



Repercusión social del emprendimiento

DOI: <http://dx.doi.org/10.18259/per.2019002>

Mg. Martín Galván Castillo*

Centro de Emprendimiento del Tecnológico Nacional de México

Todo proyecto emprendedor genera una serie de encadenamientos que no sólo generan mejoras tangibles dentro de la sociedad, sino que estimulan el crecimiento de cada región, mediante el estímulo de la participación responsable de los ciudadanos.

A lo largo de mis quehaceres como emprendedor y educador en el tema, he encontrado distintas definiciones de «emprender», pero destaco la que ofrece la Real Academia de la Lengua (RAE): “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño especialmente si encierran dificultad o peligro” (*Diccionario de la Real Academia, 2018*). El inicio de un negocio involucra el riesgo la dificultad y la incertidumbre, pero, aun así, se enfrenta, recurriendo a una cantidad mínima de datos, conocimientos, recursos y una buena dosis de temeridad y voluntad. Pero...¿para qué emprender? ¿Por qué? ¿Para quién? ¿Quiénes son los beneficiarios de tanto esfuerzo continuado? Con frecuencia, asumimos que el emprendedor es el primer beneficiado de todo proyecto que se ejecute. Aunque, en esta afirmación hay algo de cierto, un emprendedor difícilmente generará un flujo de efectivo positivo del cual pueda sacar provecho cuando su

proyecto esté ya maduro y se haya consolidado financieramente. Si el proyecto es exitoso este tiempo de maduración se prolongará. Si no lo es, pues, los beneficios que genere serán magros. Y, aun así, beneficia antes a clientes, compañeros de trabajo, proveedores y a la sociedad en pleno. Echemos un vistazo a quienes conforman este grupo.

El cliente

El cliente es el primer beneficiario en la lista. Todo producto exitoso busca satisfacer las necesidades y los trabajos del cliente, quien estará más que gustoso de pagar por esta solución. Incluso, estará dispuesto a pagar un precio más alto si el producto asigna a esta solución un valor alto. Es así cómo funciona el intercambio. Mediante un proceso mental y situacional, que cae dentro de la materia de estudio de los mercadólogos, el cliente, de manera totalmente arbitraria, asigna va-

* Consultor agroindustrial, docente emprendedor, responsable del Centro de Emprendimiento del Tecnológico Nacional de México.

lor al producto-solución. Por tanto, le corresponde al emprendedor identificar el trabajo que hace el cliente y diseñar una propuesta de valor atractiva, competitiva y novedosa, orientada hacia un número de clientes suficientemente grande como para que el emprendimiento resulte rentable y sostenible durante un período de tiempo. De este modo, si el producto supera las expectativas del cliente y cumple los trabajos para los que fue contratado, repercutirá en una reducción del costo y del trabajo para el mismo cliente, así como en un uso más eficiente de los recursos. Incluso, le ofrecerá una satisfacción que está más relacionada con lo psicológico que con lo útil.

Los compañeros de trabajo

Así como un emprendimiento resuelve los problemas de sus clientes potenciales, también contribuye a generar empleo. Si bien el emprendedor comienza autoempleándose, si todo va bien, pronto requerirá ayuda. Una vez que la empresa crezca, necesitará colaboradores. Es por esto que las pequeñas y medianas empresas son consideradas como las mayores generadoras de empleo. Según un reportaje publicado por la Revista *Forbes* en enero del 2018, acerca del panorama de las pymes mexicanas (Arana, 2018), en México, las empresas con menos de 100 empleados (micro, pequeñas

“ Los emprendimientos sirven como enlace entre los diferentes agentes de la economía. Además, a través de cadenas de valor y la proveeduría mutua, contribuyen al fortalecimiento regional y resuelven necesidades de una manera accesible y cercana al consumidor”.

y medianas empresas), representan el 99,8 % del universo de unidades económicas y generan el 78 % del empleo. El 72 % de ellas son producto de emprendimientos no mayores a 20 años de antigüedad.

El caso peruano no es diferente. Según la Cámara de Comercio de Lima (Andina, 2018), las Pymes brindan

empleo al 75 % de la población económicamente activa. Y estos datos son muy similares en otras economías latinoamericanas; sin embargo, su trascendencia radica en la ubicación de las empresas. Ahí, en el barrio donde el emprendimiento comienza, ahí mismo brinda empleos a los vecinos y lugareños. Esto representa una menor presión a los sistemas de movilidad urbana y evita la migración y el abandono de poblaciones pequeñas, ya que, además de empleo, se ofrece entrenamiento, capacitación, seguridad social y prestaciones a los colaboradores. Estos procesos y valores de disciplina empresarial son llevados a casa y pueden tener un impacto positivo en el entorno familiar y comunitario. Por ejemplo, si en la empresa se implanta un proceso de cinco meses, éste será llevado a casa y, de alguna manera, beneficiará la convivencia familiar a través del orden y la disciplina. Además, el acceso a seguros médicos no sólo beneficia a los trabajadores, también alcanza a todos los miembros de la familia.



“ La educación es el cimiento donde se apoyan todas las actividades de la empresa. Esta educación no se queda solo dentro de los muros de las instalaciones; trasciende las familias y la sociedad ”.

Los proveedores

Hemos visto cómo las empresas benefician a clientes y colaboradores. Pero, dado que los emprendimientos consumen insumos de manera regular, también requieren servicios, subcontratan procesos, compran equipos y mantenimiento y solicitan créditos que promueve la conexión con otras empresas. La formación de redes estructuradas que se sostienen mutuamente es lo que Robert Putnam describió como «Capital social» en su *Bowling alone* (2000). Estas redes ofrecen un sistema estructurado que transfiere conocimiento, adopta tecnología, acerca soluciones, reduce costos y ofrece alternativas a las dificultades diarias de cualquier emprendimiento.

