

2 Emprendimiento e innovación social aplicados a la inclusión de personas adultas mayores

**Wilson Araque Jaramillo, Germán Granda
y Andrés Argüello Salazar**

RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

El término *emprendimiento* se ha vuelto parte del lenguaje coloquial y de uso cotidiano en la sociedad; esta situación se debe en gran medida a las circunstancias económicas imperantes en el mundo actual, en el que elevadas tasas de desempleo son caldo de cultivo de innumerables iniciativas de emprendedores por supervivencia. El discurso de la política pública también ha incorporado el concepto “emprendimiento” haciendo del mismo una especie de brújula que guía iniciativas y propósitos para enfrentar la pobreza e impulsar el desarrollo.

Si todos hablan de emprendimiento se supondría que hay una comprensión cabal de su concepto, pero en general existe poca claridad al respecto. El estudio del emprendimiento se ha planteado desde distintas perspectivas, miradas y disciplinas, siendo por eso complicado llegar a conceptualizaciones claras sobre su significado; aun así, los términos emprendimiento *entrepreneurship* y arquetipo del empresario *entrepreneur* son categorías muy utilizadas en la academia (Schnarch Kirberg 2016).

Desde la perspectiva del *management*, el emprendimiento tiene su origen en las oportunidades detectadas en el mercado; esta afirmación determina un punto de convergencia ineludible entre el emprendimiento y la teoría del mercado. En este sentido, los na-

cientes emprendedores deben poseer la capacidad de comprender a los nuevos consumidores, lo cual sería la esencia de la base del emprendimiento. El mercadeo como disciplina debería ser el primer componente de formación de los nuevos emprendedores (Romero, citado por Schnarch Kirberg 2016), y la innovación es el denominador común al perfil emprendedor, entendiendo por innovación la introducción de cualquier mejora en producto, proceso, organización o *marketing* llevada al mercado (Schnarch Kirberg 2016).

Por otra parte, desde la lógica del emprendimiento como motor de desarrollo económico, la finalidad misma de emprender debe ser la creación de empresas “que contribuyan en la generación de empleo innovación y desarrollo, y ello requiere de personas que posean vocaciones y motivaciones particulares para emprender y construir un camino hacia el crecimiento empresarial (Kantis, Federico y Menéndez 2012).

Esta odisea empresarial debe estar marcada por una profunda comprensión del entorno, no solamente en cuanto a las oportunidades del mercado y la competitividad. “Las empresas no pueden ser islas, deben tener una nueva conciencia, las empresas requieren, pues, entender la problemática social que las rodea” (Shane y Kliksberg, citados por Ocampo Eljaiek 2016).

Esta conciencia social a la que se hace referencia introduce al emprendimiento en nuevo escenario y conceptualización más amplia que involucra a la política, puesto que “la democracia aparece como una condición previa del desarrollo económico y social, pero también como un resultado de ellos” (Echeverría 2011), y a la cultura, por supuesto, como esa relación influyente y detonante del emprendimiento, como lo explica Kantis:

El contexto cultural a través del conjunto de valores dominantes y creencias pueden promover o inhibir la adopción de conductas más o menos emprendedoras. El grado de valoración social del rol del emprendedor y de la innovación, la actitud frente al riesgo y la necesidad de logro de las personas, la horizontalidad y apertura de

los empresarios para interactuar y compartir sus experiencias con terceros, son aspectos que influyen sobre la deseabilidad y factibilidad de crear una empresa. (Kantis, Federico y Menéndez 2012)

Esta mirada sobre el emprendimiento incorpora otras variables a considerar, puesto que va más allá de entender únicamente las oportunidades del mercado, es una comprensión de la estructura social en sí misma y puede explicar de mejor manera las reales condiciones que permiten mayor o menor calidad de emprendimiento, que involucra a la familia como primer cimiento y motor del emprendimiento, a las instituciones educativas como formadoras de capital humano, a la estructura productiva, el capital social o redes de contactos, condiciones de la economía y condiciones para la innovación (Kantis, Federico y Menéndez 2012).

Esta caracterización a la que hace referencia Kantis incorpora un nuevo enfoque del emprendimiento social; según Rodríguez y Ojeda (citado por Rojas de Francisco 2019), todo emprendimiento social incluye tres elementos:

- Posee un objetivo orientado a la creación de valor social mediante acciones que tienen impacto en un grupo o sociedad, y genera cambios positivos que apuntan al aumento de la calidad de vida.
- Contiene una innovación transformadora.
- Está asociado a un modelo de negocios sostenible.

