



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL AL INTERIOR DEL CENTRO DE
EMPRENDIMIENTO UR EMPRENDE DE LA UNIVERSIDAD DEL
ROSARIO**

TRABAJO DE GRADO

**Patricia Franco Pedraza
Directora: Liliana González Díaz**

**MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIALES
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

15 de diciembre de 2014

CONTENIDO

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	1
PARTE I.	3
1. Justificación del tema de intervención.	3
1.1. ¿Por qué hacer una intervención sobre emprendimiento social en el Centro de Emprendimiento UR Emprende de la Universidad del Rosario?	3
1.2. El Centro de Emprendimiento UR Emprende dentro de la Universidad del Rosario	4
PARTE II. BASES DEL PROYECTO.	5
1. Diagnóstico	5
1.1. El emprendimiento social a nivel mundial.....	5
1.2. Diagnostico en Colombia	11
1.3. Diagnostico UR Emprende	12
1.4. Análisis y proyección de escenarios futuros	15
PARTE III. OBJETIVOS.....	19
1. Estructura jerárquica del árbol de problemas.....	19
2. Estructura jerárquica del árbol de objetivos.....	20
3. Estructura Analítica del Proyecto	21
4. Matriz de marco lógico	22
PARTE IV. RESULTADOS.....	28
1. Actividades realizadas por el Centro de Emprendimiento UR Emprende.	28
1.1. El Sofá.....	28
1.2. Taller de ideación.....	29
2. Divulgación de proyectos de emprendimiento social.	31
2.1. Ahmsa.	32
2.2. OpePA.....	33
2.3. Evaluación de las actividades realizada por Ahmsa y OpePa.....	34
3. Semana de Líderes Emprendedores.	37
3.1. Escuela Nueva.....	37
3.2. Unilever Middle Américas.....	38
3.3. Fundación Molano.	39
3.4. Evaluación del evento Semana de Líderes empresariales.....	40
4. Hacia una aproximación conceptual para la definición de emprendimiento social.	41

4.1.	Consideraciones iniciales respecto al emprendimiento social y otras actividades con las que tiende a confundirse.	41
4.2.	Cinco ejes en la definición de emprendimiento social.	42
4.2.1.	Misión social y cambio social.	43
4.2.2.	Valor social v.s. valor económico.	44
4.2.3.	Innovación social.	48
4.2.4.	Sostenibilidad.	49
4.3.	Definición Emprendimiento social para el Centro de Emprendimiento UR Emprende. ..	51
4.4.	Diferencias entre emprendimiento social e intervención social.	53
4.5.	Evaluación de las entidades a la luz de la definición de emprendimiento social.	55
PARTE V. LINEAMIENTOS PARA ACCIONES QUE PUEDEN SER CONSIDERADAS POR EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UR EMPREMDE.		59
PARTE VI. CONTRIBUCIÓN DESDE EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL AL DEBATE EN LAS CIENCIAS SOCIALES.		63
Referencias Bibliográficas.		72
Anexo 1.		76
Grupo de entrevistados.		76

Índice de tablas

Tabla 1. Tasas de prevalencia de Emprendimiento social. Porcentaje de la población activa en 2009, por regiones y madurez del emprendimiento.....	7
Tabla 2 Análisis de involucrados.....	15
Tabla 3. Evaluación comparativa de entidades a la luz de la definición de Emprendimiento social	55
Tabla 4. Actividades en la etapa de Identificación	61

Índice de gráficas

Gráfica 1. Calidad de los aportes de invitado.....	39
Grafica 2. Utilidad y pertinencia de los contenidos.....	39
Gráfica 3. Recomendaría esta conferencia.....	40
Gráfica 4. La historia lo incentivaría a desarrollar emprendimiento social.....	40
Grafica 5. Calidad de los aportes de los invitados – semana de líderes empresariales.....	44
Gráfica 6. Utilidad y pertinencia de los contenidos – semana de líderes empresariales.	44
Gráfica 7. Hacia una aproximación conceptual para la definición de emprendimiento social al interior del centro de emprendimiento UR Emprende.....	57
Gráfica 8. Etapas para la creación de un ecosistema de emprendimiento	65

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Los resultados del proyecto de intervención que a continuación se presenta, surgen en el marco de opción de grado de la maestría de estudios en ciencias sociales de la Universidad del Rosario. El proyecto de intervención estuvo orientado al desarrollo de una definición de emprendimiento social al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprede, buscando para este fin, articular las nociones, definiciones y perspectivas que sobre emprendimiento social tienen diferentes actores, tanto de la comunidad rosarista como actores externos a la misma.

El emprendimiento social es un área de interés relativamente reciente. Podría decirse que sus inicios datan de finales del pasado siglo XX y por lo tanto su evolución y avances no superan las dos décadas. Son varias las organizaciones y las personas que en los últimos años han llevado a cabo actividades sociales amparadas bajo el concepto. Bill Drayton, fundador de Ashoka comienza a hablar sobre el mismo en los años 80 como una forma de abordar problemas sociales a través de plataformas empresariales. Desde su perspectiva, el emprendimiento social lo constituyen organizaciones que trabajan en programas de proyección social en donde al interior de la misma se usan conceptos administrativos y empresariales. Otros ejemplos se encuentran en las actividades que realiza el Banco Grameen establecido por Muhammad Yunnus en 1976 y su concepto de microcrédito ofrecido a las mujeres con el fin de erradicar la pobreza en comunidades marginadas en Bangladesh, o, el Hospital oftalmológico Aravid fundado por el Dr. Venkataswamy que ofrece servicios oftalmológicos y operaciones para curar la ceguera por valores ínfimos, en la India, Nepal, Egipto, Kenya, Guatemala y El Salvador.

Al interior de la Universidad del Rosario existe un interés por el tema a través del Centro de Emprendimiento UR Emprede. Esta entidad con un enfoque de gestión realiza actividades orientadas a difundir el emprendimiento empresarial. Sin embargo, no contaba con una delimitación conceptual de lo que es emprendimiento social, por lo que a inicios del año 2014 buscó establecer su delimitación y campo de acción. Con este fin se propuso como objetivo de esta intervención, el desarrollo de una definición sobre lo que es emprendimiento social, para obtener bases conceptuales sólidas que permitan estructurar el área, contar con ejes temáticos, así

como con semilleros y líneas de investigación, para desarrollar proyectos y tomar acciones en esta dirección.

El documento tiene una fundamentación técnica comprendido en los apartados I a III. Estas secciones se llevaron a cabo a la luz de la metodología del marco lógico en lo que a planeación y ejecución del programa de intervención, se refiere. En la parte IV, V y VI del documento se presentan los resultados del proceso de intervención. En el numeral IV se elaboró un análisis de las entrevistas realizadas con diferentes actores al interior de la Universidad del Rosario y entidades externas a la misma. Esta información dio la base para la construcción de la definición de emprendimiento social, principal resultado del proyecto de intervención. En este contexto, la parte V analiza cuáles de las distintas entidades que fueron contactadas para presentar a la comunidad rosarista sus proyectos sociales se ajustan a la definición alcanzada en el numeral IV, explicando las razones y los motivos por los cuales se estableció esta clasificación. La parte VI ofrece un lineamiento de las acciones que puede realizar el Centro de Emprendimiento UR Emprende al interior del área.

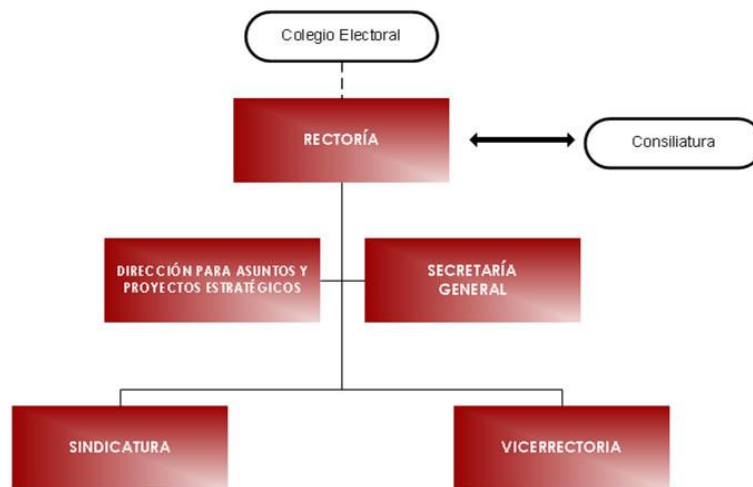
En la parte VII del documento se analiza el emprendimiento social a la luz de las ciencias sociales. Los aportes conceptuales respecto al tema son abordados con una visión reflexiva y crítica que busca establecer qué hacer para que ir más allá de la sola creación de empresas. El trabajo al interior de las comunidades, principales gestores del proceso, las oportunidades de crear nuevas perspectivas de desarrollo social y abrir una línea de estudio que no existe en las Ciencias Sociales, constituye el foco de interés de este análisis.

PARTE I.

1. Justificación del tema de intervención.

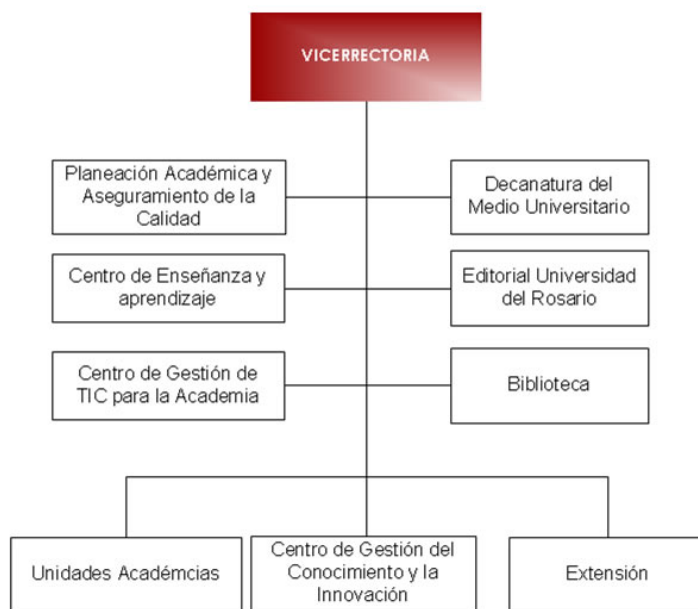
1.1. ¿Por qué hacer una intervención sobre emprendimiento social en el Centro de Emprendimiento UR Emprende de la Universidad del Rosario?

Antes de responder esta pregunta es importante situar el Centro de Emprendimiento UR Emprende al interior de la Universidad del Rosario. La Universidad del Rosario fundada en 1653 por Don Fray Cristóbal de Torres fue concebida para enseñar Filosofía, Teología, Jurisprudencia y Medicina. En la actualidad cuenta con cinco facultades, Ciencias Políticas, Ciencias Naturales y Matemáticas, Economía, Jurisprudencia y Relaciones Internacionales. De igual manera con tres escuelas, Administración, Ciencia Humanas, Medicina y Ciencias de la Salud, y una decanatura del medio universitario. Su estructura organizacional es la siguiente:



Fuente: [http://www.urosario.edu.co/La-Universidad/Informacion-General/Estructura Organizacional/#.U7bM75R5O_Q](http://www.urosario.edu.co/La-Universidad/Informacion-General/EstructuraOrganizacional/#.U7bM75R5O_Q)

De la vicerrectoría dependen las Unidades Académicas, el Centro de Gestión de Conocimiento y de Innovación y el área de Extensión. Las Unidades Académicas, están conformadas por las distintas Escuelas y Facultades y en este caso el Centro de Emprendimiento se encuentra adscrito a la Escuela de Administración.



Fuente: http://www.urosario.edu.co/La-Universidad/Informacion-General/Estructura Organizacional/#.U7bM75R5O_Q

1.2. El Centro de Emprendimiento UR Emprende dentro de la Universidad del Rosario

El Centro de Emprendimiento UR Emprende de la Universidad del Rosario inicia sus labores hace aproximadamente 5 años. En sus inicios contó como base conceptual, con el trabajo de dos investigadoras,¹ que presentaron una propuesta y justificación para su creación. Desde esa época se ha trabajado en su definición y en la estructuración de su misión.

En el procesos de evolución del Centro de Emprendimiento UR Emprende, la reflexión se ha venido realizando en términos de cuál es el enfoque que éste debe brindar a los estudiantes. Dos elementos han estado presentes en el proceso. Por un lado, la posición de la Universidad del Rosario, que aún no ha establecido lineamientos precisos acerca de lo que debe esperarse como resultado de las actividades del Centro de Emprendimiento UR Emprende. La situación actual es

¹ Toca Claudia y Grueso Patricia.

de expectativa en términos de cuáles serán sus resultados a futuro. Por otro lado, la misión² de la Universidad. En la misma, está contenido un enfoque que lleva a que los programas académicos tengan una orientación con un fuerte componente social e investigativo.

El Centro de Emprendimiento UR Emprende encuentra en este contexto una oportunidad para trabajar el tema de emprendimiento social, pues cuenta con todos los recursos, material humano y académico que le permitirá establecer el área, pero no saben cómo hacerlo. El problema identificado es este vacío, que limita en términos de las acciones prácticas que se pueden cumplir o llevar a cabo por el Centro de Emprendimiento UR Emprende. La tarea propuesta en esta intervención es la de alcanzar una definición sobre lo que es emprendimiento social al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprende de la Universidad del Rosario. Se considera que no tener una definición no solo tienen efectos en el “campo droctinal” como lo afirman Enciso y Mugarra (2012, p.57), sino a su vez limita en términos de las acciones prácticas que se pueden cumplir o llevar a cabo a través del emprendimiento social.

PARTE II. BASES DEL PROYECTO.

1. Diagnóstico

1.1. El emprendimiento social a nivel mundial

Sobre la evolución del concepto y del campo de acción del emprendimiento social, el Global Entrepreneurship Monitor realizó una medición acerca de las actividades que se adelantan en diferentes países del mundo. Las cifras de emprendimiento social a nivel mundial son bajas. En los países en donde GEM emprendimiento social (2009) realizó su primera medición, no se identifican un total de emprendimientos sociales superiores a un 5%. Este total incluye la suma de emprendimientos nacientes, nuevos emprendimientos, emprendimientos en su etapa inicial y emprendimientos establecidos. Por regiones las que más se destacan son los Estados Unidos y el Caribe con un total igual al 5%. América Latina tiene un promedio de 3,1%, en forma similar

² "Impartir una sólida formación ética, humanística y científica que, unida a la investigación y a una idónea y exigente docencia, permita a esta comunidad educativa formar integralmente personas insignes y actuar en beneficio de la sociedad, con un máximo sentido de responsabilidad". Versión revisada en el plan de desarrollo de 1998 y reconfirmada para el actual Plan Integral de Desarrollo.

que África (3,2%) y Europa Occidental (3,1%). Europa Oriental (2,7%), Norte de África (1,9%) y el Sur Este Asiático (1,6%).

