campo. Se examinarán las motivaciones, que van desde la búsqueda de beneficios personales hasta el deseo de efectuar un cambio social positivo, y los objetivos, que pueden variar desde la sostenibilidad financiera hasta la sostenibilidad ambiental y social. Esto se hará a través de una investigación de corte documental por medio de la revisión bibliográfica de un compendio de 12 documentos científicos que abordan el campo temático estudiado.

La relevancia de este estudio radica en su capacidad para informar tanto a académicos como a emprendedores sobre las prácticas óptimas en ambos tipos de emprendimiento y sobre cómo las lecciones aprendidas en un campo pueden aplicarse en el otro. A medida que el mundo empresarial se vuelve cada vez más consciente de su papel en la sociedad, la comprensión de estos dos enfoques se vuelve crucial para el desarrollo de modelos de negocio que no solo sean rentables, sino que también contribuyan al bienestar social.

MATERIALES Y MÉTODOS

A juicio de Rodríguez Ramírez (2009), la palabra "emprendimiento" proviene del término francés "entrepreneur", que significa estar listo para tomar decisiones o iniciar algo. Con el transcurrir de los años, el término ha evolucionado y adquirido diferentes significados. En los siglos XVII y XVIII, se empleaba para referirse a arquitectos y maestros de obra que emprendían la construcción de grandes obras por encargo.

Con los años, el concepto se relacionó con la actividad económica, la producción y su equivalente en dinero. En este sentido, el término fue introducido por Richard Cantillón, un economista irlandés, y popularizado por John Stuart Mill en su obra de 1848. Durante este período, también se destaca la contribución de Jean Baptiste Say y Adam Smith en la comprensión del papel del empresario en la economía. Say consideraba que el empresario era un catalizador para el desarrollo de productos y que el valor era subjetivo para el empresario. Smith, por su parte, reconocía la innovación como una característica del empresario y destacaba la importancia de la división del trabajo y la especialización.

Refieren Terán Yépez y Guerrero Mora (2020), que entre los años 1860 y 1880, economistas austríacos y alemanes basaron su investigación sobre emprendimiento en una tradición arraigada en la ciencia política y la administración.

Joseph Schumpeter, hacia los años 1890 y 1940 en sus investigaciones describió a los emprendedores como innovadores. Si bien los economistas fueron los primeros en estudiar los problemas del emprendimiento, desde mediados del siglo XX el fenómeno del emprendimiento se volvió un tema importante de investigación en diferentes áreas de la ciencia, lo que multiplicó el número de teorías que explican el emprendimiento desde diferentes perspectivas, trayendo como consecuencia que este campo de investigación carezca de una teoría clara y sólida.

En la actualidad, de acuerdo a Rodríguez Ramírez (2009), el emprendimiento se entiende como una actitud innovadora, flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos y

orientada al crecimiento. Sin embargo, no existe una definición precisa y descriptiva, puesto que cada empresa y emprendedor puede tener interpretaciones diferentes del término.

El emprendimiento de negocios se define comúnmente como la actividad de establecer una nueva empresa o negocio con fines de lucro. Según Schumpeter (1944), el emprendimiento de negocios es un proceso de "destrucción creativa", donde la innovación y la creación de nuevas combinaciones de recursos conducen a la transformación de mercados y a la creación de valor económico.

Por otro lado, el emprendimiento social se centra en la creación de empresas y organizaciones cuyo objetivo primordial es la resolución de problemas sociales y ambientales, no solo la generación de beneficios económicos. Dees (1998), lo conceptualiza como una combinación de la pasión de una misión social con la disciplina, la innovación y la determinación propias del sector empresarial.

En cuanto a la visión y misión de la innovación, tal cual afirman Simón Moya, Revuelto Taboada y Medina Lorza (2012), hay en ambos tipos de emprendimiento características distintivas de la innovación, pero difieren en la naturaleza de su misión.

Aun cuando existen paralelismos entre ambos tipos de emprendimiento existen ciertas especificidades propias de cada tipo de emprendimiento. En esta línea, Alvord, S.H., Brown, L.D. y C.W. Letts (2002, como se citó en Simón Moya, Revuelto Taboada, & Medina Lorza, 2012) puntualizan que los emprendedores sociales innovan construyendo capacidades locales, atendiendo una necesidad específica y conformando movimientos capaces de oponerse a abusos de élites e instituciones.

