

# LOS NEGOCIOS SOCIALES: UNA REFORMA AL MODELO ECONÓMICO IMPERANTE

Roberto Acevedo\* | Bernardo Javalquinto\*\*

## RESUMEN

La creación de empresas sociales, en la propuesta global del Profesor M.Yunus, representa una visión de futuro que se focaliza en el concepto de humanización de la economía, tanto para individuos como empresas. Se establece con base el estudio y balance de relación individuos-empresas con el propósito de obtener crecimiento para las partes, de una manera racional que responda a una clara visión de futuro y con una estrategia simple, pero en sintonía con los paradigmas que cubren tanto la macroeconomía como la microeconomía. Es indispensable dar un paso significativo para derrotar la pobreza y recomponer el tejido social. Las partes, individuos y empresarios deben llegar a un punto de equilibrio, caracterizado por una ganancia líquida justa para los empresarios, otra fracción para mantención y modernización de la empresa y sueldos dignos para los individuos. En este esquema social de mercado los accionistas participan activamente con los individuos de la empresa, creando cartas Gantt dinámicas para lograr niveles importantes de producción y perfeccionamiento del personal y la gestión administrativa superior.

Palabras clave: escuela de negocios sociales, humanización de la economía, parámetros de crecimiento.  
JEL Código: M14

## ABSTRACT

In this article, we examine the actions needed to both create and open social business companies, within the framework of the global view of Professor Yunus which is based upon a view towards the new paradigm of the humanization of the economy, for both individuals and companies. We aim to establish as a formal starting point, the analysis required to get a right balance of the relationship; individuals-companies with the essential target of getting a substantial growing so as to put forward a new and simple path in close relation with both the areas of the micro economy and the macro economy. It is urgent to take any possible action so as to defeat poverty and to give birth to a new social treatment. Both sides should get together to reach an equilibrium point, characterized for a fair profit for the owners, a sensible policy of keeping the infrastructure and also a reasonable acquisition of updated instrumentals and a policy of logistic and supply chain. In this scheme of social business, the shareholders participate together with the individuals of the companies so as to create dynamic Gantt charts and in this way to increase the production, to get better and better employees and improving the higher administration processes.

Key words: School of Social Business, Humanization of the Economy, Growing Parameters.  
JEL Code: M14

---

\*Universidad Mayor, San Pio X. N° 2422, Providencia. CP: 7510041, roberto.acevedo@umayor.cl, Santiago, Chile.

\*\*Escuela de Negocios Sociales, Juan Crisóstomo Jaque N° 2281, Providencia. CP: 7510352, bjalquinto@gmail.com, Santiago, Chile.

## 1. INTRODUCCIÓN

En conformidad con el paradigma del Profesor Yunus, las empresas sociales se asocian a un negocio impulsado por una causa (1). En este esquema, los accionistas recuperan su dinero con las ganancias proporcionales a la productividad de la empresa, adquisición de tecnología de frontera, personal calificado, posicionamiento en el mercado marcado por la creación e innovación. El concepto ético es simétrico, tanto para los dueños de la empresa como para los trabajadores (2,3). Algunos elementos a ser considerados son: a) innovación y creación al interior de la empresa (reuniones de productividad y de proyección), b) empleo de tecnología de frontera (de esta forma, será en principio posible competir e ingresar al mercado como un par), c) confección de una carta Gantt dinámica (en esta debe quedar claramente establecido el compromiso de las partes, tiempos adecuados en la cadena logística de suministro, perfeccionamiento regular y sostenido, inclusión de la misión y visión como una paradigma, el cual debe ser exigible a todos, sin excepción de ninguna clase y/o naturaleza), entre otros.

Los parámetros explicitados anteriormente deben ser socializados y considerados la resultante del acuerdo en el caso de una *empresa social* basada en un paradigma de innovación, creación y equidad (4,5).

Resulta interesante decir algo sobre la inversión (concepto tradicional), que en el sistema imperante en muchos lugares del planeta tiende a confundirse como el proceso de maximización de las utilidades acompañado de una inversión insuficiente (sin planificación alguna) y la desnaturalizada y poco inteligente reducción de costos (básicamente, de remuneraciones). Al parecer quienes manejan estas nociones, desfilando hacia el precipicio de los negocios, creen que “lo que es bueno para los accionistas, es bueno para la empresa”.

