



FACTORES CLAVES QUE DETERMINAN EL ÉXITO DE LAS COOPERATIVAS
DURANTE EL PROCESO DE LOS DIÁLOGOS DE PAZ EN COLOMBIA

AUTOR (ES)

CARLOS TRUJILLO

JUAN SEBASTIÁN BRAVO

VALERIA MARTÍNEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

ANA MILENA SILVA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2016

Contenido

INTRODUCCIÓN	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
3. OBJETIVO GENERAL	10
3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
4. MARCO TEÓRICO.....	10
4.1. EMPRENDIMIENTO TRADICIONAL.....	10
4.2. EMPRENDIMIENTO SOCIAL	17
4.2.1. EMPRENDIMIENTO SOCIAL VS TRADICIONAL	20
4.2.2. EL EMPRENDEDOR SOCIAL: SU ROL EN LA SOCIEDAD.....	21
4.2.3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR SOCIAL	22
4.3. EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO Y COLECTIVO	23
4.3.1. LAS COOPERATIVAS DENTRO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA	28
4.4. APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES AL PROCESO DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO.....	31
4.5. EL PROCESO DE LOS DIALOGOS DE PAZ Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y COOPERATIVO EN COLOMBIA	32
5. MODELO DE ANÁLISIS E HIPÓTESIS	34
5.1. MODELO ESTRUCTURAL	34
5.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	37
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
6.1 MARCO CONTEXTUAL	38
Datos del Sector solidario	38
6.2. DISEÑO METODOLÓGICO	39
Tipo de estudio	39
Técnicas de recolección	40
6.3. DISEÑO DE LA MUESTRA	40
6.4. MEDICIÓN DE VARIABLES	42
6.5. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE DATOS	42
7. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	46
CONCLUSIONES	60
Bibliografía	61

<i>Tabla 1. Conceptos de emprendedor a través del tiempo</i>	16
Tabla 2. Definiciones de emprendimiento social	20
Tabla 3. Diferencias principales entre el emprendimiento tradicional y social.....	20
Tabla 4. Diferencias entre el emprendedor social VS emprendedor capitalista.....	23
Tabla 5. Sectores económicos a los que pertenecen las cooperativas en Cali (2016)	41
Tabla 6. Variables del estudio	44
Tabla 7. Referencias de los sectores	47
Tabla 8. Evaluación Marketing	52
Tabla 9. Evaluación Aprovisionamiento	54
Tabla 10. Evaluación servucción.....	55
Tabla 11. Evaluación indicadores de calidad	56
Tabla 12. Evaluación Talento Humano	57
Tabla 13. Evaluación Financiamiento	58
Tabla 14. Evaluación Management	59
Gráfico 1. Teoría de recursos y capacidades	32
Gráfico 2. Factores detonantes del emprendimiento social	36
Gráfico 3. Modelo del análisis propuesto	36
Gráfico 4. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en Colombia	38
Gráfico 5. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en el Valle del Cauca.....	38
Gráfico 6. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en Cali.....	39
Gráfico 7. Cooperativas creadas por año.....	46
Gráfico 8. Cooperativas creadas antes y durante los diálogos de paz	46
Gráfico 9. Sectores a los cuales pertenecen las cooperativas	47
Gráfico 10. Razón por la cual fue creada la cooperativa.....	48
Gráfico 11. Principales asociados de las cooperativas	48
Gráfico 12. Facilidad de emprender	49
Gráfico 13. Porcentaje de constitución de cooperativas.....	50
Gráfico 14. Nivel Educativo.....	50
Gráfico 15. Clasificación por estrato socio-económico de los emprendedores.....	51
Gráfico 16. Rango de edad de los emprendedores	52
Gráfico 17. Promedio Marketing.....	53
Gráfico 18. Promedio aprovisionamiento.....	54
Gráfico 19. Promedio servucción	56
Gráfico 20. Promedio indicadores de calidad.....	57
Gráfico 21. Promedio talento humano	58
Gráfico 22. Promedio Financiamiento	59
Gráfico 23. Promedio Management	60

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general identificar los factores claves que explican el éxito de las cooperativas constituidas en la ciudad de Cali. Al realizar la investigación el primer resultado que se obtuvo fue que durante el periodo de los diálogos de paz el número de cooperativas constituidas fue mayor (2012-2015). A su vez, que los emprendedores dan un alto grado de importancia a los factores de marketing, aprovisionamiento, indicadores de calidad, talento humano y management. Entre los resultados también se obtuvo que los factores de aprovisionamiento y talento humano son fuertes dentro de las cooperativas, mientras que el financiamiento se considera un factor crítico. Como conclusión se observa que a pesar de que los emprendedores saben que todos los factores son importantes, deben prestarle más atención y tratar de mejorar los factores de financiamiento y marketing, a su vez dado que la firma del acuerdo de paz está muy próxima la creación de cooperativas puede ser mayor en los próximos años para ayudar a los reinsertados y a las personas afectadas por el conflicto armado.

Palabras claves

Emprendimiento tradicional, Economía Solidaria, emprendimiento social, cooperativas, teoría de recursos y capacidades.

Summary

This investigation consisted in a main objective which is the identification of key factors that explain the success in the different companies which have been founded in Cali Colombia. Throughout the investigation, our first result was that during the dialogues of peace, the number of companies founded during the period between 2012 and 2015 was higher. As well, entrepreneurs give a lot of credit and relevance to marketing procedures, quality indexes, management and human talent. These factors help build a solid and strong company.

As a conclusion, it was easy shown by the entrepreneurs that all of the indexes before explained were highly important, and are driven by the fact that they want to improve the

marketing and the financial attention, mainly because of the peace negotiation, which are nearly concluded, and therefore, they could help the reinserted in our society and ex guerrillas which are going to be unemployed.

Keywords

Traditional Entrepreneurship, Solidarity Economy, Social Entrepreneurship, cooperatives, theory of resources and capabilities.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de los factores que explican el éxito en la creación de organizaciones sin ánimo de lucro en un contexto de crisis en Colombia. En este sentido, el estudio tendrá como referencia el concepto de emprendimiento o de emprendedores a la hora de conformar organizaciones de tipo social durante los diálogos de paz en Colombia, los cuales iniciaron en el año 2012 entre el Gobierno Nacional y las FARC.

Los diálogos o negociaciones de paz, también conocidos como proceso de paz en Colombia, son las conversaciones que se están llevando a cabo entre el Gobierno Nacional (en representación del Estado) y la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. Estos diálogos tuvieron lugar en Oslo, Noruega y en la actualidad se desarrollan en La Habana, Cuba; siendo el objetivo principal del gobierno la terminación del conflicto y el de las FARC «buscar la paz con justicia social por medio del diálogo»

En el anterior contexto, se identificaron los emprendimientos sociales que se constituyeron de manera formal a partir del año 2012, los cuales son iniciativas de personas que emprenden o crean procesos para el beneficio de una comunidad, o de un grupo de personas que se unen para generar fuentes de ingreso, empleo y trabajo mediante la producción de algún bien o servicio. Cabe resaltar que la investigación analiza los emprendimientos conformados antes (2009-2012) y durante (2012-2015) los diálogos de paz en Colombia.

Como tema de estudio, es importante destacar la evolución que la temática del emprendimiento ha tenido como campo para la investigación científica y la generación de conocimiento. Sin embargo, esta temática todavía se encuentra en etapa de gestación en países como Colombia, donde su surgimiento se centra básicamente en los últimos diez años. Durante este periodo de tiempo, los gobiernos nacionales y regionales, las entidades privadas, los gremios y por supuesto el sector académico, han orientado parte de sus esfuerzos en la difusión y desarrollo de programas enfocados a la generación de nuevas empresas como una importante alternativa para el desarrollo socioeconómico de las naciones (Matiz, 2009).

Por otra parte, los fenómenos relacionados con la globalización de la economía se han manifestado como desafíos de tipo competitivo tanto para las organizaciones conformadas como para las que se van a constituir (Ohmae, 1989; Gulati et al, 2000). De esta manera, los retos para las organizaciones se basan en enfrentar de manera exitosa a nuevos y diversos competidores, lograr la incursión en nuevos mercados y territorios, atender nuevas demandas ambientales y sociales por parte de los clientes y la sociedad, reducir costos y aumentar ganancias, entre otros. Para poder atender adecuadamente estos objetivos, las organizaciones se han visto limitadas por su *inventario* de recursos y capacidades, por lo tanto el emprendimiento ha demostrado ser una estrategia, que a pesar de las adversidades en el medio ya sean por crisis económicas, políticas o sociales, hacen posible acceder a recursos y/o capacidades valiosas, diferenciales y complementarias. Por lo tanto, esta investigación analiza e interpreta el emprendimiento desde la teoría de Recursos y Capacidades.

De igual forma, es importante hacer referencia a uno de los seminales de emprendimiento: Schumpeter, quien fue el encargado de popularizar el concepto de “destrucción creativa” como forma de describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones. En este momento, los empresarios crean innovaciones técnicas y financieras en un entorno competitivo en el que deben asumir diferentes riesgos y beneficios. Esto implica que las organizaciones deben por un lado, contar con la suficiente estabilidad que les permita la gestión de su aprendizaje conducente al crecimiento continuo, pero al mismo tiempo, necesitan contar con la flexibilidad suficiente para enfrentarse a un entorno cambiante y competitivo (Van Gils y Zwart 2009).

La presente investigación, identifica los factores claves de éxito para la conformación de empresas sociales en Colombia a partir del año 2012 cuando se inician los diálogos de paz. En el contexto colombiano, se ha presentado un aumento en las tasas de desempleo del 2009 al 2010, pasando de un 12% en 2009 a un 11,8% en 2010. A partir del año 2011 la tasa de desempleo empieza a disminuir, con tasas de 10,8% para 2011, 10,4% para 2012, 9,6% para 2013, 9,1% para 2014, y finalmente 8,9% para 2015 (fuente: DANE- Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Es en este punto, donde el emprender toma forma y presenta alternativas de solución en situaciones de dificultad,

considerando el emprendimiento como una forma adecuada para generar fuentes de trabajo e ingreso, y donde prevalece el ser humano como sujeto y fin de la economía.

Como se dijo anteriormente, el marco teórico sobre los temas de emprendimiento social se encuentra aún en formación, y por lo tanto existe una escasez de trabajos de investigación que aborden de manera integral el tema, así como las escalas utilizadas en la medición y las unidades de análisis empleadas. Es por esto que se retoma o aplica en este estudio el modelo de análisis de los investigadores: Campo, Mohedano y Sanchis (2014) quienes analizan los emprendimientos sociales en España durante la época de crisis.

A su vez, esta investigación pretende aportar con sus hallazgos al conocimiento sobre la conformación de emprendimientos sociales u organizaciones solidarias en tiempos de crisis, teniendo como marco de referencia los diálogos de paz en Colombia. Por consiguiente, en primera instancia se ofrece una revisión de literatura relacionada, cuyo producto es un marco conceptual integrador sobre los conceptos de emprendimiento social y empresarial, sus características y su interpretación a la luz de la teoría de recursos y capacidades. Posteriormente, se ofrece una evidencia empírica cuantitativa basada en una muestra de organizaciones solidarias (cooperativas) que se constituyeron de manera formal a partir del año 2009 hasta el 2015 en una ciudad del país.

Así, el gran tema con el que se relaciona esta tesis es la Dirección de Empresas, que en general se relaciona con la manera de hacer más efectivas a las organizaciones. Dentro de este tema, está el emprendimiento como una opción estratégica que puede contribuir con el alcance del objetivo de la efectividad empresarial y el desarrollo social y económico de una nación. Siendo un subtema relevante del emprendimiento, los factores que determinan su éxito en los tiempos de crisis.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente trabajo se quieren conocer si durante el periodo de los diálogos de paz (20120-2015) hubo un incremento del número de cooperativas conformadas en la ciudad de Cali, de igual manera se quiere conocer los factores internos claves que contribuyen al éxito del emprendimiento de las cooperativas en esta ciudad.

3. OBJETIVO GENERAL

El presente estudio tiene como objetivo general identificar los factores claves que explican el éxito de las cooperativas constituidas en la ciudad de Cali.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para abordar el objetivo general de la investigación, fue necesario plantear los siguientes objetivos específicos:

- Definir un marco conceptual integrado.
- Identificar la percepción que tiene el emprendedor sobre los factores estudiados.
- Comparar la cantidad de cooperativas conformadas antes y durante los diálogos de paz.
- Analizar la relevancia de cada factor en el grado de éxito de las cooperativas

4. MARCO TEÓRICO

4.1. EMPRENDIMIENTO TRADICIONAL

En la actualidad, el proceso de creación de empresas ha sido un campo de gran interés por parte de los investigadores debido a sus efectos sobre el crecimiento de la economía y la generación del empleo (Sanchis Palacio, Campos Climent, & Mohedano Suanes, 2015). Las empresas desempeñan un papel fundamental en la sociedad, ya que través de su constitución permiten crear nuevas fuentes de empleo, que a su vez logran mejorar las condiciones de vida de los individuos e incentivar el consumo en un determinado lugar. Además, las empresas representan un canal indispensable para promover el desarrollo económico de los países, puesto que éstas buscan obtener utilidades a través de la satisfacción de las necesidades humanas, impulsando de esta forma, los sectores económicos y el desarrollo de las comunidades en donde se ubican.

Para poder crear una empresa, se debe de empezar reconociendo una oportunidad de emprendimiento, una definición de esto podría ser: “las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción” (Shane & Venkataraman, 2000).

Para poder definir el emprendimiento es necesario devolverse un poco en la historia para ver en qué momento esta palabra empieza a tomar importancia, al hacer este análisis, la primera persona que introduce un aporte a este tema, en la literatura económica, es Cantillón (Perdomo Charry, 2010), quien definió al emprendedor como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Además, dice que el emprendedor no tiene un retorno seguro de su actividad económica y es quien asume los riesgos que se puedan presentar en el mercado. (Thornton, 1998)

Posteriormente, según Burnett (2000) el economista francés Say, realizó una contribución a lo dicho por Cantillón, el cual afirmó que el empresario es “un nuevo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad”. Además de esto, resaltó la importancia que tiene el emprendimiento para la sociedad en general, más que para un solo individuo. (Formichella, 2004)

De igual manera, Mill habló de la importancia que tiene en emprendimiento para el crecimiento económico y que el emprendedor debe tener habilidades no comunes (Burnett, 2000). A mediados de 1880, Marshall reconoció la importancia del “entrepreneurship” para la producción; introduce que existe un cuarto factor de producción, además de la tierra, capital y trabajo. La organización, la cual es el factor que agrupa todos los anteriores factores; siendo el entrepreneurship el elemento que está detrás de este cuarto factor, manejándolo (Burnett, 2000). Además de esto, Marshall afirmó que los emprendedores son “líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa” (Formichella, 2004) y además, al igual que Mill, dijo que estos tienen habilidades especiales y reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000).

Posteriormente, la escuela austriaca hace hincapié en este tema, la cual dice que el empresario es quien identifica las oportunidades en el mercado haciendo uso de su conocimiento y siendo creativo a la hora de entrar en él. De la misma manera dicen que no

se le debe de dar importancia al fin, sino al proceso de mercado, y la importancia de la competencia, ya que esta es la que conlleva a dar el descubrimiento y la creatividad (Perdomo Charry, 2010). Para empezar, está Schumpeter, el cual dice que el emprendedor es quien causa inestabilidad en el mercado, y lo describe como una persona dinámica, que tiene la habilidad de innovar (Perdomo Charry, 2010). Este autor, al decir que el emprendedor causa inestabilidad en el mercado, explicaba que lo hacía porque quería lograr un monopolio en el mercado, por medio de la innovación, lo cual provocaba que con las ganancias del monopolio se incentivara aún más la innovación, siendo esto un proceso de retroalimentación que propicia el crecimiento y el desarrollo (Formichella, 2004).