En lo que concierne a América Latina, Colombia ocupa el segundo lugar en la realización de emprendimientos sociales (5%), después de Argentina que con un 7,6% presenta el porcentaje más alto de desarrollo de este tipo de emprendimientos tanto en América Latina, como a nivel mundial.

Venezuela presenta un mayor porcentaje de emprendimientos sociales nacientes³, con un 3,8% pero en el momento de pasar a la siguiente etapa este número disminuye considerablemente (0,3%). En Brasil el total del número de emprendimientos es muy bajo (0,4%), así como en Guatemala (0,5%) y Ecuador (0,7%). (Ver Tabla 1).

³ Se considera un emprendimiento naciente a aquella actividad en donde además de combinarse recursos de manera novedosa, el desarrollo de la misma, permite el pago de salarios durante un periodo no mayor de tres meses. (GEM emprendimiento social, 2011).

Tabla 1.

Tasas de prevalencia de emprendimiento social. Porcentaje de la población activa en 2009, por regiones y madurez del emprendimiento.

País	Emprendimiento social naciente	Nuevo emprendimiento social	Emprendimiento social en su etapa inicial	Emprendimiento social establecido	Emprendimiento social - Totales
Estados Unidos	2,9	1,7	4,2	0,8	5
Caribe					
República Dominicana	0,8	1,8	2,6	1	3,6
Jamaica	1,2	2,4	3,5	3,3	6,8
<i>Promedio</i>	1	2,1	3,1	2,1	5,2
América Latina					
Brasil	0,2	0,2	0,4	0	0,4
Guatemala	0,2	0,3	0,4	0,1	0,5
Ecuador	0,4	0,1	0,5	0,2	0,7
Panamá	0,9	0,4	1,3	0,4	1,7
Uruguay	1,9	0,8	2,6	0,6	3,2
Chile	1,8	0,9	2,6	0,4	3
Colombia	2,6	1,3	3,8	1,2	5
Perú	3,5	0,5	3,9	0,1	4,1
Venezuela	3,8	0,3	4,1	0,3	4,4
Argentina	2,2	2,3	4,3	3,3	7,6
<i>Promedio</i>	1,7	0,7	2,4	0,7	3,1
Africa					
Sur Africa	1,3	0,7	2	0,3	2,3
Uganda	1	1,9	2,7	1,4	4,1

<i>Promedio</i>	1,2	1,3	2,4	0,9	3,2
Europa Occidental					
España	0,4	0,2	0,6	0,4	0,9
Alemania	0,5	0,3	0,7	0,9	1,6
Países bajos	0,6	0,5	1	0,5	1,5
Italia	0,9	4,1	1,2	1,3	2,5
Noruega	0,6	1	1,6	0,6	2,2
Bélgica	1	0,8	1,8	1,2	3
Grecia	1,3	0,7	2	0,9	2,9
Reino Unido	0,8	1,5	2,2	2,1	4,2
Francia	1,6	0,9	2,3	0,3	2,6
Finlandia	1,2	1,6	2,7	2,4	5,1
Suiza	2,4	0,5	2,8	1,5	4,3
Islandia	2,3	2,1	4,2	1,9	6,1
<i>Promedio</i>	1,1	0,9	1,9	1,2	3,1
Europa Oriental					
Bosnia & Herzegovina	0,6	0,2	0,8	0,1	0,9
Rusia	0,4	0,5	0,9	0,4	1,2
Serbia	0,4	0,7	1,1	0,6	1,8
Rumanía	1,4	0,3	1,7	0,8	2,6
Letonia	1,5	0,6	2	0,8	2,8
Eslovenia	1,3	0,9	2,2	1,4	3,6
Hungría	2,2	1,3	3,3	0,6	3,9
<i>Promedio</i>	1,1	0,8	1,9	0,8	2,7
Medio Oriente y Norte de					

Africa					
Arabia Saudita	0,1	0,2	0,2	0	0,2
Jordania Occidental y Franja de Gaza	0,2	0,2	0,4	0,1	0,5
Marruecos	0,3	0,3	0,4	0,4	0,8
Jordania	0,4	0,4	0,7	0,2	0,9
Siria	0,7	0,3	0,9	0	1
Líbano	0,5	0,5	1	0,6	1,5
Irán	1,1	0,3	1,4	0,6	2
Argelia	1,2	0,5	1,8	0,1	1,9
Israel	1	1,4	2,2,	1,8	4
Emiratos Arabes Unidos	2,5	2,7	4,9	1,4	6,3
<i>Promedio</i>	0,8	0,7	1,4	0,5	1,9
Sur Este Asiático					
Malasia	0,2	0	0,2	0	0,2
Hong Kong	0,2	0,4	0,5	0,5	1
Corea	0,4	0,4	0,8	0,6	1,4
China	1,5	1,4	2,9	1,1	4
<i>Promedio</i>	0,6	0,5	1,1	0,5	1,6

Fuente: GEM, Emprendimiento social (2009). Resumen ejecutivo. ⁴

⁴ <http://www.gemconsortium.org/docs/376/gem-report-on-social-entrepreneurship-executive-summary>

Con el fin de consolidar los datos para América Latina y el Caribe, GEM emprendimiento social, realizó una medición en 2011 en donde aplicó a Jamaica y Trinidad & Tobago el instrumento de evaluación utilizado en 2009. Con estos resultados completo los obtenidos para América Latina en 2009 dando luz al documento final GEM, emprendimiento social (2011). En esta medición se establecieron características socio demográficas de los emprendedores sociales, además de los indicadores presentados en la tabla anterior. Los resultados muestran aspectos interesantes en cuanto a dedicación a la actividad, edad, género, gestión administrativa y forma de generar ingresos.

Conforme al grado de dedicación a la actividad empresarial, GEM emprendimiento social (2011), resalta que en la actualidad menos del 40% de los emprendedores sociales se dedican a esta actividad de tiempo completo. Esta, se realiza en un medio tiempo o en el tiempo libre del emprendedor. A su vez, los datos obtenidos muestran que el grado de compromiso con la actividad, medido por la gestión administrativa de los emprendedores es bajo. Solo en un 30% de los emprendimientos sociales, se realiza una administración total del proceso en cabeza del emprendedor, el 60% opina que la administración que lleva a cabo es parcial y el 10% no realiza ningún tipo de administración organizativa.

Por grupo de edad existe una mayor propensión en el grupo de 25-34 años (31%), seguido por el grupo de 35-44 (26%). De igual forma, los resultados muestran que por género son las mujeres las que realizan mayor cantidad de emprendimientos sociales, Jamaica (1,6%), Venezuela (1,5%) y Colombia (1,3%).

Otros datos interesantes que arrojan la medición realizada por GEM emprendimiento social (2011), hace referencia a la forma en que estas entidades obtienen ingresos. Los datos muestran que en un 62% las entidades buscan estrategias que les brinden independencia y supervivencia, mientras que en un 39% aun dependen de fondos de diversa índole (donaciones, subsidios gubernamentales, filantropía, entre otros).

1.2. Diagnostico en Colombia

Las cifras que presenta GEM emprendimiento social (2011) muestran datos interesantes en cuanto a la consolidación de emprendimientos sociales en Colombia. Junto con Argentina son los países con mayor porcentaje de emprendimientos en etapa inicial y/o emprendimientos ya establecidos. (Ver tabla 1).

En Colombia la actividad de emprendimiento social ha venido desarrollándose de manera importante desde inicios del presente siglo. Entidades gubernamentales como ANSPE a través de su red de proyectos sociales y su actividad Hilando Proyectos, apoya diferentes agrupaciones que realizan emprendimientos sociales entre las que se cuentan Ahmsa, la Fundación Alpina, la Fundación Social, entre otras.

De igual forma, Ashoka⁵, ha venido desarrollando su modelo y cuenta con varios proyectos que tienen que ver con educación, medio ambiente, participación ciudadana. Estos proyectos son llevados a cabo por asociados que tiene fundaciones como Abcdespañol, creada por Javier González, que a partir elementos lúdicos ha enseñado a leer y a escribir a un millón de niños. Luis Camargo, de la Fundación OpePA que busca conectar a los jóvenes de ambientes urbanos y rurales con la tierra, a la vez que trabaja en el impulso de agentes de cambio; Juan David Aristizabal con su Fundación Ideas por un País Mejor, entre otros.

Para ilustrar que variables pueden estar presentes en el proceso de consolidación de estas entidades se realiza un breve análisis de las mismas a partir de la información recolectada en la web.

Abcdespañol es un método de aprendizaje para jóvenes y adultos que se origina a partir de la experiencia de compartir con los padres de alumnos de primaria en una escuela pública de Colombia y entender cómo estas personas a través del juego, ponían en práctica habilidades de razonamiento lógico, destrezas de interacción grupal y social, capacidad para compartir y

⁵ Estos contenidos han sido tomados y adaptados de la presentación realizada en la página web <http://colombia.ashoka.org/>

descubrir a partir del mismo. De esta manera, su fundador inició su interés por desarrollar un instrumento que los ayudara a leer y escribir. En conjunto con el grupo surgió su método para alfabetizar que se ha llevado a varios países en América Central, México, Colombia y Brasil.

OpePA busca el desarrollo de líderes medio ambientales que puedan convertirse en gestores de cambio y por lo tanto promotores de políticas orientadas a la preservación del medio ambiente. Estos son identificados durante jornadas de contacto con la naturaleza en donde a través de metodologías didácticas se identifica quien podrá estar en capacidad de adelantar este liderazgo. A su vez, busca difundir en forma novedosa la biodiversidad colombiana desconocida por jóvenes y niños tanto de áreas rurales y urbanas a través de métodos que faciliten a los profesores el uso de manuales que permita que la experiencia aula aprendizaje sea más relevante para los estudiantes.

Buena Nota es una plataforma web que busca la difusión de proyectos de emprendimiento social y el fortalecimiento de estos. Surge como una forma para superar los problemas de confianza entre la sociedad civil colombiana generada por años de violencia y acompañada de sentimientos de victimización. La plataforma al difundir estos proyectos le da voz a los ciudadanos que no tienen formas de tener visibilidad brindando la oportunidad que los resultados y la difusión de éstos, fortalezca y estimule la participación ciudadana.

Los elementos presentes al interior de estos emprendimientos sociales hacen pensar que aspectos como la dimensión colectiva del emprendimiento social y la búsqueda de la transformación y la iniciativa grupal para resolver problemas, son variables que dinamizan sus actividades. De igual forma, muchos han evolucionado de depender de la cooperación internacional para su sostenibilidad a buscar formas de financiación mixtas, por ejemplo OpePA.

1.3.Diagnostico UR Emprende

En la actualidad el Centro de Emprendimiento UR Emprende, lleva a cabo programas en diferentes líneas de acción. Éstas han surgido producto de desarrollos propios realizados por el

área. Para tal fin, se brindan charlas, talleres, paneles, coaching, entrenamiento y formación. En este último caso se cuenta con asignaturas electivas como Desarrollo Creativo, Business Identity y Proyectos de Emprendimiento.

Otro grupo de actividades llevadas a cabo por el Centro de Emprendimiento UR Emprende, se enfocan al impulso de proyectos de emprendimiento. A través de un acompañamiento a los estudiantes, estos van pasando por distintas fases hasta llegar a la consolidación del mismo. Para tal fin el Centro de Emprendimiento cuenta con el apoyo de profesionales que a través de módulos de trabajo teórico práctico pasan por diferentes etapas que involucran creatividad, ideación, propuesta de valor, modelación (CANVAS), estructuración, escalamiento e implementación. Las actividades se inician en un proceso de exploración de la idea que dará origen al proyecto, a través de sesiones de creatividad e ideación, hasta llegar al producto final, en donde ésta se implementa y consolida, al tiempo que se brindan estrategias y formas de acelerar el proyecto.

El Centro de Emprendimiento UR Emprende refleja una apuesta innovadora a la promoción del emprendimiento en un mundo globalizado, con escasas de empleabilidad. El área está conformada por tres personas, la coordinadora y dos profesionales de tiempo completo encargadas de los programas de acompañamiento y fomento a la cultura del emprendimiento respectivamente. A través de cada área se busca dar respuesta a las necesidades y expectativas empresariales de jóvenes estudiantes de pregrado en sus últimos semestres académicos.

El avance de la propuesta realizada por el Centro de Emprendimiento UR Emprende, ha sido posible gracias a los amplios límites con los que en la actualidad cuenta el área. Al interior de la Universidad no existe una clara política que establezca y delimite una estrategia para el fomento del emprendimiento y /o del emprendimiento social. Las actividades que realiza el área no responden a una estrategia diseñada por la Universidad del Rosario, sino que hacen parte de la gestión de la coordinación. Si bien es cierto lo anterior le ha permitido su crecimiento y fortalecimiento, su futura proyección puede verse amenazada, si ésta no se enmarcan dentro de temas centrales que permita definir el fortalecimiento de áreas disciplinares.

A su vez, el Centro de Emprendimiento UR Emprende, cuenta con una estructura organizacional relativamente limitada, está excluido del Plan Integral de Desarrollo y del Plan Educativo Institucional. Su actividad termina siendo muy circunscrita y orientada a gestionar proyectos puntuales de corto y mediano alcance, dirigidos básicamente a una población relativamente pequeña de estudiantes de la Universidad del Rosario, que en este caso son los estudiantes de la Escuela de Administración.

Por último, el emprendimiento y por ende el emprendimiento social, es una actividad que no solo requiere de liderazgo, lo cual puede ser ejercido por un empresario o un político. La actividad demanda a quien la asuma un compromiso a largo plazo, con múltiples desafíos, altibajos y situaciones inciertas. En el caso del emprendimiento social, este compromiso no solo es de carácter personal sino a su vez involucra a comunidades que cifran en muchos casos sus expectativas de vida en el éxito de los mismos. El fortalecimiento de competencias emprendedoras para el trabajo de problemáticas sociales con impacto social se convierte en un requisito importante en este contexto.

Es a partir de esta necesidad que se estructura la presente intervención, que busca delinear el campo de acción del emprendimiento social al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprende de la Universidad del Rosario, estableciendo a través de su definición sus alcances y la forma a través de la cual puede aproximarse al abordaje de diferentes problemáticas de índole social.

1.4. Análisis y proyección de escenarios futuros

Bajo esta perspectiva se desarrolla el análisis de involucrados (Ver Tabla 2). En este análisis se identificaron los grupos y organizaciones que están directa o indirectamente involucrados en el problema central.

Tabla 2.
Análisis de involucrados.

	Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
Beneficiarios directos	Centro de Emprendimiento UR Emrende.	.-Potencializar el área al aprovechar los recursos que ofrece la universidad y el enfoque social de sus programas académicos. .-Alcanzar visibilidad dentro del entorno académico de la Universidad del Rosario.	.-Desconocimiento de los alcances del emprendimiento social. .-No tener claros los límites del ejercicio.	.-Programas y desarrollos propios para acompañamiento en procesos de emprendimiento. .- Espacios para propiciar encuentros que fomentan el emprendimiento social y la actividad emprendedora. .-Claridad en los lineamientos del emprendimiento social.