Un esquema como el esbozado en el párrafo anterior conduce a una reducción drástica de la competitividad de la empresa y daña en forma irreparable el tejido social. Todos aquellos que sientan que la disminución de costos por la vía salarial es la solución, más temprano que tarde se darán cuenta de que están fuera de la carrera de la competitividad. En casos límites como el señalado es preciso revisar acuciosamente el proceso de contratación de personal y elegir a los más talentosos con logros evidenciables para definir los perfiles de los empleados a ser contratados.

Una empresa social es una gran familia, cuyo objetivo es impulsar el crecimiento del país, elaborando productos y venta de servicios con valor agregado. En línea con lo señalado es importante enfatizar y subrayar que los negocios sociales están orientados al logro de uno o más objetivos sociales, como los señalados anteriormente y dista mucho de ser solo para el beneficio social o el deseado por un accionista carente de una mirada de futuro.

Hemos señalado que una empresa social debe, entre otras acciones, invertir un porcentaje de sus utilidades, cubriendo adecuadamente los costos con los beneficios asociados, de modo de lograr el objetivo general, es decir, la humanización con ecuanimidad y sustentabilidad de la economía.

## 2. DESARROLLO DE IDEAS EN UNA ECONOMÍA DE NEGOCIOS SOCIALES DE MERCADO.

A lo largo de este escrito hemos señalado con un nivel razonable de rigor el concepto de negocio social y la imperiosa necesidad de un cambio rápido y urgente de paradigma. Existe un conjunto de empresas con distintos niveles de éxito y que han sido capaces de

lograr una sincronización adecuada con sus funcionarios. En estas *buenas empresas* el cambio de paradigma está simplemente a la vuelta de esquina, considerando que varios pasos han sido realizados juiciosamente. El tema es formidablemente complejo cuando nos enfrentamos con *malas empresas*, en las cuales el lucro es el parámetro o, en palabras simples, el fin justifica los medios. Se requiere un proceso de ingeniería estructural de envergadura, pero desafortunadamente el tiempo es escaso. Un intervalo de tiempo corto es, por definición, un hándicap para intentar una empresa social en el modelo de Yunus, en el cual todos ganan proporcionalmente al esfuerzo y desempeño eficiente. En estas últimas empresas la relación íntima entre funcionarios y accionistas ha alcanzado un estado de equilibrio dinámico en el tiempo.

Las partes examinan acuciosamente el desarrollo de la empresa, inmersa en un mercado altamente competitivo y en ocasiones desleal. Los grandes capitales tienden a aniquilar los emprendimientos de empresas e individuos de mejor plusvalía en ese momento. Un estado emprendedor no solo está consciente de los problemas a nivel país, sabe rodearse de las personas adecuadas y en consecuencia resolverlos.

No es juicioso elaborar ahora, a nivel país, una agenda procrecimiento ni una invitación a innovar y crear con tributaciones no necesariamente atractivas para las empresas sociales, las cuales cumplen en gran parte el rol en que el Estado, a través de sus ministerios, ha demostrado una gran incapacidad.

### 3. ELEMENTOS A SER INCLUIDOS EN UNA EMPRESA SOCIAL.

Sobre estas empresas, adicionalmente a lo señalado en los puntos 1 y 2, es importante explicitar algunos

elementos, los cuales deben caracterizar a cualquier empresa social:

- Educación de calidad y excelencia de funcionarios y accionistas.
- Asistencia sanitaria para los funcionarios, sobre todo para los más vulnerables.
- Planes para el acceso a viviendas.
- Créditos blandos para incluir rápidamente a estos funcionarios en la ruta virtuosa.
- Servicio de asistencia social para todos los empleados de la empresa.
- Tecnologías asociadas a energías renovables que eleven la calidad de vida de los funcionarios y sus familias.
- Política salarial razonable, ajustada a las exigencias de una empresa social, como ha sido señalado anteriormente.
- Beneficios. Hemos señalado la necesidad de que una fracción de estos sea reinvertido en la compañía, incrementado así su competitividad a través de un nivel de balance adecuado con accionistas, funcionarios y elementos de innovación y creación (empresas sustentables).