Otro autor de esta escuela es Ludwig Von Mises, el cual expuso tres características que debe de tener un individuo para ser emprendedor. La primera de ellas es que el emprendedor debe ser evaluador, dado que calcula beneficios y costos de manera numérica, y de esta manera toma decisiones porque descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, proyecta lo que puede suceder en el mercado. La segunda característica es la de empresario, dado que es un requisito para que el emprendedor tome la decisión de la manera eficiente y correcta de utilizar los factores para un bien o servicio que se quiere producir. Finalmente, el emprendedor debe estar preparado ante la incertidumbre y saber cómo actuar en el futuro, a pesar de no conocer lo que las personas pueden hacer. (Gunning, 2000)

Otro autor de esta escuela es Ismael Kizner (1998), el cual habla de la función empresarial en el mercado y dice esta no es fácil de entender y trata de explicarla mediante el “elemento empresarial en la acción individual humana”, el cual lo define como el elemento de impulso y perspicacia, el cual es necesario para definir las metas y los medios por los cuales se conseguirán dichas metas. También, este autor dice que este elemento está presente en toda acción humana. En esto coincide con Schumpeter, y “reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado”; al incluirse este elemento, el individuo puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos que antes pasaban inadvertidos. Además, este autor habla que ante la existencia de incertidumbre, surge la necesidad de analizar la toma

de decisiones y que el individuo debe estar atento ante las oportunidades que están y se pueden presentar en el mercado (Formichella, 2004).

Otro autor importante, que cabe mencionar es Peter Drucker (1985), el cual define al “entrepreneur” como aquel empresario que es innovador y aclara que un negocio nuevo que sea pequeño no es algo que lleva a cabo un emprendedor, porque un emprendedor lo que hace es tener una idea que se materializa en algo grande. Según este autor, ser emprendedor es una cuestión de conducta, y que cualquiera que pueda tomar decisiones puede ser un empresario innovador, pero este carácter es aprendido, no es intuitivo. (Formichella, 2004)

A su vez, Howard Stevenson, en la década de los 80's realizó un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y logró concluir que se basaba más en las oportunidades que en los recursos. Este autor, está de acuerdo con Ducker, al considerar que quien cree una empresa no es suficiente para ser emprendedor, pues además de esto, debe ser quien busque una oportunidad y cree nueva riqueza, y es de vital importancia que exista innovación, ya que crear un negocio copiando una idea que ya estaba no es de un emprendedor (Castillo, 1999). Stevenson (2000) analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos, y planteó que la cultura de los primeros es emprendedora, mientras que de los segundos es administrativa; la cultura administrativa es más estática, el ejecutivo arma su estrategia en función de los recursos que tiene, trata de minimizar los riesgos y actúa en el tiempo, la jerarquía es de vital importancia; mientras que la cultura emprendedora es más dinámica, el emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad, lo que hace que acepte riesgos razonables y actúa en el corto plazo, trata de desafiar la jerarquía, haciendo que la dirección se forme mediante redes. (Formichella, 2004)

Stevenson también reconoce que el emprendedor debe estar preparado ante la incertidumbre y que debe saber cómo responder ante ella, dado que el mundo está cambiando constantemente y los retos que se le presentan en el camino son diferentes a través del tiempo.

Gifford Pinchot (1987), es otro autor que habló de este tema, dijo que el emprendedor son personas que sueñan y materializan lo que sueñan, que pueden tomar una idea e innovar y

obtener resultados. Este autor, utilizó el término “intrapreneurship” para referirse al “espíritu empresarial”, que según él, es este espíritu quien hace que existan iniciativas de proyectos y negocios. Este también habla del intraemprendedor, quien es la persona que es emprendedora pero dentro de las empresas, y dice que se debe tener en cuenta a la hora de analizar el emprendimiento. (Pinchot, What Intrapreneurs Can Do, 2003)

Con lo anterior proponemos que una buena definición para el emprendimiento sería: “la capacidad que tiene una persona de visualizar oportunidades donde nadie las ve y se encarga de materializarlas, haciendo uso de sus conocimientos y experiencias, innovando de manera constante y asumiendo los riesgos que se puedan presentar”.

Retomando la teoría de recursos y capacidades, un buen líder debe hacer uso de esta, dado que tiene la capacidad y la experiencia de tomar buenas decisiones y de comprender a su equipo, potencializando el capital humano. Es decir, ¿hasta qué punto puede optimizar o maximizar los recursos humanos sin gastar de manera negativa dicho recurso? estas son capacidades que debe tener un líder para poder estructurar la organización de una manera óptima consiguiendo las metas deseadas. (Claver Cortéz, Pertusa Ortega, & Molina Azorín, 2001)

Es de esta manera como introducimos el concepto de emprendedor, el papel del emprendedor es clave en el proceso de creación de empresas, ya que ante una falta de espíritu emprendedor la tasa de creación de empresa se hace cada vez menor (Barba & Martínez, 2006). La falta de dicha conducta emprendedora puede explicarse por algunos factores psicológicos y sociológicos, los cuales son complejos de analizar pero que deben ser tenidos en cuenta con el propósito de realizar un cambio en los valores y en la cultura de la sociedad, para que los individuos tomen la iniciativa y emprendan. Igualmente, los emprendedores pueden enfrentarse a una gran variedad de factores que pueden frenar su iniciativa por desarrollar una idea de negocio, uno de éstos es el difícil acceso a la financiación con la que se ven enfrentados constantemente en el día a día. A su vez, la motivación es vista como un factor indispensable al momento de crear una empresa, ya que representa el compromiso del emprendedor con respecto a su idea de negocio o proyecto.

Esta motivación permite determinar el grado de intensidad por alcanzar las metas, está presente en cada una de las etapas del desarrollo de la empresa, y permite obtener una mayor probabilidad de éxito (Barba & Martínez, 2006).

Son numerosas las definiciones de emprendedor que se tienen en la literatura de emprendimiento. Desde el ámbito de la creación de empresas, se afirma que el empresario es toda persona capaz de emprender una actividad, de crear y desarrollar una empresa, independientemente de que aporte o no todo el capital. También, se identifica al empresario como la persona que logra mantener una empresa en el largo plazo con un adecuado funcionamiento, y que por ende su figura es fundamental en el desarrollo económico. (Barba & Martínez, 2006)

Igualmente, se debe hacer una diferenciación del empresario emprendedor con el gerente o administrador, ya que ambos tienen una mentalidad distinta. “El empresario emprendedor es un hombre del sector que vive el negocio y lo desarrolla, diseña una organización a la medida, le gusta trabajar con colaboradores, admite la equivocación, exige creatividad e invención, tiene visión, entre otros. En cambio el gerente es un directivo que mantiene y controla el negocio, le gusta la jerarquía formalizada, libera a sus colaboradores, no admite la equivocación, exige esfuerzo, confunde lealtad con sumisión, etc.” (Barba & Martínez, 2006)

A pesar de que no se pueda generalizar un prototipo de empresario emprendedor, se puede identificar un atributo en común: la visión. Este atributo hace referencia a la proyección que tiene el individuo hacia el futuro, y es una capacidad para visualizar el éxito que quiere alcanzar. Además, se dice que éste tiene una serie de cualidades innatas: “es intuitivo, ingenioso, diplomático y trabajador; posee vigor y energía; tiene imaginación, perseverancia y fluidez en el diálogo”. (Barba & Martínez, 2006)

Por último, es importante tener en cuenta que al momento de crear una empresa, se requiere tanto de las capacidades empresariales como de gestión. Por lo tanto, se puede afirmar que las habilidades del emprendedor son indispensables para poder llevar a cabo una idea de negocio que pueda tener éxito en un futuro, ya que este individuo según sus capacidades podrá afrontar las dificultades del entorno y superar las barreras existentes al momento de crear su empresa (Barba & Martínez, 2006).

A lo largo de la historia se han presentado cambios en los valores de los individuos, lo cual ha generado una transformación de la mentalidad humana con respecto a la forma de llevar a cabo las relaciones sociales y económicas. Lo anterior, puede verse reflejado a través de una mayor libertad de la sociedad, la globalización de las economías, el cambio en la manera de concebir la empresa, y la destacada figura del emprendedor en la actualidad. Sin embargo, es evidente, que la evolución de la sociedad también ha experimentado una serie de crisis económicas que han afectado significativamente a los países y principalmente a las empresas. La presencia de estas crisis puede provocar por ejemplo, un debilitamiento de las estructuras de financiación, un incremento de la incertidumbre, un aumento del desempleo, el deterioro de las operaciones de las compañías y hasta posiblemente el declive de una gran proporción de éstas (Barba & Martínez, 2006).

Tabla 1. Conceptos de emprendedor a través del tiempo

Emprendedor	
Autor	Concepto
Cantillon (1680-1734)	Individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre.
Jacques Turgot (1766)	Personas que asumen riesgo respaldadas por su propio capital
Johann Von thunen (1783-1850)	Es un sujeto económico que maximiza los beneficios.
Schumpeter (1883-1950)	El emprendedor genera inestabilidad en los mercados de bienes y servicios.
Verin (1982)	Plantea que el emprendedor es un arquitecto o maestro de obra.
Casson (1982)	Persona que organiza y asume riesgos, con características de planeación
Hoselitz (1960)	El emprendedor es un catalizador para el desarrollo. Trabajador superior.
Jean Say (1767-1832)	
Weber (1964-1920)	Es un empresario capitalista que desarrolla una mentalidad diferente, que multiplica su riqueza, transformando su actividad en un proyecto de vida.
Marshall (1842-1924)	Trabajador superior con habilidades de liderazgo
Maynar Keynes (1883-1946)	Impulso espontaneo a la acción “ animal Spiritis ”
John Bates Clark (1847-1938)	Es el director de la actividad económica
Castillo (1999)	El emprendedor logra mejorar y hacer más eficiente el mercado.
Ludwig Von Mises (1881-1973)	Emprendedor: debe ser evaluador, empresario y estar preparado para la incertidumbre
Gifford Pinchot (1987)	son personas que sueñan y materializan lo que sueñan, que pueden tomar una idea e innovar y obtener resultados (espíritu empresarial)

Say (1767-1832)	un nuevo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad
Mill (1806-1873)	el emprendedor debe tener habilidades no comunes
Kizner (1998)	la función empresarial en el mercado no es fácil de entender y trata de explicarla mediante el “elemento empresarial en la acción individual humana”
Drucker (1985)	aquel empresario que es innovador y tienen ideas que se materializan en algo grande
Stevenson (1980)	La mentalidad emprendedora se basaba más en las oportunidades que en los recursos.
Barba & Martínez (2006)	el papel del emprendedor es clave en el proceso de creación de empresas, ya que ante una falta de espíritu emprendedor la tasa de creación de empresa se hace cada vez menor

Fuente: Elaboración propia en base a lo investigado

4.2. EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En los últimos años, los emprendedores sociales han tomado una gran fuerza en el mundo empresarial. Esta clase de emprendedores han considerado las necesidades sociales como una oportunidad y no como un problema, buscando de esta manera contribuir y mejorar el bienestar de los individuos que representan en conjunto una comunidad. La empresa social se basa en el beneficio social por medio de la inclusión y la apertura de nuevas oportunidades, siendo la generación de excedentes económicos un medio para conseguir dicho beneficio. Es por esto, que en este momento se ha presentado un mayor interés por incorporar en las universidades y en las escuelas de dirección de empresas el tema de emprendimiento social, ya que de esta manera los emprendedores tendrán una mejor formación y podrán adquirir capacidades para identificar nuevas oportunidades. (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012).

Según la red europea de investigación EMES creada en 1996, la empresa social “se define como aquella organización creada con el fin de alcanzar una meta relacionada con beneficiar a una comunidad”. Esta empresa, está conformada por un número de personas que buscan alcanzar sus objetivos a través de la cooperación, y donde la dinámica de ganancias varía de una empresa capitalista convencional. Para este caso, los dividendos generalmente son reinvertidos en la empresa con el fin de mejorar el producto o el servicio

que ofrecen, y así finalmente contribuir de una manera más eficaz al problema social que se está trabajando. (Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado, & Amón, 2011)

Además, cabe resaltar que una empresa social emplea un mecanismo de mercado como cualquier otra, es decir, ofrece un bien o servicio para brindar mayores beneficios a los sectores de la sociedad que se encuentran excluidos. Por un lado, están las empresas sociales que buscan eliminar las barreras de acceso a las personas menos favorecidas o que han sido discriminadas con respecto a la oferta de ciertos productos y servicios (acceso a la salud, la educación, la vivienda digna, la energía, el agua potable y otros). Y por otro lado, están las empresas que se enfocan en generar un empleo digno a los individuos que hacen parte de los grupos sociales marginados, es decir, aquellos negocios que buscan brindar nuevas oportunidades a las personas con el propósito de que puedan mejorar su nivel de ingreso y su calidad de vida (ASHOKA, 2009).

De la misma manera las empresas dedicadas a lo social, a pesar de ser sin fines de lucro, deben ser sostenibles, lo cual requiere de la creación de valor para el cliente. De esta manera es como Merino (2013) define a los consumidores de las empresas sociales como “innovadores sociales, que valoran no solo las cualidades de un producto o servicio o una experiencia en cuanto pueda mejorar su mundo, demandan que dichas propuestas respondan a un fin superior: han de contribuir a mejorar el mundo”. Para poder crear valor, es importante tener en cuenta el concepto de modelo de negocio, dado que este es quien lo “crea, entrega y capta” (Rodríguez & Ojeda, 2013).

Según la autora Grau (2012), para poder definir el emprendimiento social, se requiere hacer una descomposición del concepto en sus dos dimensiones: la dimensión emprendedora y la social. Con respecto a la dimensión emprendedora, esta autora dice que, según Peter Drucker, empezar un negocio no es condición necesaria ni suficiente para ser emprendedor, y para Gregory Dees, los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que simplemente tienen que adoptar una visión creativa a la hora de poner en práctica invenciones de otros. Uno de los autores destacados fue Dees (1998), quien se basó en las ideas desarrolladas por Joseph Schumpeter, Howard Stevenson, Jean-Baptiste Say y Peter

Drucker para identificar cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento: la destrucción creativa, el ingenio, la creación de valor y la identificación de oportunidades. Además, Tan (2005) afirma que otro elemento a tener en cuenta es la elevada capacidad de aceptar el riesgo, ya que el emprendedor debe asumir retos con el fin de lograr en el largo plazo una mayor rentabilidad o rendimiento (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012).

En este orden ideas, “el emprendimiento implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades como la visión, la creatividad, la persistencia y la exposición al riesgo” (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012). Como lo afirma Pomerantz (2013), las empresas de tipo social deben basarse en métodos empresariales tradicionales e innovadores, con el propósito de incorporar estrategias que los lleven al éxito de una manera más rápida y segura.

Por otra parte, con respecto a la dimensión social se puede decir que aquellos emprendimientos que se basan en generar un impacto social, son los que realmente pueden incluir esta dimensión en su desarrollo. Es por esto, que al momento de analizar el enfoque social del emprendimiento, se debe asegurar que los objetivos establecidos para el proyecto responden a un fin de la sociedad y benefician a un grupo en particular (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012).

A su vez, es importante mencionar que los “emprendedores sociales son individuos que hacen diversas contribuciones a las comunidades y adoptan modelos de negocios para ofrecer soluciones creativas a problemas complejos y en algunos casos, persistentes” (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009). Este tipo de emprendedores pueden generar beneficios directos o indirectos sobre la comunidad en la que se están enfocando. Los beneficios directos hacen referencia a los servicios que se van a ofrecer, como las becas, los nuevos proyectos de infraestructura, entre otros. Por su parte, los beneficios indirectos abarcan la generación de empleo digno, la integración social, una mejor calidad de vida, etc.