Con respecto a la naturaleza de su misión, estos autores señalan que el objetivo del emprendimiento de negocios es la creación de riqueza, mientras que en el caso del emprendimiento social la creación de riqueza no tiene ningún sentido sin la creación de un valor social.

Para profundizar aún más en las diferencias entre ambos tipos de emprendimientos, es oportuno recurrir a lo indicado por Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), quienes

utilizan las siguientes cuatro variables para comparar el emprendimiento social y el de negocios, buscando establecer divergencias, tales como:

- Fallo del mercado. El fallo del mercado descubre diferentes oportunidades para uno y otro emprendimiento. Puesto que, puede ser una amenaza para el emprendimiento de negocios y una oportunidad para el social. Con frecuencia, el fallo de mercado surge porque quienes necesitan un servicio, no pueden pagarlo.
- Misión. En el caso de la empresa de negocios, la misión estará orientada a la competitividad, la creación de valor económico y la rentabilidad a largo plazo. Mientras que en el emprendimiento social estará centrada en la resolución de algún problema social.
- Movilización de recursos. Un emprendedor de negocios tiene recursos financieros que proceden, básicamente, de la venta del bien o servicio que ofrece. La disponibilidad financiera del emprendedor social, suele depender de donaciones o subvenciones. Lo que trae como consecuencia no poder compensar de forma competitiva a sus trabajadores, particularmente a los más valiosos, dependiendo en gran parte de compensaciones no monetarias propias del mismo trabajo para atraer, retener y motivar a su recurso humano.
- Medición de los resultados. El emprendimiento de negocios mide sus resultados fundamentalmente de forma cuantitativa, utilizando indicadores económicos y financieros.

Por el contrario, en el emprendimiento social, la medición de los resultados resulta más compleja, por su dificultad para cuantificarlos, ameritando el uso de variables cualitativas que evidencien el cambio social que causa su actividad.

Al respecto Pareja Cano, Bajo Sanjuán y Fernández Fernández (2015), consideran que el mercado competitivo envía mensajes claros al emprendedor de negocios a través del volumen de ventas en relación al logro de los objetivos económicos. Así, si se nota que los clientes no adquieren los productos y/o servicios ofrecidos, el negocio deja de ser rentable y

se cambia de estrategia. En cambio, los mercados no funcionan tan bien para los emprendedores sociales.

Por esta razón Dees (1998), considera que los mercados no son capaces de valorar adecuadamente los resultados del emprendimiento social, materializados en ciertas mejoras sociales y en los beneficios obtenidos por quienes no pueden cubrir sus necesidades. Motivo por el cual, los emprendedores sociales tienen dificultad para determinar el valor económico creado en relación a los recursos utilizados. Situación que los distancia de la dinámica del mercado y los circunscribe con frecuencia a depender de subsidios, donaciones y trabajo voluntario.

En cuanto al Modelo de Sahlman, según Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), no se limitan exclusivamente a estas variables para establecer diferencias entre el emprendimiento de negocios y el emprendimiento social. Apoyándose en un modelo creado por Sahlman W. A. (1996, como se citó en Austin, Stevenson y Wei-Skillern, 2006), que acentúa el ajuste dinámico entre cuatro componentes interrelacionados del emprendimiento de negocios como son las personas, el contexto, el acuerdo y la oportunidad; estos autores realizan una comparación más profunda entre el emprendimiento de negocios y el social.

En cuanto a la oportunidad, considerada por Sahlman W. A. (1996, como se citó en Austin, Stevenson y Wei-Skillern, 2006) como una actividad que amerita una inversión inicial de recursos escasos, esperando un retorno futuro.

Conceptualmente, no deberían existir diferencias entre ambos tipos de emprendimiento. Pero, para el emprendedor de negocios la oportunidad significa contar con un mercado creciente o representativo y una industria estructuralmente atractiva.

En cambio, para el emprendedor social descubrir una necesidad social o una falla del mercado, es más que suficiente. Razón por la cual, para este tipo de emprendedores las oportunidades son abundantes, mientras que para el emprendedor de negocios no es así.