La consideración acuciosa y prolija de lo señalado anteriormente en este artículo nos conduce a racionalizar que el éxito de los negocios sociales debe ser medido por la actividad y calidad de vida de personas, conservación y preservación del medio ambiente, constitución de núcleos de alta creatividad al interior de la empresa e incremento regular y sostenido de la competitividad. Además, debe realizarse una aplicación adecuada del concepto de lucro social. Resulta interesante pensar con rigor analítico la aseveración

que sostiene que las empresas sociales, asociadas a un lucro ético, representan una opción nueva para los consumidores en el sentido de competir, pero sin necesidad de monopolizar el mercado. El Estado debe jugar un rol sustantivo al respecto y el ordenamiento jurídico debe garantizar que estas empresas sociales tengan un lugar de privilegio en una sociedad organizada.

Es importante señalar que el concepto de empresa social desde el punto de vista de la filantropía no debe ser mal entendido. La equidad en una empresa de esta naturaleza no significa regalar a personas bienes de toda naturaleza sin que ellos hayan satisfecho las exigencias para este tipo de empresas. Adicionalmente, el reinvertir en la empresa y hacerla crecer con justicia y equidad es sin lugar a dudas un beneficio para muchas personas, lo que debería ser visto como un aporte real a la humanización de la economía. Resulta importante enfatizar que en economía existen diversos caminos y la invitación es a buscar la ruta que se traduzca en buenos negocios y una mejor calidad de vida para todos los habitantes del planeta. J.M. Keynes señaló: “No es relevante, y menos debe importar, si en un plazo dado por la naturaleza, todos fallecemos y todo indica que el lucro desmedido y no ético es simplemente aberrante y atenta contra los objetivos, misión y visión de una sociedad organizada”. La experiencia empírica nos indica que aquellos lugares, en los cuales se han implementado exitosamente los negocios sociales, miles de personas han superado la barrera de la pobreza y se encaminan hacia un desarrollo riguroso e integral.

#### 4. DISCUSIÓN

Como lo hemos señalado, el re-invertir en su propia compañía beneficia a números crecientes de personas, desde el funcionario más humilde en la escala de

jerarquías y responsabilidades hasta los empresarios, clientes, comunidad nacional y regional, país a nivel global y, en una economía abierta, a todo el mundo.

En este enfoque, el rescate no es simplemente financiero (esta es una arista de un problema de múltiples variables), estamos hablando de personas de distintos géneros, edades y niveles de vulnerabilidad.

El tema se complica cada día más con el avance tecnológico y los nuevos hallazgos, en todos los ámbitos del saber. Podemos, pero en nuestra visión no es correcto y menos importante, continuar con estudios de nivel universitario sin incorporar asignaturas formales que contemplen negocios sociales, por cuanto una sociedad sin los niveles exigibles de educación simplemente no califica como tal y está condenada al subdesarrollo regular y creciente en el tiempo. A modo de ejemplo, existen diversos modelos de educación, por ejemplo en Singapur, que en veinte años han logrado lo que nosotros, como ciudadanos de este noble país, no hemos sido capaces de consensuar y trabajar por el magno objetivo en más de dos siglos.

## 5. REFERENCIAS

**Armendariz, B., Morduch, J.** (2015). *Journal of Social Business*, 5(1), p. 62. ISSN 2045-1083

**Acevedo, R., Javalquinto, B.** (2015). *Beneficios del emprendimiento social*.

**Acevedo, R., Javalquinto, B.** (2015). Social Business: A formal view and review of the social business in Latin America. Some working examples. *Journal of Social Business*, 5(1), pp. 30-43. ISSN 2045-1083

**Wahiduddin, M., Osmani, S.** (2015). The Theory and Practice of Microcredit. *Journal of Social Business*, 5(1), p. 61. ISSN 2045-1083

**Yunus, M.** (2015). Growing up with two Giants. *Journal of Social Business*, 5(1), pp. 3-20. ISSN 2045-1083

## 6. BIBLIOGRAFÍA

**Acevedo, R., Javalquinto, B.** (2015). *Beneficios del emprendimiento social*. Amazon.

**Acevedo, R., Javalquinto, B.** (2015). Social Business: A formal view and review of the social business in Latin America. Some working examples. *Journal of Social Business*, 5(1), pp. 30-43.

**Armendariz, B., Morduch, J.** (2015). The Economics of Microfinance. *Journal of Social Business*, 5(1), p. 62.

**Mahmud, W., Osmani, S. R.** (2015). The Theory and Practice of Microcredit. *Journal of Social Business*, 5(1), p. 61.

**Yunus, M.** (2015). Growing up with two Giants. *Journal of Social Business*, 5(1), pp. 3-20.