Tabla 2. Definiciones de emprendimiento social

Emprendimiento social	
Autor	Concepto
Red Europea de investigación "EMES"	Tiene fin de alcanzar una meta relacionada con beneficiar a una comunidad
Grau (2012)	Se basa en el beneficio social por medio de la inclusión y la apertura de nuevas oportunidades, siendo la generación de excedentes económicos un medio para conseguir dicho beneficio
Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado, & Amón (2011)	Lograr objetivos comunes a través de la cooperación, los excedentes generados son reinvertidos en la organización
Merino (2013)	A pesar de ser sin fines de lucro, deben ser sostenibles, lo cual requiere de la creación de valor para el cliente
Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman (2009)	Los emprendedores sociales ofrecen soluciones creativas a problemas complejos y en algunos casos, persistentes.
Legislación Colombiana	Ley 454 de 1998
ASHOKA (2009)	Ofrecer un bien o servicio para brindar mayores beneficios a los sectores de la sociedad que se encuentran excluidos
Dees (1998)	cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento: la destrucción creativa, el ingenio, la creación de valor y la identificación de oportunidades
Tan (2005)	Tiene elevada capacidad de aceptar el riesgo
Pomerantz (2013)	deben basarse en métodos empresariales tradicionales e innovadores, con el propósito de incorporar estrategias que los lleven al éxito de una manera más rápida y segura

Fuente: Elaboración propia en base a lo investigado

4.2.1. EMPRENDIMIENTO SOCIAL VS TRADICIONAL

A continuación se presentan las diferencias principales de estos dos tipos de emprendimiento.

Tabla 3. Diferencias principales entre el emprendimiento tradicional y social

	Emprendimiento Tradicional	Emprendimiento social
Beneficio	Con ánimo de lucro	Sin ánimo de lucro
Mercado	Mercado en general	Población específica, con falla de mercado

Fin	Generar ganancias para el emprendedor o socios	Crear valor social
Parte social	Parte importante para su supervivencia a largo plazo	Razón de ser de las organizaciones
Excedentes	Repartidos entre sus accionistas o dueños	Reinvertidos en la organización

Fuente: Elaboración propia en base a lo investigado

4.2.2. EL EMPRENDEDOR SOCIAL: SU ROL EN LA SOCIEDAD

El rol del emprendedor social es diferente al del emprendedor tradicional, pues se sabe por lo presentado anteriormente que el primero tiene como fin solucionar un problema de la sociedad.

Para Pamela Hartigan un empresario social “es una clase diferente de líder social”, el cual “aplica soluciones prácticas a problemas sociales combinando la innovación, el ingenio y las oportunidades; innova encontrando un nuevo producto, servicio o enfoque para determinado problema social; se concentra sobre todo en la creación de valor social, ya se haya constituido la empresa como entidad con o sin ánimo de lucro; y es plenamente responsable frente a aquellos los que tiene que rendir cuentas“. De la anterior definición cabe resaltar la importancia que tiene para este emprendedor la creación de valor social como fin último de toda actividad que realiza dentro de la sociedad. Esta autora también resalta la importancia de diferenciar que se considera empresariado social y qué no, dado que el empresariado social es el que “logra tener éxito puede potenciar el desarrollo sostenible y mejorar la vida de las poblaciones pobres y excluidas” (Universidad Knowledge at Wharton, 2005)

De la misma manera Harpreet Singh define que los empresarios sociales “juegan el papel de agentes de cambio en la sociedad”, por esto, son estos empresarios quienes tienen la capacidad de intervenir en la sociedad para mejorarla, sin la necesidad de dejar que la empresa sea con fines de lucro. (Universidad Knowledge at Wharton, 2005)

4.2.3. CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR SOCIAL

Desde hace mucho tiempo se ha notado una inequidad en la repartición de bienes entre las poblaciones, esta desigualdad de bienes provoca una serie de ventajas y desventajas para quienes poseen poder, y para quienes no lo poseen.

El emprendedor capitalista es una persona que busca lucrarse, sin tener constituido que debe realizar una ayuda en beneficio de la sociedad, es decir, está en su libre actuar si beneficiar con su organización a la comunidad que lo rodea o no. Por otro lado, el emprendedor social está ligado a ayudar a su sociedad y a su comunidad, lo cual es esencial a la hora de formalizar una organización de sentido social. Por lo anterior, estos dos emprendedores se deben caracterizar por ser analíticos y por tener la capacidad de determinar los pasos a seguir para darle soluciones a los problemas “*soluciones donde la gente solo observa problemas*” (Hartigan, 2009). El emprendedor deberá ser una persona con competencias que les permitan agrupar a un equipo, con el objetivo de que sigan sus ideales y logren el beneficio mutuo. Para esto, se ha investigado y encontrado la siguiente ecuación de resultados, ya que así se comprende con mayor claridad el valor y la necesidad de contar en nuestra sociedad con ambos empresarios (Hartigan, 2009)

$$\text{EMPRESARIO} + \text{EQUIPO} = \text{RESULTADOS}$$

Para entender las actuaciones de estos dos tipos de emprendedores, primero se debe comprender la diferencia entre estas dos clases de emprendimiento. El emprendedor social integra una comunidad específica a su emprendimiento, debe ser una persona que sepa manejar a sus “socios” o integrantes de la empresa social, integrar los recursos propios (sean en dinero o mano de obra) con los recursos que brindan cada uno de las personas que aportan al proyecto. Normalmente, los emprendedores sociales no cuentan con mayores recursos, por lo cual acuden a la comunidad para que aporten y sean parte de sus proyectos. Por su parte, el emprendedor capitalista no integra la comunidad directamente a su proyecto sino que piensa en su propio bienestar, puede compartir socios pero no en grandes cantidades (comunidad), tiene los recursos o un mayor acceso a recursos que le permitan generar nuevas oportunidades, sus proyectos van directamente logados al lucro como primera instancia, y como segunda contribuye a la generación de empleo pero no necesariamente integrando como socios a la comunidad afectada. (Hartigan, 2009)

Se debe resaltar que nuestra sociedad evoluciona constantemente, por lo cual a futuro se verán otros progresos de la comunidad, incluyendo a nuestros emprendedores que tendrán como base del emprendimiento una fusión entre el enfoque capitalista y el social. En la actualidad, el pensamiento de una empresa capitalista fusionada con una empresa corporativa no suena descabellado, dado que en el comienzo de esta década se ha observado que agentes como el gobierno, apoyan con beneficios a entidades de esta naturaleza lo cual ha cambiado el pensamiento de muchos empresarios que pueden ser capitalistas y optar por una naturaleza corporativa.

Tabla 4. Diferencias entre el emprendedor social VS emprendedor capitalista

<p>Emprendedor Social</p>	<p>Integra a una comunidad específica desde sus inicios para que sean parte y beneficiarios de un proyecto. Integra los recursos de la comunidad para realizar el proyecto. Su lucro beneficia a toda la comunidad. Al integrar una comunidad beneficia directamente la sociedad. Su aspecto social determina la ayuda de la sociedad.</p>
<p>Emprendedor Capitalista</p>	<p>No integra una comunidad desde el inicio. Tiene la capacidad de obtener o financiar su proyecto sin la necesidad de integrar la comunidad. El lucro obtenido es del emprendedor o inversionistas. Tiene una mentalidad de lucro para él sin afectar en primera instancia la sociedad. Su aspecto capitalista solo incluye el lucro.</p>

Fuente: Pamela Hartigan, 2009

4.3. EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO Y COLECTIVO

Para comprender con más precisión la esencia del emprendimiento cooperativo es necesario mencionar, para una mejor contextualización, la presencia de tres sectores de la economía: el primer sector es el de la economía estatal soportado en el modelo de desarrollo: Intervencionista de Estado. El segundo sector o de la economía capitalista, está soportado en el modelo Neoliberal donde plantea que el Estado no es el factor de desarrollo. Y por último, el sector de la economía solidaria, que no está soportado por ningún modelo de desarrollo, más bien ha sido una alternativa viable de miles de personas que han logrado satisfacer diversas necesidades y han realizado aportes a los diferentes países, como por

ejemplo, la generación de fuentes de ingresos, empleo para las personas, satisfacción de necesidades básicas, sociales, afectivas, entre otras. Este tipo de alternativa social se caracteriza por la autogestión de las personas que se unen para satisfacer sus necesidades individuales de una manera colectiva a través de organizaciones asociativas donde participan como codueños y administradores de su propia empresa; por esa connotación de codueños entran a participar de los excedentes que genere la organización, buscando la eficiencia y eficacia en sus procesos socio-económicos. Razeto, plantea: “la necesidad de incorporar la solidaridad en la economía, es decir, una vez efectuada la producción y distribución sería el momento en que entre en acción la solidaridad, para compartir y ayudar a los que resultaron desfavorecidos por la economía y quedaron más necesitados”. (Razeto, 1993)

Karem Sánchez, plantea que “en medio de estos dos polos surge cada vez con mayor frecuencia un tercer campo de acción no solo para la economía, el desarrollo productivo y la organización social, sino también para la administración y la gerencia: el llamado tercer sector, el cual de alguna manera se encuentra a medio camino entre los dos campos mencionados. Es el ámbito de las organizaciones sociales, solidarias, cooperativas y voluntarias que son privadas pero no se rigen necesariamente, por las mismas normas, objetivos e intereses de la empresa privada y que también son públicas en la medida en que actúan en relación con problemáticas de orden global tradicionalmente asignadas al dominio de lo estatal”. (Sánchez de Roldán, 2002)

Las organizaciones solidarias se conforman a partir de las necesidades de un grupo de personas que se unen para satisfacerlas de forma colectiva, aprovechando su potencial, cualidades y fortalezas en emprender o liderar un proceso organizativo que satisfaga las reales y sentidas necesidades de una población. Las organizaciones solidarias “tienen la capacidad de construir comunidades, para construir sociedad, apelando principalmente a la educación y la práctica de la democracia participativa. Se requiere como soporte sólido un proceso educativo que reactive la participación democrática y conduzca a la movilización de sus fuerzas...” (Mansilla, 1989).

Las organizaciones solidarias son de derecho privado sin ánimo de lucro, que se constituyen de manera voluntaria y autogestionaria por parte de sus actores sociales que se

unen para satisfacer sus necesidades a través de la ayuda mutua y el esfuerzo propio. Como lo plantea además Luís Razeto: estas organizaciones buscan satisfacer necesidades y enfrentar los problemas sociales de sus integrantes a través de una acción directa, son iniciativas que implican relaciones y valores solidarios en el sentido en que las personas establecen lazos de colaboración mutua, cooperaciones al trabajo y responsabilidad solidaria. Son organizaciones que quieren ser participativas, democráticas, autogestionarias y autónomas. Son iniciativas en las que se pretende ser distintos y alternativos respecto a las formas organizativas predominantes, y aportan a un cambio social en la perspectiva de una sociedad mejor o más justa. (Sánchez de Roldán, 2002)

Los directivos de las organizaciones solidarias fijan las políticas tanto sociales como económicas de la organización, como también los estatutos y regímenes. Como administradores planean, organizan, dirigen y controlan su propia empresa, este control es autogestionario, puesto que es realizado por los propios asociados y a su vez son trabajadores (caso de las cooperativas de trabajo asociado), ya que realizan actividades y cumplen funciones de acuerdo al objeto social de la organización que tiene características autogestionarias.

Algo de resaltar en la anterior descripción y que caracteriza a las organizaciones del tercer sector (sector social) es que no persiguen lucro y los excedentes son distribuidos de acuerdo a la legislación que los rige como a las decisiones de la asamblea general como el órgano máximo de la administración. Dentro de este tipo de organizaciones vale la pena resaltar los procesos de democracia, que puede significar que todos los asociados tienen derecho a voz y voto, participan en las decisiones y en los aspectos económicos a través de la redistribución de los excedentes.

Dentro de este tipo de organizaciones no siempre se obedece la lógica planteada por Milton Friedman; “el gerente debe maximizar las utilidades. Gastar las utilidades corporativas en objetos sociales es equivocado porque esto equivale a imponer un impuesto sobre un dinero que pertenece a la compañía, a los accionistas. Los directores deben saber claramente que su objetivo principal es maximizar las utilidades corporativas, no les incumben a ellos la responsabilidad de gastar las utilidades en necesidades sociales” (Roldán, 2011).

En este tipo de organización el dueño no es uno solo, la propiedad es colectiva, se pretende ofrecer servicios y mejorar la calidad de vida de las personas, se participa democráticamente de la administración sin importar el capital aportado, no se habla de utilidades sino de excedentes. La distribución de los excedentes se hace destinando una parte para reserva legal y otra para re-invertir en la misma organización de acuerdo a la aprobación que se haga en la asamblea general, de los cuales se puede disponer para crear y aumentar otros fondos sociales, para invertir o revalorizar la inversión de los asociados. Aquí los excedentes, a diferencia del postulado de Friedman, se invierten en las necesidades humanas y, por lo tanto, los enfoques tradicionales administrativos no son consecuentes con la doctrina que nutre al tercer sector.

Retomando los inicios del emprendimiento cooperativo, vale la pena resaltar que desde los inicios del movimiento con los pioneros de Rochdale en el año de 1844 en Inglaterra, se comienza un hito de emprendimiento que caracteriza a las personas que quieren dejar de ser agentes de explotación para volverse líderes o emprendedores de sus propias empresas.

La teoría del emprendimiento surge del análisis realizado por Gide (1968), quien es citado por (Arboleda & Zabala, 2011), al establecer que: ...las asociaciones en las cuales los trabajadores percibirán el producto íntegro de su trabajo, porque ellos poseerán sus instrumentos de producción; asociaciones que suprimirán los intermediarios, porque ellos cambiarán sus productos directamente, asociaciones que no mutilarán el individuo por que la iniciativa individual se conservará como el resorte oculto que hará mover a cada una de ellas y que por el contrario protegerán los azares de la vida por la práctica de la solidaridad; asociaciones, en fin, que sin suprimir la emulación que es indispensable al progreso, atenuarán la concurrencia y la lucha, suprimiendo la mayor parte de las causas que ponen en nuestra época a los hombres en conflicto.

Desde la perspectiva económica, hay otros autores que escriben sobre el tema. Luis Razeto, con su experiencia en Chile, analizó como determinadas comunidades emprendían organizaciones económicas con sus propias iniciativas y recursos, con el fin de ayudarse de manera colectiva. Razeto propone además la teoría económica comprensiva con el ánimo de entender las relaciones sociales y solidarias, y que configuran una racionalidad diferente de las organizaciones estatales o del mercado. También propone el factor C como esa energía social que dinamiza los procesos que se emprenden. (Razeto, 1993)

De otra parte, (Arboleda & Zabala, 2011) citan a Guerra (2006) quien define el emprendimiento solidario como experiencias que surgen de la unión de las personas alrededor de una propuesta económica solidaria basada en relaciones de igualdad, democracia y solidaridad.

Igualmente, mencionan a Ortiz (2005), quien afirma que los emprendimientos son un medio de vida para los pobres para satisfacer sus necesidades básicas. Los emprendimientos solidarios permitirán una maximización de la capacidad productiva de las familias para realizar operaciones económicas que no serían posibles por otros medios.

El fin último de un emprendimiento solidario no es la maximización del factor capital ni la obtención de utilidades, sino lograr mejores beneficios para el mayor número de personas y de sus comunidades. (Arboleda & Zabala, 2011).

Los emprendimientos solidarios poseen sus características particulares que los diferencia de otras formas: son autogestionarios, pues los emprendedores son a la vez gestores, trabajadores y usuarios de los servicios; los emprendimientos solidarios se caracterizan además por servir a las comunidades menos favorecidas incentivando formas que generen de manera creativa otras fuentes de ingreso para la satisfacción de las necesidades. Los emprendimientos económicos solidarios abarcan diversas modalidades de organización económica originadas en la libre asociación de los trabajadores con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad (GAIGER, 2003).

En los emprendimientos solidarios las personas se auto dirigen para lograr objetivos colectivos, buscan la participación activa y decidida de sus miembros y el liderazgo está determinado por procesos democráticos y no supeditado a un aporte de capital.

La economía solidaria, que tiene sus expresiones en emprendimiento, no se plantea como una economía de y para los pobres, sino como una propuesta para todos los ciudadanos que además intentan asegurar la inclusión de los pobres y los excluidos. Resalta la necesidad de activar ya las capacidades de todos los ciudadanos excluidos del trabajo y propicia el desarrollo de lazos sociales vinculados a las satisfacciones de una amplia variedad de necesidades materiales, sociales y sobre la recuperación de los derechos (Coraggio, 2011)

4.3.1. LAS COOPERATIVAS DENTRO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

La economía solidaria se considera un enfoque de la actividad económica que se basa en un principio de equilibrio por parte de las organizaciones sobre las necesidades del medio ambiente y de la sociedad. En Colombia para el año 2015, fueron registradas 3306 organizaciones de tipo solidaria ante la Superintendencia de la Economía Solidaria, de las cuales 369 eran del departamento del Valle del Cauca y 255 de la ciudad de Cali. (Super Intendencia de la Economía Solidaria, 2015)

De igual forma, es importante resaltar que la Economía Solidaria se rige bajo la ley 454 de 1998, y que dentro de ésta existen 3 tipos de organizaciones: las cooperativas, los fondos de empleados y las asociaciones mutuales.