Los proveedores multiplican los encadenamientos y los llevan a niveles superiores de la economía. También compiten por una proporción de los ingresos de los emprendimientos, generando nuevos empleos y haciendo eficiente las cadenas de suministro. Si los proveedores están en la base del proceso, como es el caso de los productores

primarios, estos reciben apoyo tecnológico de los emprendedores, así como financiamiento y una salida de mercado para sus productos.

La sociedad

¿Y qué ocurre con la sociedad? La empresa consume recursos de la sociedad y los procesa de una manera tal que el resultado obtenido (el producto) es de mayor valor que los insumos consumidos. Es así que la esencia económica de la empresa reside en ser eficiente y productiva. De esta manera, al consumir menos, reduce costos y precios, además, libera recursos para que sean usados por otras actividades, aumentando así el valor de lo producido.

Como vemos, los emprendimientos sirven como enlace entre los diferentes agentes de la economía y acercan regiones distantes. Además, a través de cadenas de valor y la proveeduría mutua, contribuyen al fortalecimiento regional y resuelven necesidades de una manera accesible y cercana al consumidor. Es así, que, si el impacto del emprendimiento es a nivel de un barrio o colonia, esa misma tendrá una opción de solución a sus necesidades. Pequeños talleres de costura, carpinterías, talleres eléctricos, mecánicos, etc. acercan servicios y los dejan accesibles a los vecinos que consumen mutuamente sus productos, tejiendo así una red de economía social. Los emprendimientos, por tanto, acercan la tecnología y los procesos de avanzada a la comunidad en que se asientan. Es así, que los emprendedores se convierten en elementos de comunicación entre las nuevas tecnologías y la



población y se generan nuevas formas de hacer, de concebir el entorno, la sociedad y de entregar valor.

Las empresas basan gran parte de sus actividades en el entrenamiento y capacitación constante. Pero, la tecnología cambia de manera vertiginosa y la única manera de aprovecharla con ventaja es a través de la educación. La educación, por tanto, es el cimiento donde se apoyan todas las actividades de la empresa. Esta educación no se queda solo dentro de los muros de las instalaciones; trasciende las familias y la sociedad a través de los colaboradores, de los productos y de las relaciones de la empresa con la comunidad. Además, mediante el pago de impuestos, una vez que los emprendedores formalizan sus actividades, contribuyen al financiamiento de proyectos comunitarios, regionales y nacionales. Esta contribución anima a los emprendedores a participar en el diseño y modificación de políticas públicas, a asociarse con otros emprendedores e impulsar iniciativas y programas que consideran de beneficio para sus actividades y las de sus colaboradores. Y, por supuesto, también los alienta a rechazar activamente aquellas que las impiden o entorpecen.

Impactos a niveles no medibles

Sin embargo, así como los emprendimientos generan impactos tangibles en la sociedad, también generan efectos positivos a niveles que es difícil de medir. Por ejemplo, contribuyen a la reducción de las tasas delictivas, al incremento en la seguridad de las comunidades, así como a la protección de grupos social y económicamente vulnerables.

Se sabe, además, que los emprendimientos procuran una mejora sustancial en el cuidado del ambiente y la convivencia entre individuos. El cumplimiento de normas y estándares posibilita una mejora en la administración, en la calidad de la producción y una relación armoniosa con el entorno, pues, orientan a los emprendedores a que eviten las agresiones contra el ambiente y contra la sociedad. Otro impacto poco evidente, a considerar, es la innovación, tanto en el dise-

ño de productos como en los procesos productivos, administrativos y de mercado.

Los emprendimientos, al estar bajo la constante presión de la competencia tanto local como internacional, encuentran nuevas posibilidades, modificaciones y aplicaciones para productos únicos, debido a la especial mezcla de factores, recursos y enfoques culturales que influyen en cada región y, por supuesto, en cada empresario. Aunque, en un principio parezca caótico, los emprendedores se sienten cómodos relacionándose en situaciones de igualdad. Construyen redes con estructuras de relación horizontal, en lugar de jerárquicas estructuras verticales. Esto estimula la construcción de capital social y, por ende, contribuye a que se constituyan relaciones formales estructuradas en la confianza mutua, y en la capacidad de negociación, más que en el acatamiento de disposiciones impuestas de manera subordinada. Las estructuras de relación horizontal, por tanto, estimulan la creatividad, permiten la flexibilidad en los procesos de producción y ofrecen sentido de pertenencia y responsabilidad social a los individuos.

Entonces, queda claro, que, la promoción del emprendimiento como política de desarrollo es un buen instrumento para estimular el crecimiento regional sistemático, basado en la participación responsable de los ciudadanos, pues, impulsa el uso racional de recursos y la maximización en la creación de valor, lo cual decanta en mejores estándares de vida para la comunidad.

Referencias

- Andina, Agencia Peruana de Noticias (21 de julio de 2018). Pyme emplea al 75% de la Población Económicamente Activa del Perú (nd). Recuperado de <https://bit.ly/32r9med>
- Arana, D. (31 de enero 2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. Forbes México. Recuperado de <https://bit.ly/3bS103v>
- Putnam, R.(2000). Bowling alone: The collapse and revival of american community. RCanada: Simon & Schuster Paperbaks.
- Real Academia de la Lengua (2018). Diccionario de la Lengua Española. Emprender. Recuperado de <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=Esp2Nv>