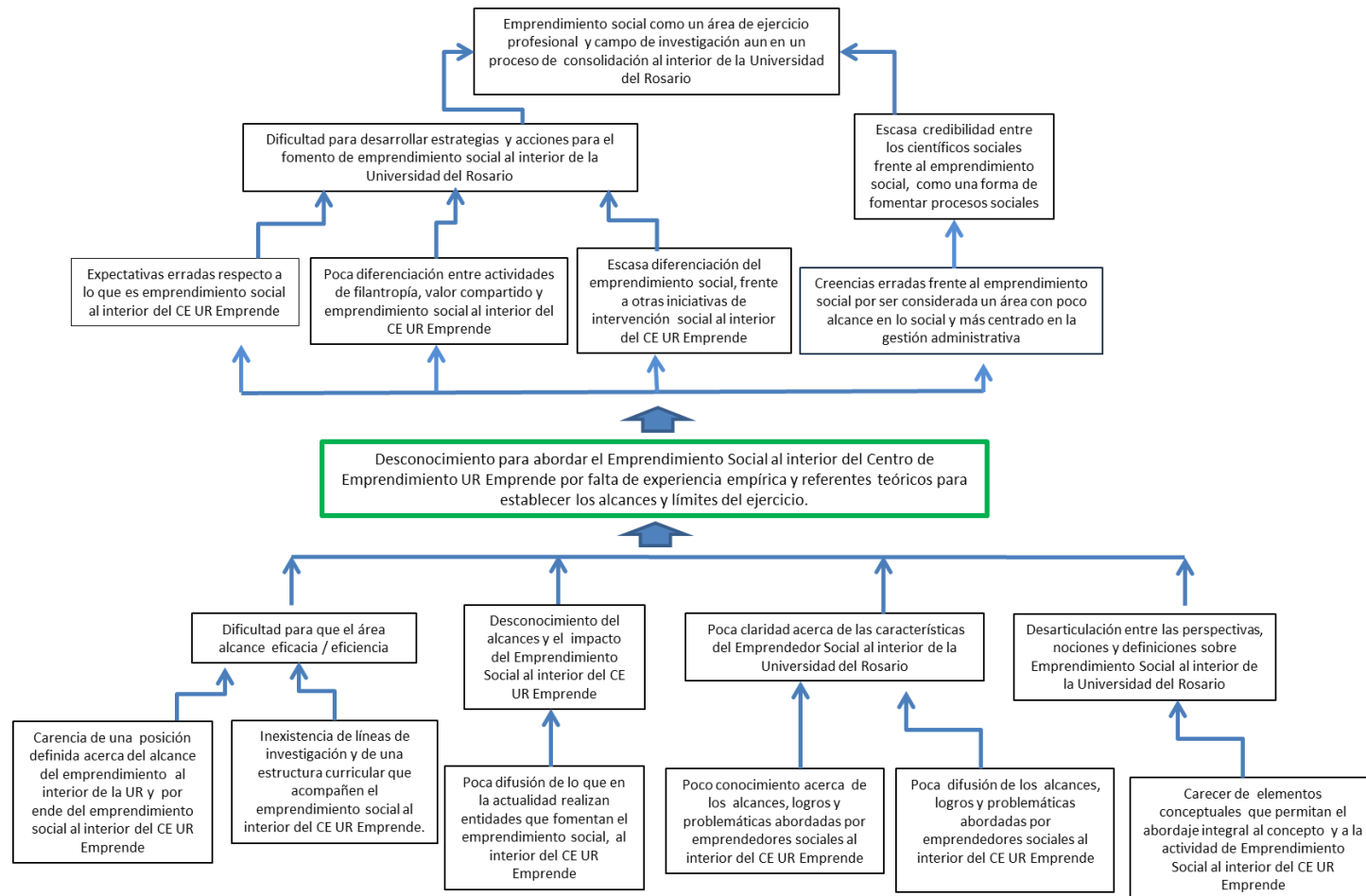
Beneficiarios indirectos	Estudiantes.	.-Tener opciones de orientarse laboralmente a través de una actividad empresarial .- Canalizar sus intereses sociales.	.-Ser un área de trabajo que no brinda una opción laboral, financiera y profesional, claramente definida.	.-Concejos estudiantiles .-Cátedras electivas que ofrece el CE UR Emprende. .-Mayor información en temas relacionados con emprendimiento social.
	Comunidad rosarista – Empleados y Egresados, de la Universidad del Rosario.	.-Tener opciones de re orientar sus intereses laborales a través de una actividad empresarial. .-Canalizar sus intereses sociales.	.-Ser un área de trabajo que no brinda una opción laboral, financiera y profesional claramente definida.	.- Cátedras electivas que ofrece el CE UR Emprende. .-Mayor información en temas relacionados con emprendimiento social.
Aliados	Entidades de fomento empresarial.	.-Establecer la viabilidad del emprendimiento social. .-Apoyar programas para el fomento de la actividad empresarial.	.-Desconocimiento de los alcances del emprendimiento social. .-No tener claros los límites del ejercicio.	.-Plataformas para la creación, crecimiento y consolidación de emprendimiento empresarial. .-Claridad respecto a las diferencias entre emprendimiento empresarial y emprendimiento social para incorporarlo en

				sus actividades.
	Estamentos universitarios – UR.	.-Apoyar los programas gubernamentales de creación y fortalecimiento de actividades de emprendimiento.	.-Área de reciente creación. .-Incertidumbre frente a la consolidación del emprendimiento social. .-Expectativas frente a los resultados del área.	.-Recursos financieros. .-Recursos académicos. .-Recursos para el fomento de la investigación. .-Infraestructura. .-Claridad respecto a las diferencias entre emprendimiento empresarial y emprendimiento social para brindar un apoyo definitivo.
Excluidos / Neutrales	Áreas de responsabilidad social empresarial.	.-Realizar actividades de filantropía para demostrar el compromiso de la empresa privada con la causa social.	.-Emprendimiento social, no entre en su área de trabajo. .-Ausencia de programas de emprendimiento social.	.-Recursos financieros. .-Claridad en los lineamientos del emprendimiento social.
Críticos	Científicos sociales.	.-Influir en los procesos de mejoramiento de la sociedad en diferentes dimensiones sociales.	.-Constituir un tema controvertido. .-No contar con el consenso de la comunidad acerca de la necesidad de su definición. .-Existir una brecha entre la	.-Capacidad para fomentar el debate académico al interior de las comunidades científicas y sociales a favor o en contra del

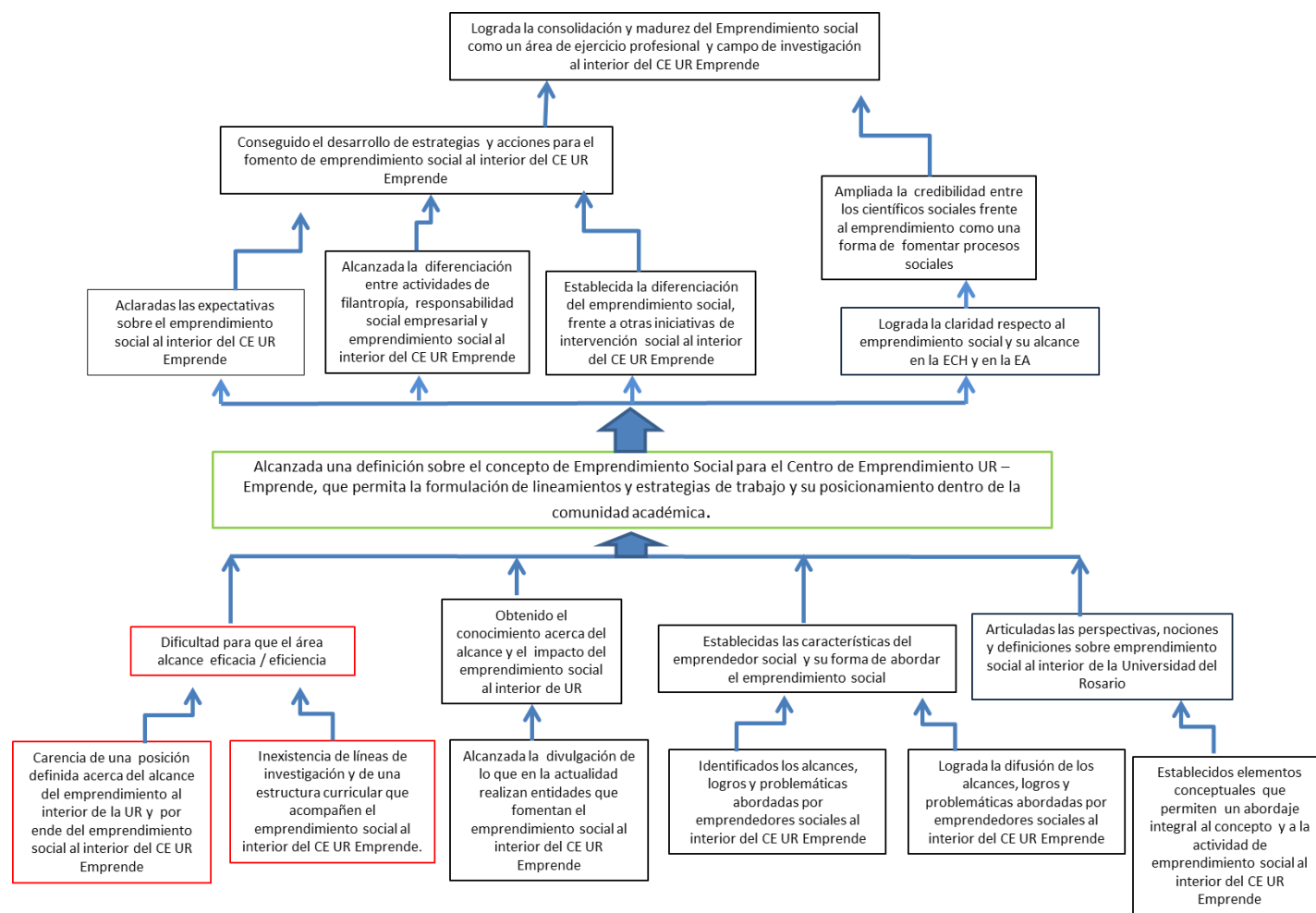
			creación de valor científico y su aplicación concreta en la transformación de prácticas sociales. .-No ver en el emprendimiento social una vía para resolver problemas sociales.	emprendimiento social.
--	--	--	--	-------------------------------

PARTE III. OBJETIVOS

1. Estructura jerárquica del árbol de problemas.

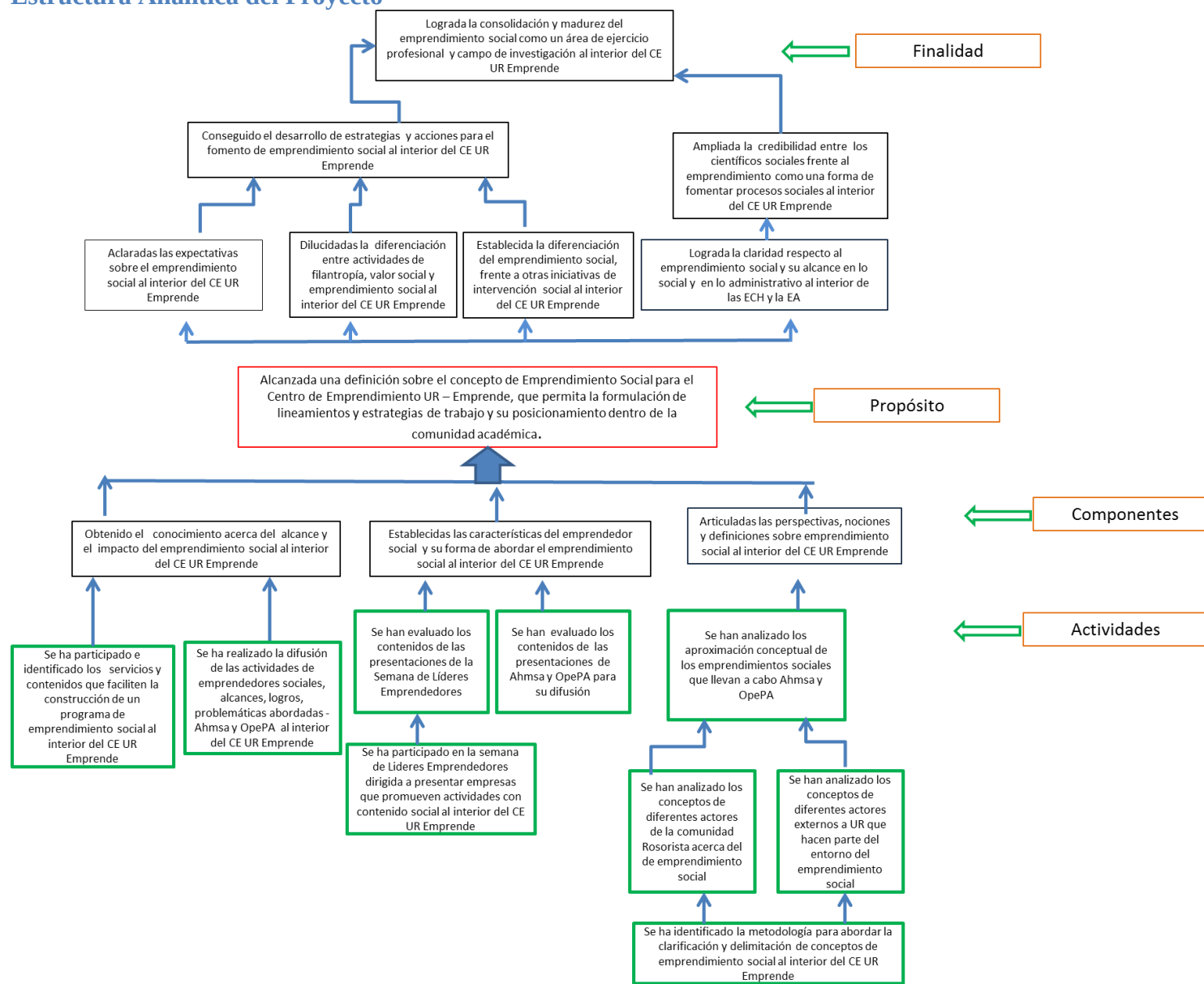


2. Estructura jerárquica del árbol de objetivos.



NOTA: Los cuadros rojos presentan problemas en donde se mantiene su enunciado tal como aparece en el árbol de problemas, pues se considera que su solución no es posible por parte de esta intervención.