- Cooperativas: Según la Cámara de comercio de Cali, se considera cooperativa a *“la empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general”*. Las cooperativas se rigen por la ley 79 de 1988, y por la ley 454 de 1998.

A su vez, existen 5 clases de cooperativas, las cuales se dividen según el desarrollo de sus actividades, estas son:

- Especializadas: Son las que atienden una necesidad específica, se enfocan en sólo una rama de actividad económica, social o cultural. (Cámara de Comercio de Cali)
 - Multiactivas: Son aquellas que atienden varias necesidades, a través de la concurrencia de servicios en una sola entidad jurídica. (Cámara de Comercio de Cali)
 - Integrales: Realizan dos o más actividades, las cuales tienen alguna relación o se complementan de alguna manera, producción, distribución, consumo y prestación de servicios. (Cámara de Comercio de Cali)
 - Cooperativas financieras: Son cooperativas especializadas, las cuales tienen como función principal adelantar la actividad financiera con terceros. (Cámara de Comercio de Cali)
 - Cooperativas con sección de ahorro y crédito: Son cooperativas especializadas, las cuales solo adelantan actividad financiera con sus asociados, también pueden ser cooperativas multiactivas o integrales con sección de ahorro y crédito. (Cámara de Comercio de Cali)
-
- Fondo de empleados: *“es una entidad perteneciente al sector de la economía solidaria, de derecho común, sin ánimo de lucro, constituida por personas libres, trabajadores dependientes y subordinados de la misma empresa, que ofrecen servicios de crédito a costos mínimos. Estos se rigen por la ley 79 de 1988, la ley 454 de 1998, el Decreto reglamentario 1482 de 1989, la ley 1391 de 2010 y demás normas aplicables a su condición de empresa privada.”* (Organizaciones Solidarias)
 - Asociaciones mutuales: Según Organizaciones solidarias *“son organizaciones privadas sin ánimo de lucro que están constituidas para fomentar la ayuda recíproca entre sus miembros, satisfaciendo sus necesidades mediante la prestación*

de servicios que contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida". Estas son regidas por el decreto 1480 de 1989, la ley 454 de 1998 y demás normas aplicables a su condición de empresa privada.

Existe otra clasificación: las organizaciones solidarias de desarrollo, la cuales *"son aquellas formas de asociatividad solidaria sin ánimo de lucro, que empleando bienes/servicios privados o gubernamentales, construyen y prestan bienes y servicios para el beneficio social, dirigiendo su accionar principalmente hacia terceros, comunidades y la sociedad en general. La finalidad de su constitución es ejercer la solidaridad principalmente de adentro hacia afuera"* (Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias).

Dichas organizaciones se dividen en:

- Asociación y Corporaciones: *"es un ente jurídico que surge de un acuerdo de voluntades vinculadas mediante aportes en dinero, especie o actividad, en orden a la realización de un fin de beneficio social, que pueden contraerse a los asociados o a un gremio o grupo social particular. Su régimen estatutario se deriva de la voluntad de sus miembros. Por ello, el derecho de asociación no solo consiste en la posibilidad de organizar morales sino también en la libertad de abstenerse de hacerlo, siendo contrario a la constitución, todo sistema o procedimiento para compeler a las personas a que ingresen o se retiren de dichas entidades, o que las obligue a prestarles servicios para favorecerlas en sus intereses institucionales"* (Organizaciones Solidarias). Estas se rigen por el código civil, artículo 633, la ley 80 de 1993, la ley 22 de 1987, la ley 52 de 1990, los decretos 1407/91, 2035/91, decreto distrital 091/87 y demás normas aplicables a su condición de empresa privada (Organizaciones Solidarias).
- Fundaciones: Según Organizaciones Solidarias, una fundación *"es una persona jurídica que nace de la voluntad de una o varias personas naturales o jurídicas y cuya finalidad es propender por el bienestar común bien sea de un sector o gremio en particular o de toda la comunidad"* (Organizaciones Solidarias). Las normas que rigen este tipo de organizaciones son el código civil, artículo 633, la Ley 80 de 1993, la ley 22 de 1987, la ley 52 de 1990, los decretos 1407/91, 2035/91, 525/90,

decreto distrital 091/87 y demás normas aplicables a su condición de empresa privada (Organizaciones Solidarias).

- Voluntariado: *“Es una fuerza social solidaria, cívica, ciudadana, de participación, constituida por acciones individuales o asociativas dirigidas al apoyo de soluciones de problemas humanos. La acción voluntaria es un hecho consciente, libre, decidido, identificador, soberano y comprometido, hoy más con las causas que con las consecuencias de los problemas. El voluntariado se rige, por la ley 720 de 2001 y el decreto reglamentario 4290 de 2005 y demás normas aplicables a su condición de voluntariado”* (Organizaciones Solidarias).

4.4. APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES AL PROCESO DEL EMPRENDIMIENTO COOPERATIVO

Dentro de esta investigación cabe mencionar la teoría de recursos y capacidades, la cual contribuye a entender la importancia para el desarrollo de éxito de la empresa analizando desde el modo organizacional y analítico, de manera estratégica, los recursos que tiene la compañía. Para comprender de mejor manera esta teoría, se clasifica el proceso en tres pasos: 1). Se identifica una estrategia que explote de manera adecuada los recursos y las capacidades de la empresa, 2). Se asegura que los recursos de la empresa se emplean completamente y que su beneficio potencial es explotado al límite y 3). Se construye la base de los recursos de la empresa, dado que es importante realizar una planeación para que la empresa no se quede sin recursos a lo largo de su desarrollo. (Claver Cortéz, Pertusa Ortega, & Molina Azorín, 2001)

Teniendo en cuenta estos tres pasos, los recursos de la empresa se clasifican en recursos tangibles e intangibles. Los primeros, se encuentran en los estados financieros, como los recursos financieros y los activos físicos. Los segundos, son más difíciles de identificar que los tangibles pero su valor puede ser mayor o igual, ejemplos como, la calidad de marca, tecnología, etc. Cabe resaltar que en estos recursos intangibles se encuentran los recursos humanos y las capacidades organizacionales de una empresa. Los recursos humanos, son las destrezas, conocimientos, la habilidad de razonamiento y de toma de decisiones que

tienen las personas, dichos factores para el caso de los empleados, pueden mejorarse a través de la capacitación y el seguimiento constante de los mismos. Mientras que las capacidades organizacionales de una empresa, son consideradas como las habilidades o estrategias que pueden generar una ventaja competitiva a los emprendedores y a la organización en su conjunto, y de esta manera, ayudan a la empresa a alcanzar las metas que se proponen, identificando los factores internos y externos que pueden afectar, tanto de manera positiva como negativa, a la empresa (Claver Cortéz, Pertusa Ortega, & Molina Azorín, 2001).

Brevemente se muestra en la gráfica 1, el esquema de teoría de recursos y capacidades.

Gráfico 1. Teoría de recursos y capacidades



Fuente: Claver Cortéz, Pertusa Ortega & Molina, 2001

4.5. EL PROCESO DE LOS DIALOGOS DE PAZ Y EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y COOPERATIVO EN COLOMBIA

“Los emprendimientos sociales en Colombia han tratado de tomar un poco de cada una de las posturas internacionales, de acuerdo a las condiciones de contexto y al líder que las identifica. En términos generales, los casos de emprendimiento social han surgido de la necesidad más que de la visión de una solución global o de alto impacto. Están constituidos con población en condiciones de vulnerabilidad, que no cuentan con las herramientas para manejar un alto crecimiento de sus empresas”. (Programa ciudad E, 2006)

En el contexto Colombiano no se presenta un pensamiento de emprendimiento social fuerte, dado que aún existen emprendedores con pensamientos netamente capitalistas. Esto puede explicarse porque no se han evidenciado datos que muestren que los empresarios quieran invertir y arriesgar en empresas sociales. Cotidianamente las empresas sociales son creadas por grupos de emprendedores que no tienen el capital suficiente para llevar sus metas a cabo, sin embargo el pensamiento de muchas personas emprendedoras que han experimentado situaciones precarias, prometen comúnmente hacer una empresa social dado que se desarrolla en pro de la sociedad y del sector al cual ellos quieren impactar positivamente. Las tendencias de emprendimiento social en el mundo han crecido significativamente en los últimos años, ya que las personas han tenido un pensamiento en pro de la sociedad y no del capitalismo. De esta misma manera, los gobiernos y muchas entidades externas están apoyando a estos emprendedores porque al impactar en la sociedad positivamente los afecta a ellos de igual manera, mejorando su calidad de vida, así mismo sus conocimientos pueden ayudar a las organizaciones a mejorar, dado que colaboran con nuevas e innovadoras ideas.

La norma en Colombia que rige a las empresas de economía solidaria es la ley 454 de 1998, ésta define en el artículo 2 a la economía solidaria como “el sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía”. También en esta ley estipulan la protección, promoción y fortalecimiento, en donde aclaran que el “Estado garantizará el libre desarrollo de las Entidades de Economía Solidaria”. A su vez aclaran sus principios, su fin y características. A su vez habla de la integración en la economía solidaria; del Consejo Nacional de la Economía Solidaria, CONES, que es el que” formula y coordina, a nivel nacional, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos generales pertinentes al sistema de la Economía Solidaria”, a su vez también lo reglamentan en esta ley (ley 454 de 1998).

En esta ley también reglamentan al “Fondo de Fomento de la Economía Solidaria”, hablan de las cooperativas, de la Superintendencia de la Economía solidaria, de la actividad financiera de las empresas de economía solidaria, y otros puntos que deben de estar

aclarados, tales como los tributos, la contratación, etc., que especifican funciones fundamentales para el correcto manejo de este tipo de empresas (ley 454 de 1998).

5. MODELO DE ANÁLISIS E HIPÓTESIS

5.1. MODELO ESTRUCTURAL

En la teoría de la gobernanza de las empresas sin ánimo de lucro, predomina el modelo de los stakeholders o modelo democrático, según el cual los stakeholders o socios para este caso, deben tener una representación en la junta para que sus intereses puedan ser atendidos. Sin embargo, debe decirse que no necesariamente la empresa debe seguir este modelo, sino que también puede seguir fines lucrativos, es decir la gobernanza puede ser un híbrido entre las concepciones de una empresa lucrativa y una sin ánimo de lucro. Igualmente, se debe afirmar que aunque la junta está conformada por socios o stakeholders, la gestión de la empresa debe enfocarse en crear un beneficio para una comunidad en donde no haya una apropiación de los activos y recursos. (Grau, El emprendimiento social: estructura organizativa, retos y perspectivas de futuro, 2012)

Otra característica relevante de los negocios sociales es su modelo de gobierno. En ellos, el poder de toma de decisiones no está directamente vinculado a la titularidad del capital. Más aún, justamente porque entre los objetivos explícitos de muchos de ellos se encuentra el generar protagonismo en las comunidades beneficiadas, se caracterizan por involucrar activamente a los diferentes grupos afectados por el negocio –clientes, socios, trabajadores– en las decisiones, por lo anterior se nota que su estilo no es jerárquico, más bien es uno integrador en donde todas las partes estén conectadas (ASHOKA, 2009).

Ante el crecimiento del emprendimiento social, han ido creándose entidades y organizaciones encargadas de beneficiar a las empresas sociales a través, principalmente, de una mayor financiación. Sin embargo, estas no son suficientes y por lo tanto son evidentes las limitaciones o restricciones que existen en cuanto al crédito, convirtiéndose en una barrera para los emprendedores. Lo anterior, es explicado ya que gran parte de su tiempo es destinado a la búsqueda de formas de financiación que les permitan desarrollar sus proyectos, lo cual es un tiempo que se pierde al momento de implementar la actividad

empresarial. Además, se puede considerar como otra dificultad para el emprendedor, la promoción de la iniciativa y la retención del capital humano (Grau, El emprendimiento social: estructura organizativa, retos y perspectivas de futuro, 2012).

Ciertos gobiernos, han visto en el emprendimiento social una alternativa para enfrentar y compensar el gran incremento existente con respecto al gasto social de las economías, y por esto los países han visto la necesidad de respaldar este tipo de proyectos. Por ejemplo, Estados Unidos con la administración del presidente Obama creó la oficina de Innovación social para promover el emprendimiento social, y para el caso del Reino Unido se conformó el Big Society Bank (BSB) con el propósito de brindar recursos para financiar las empresas a través de ciertos intermediarios. Igualmente con la creación de Ashoka, se han ido estableciendo fundaciones por parte de emprendedores destacados como Jeff Skoll y Klaus Schwab con el fin de seguir fomentando las iniciativas sociales de los emprendedores, realizando inversiones altas y riesgosas pero con un mayor rendimiento en el largo plazo (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012).

Así, en las economías menos desarrolladas, los emprendedores sociales se preocupan especialmente por cubrir necesidades básicas. En cambio, en economías más industrializadas, el foco de atención se centra en dar apoyo a la cultura, proveer servicios a las personas discapacitadas, colaborar en procesos de recogida de residuos y protección del medioambiente u ofrecer actividades gratuitas como puede ser el networking social (Grau, Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social, 2012).

Además, otro de los problemas a los que se enfrenta el emprendimiento social es con respecto a la visión empresarial actual, ya que ésta busca obtener utilidades cada vez más grandes, sin importar la parte social que toda empresa debería considerar para garantizar el bienestar del entorno y de los agentes implicados. Igualmente, se debe pensar en el papel que posee el Estado y las instituciones en el emprendimiento social, ya que estos son indispensables para lograr su desarrollo a través de las políticas y los programas que gestionan el desarrollo de este emprendimiento. (KANTIS, ISHIDA, & KORI, 2002)

Por último, tomando como base la investigación de Becerra, Cortés, Malacara & Alegría (2014), se puede afirmar que los factores detonantes de los emprendimientos sociales son principalmente las células impulsadoras, los objetivos colectivos, los recursos de producción disponibles, los factores personales de los líderes, factores empresariales y apoyos gubernamentales (figura 2).

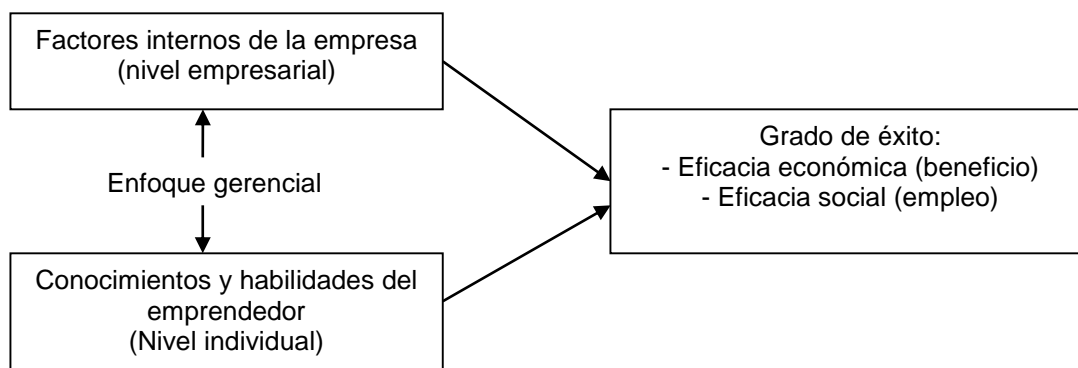
Gráfico 2. Factores detonantes del emprendimiento social



Fuente: Becerra, Cortés, Malacara & Alegría (2014)

Además, es importante analizar el modelo propuesto por Campos-Climent, Mohedano-Suanes, Sanchis-Palacio (figura 3), en el cual se analiza cómo los factores internos de la empresa (a nivel empresarial), y cómo los conocimientos y habilidades del emprendedor (a nivel individual) pueden incidir en el grado de éxito de una iniciativa emprendedora.

