

# Quimera de un emprendimiento con innovación y compromiso social

*Chimera of entrepreneurship with innovation and social commitment*

**Juan Carlos Olaya Molano\***

\*Magíster en Administración de Organizaciones; especialista en Gerencia Financiera y Docencia Universitaria; administrador de Empresas. Docente de la Facultad de Administración de Empresas de Universitaria Agustiniana. Correo electrónico: [jucaolmo@hotmail.com](mailto:jucaolmo@hotmail.com)

**Cómo citar este artículo:** Olaya Molano, J. C. (2016). Quimera de un emprendimiento con innovación y compromiso social. *Revista CrearE, Cuadernos de Emprendimiento*, 1, 38-45.

*Recepción: 18 de mayo de 2016 / Evaluación: 16 de noviembre de 2016 / Aprobación: 2 de diciembre de 2016*

## Resumen

En los últimos años, Universitaria Agustiniiana ha implementado con ahínco la cultura emprendedora en su comunidad educativa, mediante estrategias que van desde la cualificación de los docentes, pasando por la capacitación de los estudiantes, hasta llegar a la creación del Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial Agustiniiano (CEDEA); todo ello con el objetivo de canalizar, desde esta dirección, las propuestas que tienen los diferentes participantes. Este artículo parte de una entrevista a Cristian Alexander Santana Contreras, estudiante de cuarto semestre de la Facultad de Administración de Empresas, quien, con 20 años de edad, fue permeado por el pensamiento emprendedor agustiniano: fue beneficiado con los aportes otorgados por el Fondo Emprender tras presentar un innovador proyecto de comidas rápidas de carácter social. Baked Pizza Gourmet es, a la fecha, una empresa que se encuentra en funcionamiento y cumple con los objetivos trazados en el plan de negocios presentado al ente financiador.

### Keywords

Entrepreneurship

Innovation

Social engagement

Social responsibility

### Palabras clave

Emprendimiento

Innovación

Compromiso social

Responsabilidad social

## Abstract

In recent years, Augustinian University has implemented vigorously entrepreneurial culture in educational community through strategies ranging from the qualification of teachers, through the training of students and the creation of the Augustinian Centre for Entrepreneurship and Business Development (ACEBD). These actions are aimed at canalizing proposals from different participants. This article is based on an interview with Cristian Alexander Santana Contreras, a 20 year old student of fourth semester of the Faculty of Business Administration, who was permeated by entrepreneurial Augustinian thinking: he was benefited from the contributions granted by the Entrepreneurship Fund after presenting a fast-food innovative social project. Baked Gourmet Pizza is, nowadays, a company that operates and accomplishes the objectives outlined in the business plan presented to the financing entity.

## Introducción

En su obra *Aprender a cambiar. La enseñanza más allá de las materias y los niveles*, Heagraves et al. (2001) han planteado de manera clara cómo hoy a las instituciones educativas se les está exigiendo enfocar esfuerzos para el desarrollo de competencias en el escenario del nuevo milenio. Los autores, tras analizar las transformaciones producidas por la globalización y las dinámicas contemporáneas, sostienen:

Los responsables políticos y otros organismos han bombardeado a los profesores con la idea de los cambios radicales que se están produciendo en las economías nacional y global y la necesidad de modificar y fortalecer el modelo de preparar a la gente para estos cambios. Los gobiernos se han dedicado a subrayar que el currículum debería proporcionar a los estudiantes amplias habilidades de tipo general que les permitieran desenvolverse en una economía basada en la alta tecnología dentro de una sociedad de servicios. Estas habilidades generales, según estos argumentos, incluyen destrezas académicas (comunicación, pensamiento y aprendizaje), capacidades para aplicar el conocimiento a problemas reales, dotes para las relaciones personales (responsabilidad, capacidad de adaptación y disposición para tomar la iniciativa), y de trabajo en grupo (capacidad para trabajar con los demás).

En sintonía con la anterior perspectiva, Uni-

versitaria Agustiniense ha planteado, en el perfil del egresado de la Facultad de Administración de Empresas, el espíritu de liderazgo y la capacidad emprendedora, soportados en el objetivo del programa, es decir, una formación en valores éticos con gran compromiso social. De este modo, la universidad busca que el estudiante, durante los semestres cursados, desarrolle un pensamiento crítico para que en sus proyectos empresariales, además de la innovación, se incluyan diferentes elementos y dimensiones propias de lo que hoy se define como *responsabilidad social corporativa*.