3. Estructura Analítica del Proyecto



4. Matriz de marco lógico

Lógica de intervención	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos/ riesgos
Fin Contribuir al logro de la consolidación y madurez del emprendimiento social como un área de ejercicio profesional y campo de investigación al interior de la Universidad del Rosario.	Impacto: .- El 2,6 % del total de los emprendimientos nacientes al interior del Centro de Emprendimiento UR – Emprende, se orientan a desarrollar emprendimientos sociales.	.-Estadísticas del Centro de Emprendimiento UR Emprende.	El comportamiento de emprendimientos sociales nacientes al interior del CE UR – Emprende, es similar al comportamiento de emprendimientos sociales nacientes en Colombia.
Propósito: Alcanzar una definición sobre el concepto de emprendimiento social para el Centro de Emprendimiento UR – Emprende, que permita la formulación de lineamientos y estrategias de trabajo y su posicionamiento dentro de la	Eficacia: .-En el tiempo propuesto de 200 horas de intervención se logra contribuir a la delimitación del concepto de emprendimiento social.	.-Documento final que presenta la construcción del concepto de emprendimiento social y por ende la definición alcanzada.	.-Se mantiene el interés de los estamentos académicos de la Universidad del Rosario en términos del desarrollo y del fortalecimiento del CE UR Emprende. .-Se mantiene el interés en la comunidad rosarista por el desarrollo de una estrategia para

comunidad académica.			implementar actividades de emprendimiento social, orientadas a brindar apoyo a futuros emprendedores sociales.
Componente 1 Obtener conocimiento acerca del alcance y el impacto del emprendimiento social al interior de UR.	Eficacia: .-En el tiempo propuesto de intervención, se logra la evaluación de las actividades realizadas por el CE UR Emprende para establecer la manera en que se aborda el emprendimiento y los servicios que facilitarían la construcción de un programa en emprendimiento social. .-En el tiempo propuesto de intervención, se establecen contactos con entidades de emprendimiento social. .-En el tiempo propuesto de intervención, se divulga al interior de la comunidad rosarista proyectos de emprendimiento social.	.-Documento final que presenta la evaluación de algunas de las actividades realizadas por el CE UR Emprende para establecer la manera en que se aborda el emprendimiento y los servicios que facilitarían la construcción de un programa en emprendimiento social.	.-Se cuenta con la participación y colaboración de todos los estamentos académicos para participar en las actividades, alcanzando su evaluación.
Componente 2 Establecer las características del emprendedor social y su forma de abordar el emprendimiento social.	Eficacia: .-En el tiempo propuesto de intervención, se establecen contactos con entidades y emprendedores que desarrollan	.-Lista de verificación de entidades y emprendedores sociales.	.-La comunidad rosarista se sensibiliza frente a los objetivos perseguidos por emprendimientos sociales. .-La comunidad rosarista asiste

	emprendimiento social con el fin de conocer sus proyectos y divulgarlos al interior de la comunidad rosarista.		a las actividades divulgadas por el CE UR Emprende. en relación con el emprendimiento social.
Componente 3 Articular las perspectivas, nociones y definiciones sobre emprendimiento social al interior de la Universidad del Rosario.	Eficacia: .-En el tiempo propuesto de intervención, se logra la articulación de las definiciones y perspectivas que tienen los diferentes actores de la comunidad rosarista sobre emprendimiento social.	.-Documento final que presenta la construcción de la definición de emprendimiento social en donde se articulan las nociones, definiciones y perspectivas que tienen los diferentes actores de la comunidad rosarista sobre el emprendimiento social.	.-Se ha logrado realizar un análisis integral de la información brindada por los actores y entidades que contribuyeron brindando conceptos, nociones y perspectivas sobre emprendimiento social.
Actividades – Componente 1 1. Identificar y participar en las actividades que faciliten la construcción de un programa de emprendimiento social. a. Módulo de ideación b. El Sofá – Alex Torrenegra 2. Difundir y presentar las actividades de emprendedores sociales haciendo uso de medios de difusión del Centro de	Eficacia: .-Cumplimiento en un 100% de las actividades propuestas realizadas en el tiempo establecido de la intervención, para abordar la clarificación y delimitación de conceptos de emprendimiento social.	.-Registro de asistencia	.-Se mantiene el interés del CE UR Emprende por estimular iniciativas de emprendimiento social entre los estudiantes de la Universidad del Rosario.

Emprendimiento: a. Creando Espacios. b. El Sofá.			
Actividades - Componente 2 1. Difundir las actividades de emprendedores sociales, alcances, logros, problemáticas abordadas. 2. Evaluar los contenidos de las presentaciones de Ahmsa y OpePA para su difusión. 3. Participar en la semana de Lideres Emprendedores dirigida a presentar empresas que promueven actividades con contenido social. 4. Evaluar los contenidos de las presentaciones de la Semana de Líderes Emprendedores.	Resultados .-Más del 60% de participantes están satisfechos con la calidad de las intervenciones realizadas por los expositores Luis Camargo y Milton Garzón. .-Más del 49% de participantes están satisfechos con la utilidad y pertinencia de los contenidos presentados por los expositores Luis Camargo y Milton Garzón. .-Más del 85% de los participantes recomendarían estas charlas. .-Más del 70% de los participantes se sienten incentivados a realizar emprendimiento social a partir de las charlas de Luis Camargo y Milton Garzón. .-Más del 60% de participantes están satisfechas con la calidad de las intervenciones realizadas por los expositores a la Semana de Lideres Emprendedores. .-Más del 60% de los	.-Listado de entidades. .-Visita personal a entidades y/o coordinación de visitas de estas entidades al CE UR Emprende. .-62 evaluaciones realizadas por los participantes a las exposiciones de Milton Garzón y Luis Camargo.	.-Se mantiene el interés del Centro de Emprendimiento UR Emprende, por estimular iniciativas de emprendimiento social entre los estudiantes de la Universidad del Rosario.

	participantes están satisfechos con la utilidad y pertinencia de los contenidos presentados por los expositores a la Semana de Lideres Emprendedores. .-Más del 50% de los participantes evalúan los eventos con calificaciones superiores a 4.		
Actividades – Componente 3 1. Identificar la metodología para abordar la clarificación y delimitación de conceptos de emprendimiento social. 2. Entrevistar diferentes actores de la comunidad rosarista. 3. Entrevistar organizaciones que realizan emprendimiento social: - Ashoka - Ahmsa - OpePA, para explorar y valorar las actividades y los programas que en la actualidad realizan. 4. Analizar los conceptos de diferentes actores de la comunidad rosarista acerca del emprendimiento social.	Eficacia .-Cumplimiento en un 100% de las actividades propuestas realizadas en el tiempo establecido de la intervención, para abordar la clarificación y delimitación de conceptos de emprendimiento social.	.-Carta de presentación y envío de estas a través de correo electrónico. .-Visita personal a cada uno de los entrevistados y/o entidades que realizan emprendimiento social. .-Lista de verificación de entidades que realizan emprendimiento social. .-Entrevistas personales. .-Registros de audio de las entrevistas realizadas.	.-Se mantiene el interés del Centro de Emprendimiento UR Emprende por estimular iniciativas de emprendimiento social entre los estudiantes de la Universidad del Rosario.

5. Analizar los conceptos de diferentes actores externos a UR que hacen parte del entorno del emprendimiento social. 6. Analizar las aproximaciones conceptuales de los emprendimientos sociales que llevan a cabo Ahmsa y OpePA.			
---	--	--	--

PARTE IV. RESULTADOS

1. Actividades realizadas por el Centro de Emprendimiento UR Emprende.

Para establecer cómo los servicios con que cuenta el Centro de Emprendimiento UR Emprende, facilitarían la construcción de un programa de emprendimiento social, se hizo selección de algunos de ellos, con el fin de conocer su dinámica, estudiar y evaluar su potencial como elementos facilitadores del proceso emprendedor. Se participó en dos de las actividades que se desarrollaron durante el mes de febrero de 2014, El Sofá y el Taller de Ideación.

1.1. El Sofá

El Centro de Emprendimiento UR Emprende, para cumplir el objetivo de formar y conectar con actividades de emprendimiento, realiza varias actividades para poner en contacto a la comunidad emprendedora con los estudiantes. Entre estas, El Sofá busca que través del diálogo directo con líderes emprendedores, se conozcan aspectos de su actividad empresarial. Los estudiantes, son los encargados de llevar a cabo la organización del evento por lo cual pueden sugerir y tener injerencia en la identificación e invitación de los conferencistas.

Dentro de una dinámica “*informal*”, se da una interacción entrevistador – entrevistado en un ambiente que permite la cercanía y afabilidad. Así, uno de los estudiantes seleccionados con el propósito de ser entrevistador va permitiendo a través de un formato de preguntas que el entrevistado cuente su historia. Posteriormente el público participa formulando las inquietudes que tengan sobre el tema.

El 26 de febrero de 2014, se invitó a Alex Torrenegra para presentar ante la comunidad rosarista su experiencia en la creación de empresas con base tecnológica. En la actualidad este emprendedor es el director de Bunny Inc, organización que cuenta con el banco de voces más grande del mundo. La compañía conecta a clientes y proveedores a través de una

plataforma tecnológica que ha permitido acortar tiempos en la selección de voces e igualmente disminuir costos para los clientes. Su concepto es el de la creación de un supermercado de voces. Esta iniciativa lo hizo merecedor del título de Innovador del Año entregado por la Revista MIT's Technology Review en la versión 2012 de los Premios TR35. Además de estas empresas, Torrenegra Labs ha participado en la creación e inversión en tecnología a través de una incubadora de ideas que ha permitido el surgimiento de 20 negocios.

A la actividad asistieron aproximadamente 100 estudiantes de la Escuela de Administración. El entrevistado inició su presentación narrando cómo llegó al mundo de la tecnología a los 13 años, su acceso a un primer “crédito bancario” y la forma para conseguir su primer computador. En el momento en que presenta su plataforma tecnológica, hace una demostración de cómo en un corto periodo de tiempo, no más de 10 minutos, logra poner en contacto a un cliente y a un proveedor de voz.

Durante la presentación el conferencista aborda las preguntas que se le hacen, con respuestas que reflejan experiencia y que son atractivas para los participantes. Presenta conceptos nuevos frente a la forma de conocer el mercado, la contratación de recursos humanos, cómo crecer una compañía, qué medios usar para promoción y la efectividad de los mismos.

1.2. Taller de ideación.

Este taller hace parte del proceso de entrenamiento en proyectos de emprendimiento. Se participó en el módulo dictado por Julián Arango que se llevó a cabo entre el 22 de febrero y el 1 de marzo de 2014. Con una duración de 12 horas se cubrieron diversos temas y actividades dirigidas a identificar una idea de negocio.

El concepto de ideación está basado en el diseño del pensamiento o desing thinking con el supuesto que a través del mismo se puede llegar a la innovación. El proceso busca que a través de ejercicios se estimule el pensamiento para responder preguntas que se salgan de lo

usual. El supuesto subyacente es que ésta nueva forma de ver las cosas permitirá la producción de ideas que más tarde se convertirán en proyectos empresariales. Al tiempo, se presentan casos de empresas que en distintos tipos de negocios han logrado consolidarse en el mercado basado en ideas y conceptos diferentes que apuntan a la innovación.

La oportunidad de negocio es un conjunto de situaciones en donde la persona, la idea, el mercado y los recursos con los que cuenta, constituyen un todo. Se hace énfasis en que la idea deba ser innovadora, escalable, sostenible en términos económicos, sociales y ambientales. De igual manera debe cumplir el requisito de convertirse en productos que con el tiempo puedan ser exportables.

Durante el taller se esboza la importancia de ofrecer una propuesta de valor, con este fin se delinear los contenidos del modelo CANVAS que posteriormente serán profundizados en un módulo con este nombre. Se hace énfasis en la importancia de ofrecer un concepto lo suficientemente fuerte para poder crear relaciones con los segmentos de clientes, comunicarse, definir una imagen visual, enfocarse en los productos que serán llevados al mercado. Se brinda información sobre fuentes de consulta de ideas, así como metodologías de investigación que permiten explorar e indagar mercados y establecer las características de la competencia. Se establecen además elementos de psicografía en búsqueda de llevar al participante a comprender sus futuros consumidores y perfiles de consumo. Se señala la importancia de la consulta de medios de comunicación, estadísticas, redes sociales, participación en ferias y eventos con el fin de establecer la oportunidad del mercado. De igual manera se mencionan las fuentes de financiamiento para obtener ingresos que apoyen el progreso del negocio.

En un breve periodo de tiempo el participante hace un recorrido sobre temas que posteriormente profundizará. El argumento central es la idea y las herramientas que permiten la estructuración de la misma. El proceso está acompañado por el instructor del módulo que ofrece asesoría y contribuye a pasar a la siguiente etapas para establecer un prototipo que pueda ofrecer creación de valor.

2. Divulgación de proyectos de emprendimiento social.

Entre las líneas de acción que actualmente difunde el Centro de Emprendimiento UR Emprende, se busca construir una actitud emprendedora a través de un programa de fomento a la cultura del emprendimiento. Con este fin se llevan a cabo una serie de actividades entre las que se cuentan El Sofá, ya mencionado y otra de ellas denominada Creando Espacios. Este es un momento para presentar tendencias nuevas. Haciendo uso de estos dos mecanismos se buscó difundir las entidades que desarrollan emprendimiento social, los emprendedores sociales, sus proyectos, alcances, logros, problemáticas abordadas.

Contando con el apoyo del Centro de Emprendimiento, se invitó a Milton Garzón y Sebastián Chávez de Ahmsa, a participar en la actividad Creando Espacios y se organizó El Sofá con Luis Camargo, Director de OpePA. La actividad “Creando Espacios” se realizó el 28 de marzo de 2014, durante la sesión de ideación que se dictaba en esa fecha en El Claustro, tiempo brindado por Julián Arango profesor del área. El 23 de abril de 2014 se llevó a cabo El Sofá realizado también en el auditorio de El Claustro, en donde OpePA, enseñó su modelo de emprendimiento social. Para esta última actividad se contó, con el apoyo del concejo estudiantil de la Escuela de Ciencias Humanas, para la organización del mismo.

Durante los dos eventos, los invitados fueron narrando sus experiencias de vida, a la vez que presentaron los resultados de sus emprendimientos sociales. Las historias muestran gran cantidad de contenidos personales de los emprendedores así como la forma en que han logrado o en la actualidad comienzan a cristalizar sus sueños. Los emprendedores presentaron el concepto de emprendimiento social, desde su organización administrativa pasando por la consecución de recursos, hasta llegar finalmente al modelo que han llevado a cabo para cristalizar sus ideas. Tanto Ahmsa como OpePA buscan un acercamiento entre los grupos socio económico de bajos y altos ingresos, partiendo de la problemática social y ambiental que vive el país. El concepto que subyace a estas ideas es que ambos grupos se necesitan y son complementarios.

A estos dos eventos asistieron 62 miembros de la comunidad rosarista, entre estudiantes y profesores. De este grupo, 45 participantes eran estudiantes de la Escuela de Ciencias Humanas y 17 de la Escuela de Administración.