Gráfico 3. Modelo del análisis propuesto



Fuente: Campos-Climent, Mohedano-Suanes, Sanchis-Palacio

De igual manera este modelo se utilizó para una investigación de los factores que influyen en la creación de empresas cooperativas y de la Economía Social y que garantizan su supervivencia a largo plazo durante la crisis económica, dado que “son empresas más resistentes a la destrucción de empleo y por otra parte porque su número aumenta durante las fases recesivas” (Sanchis Palacio, Campos Climent, & Mohedano Suanes, 2015). Esta investigación fue aplicada a una muestra de 39 cooperativas activas creadas entre 2008 y 2011 en la comunidad valenciana, y la recolección de información fue realizada a partir de las respuestas de una encuesta elaborada. Las hipótesis del modelo fueron contrastadas a través de una técnica de ecuaciones estructurales denominada Partial Least Squares (PSL), la cual es recomendable para estudios con muestras pequeñas y es menos exigente con respecto a las escalas de medida. Los resultados demostraron que este tipo de organizaciones presentan fallas en sus habilidades para la capacidad de gestión y de adaptación a los cambios del entorno; también se identificaron que sus fortalezas son el clima laboral, la participación de los trabajadores, la mejora de la calidad, la protección al medio ambiente y la satisfacción y fidelización de los clientes; y por último sus debilidades son los costes financieros, los niveles de endeudamiento, la innovación de los procesos productivos y el bajo poder de negociación que tienen con sus proveedores. (Campos Climent, Mohedano Suanes, & Sanchis Palacio, 2014)

5.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

En el presente trabajo se quiere resolver las siguientes dos hipótesis:

- Hipótesis 1: Durante el periodo de los diálogos de paz en Colombia (2012 - 2015) se ha presentado un incremento del número de cooperativas conformadas en la ciudad de Cali.
- Hipótesis 2: Los conocimientos apropiados de los emprendedores y el manejo adecuado de los factores internos de la organización, afectan positivamente el éxito del emprendimiento de las cooperativas en Cali.

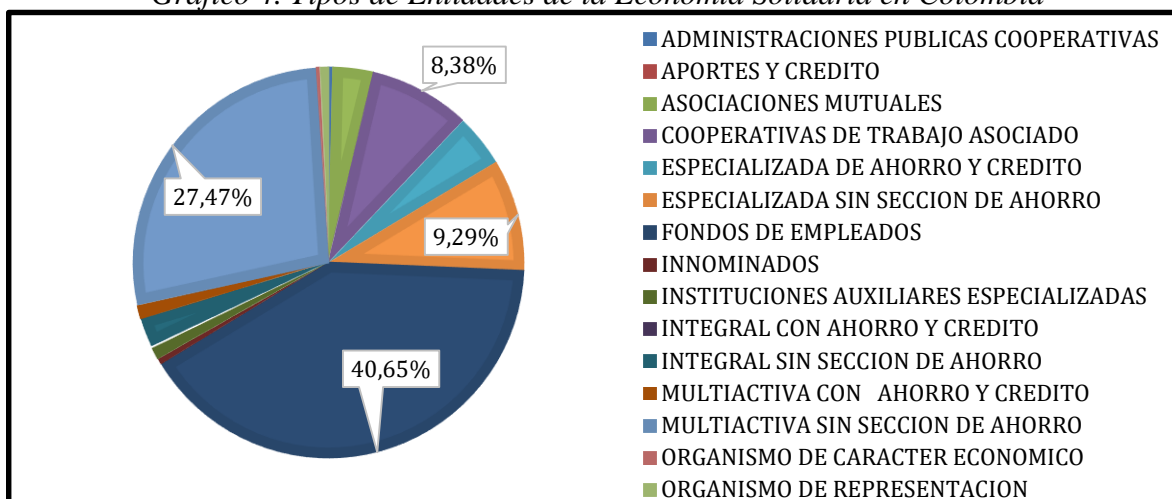
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 MARCO CONTEXTUAL

Datos del Sector solidario

Hay 3306 organizaciones de Economía Solidaria reportadas ante la Superintendencia de la Economía Solidaria hasta diciembre del 2015, en el gráfico X, se puede observar los tipos de entidades que hay en Colombia y el porcentaje de representación que tiene cada una sobre el total. A su vez cabe resaltar que las organizaciones con mayor participación en el mercado son el fondo de empleados con un 40.65% y las organizaciones multiactivas sin sección de ahorro con el 27.47%

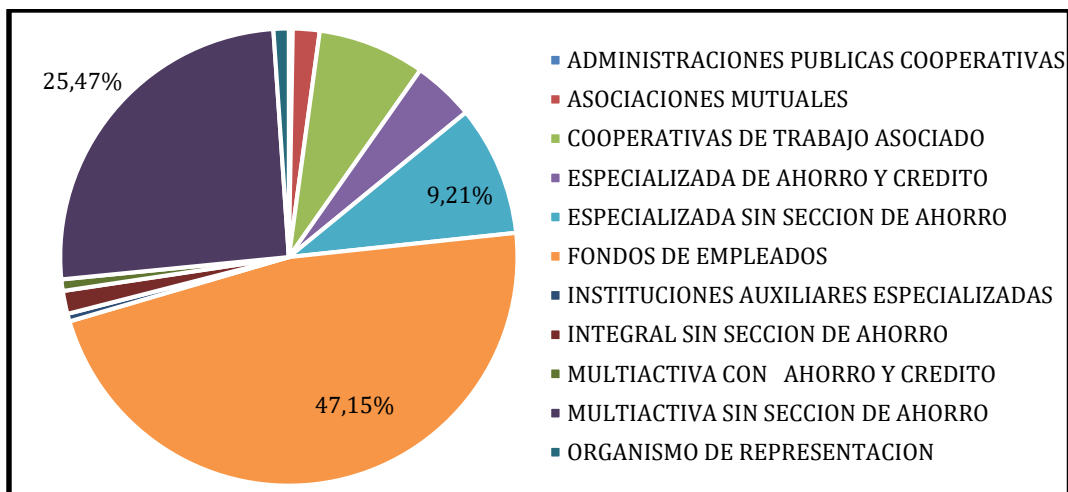
Gráfico 4. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en Colombia



Fuente: Elaboración de los autores en base a la información de la Supersolidaria

En el gráfico X, se observa los tipos de entidades de la economía solidaria pero en el Valle del Cauca. Es importante resaltar que ya no se encuentran las organizaciones de aportes y crédito, innominados, integral con ahorro y crédito y los organismos de carácter económico. A su vez de las 369 organizaciones reportadas ante la Superintendencia, se mantiene la gran participación de los fondos de empleados y de las multiactivas sin sección de ahorro, con un 47.15% y 25.47%, respectivamente.

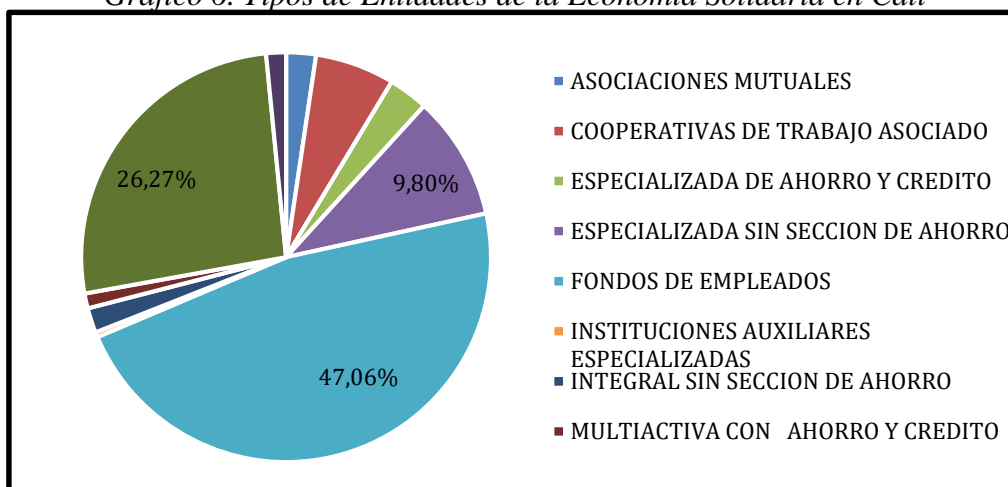
Gráfico 5. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en el Valle del Cauca



Fuente: Elaboración de los autores en base a la información de la Supersolidaria

En el gráfico X se observa los tipos de entidades de la economía solidaria en Cali, manteniendo la participación los fondos de empleados y de las multiactivas sin sección de ahorro, con un 47.06% y un 26.27%, respectivamente. Además, como se observa en el gráfico, en la ciudad de Cali no están todos los tipos de entidades que hay en el Valle, dado que no hay administraciones públicas cooperativas.

Gráfico 6. Tipos de Entidades de la Economía Solidaria en Cali



Fuente: Elaboración de los autores en base a la información de la Supersolidaria

6.2. DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio

El presente trabajo de investigación, estará basado en un estudio de tipo descriptivo-explicativo. Se considera descriptivo, ya que se realizará una encuesta como una técnica específica de recolección que permite obtener información para analizar las características

de una muestra en particular. A su vez, cabe resaltar que tanto la formulación como la comprobación de hipótesis son etapas determinantes dentro de la investigación con el fin de analizar los resultados y concluir. Al mismo tiempo, se trata de un estudio explicativo, dado que busca establecer las razones y las causas de un fenómeno, lo cual requiere de un análisis de la causalidad de las variables consideradas y de la comprobación de hipótesis.

Técnicas de recolección

La investigación consiste en la elaboración de una encuesta, con el fin de evaluar y analizar los factores que pueden ser determinantes al momento de conformar estos tipos de organizaciones dentro del sector solidario. Dentro de la encuesta se analizan los siguientes factores estratégicos: mercadeo, aprovisionamiento, servucción, indicadores de calidad, recursos humanos, financiamiento y management; los cuales pueden ser relevantes para determinar el grado de éxito de las cooperativas de la ciudad, posteriormente se explicarán las variables que se van a tener en cuenta para medir estos factores.

La encuesta será aplicada al emprendedor y/o gerente de cada una de las 60 cooperativas establecidas en la ciudad, a través de llamadas telefónicas y/o encuentros personales con el objetivo de obtener información acerca de los factores internos de las organizaciones y de las características de sus emprendedores. Al mismo tiempo, el proyecto tiene como propósito determinar si el contexto de los diálogos de paz en Colombia ha tenido efecto alguno o ha influenciado sobre el número de cooperativas que son constituidas en la ciudad de Cali.

6.3. DISEÑO DE LA MUESTRA

Para desarrollar el presente proyecto de investigación se hará énfasis en el estudio de las cooperativas como organizaciones pertenecientes a la Economía Solidaria. Lo anterior se decidió, dado que las cooperativas son consideradas organizaciones de carácter global pues son constituidas en la mayoría de los países del mundo. Este hecho hace que la investigación tenga un mayor alcance, ya que permite que el modelo aplicado y los resultados sean empleados en futuras investigaciones de otras ciudades y países. Igualmente, cabe mencionar, que este modelo de medición está basado en el que fue

elaborado por los profesores españoles Campos-Climent, Mohedano-Suanes, y Sanchis-Palacio, el cual también se encuentra enfocado en las cooperativas.

Para el año 2015, fueron registradas en Colombia 1450 cooperativas ante la Superintendencia de la Economía Solidaria, 147 en el Valle del Cauca y hasta la fecha se han registrado en la Cámara de comercio de Cali 60 organizaciones de este tipo. Para realizar un estudio más profundo y detallado, será necesario centrarse únicamente en las cooperativas establecidas en la ciudad de Cali, las cuales serán analizadas a lo largo del proceso investigativo. Según la Cámara de Comercio, de las 60 cooperativas registradas, 30 son multiactivas, 26 de trabajo asociado, 2 son integrales, 1 especializada en ahorro y crédito, y 1 clasificada como precooperativa de trabajo asociado.

Como se dijo anteriormente, la investigación será aplicada a una muestra de 60 cooperativas creadas entre los años 2009 a 2015, durante este periodo se obtendrá información contable de cada organización, la cual será extraída del balance general y del estado de resultados desde el momento de su constitución.

Dicha muestra incluye una diversidad en cuestión a los sectores económicos en donde se desempeñan, tal como se puede observar en la Tabla 1. Ésta incluye el porcentaje de las organizaciones estudiadas dependiendo del sector económico, dando una mejor percepción de cuáles son los sectores que son preferidos por los emprendedores al conformar las cooperativas.

Tabla 5. Sectores económicos a los que pertenecen las cooperativas en Cali (2016)

NOMBRE DEL SECTOR	Total	Porcentaje
Actividades de Atención de la Salud Humana y de Asistencia Social	2	3%
Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo	6	10%
Actividades Financieras y de Seguros	7	12%
Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas	5	8%
Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos Automotores y Motocicletas	2	3%
Construcción	3	5%

Industrias Manufactureras	2	3%
Información y Comunicaciones	1	2%
Otras Actividades de Servicios	31	52%
Transporte y Almacenamiento	1	2%
Total general	60	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Cali

6.4. MEDICIÓN DE VARIABLES

Para la primera hipótesis se utilizará el número de cooperativas de la muestra. Para determinar el grado de influencia de los factores internos sobre el éxito de la cooperativa, se plantearon algunas variables, las cuales son cuantificadas a través de una escala de Likert comprendida entre los valores 1 (valor más bajo) y 5 (valor más alto). A través de esta escala, en un principio se analizará la importancia de cada uno de los factores internos de la organización, con el propósito de posteriormente valorar la situación real de ésta. Se ha diferenciado entre dos grupos de variables, el primer grupo con el fin de determinar el incremento en la conformación de cooperativas en la ciudad de Cali (correspondientes a la hipótesis 1 formulada) y el segundo con el objetivo de identificar las características del emprendedor y los factores internos de la organización (correspondiente a la hipótesis 2 formulada).

6.5. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE DATOS

Las variables de la Hipótesis 1 comprenden el porcentaje de empresas creadas en los años 2009 a 2015, separando este número de organizaciones en dos grupos, los cuales se dividen en las cooperativas creadas del año 2009 al 2011 y del 2012 al 2015, para poder establecer un punto de comparación en lo referente a los diálogos de paz.

Las variables de la segunda hipótesis se agrupan en áreas funcionales. La primer área funcional planteada es marketing, que tiene como variables: la diversidad de productos y/o servicios, la cuota de mercado, la imagen de la organización, la imagen de marca comercial, el nivel de presupuesto de la organización, la fidelización de asociados, la facilidad para ampliar cartera de asociados, la promoción publicitaria, el grado de satisfacción de asociados y la protección al medio ambiente. Las variables de

aprovisionamiento son: el conocimiento de los proveedores, la gestión de conocimiento, el costo de talento humano, la calidad de las materias primas y el poder de la negociación con los proveedores. Las variables de servucción son: el nivel de tecnología que maneja, la flexibilidad del sistema de servucción, la capacidad de servicio instalada, la productividad, la información de procesos de servucción, la organización y planificación de procesos de servucción y la utilización de materiales ecológicos. Las variables I+D+i+d son: la innovación en productos y/o servicios, la innovación en procesos de productos y/o servicios, la rapidez de la incorporación de las nuevas tecnologías, la calidad de servucción y la incorporación de las acciones de mejora de la calidad. Las variables de talento humano son: la calificación técnica de los trabajadores, asociados y/o empleados, la formación en educación corporativa y cooperativa, la satisfacción con los beneficios, el grado de participación de los trabajadores asociados y/o empleados, la existencia de sistemas de valoración de trabajadores y/o empleados, la prevalencia de los trabajadores y/o empleados, los sistemas de formación y motivación y el clima laboral. Las variables financieras son: el nivel de endeudamiento, el acceso de fondos de financiamiento, los costes financieros, la autoeficacia y/o revisión de resultados corporativos, la compatibilidad de los costos y la planificación de la tesorería. Por último, las variables de management son: la modernización de la gestión y de los conocimientos en materia de planeación estratégica de la organización, la dirección e implantación de planes estratégicos, la gestión de profesionalización, la capacidad de prever el cambio y anticiparse a ellos y la capacidad de adaptarse al cambio.