En lo concerniente al contexto, según Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), aunque los factores contextuales críticos son similares, el impacto ejercido sobre el

emprendedor social es diferente al ejercido sobre el emprendedor de negocios; debido a la influencia de la misión y los sistemas de medición del desempeño de la empresa social sobre el comportamiento emprendedor.

Los mecanismos de selección de mercado son menos rigurosos en el sector social, porque los entornos muy hostiles soportan mejor los emprendimientos sociales que los de negocio. Sin olvidar que, durante periodos recesivos las necesidades sociales se agudizan.

Con relación a las personas y los recursos, como se mencionó anteriormente, por las características del emprendimiento social, existe gran dificultad para contar con el recurso humano y los fondos de capital necesarios.

La cuarta y última dimensión del modelo citado, se refiere al acuerdo. “Debido a la manera en que deben ser movilizadas los recursos y a las ambigüedades asociadas con la medición del desempeño, los términos de los acuerdos son fundamentalmente diferentes para los emprendedores sociales y comerciales” (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006, p. 14).

En cuanto a la metodología utilizada para darle legitimidad a los alcances de la investigación, se partió de un diseño de investigación que refiere el presente artículo está determinado por uno de tipo bibliográfico, documental. En el cual según Balestrini (1987), la información obtenida proviene de fuentes documentales confiables, que ofrece una visión global del problema y permite entender el significado del hecho estudiado. Precisamente se escogió como diseño de investigación, estimando la importancia que tiene la consulta en fuentes de información primaria y secundaria para la comprensión del objeto de estudio.

Se realizó la búsqueda en las bases de datos de acceso abierto como Dialnet, Redalyc y Scielo, así como el motor de investigación de bibliografía científico-académica Google Académico; los cuales facilitaron la revisión y selección de los documentos que conformaron la muestra. Se obtuvo en una primera búsqueda y selección, un total de 80 documentos científicos, a los cuales se les aplicaron los siguientes criterios de inclusión: Documentos publicados en las últimas décadas; artículos científicos y libros digitales con información asociada al objeto de estudio; sin descartar contribuciones clásicas necesarias para contextualizar la discusión académica contemporánea sobre el tema. También se aplicaron

criterios de exclusión como: artículos escritos en diferentes idiomas a inglés y español, artículos que tengan acceso restringido reportes técnicos y resúmenes. Luego de ejecutados estos criterios se seleccionaron un total de 12 documentos, los cuales fueron leídos en su totalidad y resumidos para destacar los principales aportes para la revisión bibliográfica.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

En acepción de Dorado (2006, como se citó en Guzmán Vásquez y Trujillo Dávila, 2008), presenta una diferenciación similar entre emprendimientos de negocios y emprendimientos sociales, basándose en tres procesos analíticos distintivos: la definición de la oportunidad, la consecución de recursos financieros y la estructura organizacional.

En cuanto a la oportunidad, Dorado destaca la relación entre la experticia y trayectoria de los fundadores de empresas y el tipo de emprendimientos de negocios que crean. No obstante, advierte sobre la inclinación de los emprendimientos sociales a adoptar comportamientos propios de los emprendimientos de negocios; existiendo un riesgo al suponer que las estrategias y enfoques que funcionan en el ámbito de los negocios pueden aplicarse directamente y con éxito a los problemas sociales.

Por lo que se refiere a la consecución de recursos financieros, para los emprendimientos de negocios tiende a ser un aspecto secundario, comparado con la identificación de la oportunidad. Sin embargo, para el emprendedor social es un tema fundamental debido a la escasez de flujo de caja y activos, propio de sus emprendimientos.

En cuanto a la estructura organizacional; las consideraciones legales, la supervisión privada y pública y la relación con los grupos de interés, forjan una estructura organizacional más ordenada para los emprendimientos de negocios que para los sociales.

En acepción de Simón Moya, Revuelto Taboada y Medina Lorza (2012), se plantearon determinar en qué medida afectan a la probabilidad de supervivencia de ambos tipos de emprendimiento, la formación y experiencia del emprendedor así como su motivación para emprender; a través de un estudio cuantitativo en colaboración con el

Servicio de Gestión y Planificación de Programas del Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ), España.

Los resultados obtenidos muestran, en primer lugar, que la supervivencia de las empresas no parece depender de su naturaleza, es decir, de negocios o social, debido a que las diferencias en la probabilidad de sobrevivir entre ambos tipos de emprendimientos no son significativas.