2.1. Ahmsa.

La misión de Ahmsa es aliviar la pobreza y promover la dignidad mediante el fomento de la iniciativa empresarial y la innovación en las comunidades y barrios marginados de Colombia. Ahmsa o Amsa, significa “nacer” en dialecto chibcha. El fundador de la organización, un norteamericano, para poder tener una correcta pronunciación entre anglo parlantes agregó la H intermedia. En sus inicios Ahmsa presto asistencia humanitaria en Altos de Cazucá a través de recursos de cooperación internacional. Actualmente su modelo de emprendimiento social fomenta el crecimiento de emprendimientos mediante microcréditos que se otorgan a poblaciones en extrema pobreza en el barrio Loma Linda de este sector. A su vez, busca el fortalecimiento de estas empresas a través de capacitación y de la inclusión de miembros de la comunidad en sus proyectos. La organización habla de “*acercar dos mundos*” como una oportunidad para la paz y el desarrollo.

La idea de Ahmsa surge a partir de creer que hay posibilidades para una población que para 2006 había sido considerada una de las zonas de mayor desastre por los desplazamientos, la violencia armada y la pobreza extrema. Por esta época Mateo, su fundador, conoce a Milton habitante de Altos de Cazucá, con una historia de micro tráfico que lo hace vivir un año en una situación de “*auto secuestro*” para no ser dado de baja por grupos de paramilitares. Milton logra en este tiempo hacer un proceso de reflexión, que se resume en una de las frases que presenta en su charla, “*Construir en vez de destruir*”. La fórmula M&M, como denominan su relación con Mateo, busca trabajar con la “Base del desarrollo”, que estaría conformada por los 5000 millones de personas que en el mundo viven con un ingreso igual o menor a US\$ 2,5 diarios, lo que equivale aproximadamente a COP\$4.500. Este grupo según el expositor constituye “La gran oportunidad del futuro”.

Los proyectos realizados por Ahmsa tienen que ver con artes gráficas, confecciones en tela, confecciones de carteras y bolsos elaborados en materiales reciclables, así como el apoyo y fomento a tiendas de barrio. Las cifras de estos emprendimientos producto de 250 micro créditos, presentan un aumento del 95% en el ingreso de los emprendedores en los últimos años. Estas personas pasaron de ganar un promedio mes de menos de \$ 100.000 a un promedio mes de aproximadamente \$ 200.000 en la actualidad.

En una aproximación cordial, con anécdotas y reflexiones producto de su tiempo de encierro, Milton se acerca amable y recursivamente al auditorio. Su estilo es inspirador, habla de hacer suyos los sueños de los emprendedores, *“Los sueños de los emprendedores son mis sueños”*, cuenta cómo con Mateo ha entendido la importancia de conectar dos mundos que parecen distantes pero que están unidos con lazos de interdependencia. Se refiere a las personas de bajos ingresos y los de ingresos medios y altos. Esta interconexión estaría dada o se permitiría a través del concepto de *“Construir en vez de destruir”*. Cierra su charla con la frase *“La vida es y siempre será el camino que nos brinda la oportunidad de recoger lo que cosechamos”*.

El auditorio conformado en su mayoría por estudiantes de la Escuela de Administración, se muestra interesado en Ahmsa. Los aspectos señalados en las observaciones se presentan a continuación.

“Oportunidades y esperanza para las comunidades”/“Ver que el país tiene potencial”/“Las ganas de trabajar por las personas menos favorecidas”/“Poder hacer una empresa inclusiva teniendo en cuenta que todos somos iguales y tenemos cosas que aportar”/“Es una persona increíblemente inspiradora”/“Hay cosas que no entendemos porque son difíciles de vivenciar”.

2.2. OpePA.

OpePA es la organización para la educación y protección del medio ambiente. Es un fellow o asociado de Ashoka y lleva 10 años desarrollando su concepto que tiene elementos que une dos intereses del emprendedor, uno de carácter educativo y otro de carácter medio ambiental.

A su vez, para alcanzar sostenibilidad financiera, implementa un modelo de negocio que consiste en poner en marcha una operación de bajo riesgo. Para alcanzar la sostenibilidad social, busca la consolidación de un grupo de agentes de cambio, que le permitan lograr resultados colectivos.

La misión de OpePA es reconectar a los niños y jóvenes con la Tierra para que actúen de manera ambientalmente responsable. Para esto lleva a cabo un modelo de acercamiento con la naturaleza que permite a las personas actuar después de un tiempo, en acciones directas que tengan un impacto positivo sobre el planeta.

En la charla Luis Camargo invita a seguir los sueños y motiva creando entusiasmo entre los estudiantes, lo que hace que se susciten un gran número de preguntas por parte del público al conferencista. En el caso de las actividades de OpePA, se observa inquietud de los estudiantes por tener información sobre la forma cómo abordan alternativas educativas, la diferencia que se establece frente a lo que es emprendimiento social v.s. responsabilidad social empresarial e igualmente sobre el modelo de negocio que ofrece una posibilidad de vivir a través de esta actividad. De igual forma, se presentan posiciones críticas que se refieren a la aproximación a la realidad rural y su abordaje “empresarial”.

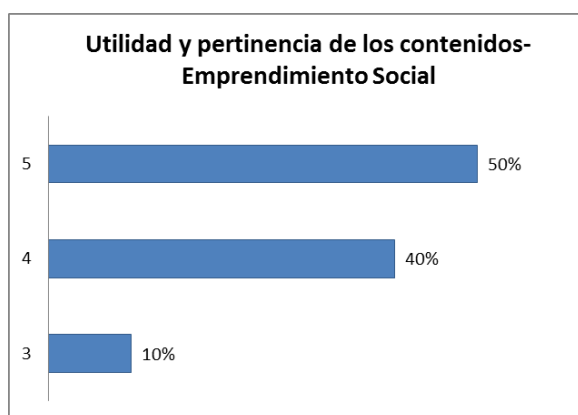
“El invitado incentivó al público, en su mayoría a jóvenes, a formular y desarrollar proyectos de emprendimiento” / “La pasión del conferencista” / “El hecho de pensar en una alternativa educativa y diferente que contemple puntos centrales como la educación ambiental y la construcción mutua de conocimiento, aspectos que no son muy valorados en nuestro sistema” / “La importancia de no parar de soñar, y cambiar lo que consideramos que debería ser de otra manera” / “Distinción entre emprendimiento social y responsabilidad social” / “Muy mal estudio de la realidad rural” / “El discurso empresarial "alternativo" del invitado”.

2.3. Evaluación de las actividades realizada por Ahmsa y OpePa

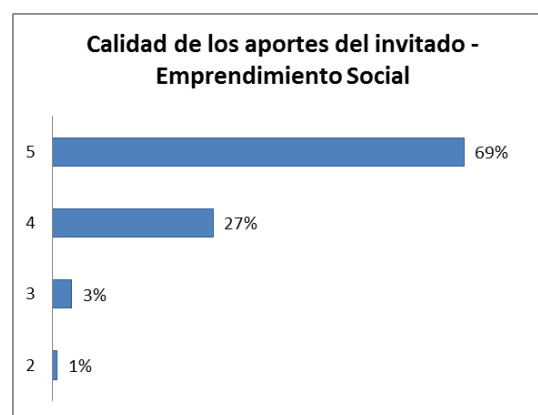
Estas actividades fueron evaluadas a través de una escala de 1 a 5 que buscaba que los participantes calificaran los eventos en aspectos como calidad de los aportes del invitado,

utilidad y pertinencia de los contenidos, recomendación de la charla a otros y motivación o capacidad de la historia para incentivar emprendimientos sociales similares. La evaluación de estas dos actividades se presenta a continuación.

En la gráfica 1, se observa que la utilidad y la pertinencia de los contenidos presentados por el emprendedor, son calificadas con 5 en un 50% y con 4 en un 40%. En la gráfica 2 se observa que un 69% de los participantes da una calificación de 5 a la pregunta calidad de los aportes de los invitados. Un 27% la califica con 4.



Gráfica 1. Calidad de los aportes del invitado

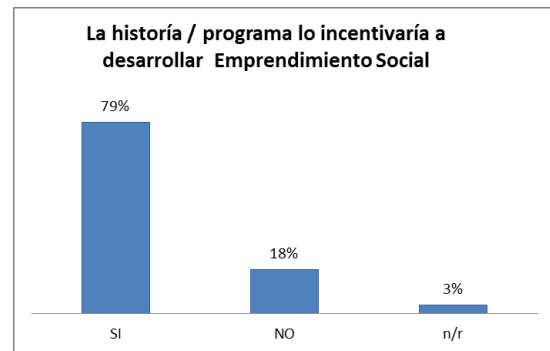


Gráfica 2. Utilidad y pertinencia de los contenidos

La gráfica 3 presenta los resultados a la pregunta, recomendaría esta conferencia, lo que se haría en un 92%. De igual manera cuando se evalúa si la historia/programa lo incentivaría a desarrollar emprendimientos sociales, las respuestas son iguales a 79% en caso afirmativo como lo muestra la gráfica 4.



Gráfica 3. Recomendaría ésta conferencia



Gráfica 4. La historia / programa lo incentivaría a desarrollar emprendimiento social

3. Semana de Líderes Emprendedores.

La Semana de Líderes Emprendedores, se llevó a cabo entre el 25 y el 28 de marzo de 2014. Durante la misma estuvieron presentes los siguientes empresarios, Vicky Colbert, Directora Ejecutiva de la Fundación Escuela Nueva; Andrés Hojas, Presidente de Unilever Middle Américas; Mauricio Molano, Presidente de la Fundación Social Ramo; Fernando Molina, Presidente de RCN Radio. El análisis de la información brindada por esta compañía no se presenta pues corresponde al liderazgo que ha alcanzado en sistemas de comunicaciones y la participación del recurso humano en el mismo, temas que no constituyen el objeto de esta intervención.

3.1. Escuela Nueva.

Escuela Nueva, organización creada en 1987 originó un modelo pedagógico que busca mejorar la educación de los niños en áreas rurales. Este se orienta a asegurar la calidad de la educación teniendo en cuenta las limitaciones tanto de profesores como alumnos en estas zonas. En estas áreas es muy común encontrar que un solo maestro debe responder a varios grupos de estudiantes de diferentes grados. El modelo lleva a que el maestro pueda manejar distintos niveles de educación mediante un aprendizaje colaborativo, que a su vez fortalezca el sentido comunitario.

En su misión, Escuela Nueva, propone la contribución a mejorar la calidad, eficiencia y sostenibilidad de la educación y repensar la manera de aprender mediante un aprendizaje activo, cooperativo, y personalizado centrado en el estudiante. La implementación de su modelo pedagógico, provee una solución sistémica, efectiva en costos, replicable y escalable al problema de calidad educativa, que se centra en el estudiante y promueve un aprendizaje activo, participativo y colaborativo.

Escuela Nueva en su evolución ha adaptado sus estrategias y materiales al contexto urbano con el fin de atender las necesidades de comunidades desplazadas y desescolarizadas. Así desde 2001 ha venido diseñando el programa Círculos de Aprendizaje, Escuela Nueva Activa y Escuela Nueva Itinerante, como una solución educativa para comunidades afectadas por diferentes situaciones de exclusión y violencia social⁶.

3.2. Unilever Middle Américas.

La presentación de Andrés Hojas presidente de Unilever Middle Américas se inicia con la descripción de los productos que ofrece la compañía. Con más de 20 categorías en alimentos, higiene personal e higiene del hogar, brindan “*soluciones que el mundo necesita para el futuro*”.

Unilever considera que su misión es aportar vitalidad a la vida al satisfacer necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal, con marcas que ayudan a la gente a sentirse bien, lucir bien y sacarle más provecho a la vida.

Andrés plantea que en sus inicios cuando fue creada la compañía, durante la época victoriana, está persiguió fines sociales, elaborando el primer jabón empaquetado para solucionar problemas de salud de la época. Posteriormente realizó una alianza con una compañía de Holanda que producía margarina en donde se estableció la forma de distribuirla en Inglaterra. Después de este recuento menciona como en 2009, basados en lo que ocurre en el mundo económico actual, la compañía reconsidera su aproximación al crecimiento empresarial. La estrategia que comienza a implementarse a partir de 2009 plantea crecer al doble para satisfacer las necesidades de una población que va aumentando aceleradamente. Este plan de crecimiento se logra si se disminuye a la mitad el compromiso medio ambiental y se aumenta el impacto social. Por el tipo de productos que utilizan, jabones, champús, detergentes, el consumo de agua y el uso de este recurso en forma inadecuada llevan a Unilever a sentirse responsable y a plantearse metas en términos medio ambientales. Estas tienen que ver con ayudar a 1000 millones de personas a mejorar su salud y estilo de vida, reducir a la mitad el impacto ambiental

⁶ Estos contenidos han sido tomados y adaptados de la página web <http://www.escuelanueva.org>

de los productos, utilizar materias 100% biodegradable y llevar mundialmente los desperdicios a cero. Su preocupación por el cumplimiento de estas metas va dirigida al impacto en la cadena de carbono.

A partir de esta fecha se han puesto en contacto con ONG's a nivel mundial con el fin de desarrollar programas con impacto social que contribuyan a un modelo de crecimiento sostenible en términos sociales y ambientales. A través de estos proyectos buscan aproximarse a comunidades marginadas. Por lo tanto, han planteado formas alternativas para llevar productos que por sus costos antes no eran usados por éstas. Opina que través de mecanismos innovadores han encontrado cómo aproximarse a estos mercados. Hace referencia a los sistemas de distribución y formas de presentaciones de los productos, que se han adaptado de manera que puedan ser comprados y usados por poblaciones marginadas. Menciona como el sistema se está implementando en la India, basado en el concepto de Banca de los Pobres, brindando acceso a micro crédito a mujeres encargadas de distribuir y vender los productos de la compañía.

3.3. Fundación Molano.

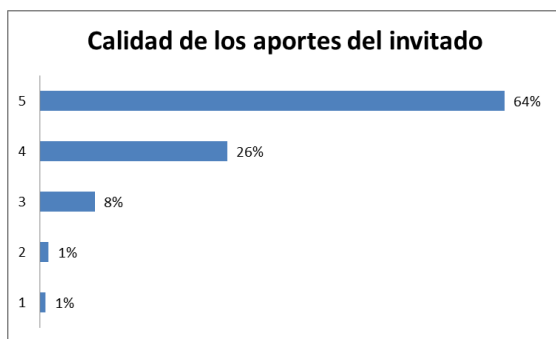
La Fundación Social Molano trabaja por el desarrollo individual y social, exaltando la dignidad del trabajo y promoviendo una cultura innovadora, integral y de educación para la democracia.