Las variables dependientes corresponden al nivel de éxito alcanzado con el emprendimiento. Dado que se trata de empresas en las que es importante obtener beneficios económicos tanto como beneficios sociales, se han considerado tres variables que determinarán los factores claves para el desarrollo de la organización. En primer lugar, se han considerado dos variable para medir la eficacia económica de la empresa, la primera de ellas es la rentabilidad económica, la cual es el resultado de dividir los resultados netos anuales por los activos totales de la entidad y la segunda variable que se utilizará para medir esta eficacia es la rentabilidad financiera, medida como la cifra de resultados netos anuales dividido por los recursos propios de la entidad.

En segundo lugar, se ha considerado como variable que mide la eficacia social de la empresa, el incremento en el número de empleados durante el periodo considerado y la variación del número de asociados que han tenido las organizaciones.

A su vez se tendrán dos variables de control que son: el sector económico al cual pertenece y la antigüedad de la empresa medida por los años de constitución de la empresa.

La tabla 2 recoge el conjunto de variables consideradas en el estudio empírico realizado. A su vez se clasifican según la dimensión sobre la cual tienen importancia. Estas dimensiones son: Conocimientos y habilidades de los emprendedores, factores internos de la empresa, los resultados de la empresa y las variables que nos servirán de control.

Tabla 6. Variables del estudio

Dimensión	Variable	Medida
Conocimientos y habilidades de los emprendedores (CHE)	Solidarias vs Capitalistas en el Marco de una crisis(SOLICRI)	Categorica
	Fidelización de asociados(FIDEAS)	Escala de Likert: 1 (valor más bajo) a 5 (valor más alto)
	Facilidad para ampliar cartera de asociados(FACAR)	
	Conocimiento de los proveedores(CONOPROV)	
	Información de procesos de servucción (INFOPROSERVU)	
	Organización y planificación de procesos de servucción (OPPROSERVU)	
	Innovación en productos y/o servicios (INOPRODU)	
	Innovación en procesos(INOPROCES)	
	Formación en educación corporativa(EDUCORP)	
	Acceso de Fondos de Financiamiento(ACFOND)	
	Modernización y Conocimientos en planeación(CONPLAN)	
	Dirección e implantación de planes estratégicos(DIRIMPLAN)	
	Gestión de profesionalización(GESTPROF)	
	Tener la capacidad de prever y anticiparse al cambio (CAPRECA)	
Capacidad de adaptarse al cambio(CAPADAP)		
Factores internos de la empresa (FIE)	Razones organización solidaria (RASOL)	Categorica
	Principales asociados (PRINAS)	Categorica
	Grado de Rivalidad (GRARIVA)	Categorica
	Diversidad de productos (DIVERPS)	Escala de Likert: 1 (valor más bajo) a 5 (valor más alto)
	Cuota de Mercado (CUOMER)	
	Imagen de la organización (IMAGOR)	
	Imagen de marca comercial (IMARC)	
Nivel de presupuesto de la organización (NIPRE)		

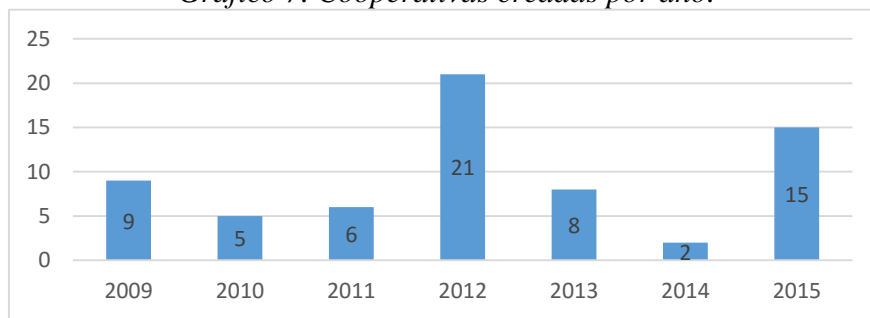
	Promoción publicitaria (PROMPUB)	
	Grado de satisfacción de asociados (SATISASO)	
	Protección de medio ambiente (PROTAM)	
	Gestión de conocimiento (GESCONO)	
	Costo de talento humano (COSTH)	
	Calidad de las materias primas (CALIMAPRI)	
	Poder de negociación con los proveedores (PONEPRO)	
	nivel de tecnología que maneja(NIVTEC)	
	Flexibilidad del sistema de servucción (FLEXSERVU)	
	Capacidad de servicio instalada (CAPASERIN)	
	Productividad (PRODAD)	
	Utilización de materiales ecológicos (UTIECO)	
	Incorporación de nuevas tecnologías (INCORTEC)	
	Calidad de servucción (CALISERVU)	
	Incorporación de acciones para mejorar la calidad (INCORACAL)	
	Calificación técnica de los trabajadores(CALITECTRAB)	
	Satisfacción con los beneficios (SATISBENE)	
	Grado de participación de trabajadores y/o empleados (GRADOPARTI)	
	Existencia de sistemas de valoración (SISVAL)	
	Prevalencia de los trabajadores y/o empleados (PREVTRAB)	
	Sistemas de formación y motivación (SISFORMOT)	
	Clima laboral (CLIMLAB)	
	Nivel de endeudamiento (NIVENDU)	
	Margen comercial de las ventas (MARCOM)	
	Costos financieros (COSTFINAN)	
	Autoeficacia y revisión de resultados corporativos (RECORP)	
	Compatibilidad de Costos (COMPACOST)	
	Planificación de la tesorería (PLANITESO)	
Resultados de la empresa	Rentabilidad económica (RENTAECO)	Excedentes anuales divididos por los activos anuales
	Rentabilidad Financiera (RENTAFINAN)	Excedentes anuales divididos por el patrimonio anual
	Rentabilidad social (RENTASOCI)	Número de empleados, número de asociados (var %)
VARIABLES DE CONTROL	Sector económico (SECTOR)	Categoría
	Antigüedad de la empresa (ANTIGÜEDAD)	Años de constitución empresa.

Fuente: Elaboración propia

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Al realizar el análisis de la muestra escogida, se obtuvo que en el año 2012, se conformaron 21 cooperativas, cabe resaltar que en este año fue cuando se inició el proceso de los diálogos de paz y fue a su vez, cuando se crearon el mayor número de cooperativas de la muestra, seguidas por el año 2015 en el cual se crearon 15 cooperativas (ver ilustración 1). A su vez, se observa un incremento de las mismas durante el 2012, del 250% respecto al año anterior, sin embargo, durante los años 2013 y 2014 se observa un decrecimiento de 62% y 75%, respectivamente, respecto al año anterior. Para el año 2015 se puede observar un crecimiento nuevamente del número de cooperativas creadas del 650%, respecto al 2014.

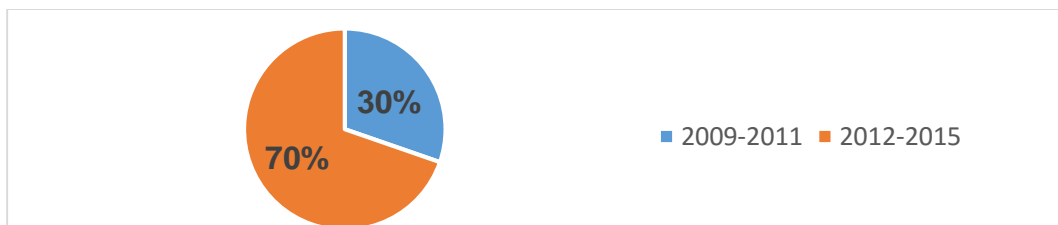
Gráfico 7. Cooperativas creadas por año.



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En el gráfico 2 se observa el porcentaje de cooperativas creadas del 2012 al 2015, comparado con el porcentaje de cooperativas creadas del 2009 al 2011. En esta grafica se puede ver claramente que el porcentaje del 2012 al 2015 es mayor, por ende se puede afirmar que durante el periodo de los diálogos de paz en Colombia (2012 - 2015) se ha presentado un incremento del número de cooperativas conformadas en la ciudad de Cali, por lo tanto se acepta la hipótesis uno.

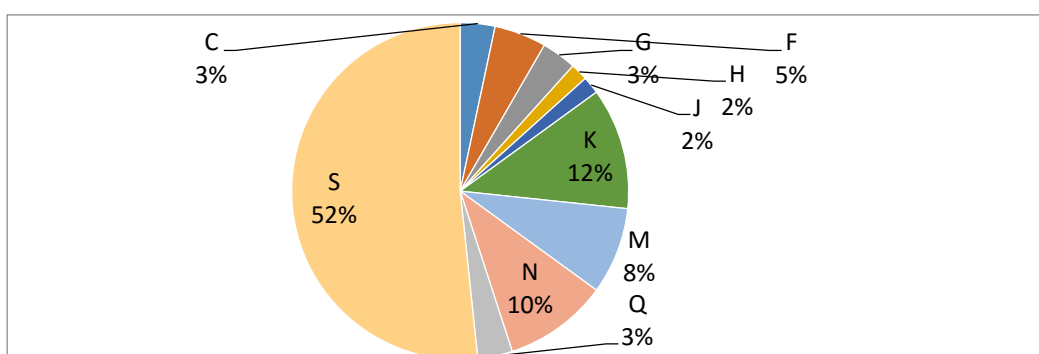
Gráfico 8. Cooperativas creadas antes y durante los diálogos de paz



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la siguiente ilustración se muestra los sectores que manejamos en la muestra, los cuales están divididos en 10 sectores; en la tabla 1 se muestra el sector que representa cada letra. El sector de otras actividades de servicios representa el 52% del total de la muestra, este es el sector que tiene el mayor número de cooperativas de la muestra, seguido por el sector de otras actividades financieras y de seguros con un 12% y luego por el sector de actividades de servicios administrativos y de apoyo con un 10%. Los dos sectores con menor representación son los de transporte y almacenamiento y el de información y comunicaciones con un 2% para cada uno.

Gráfico 9. Sectores a los cuales pertenecen las cooperativas



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

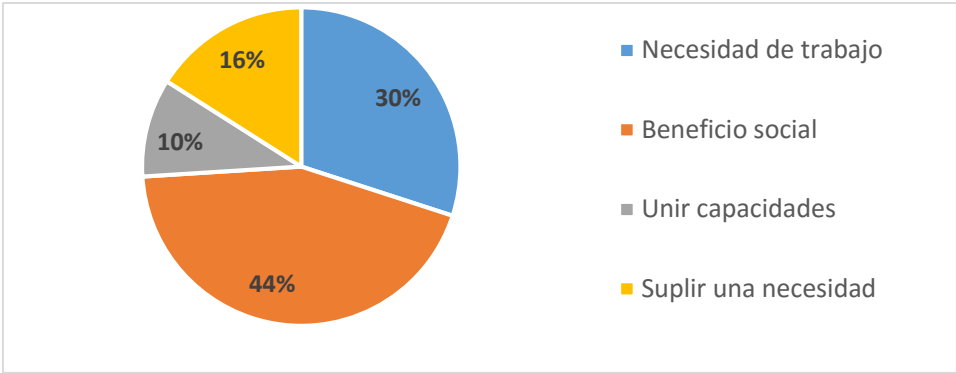
Tabla 7. Referencias de los sectores

Letra	Sector
C	Industrias Manufactureras
F	Construcción
G	Comercio al por mayor y al por menor, y reparación de vehículos automotores y bicicletas
H	Transporte y almacenamiento
J	Información y comunicaciones
K	Otras actividades financieras y de seguros
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
Q	Sector de actividades de atención humana y de asistencia social
S	Otras actividades de servicios

Fuente: Elaboración propia

En la ilustración siguiente se muestra las principales razones por las cuales fueron creadas las cooperativas de la muestra, se puede observar que la razón principal por la cual fueron creadas, con un 44%, es lograr un beneficio social. Seguida por la necesidad de trabajo y suplir una necesidad con un 30% y 16 %, respectivamente.

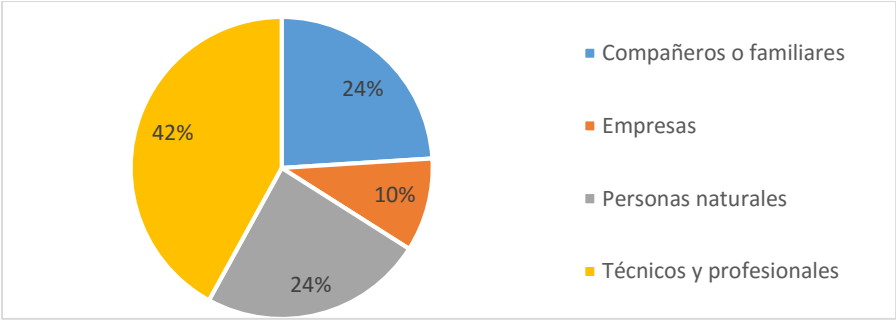
Gráfico 10. Razón por la cual fue creada la cooperativa



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

De la misma manera, en la encuesta se preguntó quiénes eran los principales asociados de la cooperativa (ilustración 4). Entre los resultados cabe resaltar que el grupo más representativo son técnicos y profesionales, con un 42%.

Gráfico 11. Principales asociados de las cooperativas

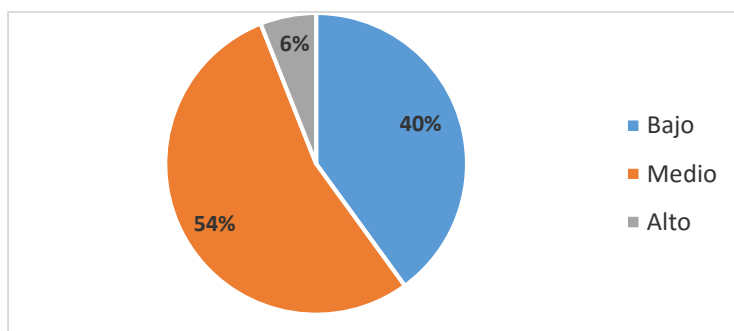


Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la ilustración 5, se muestra que el 54% de los emprendedores de las cooperativas analizadas califican como “media” la facilidad de emprender procesos sociales en Colombia. Sin embargo, se debe resaltar que un 40% considera como “baja” la facilidad, ya que actualmente existen grandes barreras al momento de constituir este tipo de

emprendimientos, como lo son la escasez de recursos, la falta de asesoramiento, y la ausencia del apoyo estatal. Lo anterior, refleja que el país debe seguir fortaleciendo los procesos de creación de empresas sociales, dado que estas pueden llegar a ser sostenibles y generar soluciones a los problemas que afectan el bienestar social.

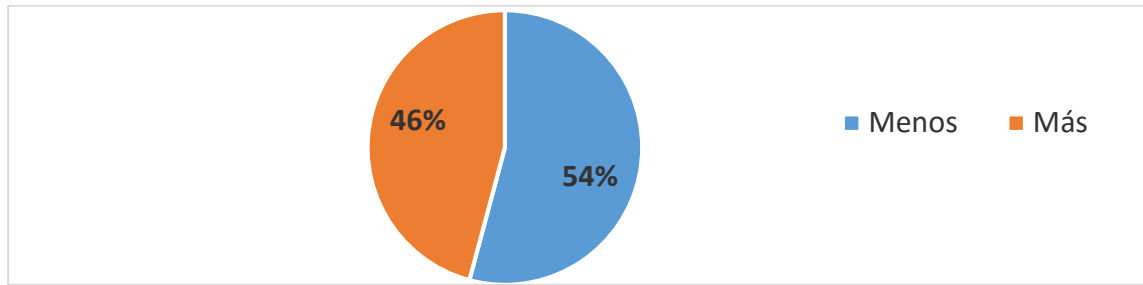
Gráfico 12. Facilidad de emprender



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

A partir del estudio realizado, se puede evidenciar que los emprendedores de las cooperativas de la ciudad, no tienen claridad si éstas son menos o más conformadas en tiempos de crisis. Se debe resaltar, que el presente análisis se basa en el estudio realizado por los españoles Sanchis-Palacio, Campos-Climent, Mohedano-Suanes en el 2014, el cual arrojó que el número de cooperativas conformadas es mayor en las recesiones económicas. Según lo anterior, se puede afirmar que la percepción de los emprendedores no está ligada con las conclusiones del estudio mencionado, ya que el 54% de la muestra afirmó que son menos constituidas en estos periodos. Por lo tanto, es importante que los emprendedores estudien las investigaciones publicadas en el mundo, con el fin de que puedan aplicarlas a sus respectivas regiones y así generar conocimientos que se basen en análisis estadísticos y no solamente en percepciones. Por ejemplo, a partir de esta investigación, se podrían dar cuenta que los emprendimientos sociales en Valencia aumentan en estos periodos, dado que la inestabilidad económica provoca la crisis de una gran cantidad de empresas capitalistas tradicionales, siendo este uno de los momentos donde las comunidades e individuos deciden asociarse para generar nuevas oportunidades.