En segundo lugar, en el caso del emprendimiento de negocios, la formación y la experiencia reducen la probabilidad de cierre, pero en el caso del emprendimiento social, ni la formación, ni la experiencia del empresario está significativamente relacionadas con la supervivencia de la empresa.

En tercer lugar, la motivación para emprender sí parece tener una influencia significativa en la probabilidad de sobrevivir, al menos en los emprendimientos de negocios. En cambio, en los emprendimientos sociales, no parecen existir diferencias en la supervivencia según la motivación del emprendedor.

Incluso la misma distinción entre emprendedor por necesidad u oportunidad puede quedar, de cierta forma, matizada por la propia naturaleza del emprendimiento social. Puesto que, su principal objetivo es crear valor social, más allá de la satisfacción de las propias necesidades, por lo que puede perder importancia la situación laboral anterior de este tipo de emprendedor.

La investigación también reveló que, al incluir variables como el año de inicio de la actividad, el sector, el capital y el número de empleados estables, incluidos los propios emprendedores, se constata que el capital y la plantilla son factores relevantes en la supervivencia de cualquier tipo de empresa, y en cualquier momento, en el sentido de que cuánto mayores son éstos, menor es el riesgo de cerrar.

A partir de los resultados obtenidos, el estudio concluye que existen posibles diferencias en los factores que reducen significativamente la probabilidad de cierre de los emprendimientos de negocios y los sociales.

Siendo la mayor dificultad que encuentran estos últimos, la movilización de recursos financieros y humanos, constituyendo así a juicio de estos autores, los únicos factores realmente determinantes a la hora de aumentar sus probabilidades de supervivencia.

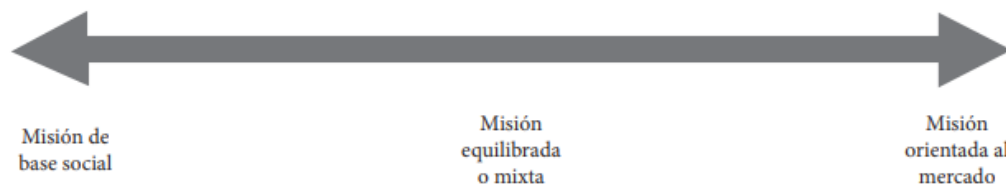
A juicio de algunos autores como Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), la distinción entre emprendimientos social y comercial no es dicotómica, pudiendo conceptualizarse como un continuo que va desde lo puramente social a lo puramente económico. Donde aún en los extremos, existen elementos en común entre ambos. De esta forma, la actividad caritativa debe reflejar realidades económicas, mientras que la actividad económica debe generar valor social.

En ese mismo contexto Massetti (2008, como se citó en Simón Moya, Revuelto Taboada, & Medina Lorza, 2012) sostiene que el emprendimiento social puede tener beneficios económicos, pero se diferencia del emprendimiento de negocios en el uso dado a esos beneficios.

Mientras que en el emprendimiento de negocios los beneficios son usados para enriquecer a los accionistas o dueños de la empresa, en los emprendimientos sociales los beneficios son destinados a causas sociales. Diferencia que la autora entiende como grados de intención y traza un continuo donde en un extremo están los emprendimientos totalmente orientados al mercado y, en el otro, los emprendimientos totalmente dispuestos a fines sociales, pudiendo existir entonces empresas híbridas que combinan fines sociales y lucrativos (ver Figura 1).

Figura 1

Continuo entre misión orientada al mercado y misión social.



Nota: Tomado de *La Influencia de la Formación, la Experiencia y la Motivación para Emprender en la Supervivencia de las Empresas de Nueva Creación* (p.243), por Simón Moya, V., Revuelto Taboada, L., & Medina Lorza, A. F., 2012, Estudios Gerenciales, 237-262.

En acepción de Dees y Anderson (2004, como se citó en Pareja Cano, Bajo Sanjuán y Fernández Fernández, 2015), afirman que los emprendimientos sociales representarían una estructura híbrida entre una organización sin ánimo de lucro orientada hacia un objetivo social y una empresa económica, en la medida en que utiliza un modelo de negocio para garantizar su sostenibilidad. Organización que según Campbell (1998, como se citó en Pareja Cano, Bajo Sanjuán y Fernández (2015), tendría como ventajas mayor capacidad de gestión, más recursos propios y mejores posibilidades de éxito y de eficacia en sus acciones.