En la conferencia Mauricio Molano presenta su interés en el liderazgo, la sostenibilidad y la responsabilidad social. La Fundación Molano busca el impulso social a través de trabajo voluntario y compromiso comunitario que induce a personas, organizaciones y comunidades a ser autónomos y responsables. La organización es una plataforma en donde personas con interés social pueden llevar a cabo proyectos orientados a fortalecer la construcción del tejido social. En 2009 fue ganadora del premio otorgado por la Fundación Ordesa, con un proyecto de nutrición basada en productos a base de soya, para niños y niñas de la población de Santa Rosa de Viterbo. En este municipio presta asistencia con el apoyo de la comunidad para el avance de los planes de

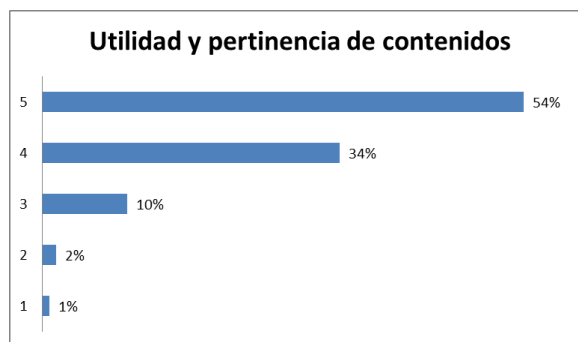
desarrollo, buscando que la población pueda resolver sus problemas y encontrar soluciones a estos.⁷

3.4. Evaluación del evento Semana de Líderes empresariales

La Semana de Líderes Empresariales fue evaluada en dos atributos, calidad de aportes de los invitados y utilidad/pertinencia de los contenidos. En la pregunta sobre calidad de los aportes del invitado, los participantes dieron calificaciones iguales a 5 (64%) y 4 (26%). (Ver gráfica 5). Estos resultados son muy similares cuando se establece la utilidad y pertinencia de los contenidos. La gráfica 6, establece que en un 54% los entrevistados califican estos contenidos con 5, y, con 4 un 34%. En un 10% la calificación es de 3.



Gráfica 5. Calidad de los aportes de los invitados



Gráfica 6. Utilidad y pertinencia de los contenidos

⁷ Estos contenidos han sido tomados y adaptados de la presentación realizada en la página web <http://fundacionsocialmolano.com/>

4. Hacia una aproximación conceptual para la definición de emprendimiento social.

Para la identificación de una definición de emprendimiento social se hizo uso de un enfoque inductivo y participativo, basado en las posturas de diferentes actores, tanto al interior de la Universidad del Rosario, como actores externos a la misma. El propósito fue lograr articular las nociones, definiciones y perspectivas de éstos para lograr una aproximación conceptual del término. Las posturas expresadas reflejan posiciones institucionales al interior de la Universidad del Rosario así como la práctica en el ejercicio del emprendimiento social en el caso de algunos de ellos. Otros enfoques reflejan posturas conceptuales frente al emprendimiento social y posiciones críticas de gran valor en la consolidación y estructuración de esta definición. Se realizaron diez (10) entrevistas en profundidad (Ver Anexo1 – Lista de actores entrevistados), haciendo uso de una guía de preguntas semiestructurada. La dinámica de la entrevista consistió en iniciar la misma con una pregunta abierta permitiendo al entrevistado ir construyendo el tema desde su propia perspectiva. A medida que se avanzaba en el mismo, el entrevistador iba profundizando y explorando los contenidos de la guía de acuerdo a la posición manifestada por el entrevistado.

4.1. Consideraciones iniciales respecto al emprendimiento social y otras actividades con las que tiende a confundirse.

Las actividades empresariales dirigidas a la producción de bienes permiten la creación de empleo, tributación e institucionalidad. Cada tipo de empresa persigue diferentes fines, de tal forma que estos le permiten alcanzar cambios y transformaciones inherentes a su razón social. Así crean valor y beneficio a los accionistas y a los grupos de interés a los que dirigen sus productos y servicios. Sin embargo, no por esto puede afirmarse que la empresa es un emprendimiento social. Las diferencias radican en el impacto que una y otro conciben sobre la dimensión colectiva.

Las empresas pueden considerarse sociales, pero en su origen la empresa no es creada con fines colectivos. A diferencia, en los emprendimientos sociales la dimensión social y el valor social constituyen su foco de interés. Para alcanzar este último, se involucran activamente el

emprendedor social y los agentes sociales de tal manera que en conjunto con la comunidad creen transformaciones o cambios.

La definición de emprendimiento social, que se origina como producto de este proyecto considera que entre el valor social, el valor compartido y responsabilidad social, existen diferencias originadas en el punto central de la definición de emprendimiento social, que está relacionado con el concepto de transformación y cambio social surgido al interior de la comunidad.

En la definición de valor compartido, Porter & Kramer (2011), proponen una re concepción de productos, mercados, procesos de cadenas productivas, con el fin de que la empresa pueda tener formas alternativas de relacionarse con las comunidades y con su entorno, diferente a las tradicionales Sin embargo, no queda muy claro cuál es el beneficio social que plantea la empresa para favorecer a la colectividad o cuál el fin que persigue la organización a través de estos procesos. Lo que es claro es que unos y otros no pueden ganar en proporciones similares estando en el mismo sector productivo, en donde las grandes compañías imponen las reglas del juego con su poder económico y capacidad de ejercer influencia en el sector.

Frente a la responsabilidad social empresarial, es interesante analizar como ante las presiones que se han venido dando sobre la empresa privada por responder a indicadores sociales ésta se siente con el compromiso de aportar a la comunidad a través de acciones de filantropía que redundan en responsabilidad social empresarial. La definición que se presenta a continuación no contempla acciones que después le serán retornadas a las empresas bien sea porque contribuirán a mejorar su imagen de marca o porque son sistemas alternos de tributación. La propuesta establece la forma a través de la cual, actividades empresariales pueden redundar en beneficios comunitarios.

4.2. Cinco ejes en la definición de emprendimiento social.

La definición de emprendimiento social para la Universidad del Rosario (Ver Gráfico 7) contiene 5 ejes básicos. Estos tienen que ver con Misión social, Cambio social, Valor social,

Innovación social y Sostenibilidad. El lector encontrará posiciones conceptuales de diferentes entidades y autores que han trabajado el tema, que servirán como marco conceptual. A su vez, las posturas de los entrevistados, hasta llegar a la definición.

4.2.1. Misión social y cambio social.

La preocupación de algunos de las personas consultadas se refiere a la delimitación del objeto de estudio del emprendimiento social. Para poder diferenciarlo del emprendimiento empresarial y responder al interrogante sobre ¿Cuál es el objeto social del emprendimiento? se analizará lo que constituye la misión en los emprendimientos sociales.

La misión es un elemento que busca identificar la razón de ser de una iniciativa social o empresarial. Constituye el motivo por el cual se da origen a la organización comunitaria o a la empresa. En el caso del emprendimiento social, puede ser tan amplia como lo son las necesidades que aquejan a una sociedad.

El BID (2006) en la Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales, formula un planteamiento interesante. Esta entidad se orienta a identificar el momento en que el emprendimiento social ha logrado el cumplimiento de su misión, lo que equivale a la creación de valor. Este valor corresponde a la respuesta a las necesidades insatisfechas de los grupos a quienes va dirigido el emprendimiento social acompañada de cambio; por lo tanto, la estructuración de la misión al interior de un emprendimiento social se da a partir de identificar las oportunidades de cambio al interior de una comunidad lo que le ofrece una nueva dimensión, en donde los procesos que van surgiendo, se van acomodado a las lógicas sociales.

Sin embargo, el cambio es controversial por los tiempos que requieren los procesos sociales y porque no siempre éstos son producto de situaciones naturales. De igual forma, por los efectos o las consecuencias de los cambios; la naturaleza o características del cambio; los actores involucrados; el entorno en que se ubica el cambio, la evolución de la sociedad en la dirección propuesta, entre otros (Torres, 2011).

“Tantos procesos en que se ha afectado la comunidad y se ha cambiado la forma en que está se relacionaba naturalmente. Muy difícilmente puede imponerse una agenda de transformación. Lo primero estar a la escucha de las demandas ciudadanas, qué buenas prácticas se dieron, qué consecuencias negativas trajo... Le doy un ejemplo que a mí me toco: estaba mirando los procesos de Derechos Humanos en Irlanda del Norte. El objetivo macro se cumplió, la pacificación de la sociedad, pero la cantidad de consecuencias negativas sobre la destrucción del tejido social, sobre el cambio de roles de género, eso perturbo mucho a las nuevas generaciones” (Decanatura Escuela de Ciencias Humanas).

Las necesidades sociales abarcan una amplia gama de situaciones no atendidas, su común denominador es que crean inequidad y exclusión. Estas situaciones exigen soluciones, que en el caso de las interacciones sociales deben partir de las comunidades. Por consiguiente, es posible encontrar emprendimientos sociales que a través de modelos de negocios busquen y respondan a la creación de empleo, la respuesta a necesidades medio ambientales, la transformación de modelos educativos, la solución a problemas de vivienda, entre muchos otros. Para establecer qué justifica o da origen a la creación de un emprendimiento social, debe existir una clara identificación de necesidades, en donde el emprendedor social las establece junto con la comunidad. Cuando éstas se convierten en oportunidades de cambio social se da el emprendimiento social.

4.2.2. Valor social v.s. valor económico.

En el foco de todo emprendimiento, empresarial o social, existe la necesidad de crear valor y establecer cuál es la magnitud del mismo. En los emprendimientos empresariales se crea valor cuando se arrojan utilidades. De esta manera, los socios de la empresa son retribuidos. Este valor es fácilmente cuantificable, así como su aporte al fortalecimiento y sostenibilidad de la empresa. No obstante, en el caso de los emprendimiento sociales, la creación de valor, su identificación y medición no es igualmente fácil. ¿Cómo se crea valor al interior de un emprendimiento social? Con el fin de responder esta pregunta es conveniente desglosar los componentes inherentes a la creación de valor.

En toda creación de valor existe una propuesta que debe responder a las preguntas que hacen relación a quiénes serán los beneficiarios del emprendimiento social y cómo serán beneficiados (BID, 2006). Para entender la interrelación de estos dos aspectos, se revisará la definición propuesta por esta entidad acerca del significado de valor social. Se refiere a “la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica” (BID, 2006, p.296). En esta definición se identifica quiénes serán los beneficiados, personas excluidas, en situación de vulnerabilidad o marginación. El cómo surge cuando se eliminan barreras que permitan alcanzar inclusión y el fortalecimiento de las comunidades que se han convertido en los gestores de su propio cambio. Por lo tanto, en la generación de valor social está presente el cambio o la transformación que se da al interior de las comunidades cuando estas han logrado alcanzar sus objetivos. La profundidad de estos cambios es lo que determina el valor social.

En consonancia con el valor social, se establece un segundo interrogante ¿puede ser el valor social excluyente del valor económico? El BID (2006) considera que el valor social y el valor económico no pueden ser excluyentes, los emprendimientos sociales deben producir valor social y valor económico. A diferencia, la OCDE (2013), en el Manual de Políticas sobre Emprendimiento Social, considera que este tipo de organizaciones “tienen una capacidad limitada de producir utilidades o no la tienen, pues no es su objeto. Sin embargo, deben adoptar un sistema democrático y participativo de gobernanza, que permita la integración social y laboral de personas excluidas” (p.4).

La decanatura de la Escuela de Ciencias Sociales, considera lo siguientes:

“En un emprendimiento social no existen objetivos de lucro. No existe un objetivo para la misma persona de enriquecerse financieramente, uno no crea para uno. En un emprendimiento empresarial uno lo hace por sí mismo y hay un objetivo económico. En un emprendimiento social el que emprende lo hace para otros, no hay lucro”.
(Decanatura Escuela de Ciencias Humanas).

A su vez, EAFIT opina:

“...yo no comparto que no pueda generar utilidades, porque entonces no hay valor. Estaríamos diciendo que unos emprendedores entregan su proyecto de vida a cambio de nada. Las organizaciones sociales necesitan profesionales que deben ser remunerados, pensar que no va a ver una generación de recursos y remuneración económica sería como pensar que todo lo vamos a hacer de forma filántropa y que ninguna de las personas que están en el mundo social tenemos derecho a una remuneración digna. La generación de excedentes o de riqueza da sostenibilidad, permite ampliar la base de puestos de trabajo”. (EAFIT SOCIAL)

Las dos posiciones, implican un modelo económico desafiante. La ejecución de proyectos sociales no se escapa a la realidad de toda organización, con ánimo o sin ánimo de lucro, que se refiere a la necesidad de contar con recursos para poder subsistir. Los recursos financieros son básicos para adelantar cualquier empresa y sobre la base de la rentabilidad y utilidades, las empresas pueden ser sostenibles en el tiempo y brindar estímulo a los socios de continuar invirtiendo en esta.

En el caso del emprendimiento social las utilidades producidas y la forma de asegurar la sostenibilidad de estas empresas se lleva a cabo a través de la captación de recursos originados en la venta de productos y servicios, fondos de financiación, donaciones, entre otros y su reinversión en el emprendimiento. La manera diligente de hacer uso de estos recursos en un esquema cruzado de gestión, financiación y administración, permite resolver el dilema al que se enfrentan las organizaciones sin ánimo de lucro y que tiene que ver con la forma de asegurar su sostenibilidad en el tiempo causada principalmente por la inestabilidad financiera

El tema de valor social v.s. el valor económico se va dilucidando cuando se comprende la importancia de no desligar uno de otro.

“Un emprendimiento social debe generar una riqueza tasada en intangibles como redes de confianza o capital o cohesión social. Esa ya es una riqueza valiosa para el territorio. Estamos inmersos en satanizar lo social como si fueran dos mundos en donde todo se vuelve asistencia social. En la experiencia diaria, encontramos ejemplos en donde las brechas de pobreza se han aumentado cuando los proyectos se desarrollan de manera asistencial. Por el contrario cuando realmente hay rentabilidades sociales acompañadas de intereses económicos se generan mayor compromiso”. (EAFIT Social).

“Estas organizaciones deberían tener la suficiente capacidad de gestión empresarial para producir los recursos que les permitan sobrevivir, porque muchas de estas, solamente están fijándose en captar fondos, recursos y gastar en la operación cotidiana, se vuelve una cosa muy dependiente de la financiación de terceros, de otras organizaciones, de otras empresas.”(Consultor Centro de Emprendimiento).

No obstante, estos valores deben comprenderse desde el punto de vista de beneficio a las comunidades de manera que puedan repensarse modelos cruzados de financiamiento, o modelos de empresas en donde la rentabilidad no entre en contradicción con la viabilidad social.

“Habría que pensar en otros modelos de empresa, colectivas, sostenibles, por ejemplo empresas del Estado, EPM, son rentables, se genera plusvalía pero no queda en manos de una sola persona. Puede volver a la sociedad en forma de obras, no creo que la rentabilidad y la viabilidad social se contradigan pero en contextos de acumulación, pueden crear choques muy altos. Es más común que el valor económico se produzca a costa del valor social. Habría que invertir esas relaciones”. (Dirección de Maestría de Estudios en Ciencias Sociales).