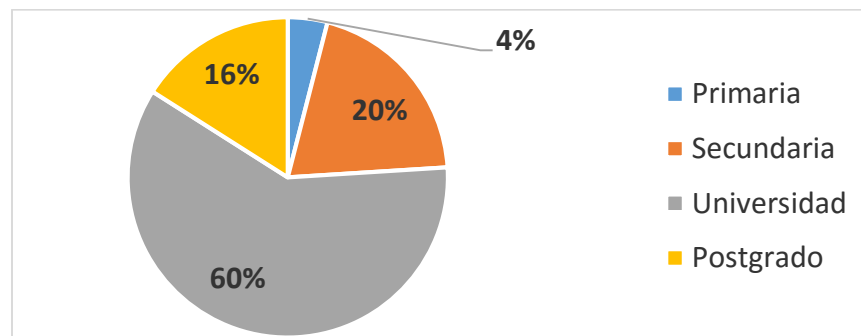
Gráfico 13. Porcentaje de constitución de cooperativas



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Además, este análisis permitió conocer más a fondo las características de los emprendedores de las cooperativas. Por ejemplo, con respecto al nivel educativo, se puede afirmar que el 60% de los emprendedores tienen una formación universitaria, lo cual refleja una preparación académica para enfrentar ciertas situaciones de la realidad. No obstante, en este momento, los programas universitarios carecen de contenidos relacionados con el emprendimiento social, provocando que se pierda la importancia sobre estos temas y se haga énfasis principalmente en el estudio de las empresas tradicionales. Lo anterior, significa que un título universitario no garantiza que los emprendedores tengan los conocimientos requeridos al momento de conformar una empresa social, siendo este un punto que debe ser revisado por las instituciones educativas con el fin de incentivar este tipo de emprendimiento. Igualmente, se debe destacar que el 16% tienen un estudio de postgrado, lo cual representa una mayor preparación de los emprendedores siempre y cuando sus estudios se basen en el enfoque social.

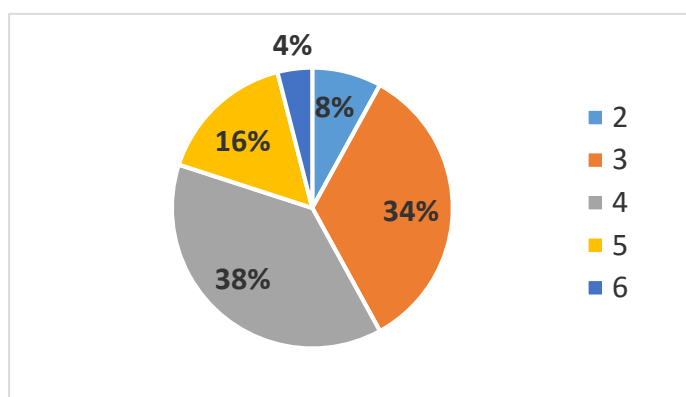
Gráfico 14. Nivel Educativo



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Adicionalmente, en la ilustración 8 se puede observar la clasificación por estrato socio-económico de los emprendedores de las cooperativas. El 72% de los encuestados, viven en estratos 3 y 4, lo cual refleja la calidad de vida que han logrado los emprendedores enfocados en abarcar los problemas de la sociedad. Es importante resaltar, que las cooperativas requieren de una adecuada planeación y una buena gestión de los recursos con el fin de obtener excedentes y así perdurar en el tiempo. En este punto es fundamental el papel de los emprendedores, ya que deben tener la capacidad de establecer unas metas alcanzables según los recursos con los que disponen.

Gráfico 15. Clasificación por estrato socio-económico de los emprendedores



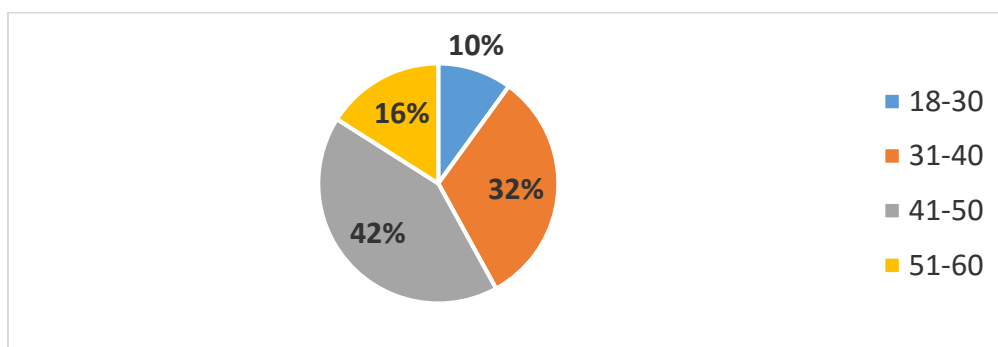
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Otra característica que se debe mencionar es el rango de edad que presenta el grupo de emprendedores del estudio. Como se observa en la ilustración 9, el 42% se encuentra entre los 41 y 50 años; y el 32% entre los 31 y 40 años. Lo anterior permite inferir que los emprendedores en general, empiezan a considerar este tipo de emprendimiento a partir de los 30 años, lo cual va a ser explicado a partir del estudio realizado por Erik Erikson.

Para este autor, los individuos durante este rango de edad se encuentran atravesando dos etapas psicosociales. La primera, se relaciona con la intimidad frente al aislamiento, es decir que los individuos empiezan a forjar relaciones de confianza, con el fin de lograr un apoyo incondicional para la consecución de sus proyectos de vida. La segunda, se relaciona con la generatividad frente al aislamiento, etapa en la cual los individuos empiezan a mejorar sus niveles de productividad y a cuestionarse sus propósitos personales. Lo anterior, permite afirmar que la mayoría de los emprendedores sociales se encuentran en

este rango de edad, dado que en este momento comienzan a pensar en la asociación y en las relaciones de confianza para desarrollar proyectos que tengan altos niveles productivos y respondan a fines específicos.

Gráfico 16. Rango de edad de los emprendedores



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

La importancia por parte de los emprendedores y la situación real de las cooperativas en la categoría del marketing se analizaron a través de los factores estratégicos que se muestran en la tabla 2. Según la valoración de los emprendedores se puede afirmar que esta categoría es considerada con un alto grado importancia con el fin de lograr un adecuado funcionamiento de las cooperativas. Sin embargo, la situación real refleja que existen muchos factores que deben fortalecerse en este campo, siendo la limitación de los recursos una de las razones que impide desarrollar todas las estrategias de mercadeo requeridas.

Tabla 8. Evaluación Marketing

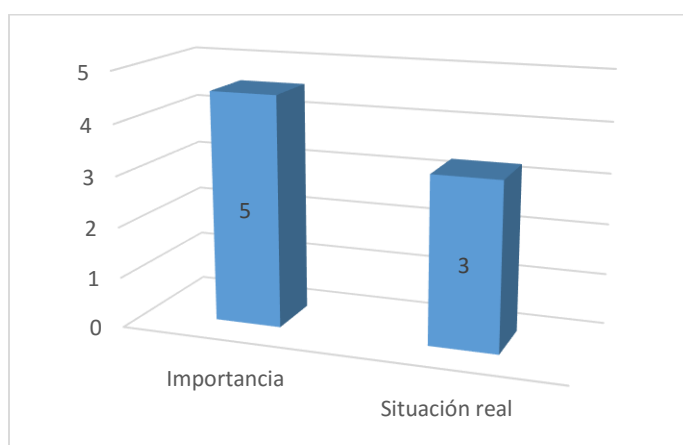
Factor	Importancia	Situación real
Diversidad de productos y/o servicios	4	3
Cuota de mercado	4	3
Imagen de la organización	5	3
Imagen de marca comercial	5	3
Nivel de presupuesto de la organización	5	3

Fidelización de asociados	4	3
Facilidad para ampliar cartera de asociados	4	3
Promoción publicitaria	5	3
Grado de satisfacción de asociados	5	4
Protección medio ambiente.	5	3

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la siguiente ilustración se muestra el promedio obtenido para la categoría del marketing. La calificación promedio en importancia fue de 5 y para la situación real fue de 3, lo cual refleja la alta importancia que tiene este campo sobre la gestión y el desarrollo de las cooperativas. No obstante, con relación a la situación real se observa que en general, las cooperativas se encuentran en una situación media, y por lo tanto deben revisar e incluir estos factores en sus planes de trabajo.

Gráfico 17. Promedio Marketing



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Además, se puede evidenciar que el tema del aprovisionamiento dentro de las cooperativas es considerado por los emprendedores como un factor de alta importancia, ya que la relación con los proveedores es primordial para ofrecer servicios de calidad. Con respecto a la situación real, se observa que la mayoría de cooperativas son fuertes en este aspecto. Sin

embargo, hay factores que se deben seguir trabajando como en el caso del costo del talento humano, el cual es esencial para garantizar un adecuado funcionamiento.

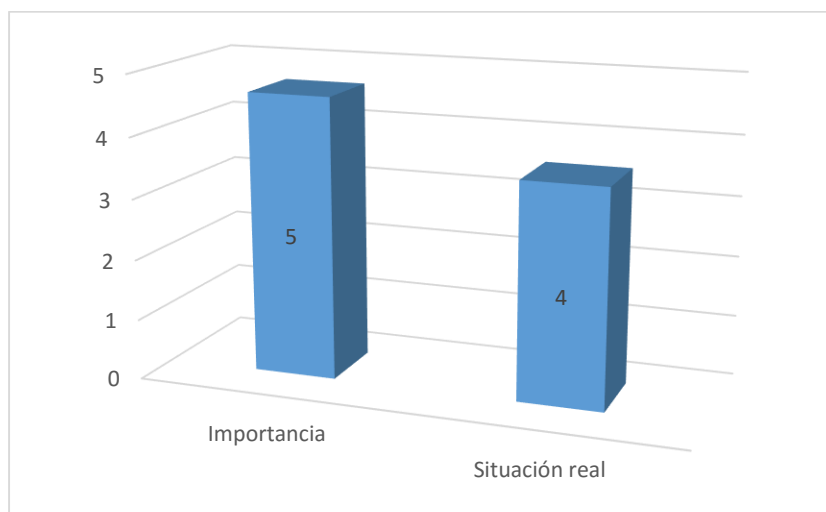
Tabla 9. Evaluación Aprovisionamiento

Factor	Importancia	Situación real
Conocimiento de los proveedores	5	4
Gestión de conocimiento	5	4
Costo de talento humano	5	3
Calidad de las materias primas	5	4
Poder de negociación con los proveedores	5	4

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

A continuación se presenta el promedio de aprovisionamiento de las cooperativas analizadas. En la encuesta realizada, los emprendedores en promedio calificaron este campo con una “alta importancia”, lo cual se ve reflejado en la situación real de las cooperativas, ya que en promedio se encuentran en una situación fuerte frente a los temas relacionados con aprovisionamiento, afirmando que gran parte de su esfuerzo está dedicado a fortalecer estos factores.

Gráfico 18. Promedio aprovisionamiento



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Por su parte, los emprendedores le dieron una “alta importancia” a la categoría que hace referencia a la servucción/servicio, ya que las cooperativas se basan en ofrecer servicios que logren suplir con las necesidades de los individuos y las comunidades. Sin embargo, a pesar de su importancia, la situación real de las cooperativas se encuentra en un nivel medio, es decir que estas empresas sociales deben enfocarse en estos factores con el fin de mejorar su nivel de servicios. Entre los factores a fortalecer se encuentran: el nivel de tecnología, la capacidad del servicio instalado, la información de los procesos de servucción y la utilización de materiales ecológicos.

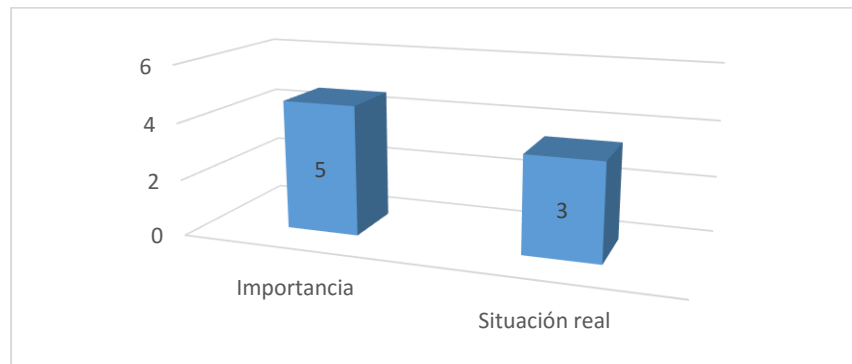
Tabla 10. Evaluación servucción

Factor	Importancia	Situación real
Nivel de tecnología que maneja	5	3
Flexibilidad del sistema de servucción	5	4
Capacidad de servicio instalado	5	3
Productividad	5	4
Información de procesos de servucción	5	3
Organización y planificación de procesos de servucción	5	3
Utilización de materiales ecológicos	5	3

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Se puede observar que en promedio la servucción fue catalogada por los emprendedores como “muy importante”, mientras que la situación real de las cooperativas se encuentra en una “situación media”. Lo anterior, confirma la dificultad que están teniendo las cooperativas para operar y para mejorar sus servicios, y por ende deben tratar de implementar nuevas estrategias que permitan fortalecer cada uno de los factores estratégicos y así ser cada vez más eficientes.

Gráfico 19. Promedio servucción



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Igualmente, los indicadores de calidad (I+D+i) obtuvieron una “muy alta” importancia por parte de los emprendedores de las cooperativas analizadas. Sin embargo, en la situación real existen factores a fortalecer con el fin de optimizar los procesos internos de las cooperativas, entre ellos están: la innovación en productos y/o servicios, la innovación en procesos, y la rapidez de la incorporación de nuevas tecnologías.

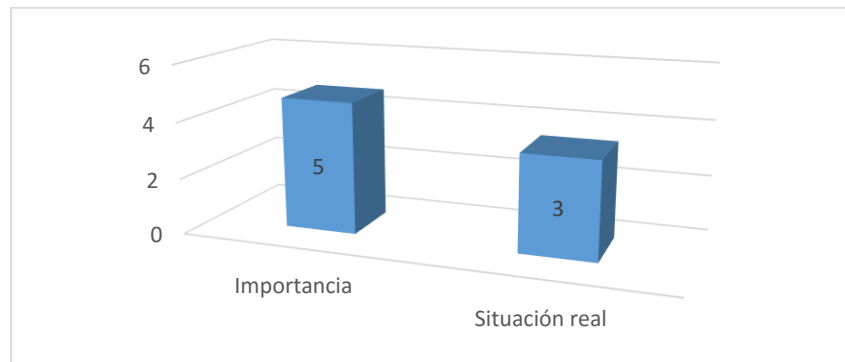
Tabla 11. Evaluación indicadores de calidad

Factor	Importancia	Situación real
Innovación en productos y/o servicios	5	3
Innovación en procesos de productos y/o servicios	5	3
Rapidez de la incorporación de nuevas tecnologías	5	3
Calidad de servucción	5	4
Incorporación de acciones de mejorar la calidad	5	4

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Como se dijo anteriormente, la importancia sobre los indicadores de calidad es muy alta, dado que los emprendedores consideran que la innovación es primordial en cualquier tipo de emprendimiento para mejorar los servicios prestados. La situación real no es ni fuerte ni débil sobre este campo, y por lo tanto se debe gestionar y destinar recursos a los proyectos que fomentan la innovación.