Un objetivo clave de los emprendimientos sociales es ser auto sostenible e independiente de agentes externos. La mayoría de los autores apuestan por aplicar mecanismos y principios de la gestión empresarial a las organizaciones no lucrativas, es decir buscar modelos de negocio que las hagan sostenibles.

Entre estos principios se encuentran: eficiencia, vigilancia de la competencia, desarrollo de ventajas competitivas, captar clientes e inversores, gestión del riesgo económico, eficiencia de sus estructuras y eficacia a la hora de conseguir y gestionar sus recursos. Sin embargo, en muchas ocasiones la implementación de estos instrumentos de

mercado se torna difícil debido a la propia naturaleza de los emprendimientos sociales, con estructuras muy diferentes a las empresas privadas.

Aparte de las dificultades con las que se encuentran día a día, hacen que este escenario no sea así, y los emprendimientos sociales solo puedan cubrir sus costos parcialmente, compitiendo en desventaja con los emprendimientos de negocios (Dees, 2008).

Por último, la poca visibilidad de estas organizaciones hace que no se haya consolidado un mercado de capitales en el que puedan obtener recursos para financiar su actividad. Así pues, debe subrayarse la aportación de Yunus (2011), fundador del Grammeen Bank, que precisamente asistía con microcréditos a emprendedores sociales debido a la falta de un mercado de capitales que invirtiera en proyectos con la misión de crear valor social.

Las similitudes y diferencias entre el emprendimiento de negocios y el social revelan varias implicaciones significativas para la comprensión y práctica del emprendimiento en general. Estas implicaciones afectan tanto a la teoría del emprendimiento como a la estrategia y operación de emprendimientos en el mundo real.

Las similitudes entre ambos tipos de emprendimiento sugieren que ciertas estrategias y prácticas podrían ser intercambiables o adaptadas de uno a otro; siempre y cuando se respete la misión que les dio origen.

Por ejemplo, la innovación y la creatividad son valoradas en ambos campos, lo que implica que las técnicas para fomentar la innovación, como los espacios de trabajo colaborativos y los procesos de incubación de ideas, pueden ser útiles en ambos contextos.

Además, la necesidad de sostenibilidad financiera en el emprendimiento social y la creciente importancia del impacto social en el emprendimiento de negocios indican una convergencia en los modelos de negocio que buscan equilibrar el beneficio económico con el impacto social Yunus, Moingeon y Lehmann-Ortega, 2010.

Las diferencias, por otro lado, resaltan áreas donde cada tipo de emprendimiento puede aprender del otro. Por ejemplo, los emprendedores de negocios pueden beneficiarse de la orientación hacia la misión y el enfoque en la sostenibilidad a largo plazo que es típico del emprendimiento social. Inversamente, los emprendedores sociales pueden aprender de la

agilidad y las prácticas de eficiencia operativa del emprendimiento de negocios para mejorar su propia sostenibilidad financiera y operacional (Dees, 1998).

El éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos están influenciados por la capacidad de los emprendedores para adaptarse a su entorno y mantenerse fieles a sus objetivos centrales. Las similitudes y diferencias identificadas pueden influir en esta capacidad de varias maneras. Por ejemplo, la motivación y los objetivos claros pueden mejorar la resiliencia de los emprendedores frente a los desafíos.

Sin embargo, una rigidez excesiva en la adherencia a ciertos objetivos puede limitar la capacidad de adaptación. Por lo tanto, la flexibilidad y la capacidad de equilibrar múltiples objetivos pueden ser cruciales para el éxito a largo plazo Bacq y Janssen (2011).

Además, la sostenibilidad de los emprendimientos puede verse reforzada por la capacidad de los emprendedores de negocios y sociales para aprender unos de otros. Por ejemplo, la adopción de prácticas de medición de impacto social por parte de emprendimientos de negocios puede mejorar su responsabilidad y reputación, mientras que la adopción de prácticas de eficiencia y escalabilidad por parte de emprendimientos sociales puede mejorar su viabilidad económica y su capacidad para maximizar su impacto.