Pero ¿se ha creado valor social al reinvertir las utilidades financieras en la empresa que surge del emprendimiento social? La respuesta es no, pues el valor social va más allá de las utilidades financieras. El valor social está relacionado con la profundidad del cambio alcanzado y de los impactos logrados en este cambio.

4.2.3. Innovación social.

Vincular el emprendimiento social con la innovación social, conduce a preguntarse ¿Cuál es la razón por la que la innovación social estaría a cargo de los emprendedores sociales o porque la innovación se asocia con emprendimiento social? Hay dos posibles respuestas. La primera se ubica en el concepto mismo de emprendimiento que lleva implícito procesos de transformación y cambio, lo que ha sido señalado desde Schumpeter cuando habla de la destrucción creativa.

No obstante, el término innovación social tiene significados y connotaciones diferentes a la de innovación empresarial, que en la actualidad está relacionada con procesos tecnológicos. Por consiguiente, la segunda de estas respuestas estaría contenida en el concepto de transformación social a través de acciones, pequeñas transformaciones que vayan dando paso al cambio.

“Identificar con acierto, acciones novedosas, llamativas, atractivas para el emprendimiento social. Un ejemplo, la ley de tierras, algo tan concreto como oír a la gente.[...]ese observatorio, ese encuentro que llaman "La Conversa" a donde vienen líderes de todas partes. Con una inmensa riqueza, se han podido capturar muchas cosas desconocidas” (Vicerrectoría Universidad del Rosario)

El término es controvertido desde las ciencias sociales por el escepticismo relativo al cambio al interior de los procesos sociales y la forma de cómo alcanzarlo. No obstante, no excluye que el debate frente al mismo se pueda dar.

“Hacer una mesa acerca de lo que es la innovación social, qué no es, cuáles son sus alcances, cuáles son sus límites, si la investigación en ciencias sociales y humanas participa naturalmente de la innovación social o no, investigaciones prácticas, para crear el denominador común” (Decanatura Escuela de Ciencias Humanas).

Georghiou (2009) considera que existen diversas aproximaciones basadas en lo que la innovación social refleja. Por ejemplo, “una dimensión colectiva y social”, “una transformación

social”, “una iniciativa colectiva para resolver un problema”. El concepto en la investigación en ciencias sociales según el autor debe referirse a la transformación y al cambio al interior de las comunidades producto de “una respuesta a la presión del medio ambiente social y político (social push a cambio del market pull del mercado)” (p.71-72).

El autor, señala diferencias que se refieren a las consideraciones que toma en cuenta el Manual de Oslo de la OCDE (2005), para establecer las características de una innovación tecnológica frente a la innovación social. La primera puede referirse a la implementación de un producto, un nuevo proceso, un nuevo método de comercialización, que ha sido significativamente mejorado. En el caso de la innovación social, comprende situaciones inmateriales e intangibles; pueden estar referidas a procesos organizativos o institucionales y es menos radical en el sentido de no requerir necesariamente una ruptura como si lo exige la innovación tecnológica.

Wilco (2014), en el informe titulado Social Innovations for Social Cohesion, considera que las innovaciones y los productos que se derivan de ellas, son el resultado de ideas que se convierten en aproximaciones prácticas, nuevas en el contexto en donde se implementan, que despiertan esperanzas y originan estrategias de solución, caracterizándose por un alto grado de riesgo e incertidumbre (p. 11).

Tomando los elementos anteriores y a partir del análisis alcanzado se considera que la innovación social es el resultado de transformaciones o cambios. Contienen riesgo e incertidumbre y debe lograr mejoras. Pueden estar ligadas a una diversidad de objetivos y contextos sociales. Los cambios son significativos pero no necesariamente de gran envergadura y pueden estar insertados en procesos existentes. Estos se proyectan a futuro y se evalúan en retrospectiva dadas las características mismas de los procesos sociales

4.2.4. Sostenibilidad

El término sostenibilidad surge formalmente a partir de 1987 con el Informe Brundtland. En éste se ponía de manifiesto la necesidad de la sostenibilidad del medio ambiente y se le ligaba a

la sostenibilidad económica. La vinculación entre las mismas, se daba en la medida que si se continuaban agotando los recursos naturales como hasta el momento se estaba haciendo la sostenibilidad económica de las naciones se iba a ver igualmente afectada.

OCDE (2013), hace referencia a la regulación de políticas que faciliten la realización de los emprendimientos sociales y que estos puedan alcanzar sus metas económicas y sociales. Esta entidad contempla otros factores necesarios en los emprendimientos para alcanzar la sostenibilidad que tienen que ver con la capacidad que tenga el emprendedor de ser un buen administrador y de aproximarse a la comunidad alcanzando su credibilidad, como parte de un proceso consensuado. Ashoka coincide en establecer que la legitimidad ante la comunidad es un factor para alcanzar la sostenibilidad.

“La sostenibilidad es entendida por tres grandes pilares, antes se pensaba que era la parte financiera, pero si no tienes la credibilidad y si no tienes el talento humano no llegas a dónde quieres llegar. Es importante una organización que sea legítima ante la comunidad, ante tus pares, aliados, por eso el tema de la fibra ética. Por otro lado el talento humano..., cuando tú me dices, un emprendedor necesita una estructura, claro que sí. Necesita tener talento humano, necesita personas innovadoras, creativas y proactivas y que sean agentes de cambio” (Ashoka).

En cuanto a los fondos y a las formas de financiamiento que se requieren para alcanzar esta sostenibilidad, estos pueden provenir de donaciones pero se busca independencia de estas. Como parte del proceso de gestión administrativa, el emprendedor se encarga de lograr, organizar, y administrar estos recursos; la experiencia demuestra que estos fondos son necesarios o de lo contrario las organizaciones se ven expuestas a afrontarse a cargas administrativas que desdibujan su misión.

Cuando las comunidades se han apropiado de las transformaciones sociales y del valor social que ofrece el proyecto, se considera que la sostenibilidad social se ha logrado. Sin embargo, para alcanzar esta sostenibilidad debe tenerse en cuenta que los procesos sociales

tienen espacios y tiempos diferentes y se debe contemplar la evolución natural de las comunidades.

“Primero el emprendimiento requiere competencias particulares para romper paradigmas, esfuerzo, perseverancia y el tema del emprendimiento social requiere mucho más. Es desarrollar nuevas estrategias para el trabajo con comunidades, que no es fácil. [] ...Se requiere saber de la comunidad para dar paso a procesos que generen un desarrollo. Es importante que estos emprendedores tengan esas habilidades de trabajo en territorio porque a veces no es tan fácil” (Coordinación extensión universitaria)

4.3. Definición Emprendimiento social para el Centro de Emprendimiento UR Emprende.

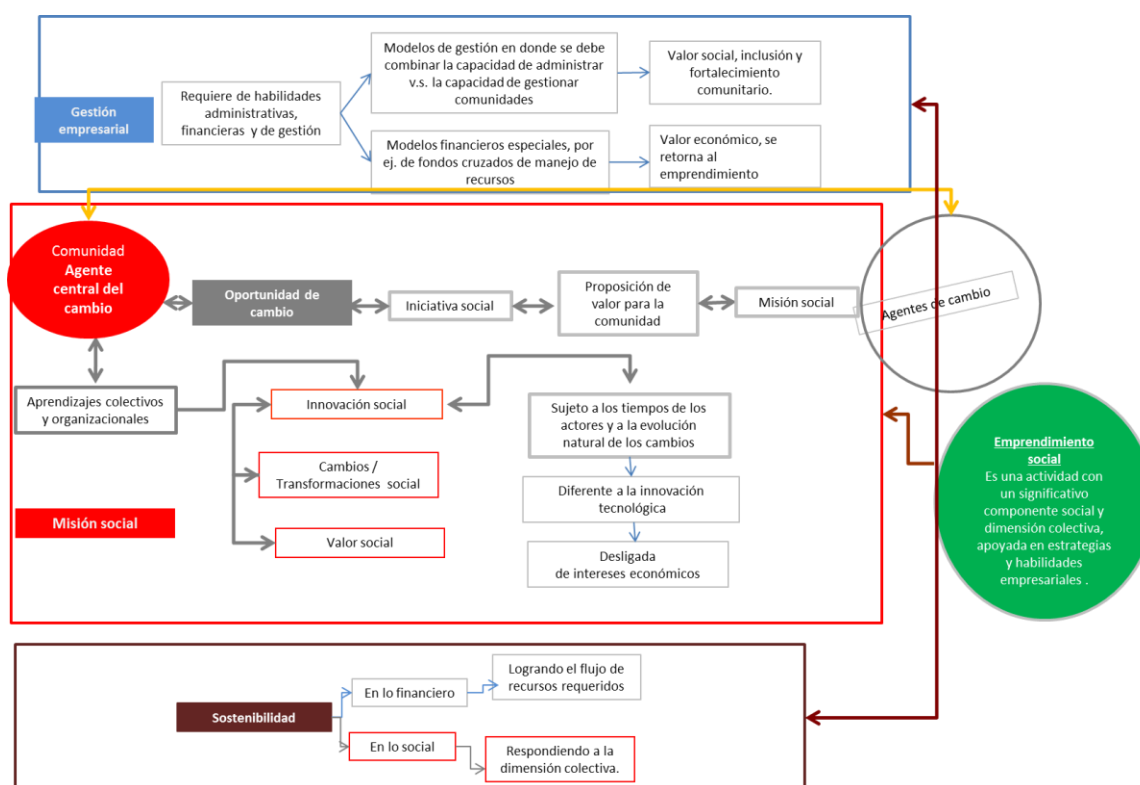
Después del análisis anterior, se llega a la definición de Emprendimiento social, (Ver gráfica 7), como una actividad con un significativo componente social y dimensión colectiva, apoyada en estrategias y habilidades empresariales. En ésta, la participación de las comunidades como sujetos de su propio cambio, es central. Las iniciativas que surgen de identificar estas oportunidades de cambio, son concertadas y administradas por agentes de cambio, que pueden ser externos o miembros de las mismas.

En el proceso, el surgimiento de la iniciativa social producto de aprendizajes colectivos, da origen a la misión social que incluye una propuesta de valor para la comunidad. Los aprendizajes colectivos y organizacionales contribuyen a la innovación social. Esta se caracteriza porque permite una transformación o cambio social, que se traduce en valor social.

La innovación social adquiere significado en términos de la profundidad de los cambios logrados, el compromiso de la comunidad para mantenerlos y su identificación con estos. El cambio propuesto y por ende la innovación resultante está sujeta a los tiempos de los actores y a la evolución natural de los mismos. Es diferente de la innovación tecnológica y esta desligada de la consecución de intereses económicos, como meta única.

Para que el emprendimiento social sea posible se requiere de un proceso de gestión, en donde las habilidades administrativas y financieras, estén presentes. De igual manera, el aprendizaje conjunto con las colectividades debe permitir entender sus motivaciones y cómo acompañarlas y ser partícipe en la consecución de sus objetivos. Al hacerlo, se está logrando la gestión comunitaria. La propuesta financiera es la consecución de fondos cruzados que aporten valor económico que retornará al emprendimiento para que las comunidades alcancen sus resultados.

Todo el proceso busca la sostenibilidad, como una consecuencia de los procesos de gestión y desarrollo adecuado de la propuesta de valor, que debe permitir el logro de las metas sociales y alcanzar el flujo de recursos necesarios para que el proceso sea posible. Esta sostenibilidad, hará énfasis en las dinámicas sociales que permiten alcanzar mejoras en la calidad de vida de las comunidades al tiempo que logran ser autónomas. Lo anterior, permitirá que los proyectos puedan continuar y seguir su marcha independientemente de factores como la dependencia de fondos o la presencia de agentes externos.



Gráfica 7. Hacia una aproximación conceptual para la definición de emprendimiento social al interior del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Rosario.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Diferencias entre emprendimiento social e intervención social.

No hay un consenso entre lo que diferencia un proceso de intervención frente a un proceso de emprendimiento social, son varias las posiciones que se manifiestan al respecto. La primera de ellas tiene que ver con el concepto mismo de emprendimiento social, como una idea innovadora que parte de una iniciativa avalada por la comunidad. Es la comunidad, sus necesidades y la validación por parte de los diferentes actores que conforman esta comunidad la que le da vida a este emprendimiento social. Esta posición resalta las diferencias entre emprendimiento social e intervención social, basadas en la aceptación y validación que hacen las comunidades del proceso emprendedor. En algunas intervenciones esto no es posible pues es la entidad la que en forma externa propone cuál es la intervención y de esta forma la comunidad deja de ser sujeto de intervención para convertirse en objeto de la misma. Se considera a su vez, que los procesos de intervención son exógenos a diferencia de los procesos de emprendimiento social en donde las iniciativas surgirían al interior de los grupos.

“Es que la intervención social la hace un sujeto interno o externo sin contar con el consentimiento previo de la validación de los actores mientras que el emprendimiento social como te lo dije antes, la clave fundamental es que sea aceptado y validado por el territorio, por el lugar por donde se va a aplicar para que la brecha del mercado quede resuelta. Puede ser desde una campaña de vacunación, una prestación de un servicio”.
(EAFIT SOCIAL)

Cuando el emprendimiento social se concibe como una idea que da origen no solo a un proyecto sino a varios, entonces la diferencia entre intervención y emprendimiento está dada en que la intervención social se relaciona con proyectos de carácter puntual, mientras que los emprendimientos sociales están relacionados con proyectos de largo alcance, en donde el compromiso con la sostenibilidad del emprendimiento es parte de lo que el emprendedor hace con la comunidad.

“En las intervenciones sociales yo voy a una comunidad, desarrollo una metodología y me puedo ir. Puedo desarrollar un esquema de producción pero mi compromiso no es

para garantizar esa sostenibilidad Lo que yo puedo es implementar algún tipo de redes pero se requiere algún tipo de compromiso para la perdurabilidad de ese emprendimiento” (Coordinación de Extensión Universitaria)

Finalmente, en la intervención no siempre hay consenso de las comunidades frente a los proyectos, al igual que no necesariamente todos sus miembros son invitados a participar activamente en ellos. En el emprendimiento social, el proceso que facilita la innovación y el cambio está dado por la aceptación del mismo por la comunidad y por la participación de esta como gestora de su cambio.

“Desde mi experiencia, lo que he visto con las ONG y los grupos indígenas, es que siguen unas dinámicas a veces perversas. En qué sentido, llegan y dicen, tenemos esta plata, tenemos este proyecto,[] qué sucede en estos casos, solo algunos líderes reciben plata y esto lo que genera son más divisiones al interior de las comunidades indígenas. Es clave que la iniciativa surja de la comunidad”. (Dirección de Maestría de Estudios en Ciencias Sociales).

4.5. Evaluación de las entidades a la luz de la definición de emprendimiento social.

A partir de la anterior definición se evaluaron las entidades que fueron difundidas como parte del proceso de intervención y las empresas que hicieron parte de la Semana de Líderes Empresariales. La tabla 3 presenta las entidades y establece si cumple con los requerimientos surgidos a partir de la definición de emprendimiento social y el nivel en que se encuentra el proyecto presentado.