### **Responsabilidad social corporativa.**

Compromiso que ostentan las empresas con sus respectivos grupos de interés, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de cada uno de ellos y que esto se vea reflejado en la sociedad en general.

Desde esta visión, se proyectan actividades en bien de la comunidad; por ejemplo, la generación de empleo sin dejar de lado el desarrollo del talento humano, el mercado y la producción limpia, todo ello cimentado en la ética y el buen gobierno corporativo, demostrados, a su vez, en el respeto y el buen trato a los clientes, proveedores y demás beneficiarios organizacionales. Lo anterior se ve reflejado en lo que podría denominarse un *currículo consciente*:

Los emprendedores juegan un papel destacado en el proceso innovador, porque actúan

como vehículo de procesamiento de nuevas oportunidades, proporcionan un medio de acercamiento a mercados fragmentados, previenen la despoblación en zonas rurales evitando el éxodo de su población hacia las grandes ciudades, son la base del surgimiento de una clase media que contribuye a la estabilidad económica y social realzando la uniformidad en la distribución de la renta y contribuyen, con la creación y desarrollo de las nuevas empresas, a distintos objetivos de la política económica tales como pleno empleo, crecimiento e innovación, estabilidad de precios, equilibrio social y fomento de oportunidades (González, 2007, p. 145).

Por tal motivo, es importante para la institución formar estudiantes que sean emprendedores, que contemplen la responsabilidad social y, por tanto, sean agentes de cambio en el sector social y comunitario; en otros términos, adoptar una misión para crear y sustentar el valor social. Para un emprendedor social, la misión comunitaria es fundamental: es una misión que no está limitada a crear beneficios privados (retornos financieros) para ciertos individuos, generar ganancias, crear riquezas o atender los deseos de los consumidores; por el contrario, estos pueden ser elementos constitutivos del modelo, o mejor aún, son medios para un fin, no el fin en sí mismo. La ganancia no es el indicador de creación de valor ni la satisfacción del consumidor: el impacto social es

el indicador. En este sentido, y en referencia a la configuración de un verdadero emprendedor social, Cannon (2000) expresa:

[Hay] tres tipos de personas que se convierten en emprendedores sociales: 1) los individuos que han hecho gran cantidad de dinero y están interesados en dar algo en retorno para la promoción de objetivos sociales, 2) los “trabajadores sociales recuperados” que están desencantados con el sistema social y buscan un nuevo enfoque y 3) una “nueva estirpe” que ha asistido a escuelas de negocios (o ha seguido una trayectoria similar) con la iniciativa social en mente (citado en Vainrub, 2009, p. 76).

Para materializar y desarrollar las competencias propias de un emprendedor social, Universitaria Agustiniense busca que los proyectos se enmarquen dentro de un plan estratégico que coligue los elementos propios del desarrollo empresarial con dimensiones humanísticas y fundamentos éticos. Castillo (2007) expresa este quehacer de manera clara:

Contemplando además de la visión, misión y objetivos generales a largo plazo de la empresa, un modelo que observe el desarrollo de la calidad humana, lo cual implica mostrar con hechos la real preocupación por satisfacer las necesidades de la gente relacionada con la empresa: trabajadores, clientes, proveedores y accionistas en el momento que cambien de

ser ideas de negocio a empresas constituidas y puestas en marcha (p. 36).

En el ambiente empresarial actual se evidencia claramente que la responsabilidad social va de la mano con un mejor desempeño de la empresa, tanto así que los consumidores no compran productos de compañías que han sido objeto de publicidad por sus malas prácticas o conductas indebidas; por el contrario, se ha demostrado que el futuro es especialmente promisorio para aquellas empresas que articulan una excelente calidad del producto y un buen servicio al cliente con una sólida reputación de honradez y confiabilidad. Así, los clientes responden a la evidencia de la integridad una vez son conscientes de temas del orden ético<sup>1</sup> (Flórez, 2007, p. 179).

## Hacia la articulación del emprendimiento y la responsabilidad social empresarial

La cristalización de los enfoques en mención encuentra en los estudiantes agustinianos su mejor posibilidad. Así, en busca del cumplimiento de objetivos misionales y visionales, en 2013 Universitaria Agustiniana dio vía libre a la creación del Centro de Emprendimiento y

<sup>1</sup> La experiencia les ha enseñado que, en ocasiones, los reclamos publicitarios no son correctos, que las cláusulas en letras pequeñas en los contratos perjudican sus mejores intereses y que los negocios fallan al no respaldar su trabajo.