El emprendimiento social se desarrolla de manera exitosa mediante modelos empresariales que, desde el enfoque de la gestión, pretenden transformar la problemática social de sectores de la economía donde la lógica del mercado ha fracasado y la intervención estatal es inexistente o ineficaz. Esta dinámica incluye la búsqueda de beneficios económicos que permitan el nivel adecuado de sostenibilidad del negocio (Yujuico, citado por Rojas de Francisco 2019).

La innovación implica conocimiento y emoción. El conocimiento, como proceso, involucra disposición, con emoción y razón, para la in-

teracción social, para distinguir, comunicar y comprender, dentro de un contexto cultural específico, idiosincrásico y localizado. Lo que el ser humano ve o percibe son traducciones del mundo, de una realidad, en representaciones, ideas, conceptos, teorías, lo cual implica que el conocimiento es una construcción social, ya que él ve, huele, degusta, oye, toca e interpreta, de acuerdo al medio sociocultural en el que se encuentra inmerso. Esto permite inferir que la innovación es, de suyo y en su origen, un proceso y producto social. La innovación emerge como acontecimiento colectivo de principio a fin, involucra y estimula el desarrollo de competencias a partir de la comunicación. (Isaza 2014)

La noción de innovación social aparece fuertemente conectada a la creación de espacios de autonomía social, de empoderamiento ciudadano —principalmente de sectores poblacionales en situación de vulnerabilidad social— y al desarrollo de procesos sociales que promuevan y mejoren los derechos de la ciudadanía. (Martínez, Blanco y Salazar, citados por Rojas de Francisco 2019)

Como bien precisa Hernández, la innovación social no tiene una definición exacta y consensuada:

La innovación social es una “palabra de moda” que después será abandonada o, por el contrario, nos encontramos ante “un término perdurable”. La razón de esta pregunta tiene que ver con la hasta ahora vigente imposibilidad de definir este fenómeno de manera canónica, como se hace con las definiciones de otros ámbitos de estudio que poseen una significación precisa, universalmente aceptada. Un claro ejemplo es la multitud de definiciones al alcance de cualquier investigador, y que aportan cada una de ellas variantes y matices que las hacen difícilmente unificable; el hecho de que no exista una definición estándar, canónica, única, como sí ocurre en otros ámbitos de conocimiento o en comparación con otros aspectos relacionados con la innovación clásica, es una carencia teórica de primer orden. La fijación de un significado único de un término depende del consenso de la comunidad científica, pues no es posible discernir en muchos casos si se trata de productos, políticas públicas, formas organizativas de la sociedad civil, o todas ellas, y otras posibles, a la vez. (Hernández-Ascanio, Tirado-Valencia y Ariza-Montes 2016)

La innovación social, de auge en nuestro tiempo, no es una moda más ni tampoco una entelequia; sin embargo, su reconocimiento formal en el ámbito académico es realmente reciente, como lo es también su incorporación como enfoque utilizado en instituciones y políticas públicas (sobre todo en Latinoamérica). Pero la innovación social, al igual que otros modos de orientar y coordinar acciones que propicien transformaciones a nivel social, es hija de los movimientos sociales, de la emergencia de diversas formas de participación y de los agenciamientos de diversos actores sociales en distintos lugares del mundo a partir de la década de 1950. (Domanski 2016)

Podría afirmarse que lo que marca una diferencia radical en cuanto a innovación social de otras innovaciones es que su punto de partida y referencia son nuevas necesidades sociales (retos de la sociedad) que necesitan soluciones distintas a las que se han obtenido hasta el momento, y todo ello, porque estamos en “otro mundo en el que las cosas han cambiado y están cambiando a una velocidad incontrolable, y para estos retos a los que nos enfrentamos como sociedad ya no nos sirven respuestas estandarizadas y unidireccionales, ya que los retos cada vez son más complejos y multidimensionales” (Domanski 2016).

Este nuevo mundo al que se hace referencia, y que es parte de la cotidianidad, ha provocado que el concepto de innovación haya sufrido una evolución; sería muy reduccionista pensar en procesos de innovación únicamente en el ámbito de la empresa, el desafío está en construir mecanismos que reconozcan y activen la capacidad de innovación de toda la sociedad en su conjunto (Domanski 2016).

DESARROLLO E INCLUSIÓN

El desarrollo se podría expresar en términos de movimiento como el cambio de posición ascendente que tiene una sociedad a lo largo de una cinta continua, la cual tiene por extremos, por un lado, las sociedades más avanzadas y, por el otro, las más atrasadas;