Gráfico 20. Promedio indicadores de calidad



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la encuesta se analizó la parte de talento humano en 8 preguntas, las cuales se resumen en la siguiente tabla. Cabe resaltar que a la mayoría de estos factores les dan una importancia muy alta pero al analizar la situación real ningún factor obtiene una puntuación igual de alta. De igual manera, los factores más relevantes a mejorar es la calificación técnica de sus trabajadores y/o empleados, incrementar la educación corporativa y cooperativa de los mismos, introducir sistemas de valoración dentro de la empresa e implementar sistemas de formación y motivación para sus colaboradores.

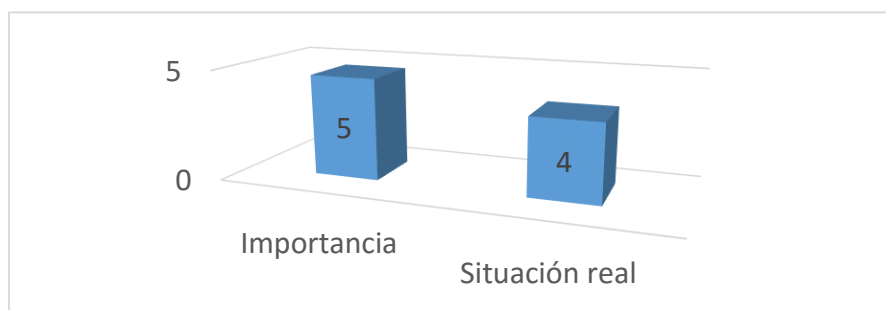
Tabla 12. Evaluación Talento Humano

Factor	Importancia	Situación Real
Calificación técnica	4	3
Educación Corporativa y Cooperativa	5	3
Satisfacción beneficios	5	4
Participación actores	5	4
Sistemas de valoración	5	3
Prevalencia empleados	5	4
Sistema de formación y motivación	5	3
Clima laboral	5	4

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la siguiente ilustración se muestra el promedio obtenido de talento humano. Dado que la importancia fue cinco y la situación real fue cuatro, se puede concluir que las cooperativas se encuentran en una buena posición en cuanto a talento humano, aunque les faltan cosas por mejorar esta situación se considera fuerte.

Gráfico 21. Promedio talento humano



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

La siguiente categoría es el financiamiento, con esta se pretendía saber cómo estaban las cooperativas con su capacidad y nivel de endeudamiento, de beneficios económicos, de costo financieros, qué tan eficaces estaban siendo las cooperativas en sus resultados, en compatibilidad de costos y en la planificación de la tesorería. Se puede observar en la tabla siguiente que no le dan una alta importancia a estos factores y de la misma manera, la situación real de las cooperativas tiene un comportamiento medio, siendo el promedio de ésta situación tres (ver ilustración 15)

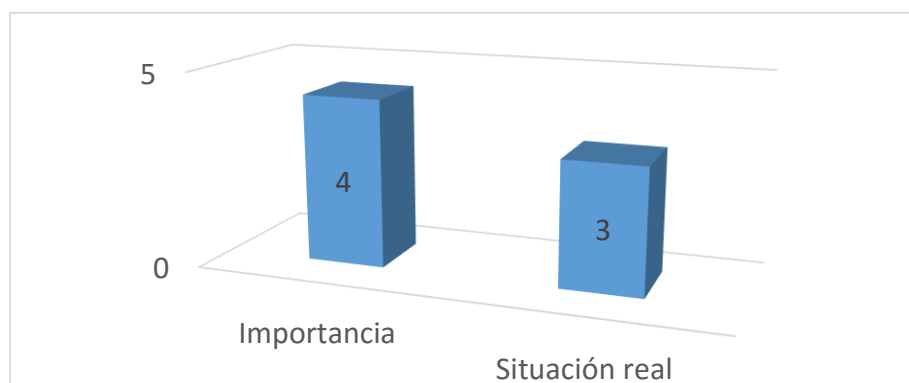
Tabla 13. Evaluación Financiamiento

Factor	Importancia	Situación Real
Nivel de endeudamiento	4	3
Beneficios económicos	4	3
Acceso a financiamiento	4	3
Costos financieros	4	3
Autoeficacia	5	3
Compatibilidad de costos	4	3
Planificación Tesorería	4	3

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Al realizar las encuestas a los emprendedores nos expresaban que este factor financiero no era tan importante porque buscaban por sus propios medios los recursos sin necesidad de endeudarse, que el endeudarse para ellos era algo que no tienen previsto en los próximos años. Que solo con el aporte que dan los asociados ha funcionado para que las cooperativas sigan en su actividad económica. De la misma manera, ellos hacían la observación que no buscaban lucrarse de esta actividad, sino por el contrario contribuir a la razón social que cada una de ellas tenía, claramente sin el objeto de obtener pérdidas.

Gráfico 22. Promedio Financiamiento



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

Finalmente se midió la administración de las cooperativas con cinco factores que se consideraron relevantes: modernización y planeación estratégica, implantación de planes estratégicos, gestión de profesionalización, capacidad de prever el cambio y la capacidad de adaptarse al cambio. Los resultados obtenidos se encuentran en la tabla 7, en la cual cabe resaltar que solo la capacidad de adaptarse al cambio muestra una alta calificación en la situación real.

Tabla 14. Evaluación Management

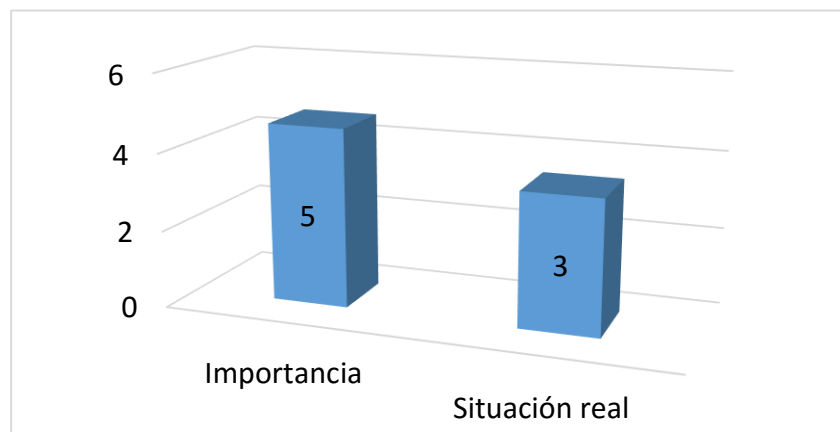
Factor	Importancia	Situación Real
Modernización y planeación estratégica	5	3
Implantación planes estratégicos	5	3
Gestión de profesionalización	5	3
Capacidad de prever el cambio	5	3

Capacidad de adaptarse al cambio	5	4
----------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

En la ilustración 16 se muestra el promedio de Management, se puede concluir que los emprendedores reconocen la importancia de estar mejorando constantemente en cuanto a las prácticas y a la vez, reconocer que el mundo se encuentra en un cambio constante y que hay que asumir esto para poder continuar con la empresa. Sin embargo, lo emprendedores no aplican esto que piensan dado que la situación real tuvo un promedio de tres.

Gráfico 23. Promedio Management



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados

CONCLUSIONES

Dado que durante el periodo de los diálogos de paz en Colombia (2012 - 2015) se presentó un incremento del número de cooperativas conformadas en la ciudad de Cali, sería bueno analizar luego de que se firme el tratado de la paz, si por la mayor demanda de trabajo de los reinsertados en la sociedad y porque esto trae consigo una problemática social, se crearan cooperativas que apoyen y ayuden a estas personas a integrarse a la sociedad, y cómo esto afectaría el crecimiento del número de cooperativas creadas en Colombia.

Los emprendedores de las cooperativas caleñas analizadas le dieron un grado de importancia alto a cada uno de los factores puestos en el estudio, los cuales fueron: marketing, aprovisionamiento, indicadores de calidad, talento humano y management. Cabe resaltar que en promedio, los factores que tuvieron una menor calificación fueron los que

estaban relacionados con la parte de financiamiento y mercadeo respectivamente. Sin embargo, para ellos es indiscutible que todos estos factores son fundamentales y que deben ser trabajados con el fin de garantizar el grado de éxito de sus emprendimientos sociales.

En este momento, las cooperativas se encuentran en una situación fuerte con respecto al aprovisionamiento y el talento humano, dado que a pesar de las condiciones que hoy viven las cooperativas se han podido fortalecer más que los demás. Por lo anterior, es posible resaltar que estos dos factores han influido en gran parte sobre el éxito de las cooperativas actuales, dado que los emprendedores han determinado que las relaciones con los proveedores y la gestión del capital humano son aspectos que permiten un adecuado funcionamiento de sus empresas.

En el análisis realizado, se evidenció que el factor estratégico más crítico en la situación de las cooperativas es el que involucra los temas relacionados con el financiamiento. Gran parte de los emprendedores consideran que es muy poco lo que pueden hacer para mejorar las condiciones financieras de sus empresas, afirmando que esta es la razón por la cual los otros factores se ven directamente comprometidos. Por ejemplo, como ocurre con el factor del mercadeo, el cual obtuvo en el estudio la segunda calificación promedio más baja.

Igualmente, se debe mencionar que las cooperativas se encuentran en promedio en una situación media frente a los factores estratégicos estudiados. Es decir, que las empresas sociales tienen grandes retos que deben estar basados en seguir fortaleciendo cada uno de estos factores con el propósito de ser sostenibles y así cumplir su razón de ser.

Bibliografía

Rama Legislativa Nacional. (1998). Ley 454 de 1998. Colombia.

Alford, S., Brown, L., & Letts, C. (2003). Social entrepreneurship: leadership Working Paper. Cambridge: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.

Arboleda, O., & Zabala, H. (2011). *Condiciones clave para el éxito y sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de Medellín*. Medellín : Universidad de Medellín.

ASHOKA. (2009). *Empresas sociales: Aprendizaje sobre la práctica de emprendedores sociales*.

- Barba, V., & Martínez, M. (2006). Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas. El emprendedor como factor clave en el proceso de cambio. *Boletín económico de ICE*, N° 2882, 15-27.
- Baumol, W. (1993). Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*, 8, 197-210.
- Becerra, M., Cortés, E., Malacara, A., & Alegría, N. (2014). Factores detonadores del emprendimiento social, base para el análisis de casos de éxito. *International Review business research papers*, 134-156.
- Besanko, D., Dranover, D., Shanley, M., & Schaefer, S. (2004). *Economics of Strategy. Third edition*. New York: Wiley.
- Blaug, M. (1986). *Economic History and the History of economics*. Nueva York: NYU Press.
- Blaug, M. (1997). *Economic Theory in Retrospect (5a ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bornstein, D. (2004). How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas. *Nueva York: Oxford University Press*.
- Burnett, D. (2000). The Supply of Entrepreneurship and Economic Development. *Founder Technopreneurial.com*.
- Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). CCC. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/entidades-sin-animo-de-lucro/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/cooperativas>
- Campos Climent, V., Mohedano Suanes, A., & Sanchis Palacio, J. (2014). *Factores determinantes en el éxito de la creación de pequeñas y medianas empresas. El caso de las cooperativas en España*. Valencia.
- Cantillon, R. (1996). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de cultura económica.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. INTEC Chile*.
- Chandler, A. (1995). Introduction: The visible hand. En Harvard University Press. *The visible hand. the managerial revolution in American Business*, 1-12.
- Claver Cortés, E., Pertusa Ortega, E., & Molina Azorín, J. (2001). *Estructura organizativa y resultado empresarial*.
- Coase, R. (1968). La naturaleza de la empresa. En George Stigler y K. E. Boulding. (Aguilar, Ed.) *Ensayos sobre la teoría de los precios*.

- Coraggio, J. (2011). *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito : Abya-Yala .
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2011). *Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador*. Cuenca.
- Dess, J. (1998). *The meaning of "social entrepreneurship"*. Stanford University.
- Drayton, B. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*. Vol. 44 No. 3.
- Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Edhasa.
- Formichella, M. (2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*. Buenos Aires, Argentina: INTA.
- Fowler, A. (2000). NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third Worlds Quarterly*. Vo.21. No.4.
- GAIGER, L. (2003). *Emprendimientos económicos solidarios*. Porto Alegre: CATTANIA otra economía.
- Grau, M. (2012). *El emprendimiento social: estructura organizativa, retos y perspectivas de futuro*. Cuadernos de la cátedra "la Caixa", Barcelona.
- Grau, M. (2012). *Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social*. Cátedra "la Caixa" de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo. España.
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (Marzo de 2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203-215.
- Gunning, J. (2000). *The idea of entrepreneur Role as Distinctly Human Action: A History of Progress*.
- Guridi Aldanondo, L., Pérez de Mendiguren Castresana, J., Iametti Señorino, A., Deuz Marzi, M., Vázquez, G., & Uribe, A. (2001). *Experiencias de Economía Social y Solidaria: compartiendo estrategias y aprendizaje*. REAS Euskadi.
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). *Emprendimiento social*. Estudios Gerenciales.
- Hartigan, P. (Marzo de 2009). *Why Social Entrepreneurship is More Than a Passing Trend*. Social Ventures Australia.
- Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact of society. *Social Enterprise Journal*. Vol.7. No.2.

- KANTIS, H., ISHIDA, M., & KORI, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kirzner, I. (1998). *El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I*. Madrid: Unión Editorial.
- Martin, R., & Osberg, S. (2007). social entrepreneurship: the case for a definition. *Stanford Social Innovation Review*.
- Merino, A. (2013). *Guía del emprendedor social: inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing. Vol.8. No.1*.
- Ohmae, K. (1989). The global logic of strategy alliances. *Harvard Business Review*, 67, 143-154.
- Organizaciones Solidarias. (s.f.). Obtenido de <http://www.orgsolidarias.gov.co/educaci%C3%B3n-solidaria/nuestras-organizaciones/solidarias-de-desarrollo>
- Perdomo Charry, G. (2010). Empresarialidad y empresa: una aproximación desde la escuela austríaca. *ESTUDIOS GERENCIALES*, 26(115), 161-178.
- Pinchot, G. (1987). *Innovation Through Intrapreneuring*.
- Pinchot, G. (2003). What Intrapreneurs Can Do.
- Pomerantz, J. (2013). The business of social entrepreneurship in a "down economy". *Business*, 25-30.
- Programa ciudad E. (2006). *Anotación sobre la empresa social. Componentes de la gestión del conocimiento*. Medellín.
- Razeto, L. M. (1993). *La Economía de Solidaridad: Concepto, Realidad y Proyecto*.
- Rodríguez, A., & Ojeda, E. (2013). Emprendimiento social: un concepto en busca de sostenibilidad. *Debates IESA. Vol. 18. No.4*, 49-52.
- Roldán, K. S. (18 de 11 de 2011). Cuadernos de Administración. *El desarrollo de habilidades gerenciales para el Tercer Sector. Un marco conceptual y una metodología*. Norteamérica.
- Sánchez de Roldán, K. (2002). *El Desarrollo de Habilidades Gerencias para el Tercer Sector. Un marco conceptual y una metodología* (Vol. 18).

- Sanchis Palacio, J., Campos Climent, V., & Mohedano Suanes, A. (2015). *Factores clave en la creación y desarrollo de cooperativas. Estudio empírico aplicado a la comunidad valenciana*. Valencia.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won!*
- Super Intendencia de la Economía Solidaria. (2015). *supersolidaria*. Obtenido de <http://www.supersolidaria.gov.co/es/entidades-vigiladas/entidades-vigiladas-que-reportan-informacion-2015>
- Tan, W.-L., Williams, J., & T-M. (2005). Tan: defining the "social" in "social entrepreneurship": altruism and entrepreneurship. *International entrepreneurship a management journal*, 353-365.
- Thornton, M. (1998). The Origin of Economic Theory: A portrait of Richard Cantillón (1680-1734).
- Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. (s.f.). *Día del trabajo decente*. Obtenido de http://www.diadeltrabajodecente.com/uploads/6/9/4/9/6949520/abc_sector_solidario.pdf
- Universidad Knowledge at Wharton. (29 de marzo de 2005). Empresarios sociales: desempeñando en la sociedad el papel de agentes de cambio.
- Zahra, N., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: motives, search processes, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*. Vol 24. No. 5.