Desarrollo Empresarial Agustiniano (CEDEA), dirigido a toda la comunidad académica con el propósito de contemplar, como premisa en la presentación de los proyectos, la innovación aplicada para mejorar la calidad de vida de las sociedades modernas, la generación de nuevas tecnologías, el desarrollo constante de nuevos productos y la búsqueda de la competitividad. De este modo, se busca contribuir de manera sustancial a facilitar la vida de los consumidores, al ampliar las opciones de elección, mejorar la productividad laboral, la salud y las posibilidades de comunicación (CEDEA, 2016; Bermejo y de La Vega, 2003, p. 245).

**Innovación.** Cambios que se realizan a los productos, los procesos, las organizaciones y los mercados con el objetivo de generar modelos de utilidad dirigidos a la sociedad.

Un ejemplo de la incidencia del pensamiento emprendedor agustiniano en sus estudiantes es el caso de Baked Pizza Gourmet, un proyecto iniciado por un joven estudiante de segundo semestre, Cristian Alexánder Santana Contreras, de 20 años de edad, quien tiene presente que las teorías administrativas han evolucionado, por una parte, debido a las nuevas necesidades que poseen las organizaciones globales en la actualidad y, por otra, porque cada uno de los grupos de interés o *stakeholders* tienen expectativas diferentes. Este último caso, por ejemplo, es el del empleado que espera que las empresas cumplan con los deberes con los cua-

les se ha comprometido.

En este sentido, cuando se genera un plan de negocio, es importante dejar definidas las políticas de contratación y las estrategias de motivación para mantener un clima laboral adecuado y evitar así complicaciones con el desarrollo humano de los clientes internos. De hecho, los proveedores buscan obtener beneficios de sus compradores teniendo un pago puntual o participando activamente en la cadena de producción, y por ello mismo es importante que el emprendedor genere políticas al respecto para cumplir oportunamente con sus compromisos económicos. Por su parte, los competidores buscan que la organización desarrolle todas sus actividades sin soslayar la ética; por ello, desde el perfilamiento de la idea empresarial, se debe establecer una filosofía adecuada para el cumplimiento con todos los grupos de interés.

Por otra parte, los clientes esperan beneficios derivados de los productos, como el cuidado de la salud, la protección del medioambiente, la gestión de sinergias y prácticas solidarias, entre otros. A raíz de ello, las estrategias de *marketing* deben ser desarrolladas de forma tal que permitan establecer beneficios sociales para los consumidores. Desde luego, también el gobierno espera el pago puntual y adecuado de los tributos, con el objetivo de revertirlos a la sociedad, con sus subsecuentes inversiones sociales, económicas y culturales. En virtud de

lo anterior, es importante que el empresario desarrolle políticas que permitan cumplir en forma adecuada con los pagos establecidos por el Estado, para así poder contribuir al desarrollo social del país, pero que también satisfaga a todos los clientes internos y externos que participan en la cadena de valor asociada al producto o bien desarrollados.

Con sustento en las anteriores formulaciones, Cristian Alexánder Santana Contreras, estudiante de cuarto semestre de Administración de Empresas en Universitaria Agustiniiana, intentó seguir la tradición familiar e identificó una oportunidad en el sector de restaurantes, debido al gran crecimiento de marcas nacionales, a la incursión de cadenas internacionales y, especialmente, a la nueva tendencia del consumo de productos saludables. Así, en 2013 da inicio a un proyecto empresarial denominado Baked Pizza Gourmet, que *presenta productos de alta calidad* y desarrolla tres ideas innovadoras: a) el propósito de alimentar de manera saludable a la población; b) el incremento del portafolio, aumentando, en primera instancia, los sabores (la enchilada de pollo y carne, por ejemplo) e implementando productos como la “pizza texana”, la “Caribe fondue” y la “fusão”; c) el uso de una aplicación móvil que funciona con Android, con la cual el cliente puede realizar su pedido antes de ingresar al establecimiento o desde su hogar para recibir el producto, lo cual optimiza, a la vez, los tiempos de entrega.

Además de su propuesta innovadora, Baked Pizza es una empresa de corte ecológico, soportada especialmente en la utilización de empaques biodegradables, el uso responsable del recurso hídrico y de los residuos de la producción, los cuales se entregan a otra organización para la transformación en abono orgánico. A ello se suma su visión social en lo laboral: en este momento, la empresa cuenta con un domiciliario, un pizzero y un auxiliar de cocina, personas que viven en la localidad, entre los 25 y 40 años de edad, padres que responden por sus núcleos familiares y que se ven beneficiados de un empleo digno que cumple con todos los requisitos legales.