Las similitudes y diferencias entre el emprendimiento de negocios y el social tienen implicaciones profundas para la teoría y práctica del emprendimiento. Un enfoque que reconozca tanto las áreas de convergencia como las de divergencia puede facilitar el desarrollo de estrategias que aprovechen lo mejor de ambos mundos, mejorando así el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos en todas sus formas.

CONCLUSIÓN

La exploración detallada de las motivaciones y objetivos de los emprendimientos de negocios y sociales ha revelado tanto puntos de convergencia como divergencias significativas. Los hallazgos clave indican que, mientras los emprendedores de negocios se centran en la generación de riqueza y la captura de mercado, los emprendedores sociales priorizan el impacto social y la sostenibilidad.

Sin embargo, ambos comparten una dependencia común en la innovación y la necesidad de sostenibilidad financiera para la viabilidad a largo plazo de sus empresas.

La importancia de este estudio para el campo del emprendimiento radica en su capacidad para iluminar las áreas donde los emprendedores de negocios y sociales puede aprender el uno del otro para mejorar sus prácticas.

Por ejemplo, la adopción de estrategias de medición de impacto por parte de emprendimientos de negocios puede mejorar su contribución al bienestar social; mientras que la incorporación de prácticas de eficiencia de negocios (que no alteren su misión) en emprendimientos sociales, puede aumentar su impacto y alcance.

Este análisis también subraya la importancia de la flexibilidad y la adaptabilidad, sugiriendo que los emprendedores que pueden equilibrar objetivos financieros y sociales pueden estar mejor equipados para navegar en entornos empresariales complejos y cambiantes. Además, el estudio destaca la necesidad de un marco de evaluación más integrado que pueda capturar tanto el valor económico como el social creado por los emprendimientos.

Para futuras investigaciones, se recomienda:

- Explorar en profundidad cómo las prácticas de emprendimiento de negocios pueden ser aplicadas en contextos sociales para mejorar la eficiencia y la escalabilidad sin comprometer los objetivos sociales.
- Investigar las formas en que los emprendimientos sociales pueden influir y transformar las prácticas tradicionales de negocios hacia modelos más sostenibles y socialmente comprometidos.
- Desarrollar y validar herramientas de medición que puedan capturar de manera efectiva tanto el impacto social como el rendimiento financiero de los emprendimientos.

Este estudio contribuye al campo del emprendimiento al proporcionar una comprensión más matizada de las fuerzas que impulsan a los emprendedores en diferentes esferas y al ofrecer una base para el desarrollo de estrategias que puedan beneficiar tanto a la sociedad

como a la economía en general. La integración de los enfoques de emprendimiento de negocios y sociales tiene el potencial de generar un impacto significativo, promoviendo un futuro donde el éxito empresarial y el progreso social van de la mano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1-22.
- Bacq, S., y Janssen, F. (2011). The multiple faces of Social Entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 373-403.
- Balestrini, M. (1987). *Procedimientos Técnicos de la Investigación Documental*. Caracas: Panapo.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*. Nueva York: Harper y Row.
- Druker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Nueva York: Harper y Row.
- Guzmán Vásquez, A., y Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento Social - Revisión de Literatura. *Estudios Gerenciales*, 105-125.
- Pareja Cano, B., Bajo Sanjuán, A., y Fernández, J. (2015). Las Escuelas de Emprendimiento Social: Una triple propuesta teórica. *ICADE. Revista Cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales.*, 67-87.
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Social. *Pensamiento y Gestión*, 94-119.
- Schumpeter, J. A. (1944). *La Teoría del Desarrollo Económico: Una Investigación sobre Beneficios, Capital, Crédito, Interés y Ciclo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Simón Moya, V., Revuelto Taboada, L., y Medina Lorza, A. F. (2012). La Influencia de la Formación, la Experiencia y la Motivación para Empezar en la Supervivencia de las Empresas de Nueva Creación. *Estudios Gerenciales*, 237-262.
- Terán Yépez, E., y Guerrero Mora, A. (2020). Teorías de Emprendimientos: Revisión Crítica de la Literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 7.

Ciencias Sociales **equidad**



- Yunus, M. (2011). Las empresas sociales. Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad. Barcelona: Editorial Paidós.
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen experience. Long Range Planning, 308-325.