Este joven emprendedor cree que el factor social y la innovación incremental fueron determinantes para la aprobación del proyecto por parte del Fondo Emprender. El primer factor, debido a la ubicación estratégica de la empresa en Bogotá, en este caso, en el barrio Patio Bonito, localidad de Kennedy, donde confluyen muchas personas del sector para realizar sus compras de víveres, vestuario, artículos para el hogar, entre otros; el segundo, debido al crecimiento del portafolio de productos enfocados en la sana alimentación, que ciertamente es un rasgo distintivo de Baked Pizza.

El Fondo Emprender fue el financiador del proyecto bajo la figura de Capital Semilla, dinero que se debe utilizar, en primera instancia, para

la consolidación de la empresa naciente. Este aporte puede no ser devuelto en el evento en que la empresa naciente demuestre sostenibilidad económica, financiera y social hacia futuro.

**Capital Semilla.** Aporte económico realizado por una entidad privada o pública que busca financiar el desarrollo de propuestas emprendedoras.

Por otro lado, conviene señalar que Universita-ria Agustiniana ha aportado al proyecto, en el transcurso de la carrera, la adquisición de nuevos conocimientos que han ayudado a crear estrategias para incrementar las ventas y disminuir los costos, lo cual deriva en una mayor rentabilidad para la organización.

El mensaje que Cristian da a los estudiantes emprendedores de la Uniagustiniana es claro: “Siempre hay que luchar por los sueños, ya que todo parte de ello. El mundo necesita personas como ustedes, emprendedoras. La clave está en pensar, en el cómo ayudar a los demás, ya que, a partir de lo que sabemos o tenemos, se pueden lograr grandes cosas: lucha, persevera y alcanza”.

Este mensaje es, de hecho, recurrente en teóricos del emprendimiento, como se puede apreciar en el siguiente planteamiento de Denyer y Furnémont (2007):

La finalización social y la contextualización conducen a una lógica de acción. Es muy posible actuar sin aprender, y una lógica de la ac-

ción que no esté acompañada por una lógica de la comprensión no alcanzaría su objetivo. Para que se considere que un alumno ha adquirido un conocimiento no basta que pueda repetir su enunciado, también tiene que probar que lo ha comprendido y que domina su sentido.

## Conclusiones

El caso de Baked Pizza Gourmet es uno de los muchos emprendimientos que se presentan por parte de un número elevado de estudiantes y que, en muchas ocasiones, surgen de proyectos que han sido ideados desde espacios familiares, laborales y académicos: pocos de ellos son llevados a feliz término; otros no son ejecutados; una gran parte quiebra en su iniciativa. Por tal motivo, las instituciones académicas, conformadas por personas con experiencia, deben estar capacitando y tutorando, paulatinamente, el desarrollo de estas ideaciones, para que sean llevadas con éxito al mercado nacional e internacional.

En las universidades se encuentra un gran potencial emprendedor, y esto es así porque la mayoría de los jóvenes actuales no tienen miedo a enfrentarse al riesgo. Es aquí donde las instituciones desempeñan un papel primordial a la hora de dar la suficiente capacitación y acompañamiento para hacer de sus estudiantes personas emprendedoras y exitosas. En rigor: personas comprometidas profesional y humanísticamente con la innovación social

del país y con la formación de personas capaces de transformar las realidades.

## Referencias

- Bermejo, M. y De La Vega, I. (2003). *Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia*. Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill.
- Castillo, J. (2007). *El desarrollo organizacional en Colombia*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial Agustiniano (CEDEA) (2016). Misión, visión y objetivo. Recuperado de <http://www.uniagustiniana.edu.co/centro-de-emprendimiento>
- Denyer, M. y Furnémont, J. (2007). *Las competencias en la educación. Un balance*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Flórez, A. J. (2007). *¿Cómo crear y dirigir una nueva empresa?* Bogotá: Ecoe Ediciones.
- González, J. (2007). *Creación de empresas. Guía del emprendedor*. Madrid: Pirámide.
- Hangreaves, A. y Earl, L. (2001). *Aprender a cambiar. La enseñanza más allá de las materias y los niveles*. Madrid: Octaedro.
- Vainrub, R. (2009). *Una guía para emprendedores: convertir sueños en realidades*. Ciudad de México: Pearson Educación.