Tabla 3.

Evaluación comparativa de entidades a la luz de la definición de Emprendimiento social

	Ahmsa		OpePA		Escuela Nueva		Unilever Andina		Fundación Molano	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿La empresa / emprendimiento responde a necesidades colectivas?	X		X		X		X		X	
2. Existe una oportunidad de cambio social?	X		X		X		X		X	
3. La oportunidad de cambio surge de la comunidad ?	X			X		X		X		X
4. La misión ofrece una propuesta de valor social?	X		X		X		X			X
5. ¿Hay agentes de cambio social?	X		X		X			X	X	
6. Los agentes de cambio trabajan de manera conjunta con la comunidad en búsqueda de cambio y transformación social?	X		X		X			X		X
7. ¿La innovación social	X		X		X		No		No Aplica	

responde a las necesidades de las comunidades?							Aplica		
8. ¿Hay transformación social / cambio?	En proceso		En proceso		En proceso			X	X
9. ¿Se ha creado valor social?	X		X		X			X	X
10. ¿Se ha creado valor económico?	X		X		X			X	X
11. El valor económico retorna a la comunidad / emprendimiento?	X		X		X		No aplica	Sin información	
12. ¿Logra el flujo de recursos económicos necesarios?	En proceso		En proceso		En proceso		No aplica	Sin información	
13. ¿El emprendedor administra de tiempo completo el emprendimiento social?	X		X		X		No aplica		X
14. ¿Se ha logrado sostenibilidad del proyecto financieramente?	En proceso		En proceso		En proceso		No aplica	Sin información	
15. ¿Se ha logrado sostenibilidad del proyecto socialmente?	En proceso		X		X			X	Sin información

Elaboración Propia.

En esta evaluación es importante resaltar los siguientes aspectos, Ahmsa tiene un modelo que ha venido evolucionado desde sus inicios, cuando ofrecía ayuda humanitaria y dependía de fondos de cooperación. El contenido social de su misión en este momento está basado en la búsqueda de formas de productividad que permitan a comunidades de extrema pobreza tener recursos de subsistencia a través de microcréditos, que son recuperados en corto tiempo y cuyas ganancias son reinvertidos en la organización. No obstante, los emprendimientos sociales aún no son muy fuertes, como tampoco lo es su plataforma conceptual de unir dos mundos a través de la base del desarrollo, denominación o forma en que se refiere a personas que están en la base de la pirámide y la búsqueda de acercamiento con otros niveles de la sociedad. A partir de esta idea parece acercarse a una innovación social, pero aun así, no es muy claro cómo puede lograrlo. En

la generación de recursos el modelo Ahmsa no establece muy claramente cómo dejará de depender de fondos de cooperación internacional.

El director ejecutivo de OpePA en la entrevista inicial sostenida con él, y con los profesionales del Centro de Emprendimiento UR Emprende, hace énfasis en la forma en que la organización ha perseguido desde su fundación el interés en estos dos aspectos, que constituyen los ejes de su misión social y a partir de los que ha desarrollado un esquema innovador de aproximación a la educación y protección del medio ambiente. Este esquema consiste en el fortalecimiento comunitario de jóvenes en zonas rurales buscando que puedan salir *del “ciclo de perdida de sueños”*, especialmente en el caso de haber sido afectadas por problemáticas sociales y de seguridad de diversa índole. A su vez, con jóvenes urbanos considera importante *“romper la burbuja”* en la que se encuentran y les impide conectarse con la tierra. Para lograrlo está en el proceso de fortalecimiento de agentes de cambio que puedan impactar y consolidar un sistema que influya en la legislación sobre el tema. A su vez, a través de programas de educación desea acercar a estos dos grupos de jóvenes a la gran biodiversidad de Colombia para crear conciencia de esta riqueza frente a diversas formas de *“reconexión con la tierra”*. Su interés es plantear la problemática del uso indebido de nuestros recursos.

En cuanto a la forma de alcanzar su sostenibilidad, hace referencia a su propósito de mantener estos ejes y poner en marcha su emprendimiento social a través de los mismos. Este, lo ha hecho permanecer lejos de *“donde soplan los vientos”* expresión que utiliza para indicar la situación a la que muchas organizaciones están sujetas debido a cambios que realizan en sus objetivos o el replanteamiento de los mismos, en búsqueda de recursos económicos. Por este motivo y a partir de su experiencia logra desarrollar un modelo de sostenibilidad en donde opta por una operación financiera de bajo riesgo, con un modelo de fondos cruzados y una operación administrativa liviana.

El modelo de emprendimiento social puesto en práctica por Escuela Nueva es introducido por Vicky Colbert. Al igual que las anteriores organizaciones considera que las entidades de emprendimiento social, deben buscar las formas y los recursos necesarios para lograr sostenibilidad e independencia económica de fondos de cooperación. Señala que esta

sostenibilidad se alcanza a través de la creación de una red de agentes de cambio quienes son piezas muy importantes en el desarrollo del proceso emprendedor. La Fundación Escuela Nueva es considerada por Ashoka uno de sus asociados.

De las entidades evaluadas, Ahmsa, OpePA y Escuela Nueva son las que más se aproximan al modelo de emprendimiento social, propuesto. Han logrado un trabajo con comunidades respondiendo a sus necesidades. Han identificado oportunidades de cambio social y están trabajando en esta dirección. Ahmsa en la búsqueda de ingresos a través de micro crédito, otorgado a pequeños emprendimientos. OpePA buscando el fortalecimiento de agentes de cambio que impacten políticas públicas medio ambientales y Escuela Nueva a través de modelos educativos que facilitan el acceso a una educación adecuada a comunidades marginadas. Todos coinciden en mencionar que su sostenibilidad financiera es un elemento primordial para poder continuar su operación. En sus procesos buscan ser auto sostenible financieramente a través de las formas ya mencionadas.

En el caso de Unilever Andina la distribución y venta de productos a través de cadenas conformadas por mujeres de bajos ingresos en la India, definitivamente no constituyen un emprendimiento social y no es el propósito de su presidente presentarlas de esta manera. La actividad apropia elementos del modelo de Banca de los Pobres. La búsqueda de comunidades marginales con el fin de realizar la distribución de productos entre sus grupos de referencia tiene una lógica comercial más que social en donde se apalancan negocios a través de comunidades marginadas. La validez de estas actividades en búsqueda de lograr modelos para que las comunidades puedan salir de la pobreza, hay que establecerla de cara a su impacto social.

La Fundación Molano se presenta como una plataforma en donde es posible realizar proyectos que faciliten el desarrollo social al interior de comunidades que participan en los mismos. Desde esta perspectiva la Fundación Molano actúa más como una entidad sin ánimo de lucro que realiza procesos de intervención en diferentes áreas y lugares del país, pero no como un emprendimiento social.

PARTE V. LINEAMIENTOS PARA ACCIONES QUE PUEDEN SER CONSIDERADAS POR EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UR EMPRENDE

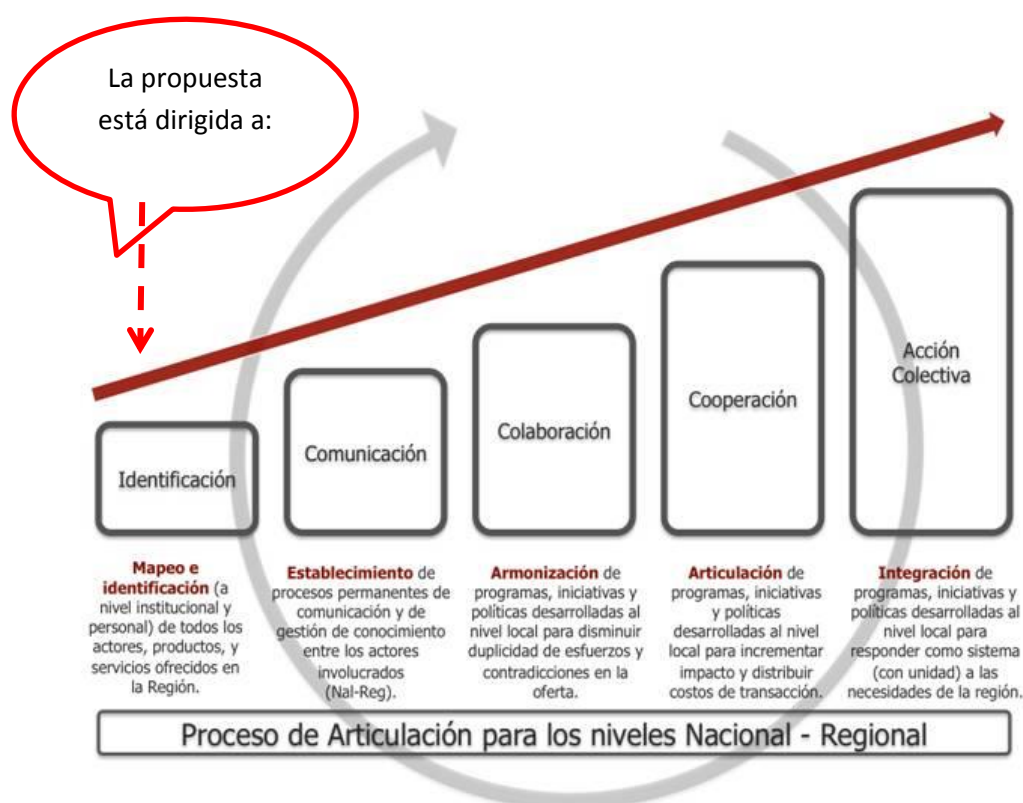
Los lineamientos que se presentan a continuación, constituyen un bosquejo de las actividades que podría realizar el Centro de Emprendimiento UR Emprende. Entre muchas posibilidades se sugiere construir pilares, que den paso a un ecosistema de emprendimiento teniendo en cuenta el estado actual del emprendimiento social en Colombia. El ecosistema del emprendimiento ha sido un tema de reciente aparición y hace referencia a:

“Todo el entorno que existe alrededor de los emprendedores para que puedan desarrollar su negocio y crear sus empresas. Así que no solo se habla de las organizaciones con las que cuentan los emprendedores sino de la relación que existe entre ellas y los servicios que pueden ofrecer “(Martin, 2013).

Crear un eco sistema es establecer las entidades que trabajan en proyectos relacionados con emprendimiento social, universidades que realizan investigación, proyectos que se llevan a cabo, actores en el sistema, sistemas de difusión de actividades, entre otros aspectos. Pero a su vez implica realizar un estudio de las relaciones entre instituciones y entidades emprendedoras (Pérez, 2012).

Al contar con una delimitación conceptual, que es el producto obtenido a partir de esta intervención, el Centro de Emprendimiento UR Emprende, puede realizar una serie de acciones orientadas a la construcción de este sistema. Con tal fin, puede adoptar un modelo que le permita llevarlo a cabo. El equipo de emprendimiento e innovación del MCIT en el año 2011, presenta uno encaminado a articular el emprendimiento a nivel nacional y regional (Ver gráfico 8), que se considera horizontal en su estructura, colaborativo entre todos los actores, se realiza por etapas y brinda versatilidad en el proceso (Pérez, 2012).

Son muchas las acciones dirigidas con el fin de promover y estimular el emprendimiento social. El Centro de Emprendimiento UR Emprende, puede comenzar a identificar quienes son los actores que conforman el emprendimiento social. Organizaciones públicas y privadas, entidades universitarias que estimulan y fomentan la actividad, entidades de financiación y fomento de servicios, así como emprendedores sociales en la ciudad de Bogotá con el fin de establecer las características de estas entidades y su enfoque.



Gráfica 8. Etapas para la creación de un ecosistema de emprendimiento.

Fuente: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2612&dPrint=1>

El modelo propone en esta primera etapa el desarrollo de programas e instrumentos de fomento para el emprendimiento. El Centro de Emprendimiento UR Emprende, cuenta de manera suficiente con diferentes actividades que estimula el fomento del emprendimiento. Estas actividades pueden ser analizadas a la luz de los requerimientos del emprendimiento social para

ajustarse según las exigencias del área. ¿Qué estaría por hacer para que esta primera fase pueda implementarse?

La tabla que se presenta a continuación, permite realizar una revisión sobre las actividades que propone el MCIT (2011) para alcanzar esta etapa de identificación. A la luz de estas actividades se revisará la forma en que el Centro de Emprendimiento UR Emprende, cuenta con recursos que le permiten alcanzar este primer objetivo.

Tabla 4.
Actividades en la etapa de Identificación.

Etapa	Recursos	
	SI	NO
Marco conceptual guía.	X	
Programas e Instrumentos de fomento al emprendimiento.	X	
Actores del ecosistema.	EN PROCESO	X
Identificación de interlocutores directos.		X
Establecimiento del enfoque actual de las instituciones y entidades que desarrollan Emprendimiento social.		X
Levantamiento de estadísticas		X
Análisis estadísticos de emprendimiento.		X

La revisión de las mismas hace pensar que el Centro de Emprendimiento UR Emprende ha iniciado esta etapa. Al maximizar los recursos actuales pueden llegar a cubrir muchas de las tareas que deben alcanzarse para establecer contacto con los actores del sistema y la identificación de interlocutores directos, tarea que ya se inició durante el proceso de intervención. Además el reconocimiento de la Universidad del Rosario como entidad educativa es un elemento que puede facilitar estos contactos. Requeriría del levantamiento de estadísticas y

de información correspondiente al enfoque de las actividades que se encuentran en el momento en ejecución, así como de actores e interlocutores, del emprendimiento social.

PARTE VI. CONTRIBUCIÓN DESDE EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL AL DEBATE EN LAS CIENCIAS SOCIALES

El emprendimiento ha sido planteado como un vehículo para económico a través del cual se puede generar una actividad económica productiva que en casos de éxito puede llegar a convertirse en una fuente de riqueza y bienestar social (Newman, 2010). Las Naciones Unidas lo han propuesto como una de las tácticas que le permitirán a las naciones en desarrollo erradicar la pobreza extrema; hace parte de la primera de las (8) metas del Millennium a cumplirse en 2015, denominada erradicación del hambre y la pobreza extrema. En Colombia el emprendimiento viene siendo desde hace varios años una preocupación por su importancia en la transformación productiva del país. En materia de creación de empresas, la ley 1014 de 2006 Fomento a la Cultura del Emprendimiento, contempla incentivar actividades relacionadas desde el nivel de educación primaria a los niveles de educación superior a través de una catedra transversal que desarrolle competencias técnicas y aptitudinales que promuevan el espíritu emprendedor

El documento Conpes 3484 de 2007, considera que los emprendedores son actores estratégicos en el crecimiento de la economía y la transformación del aparato productivo. El documento presenta como a través de estrategias de internacionalización, políticas de contratación pública, programas de renovación de la administración pública y de racionalización de trámites empresariales, y políticas macroeconómicas relacionadas con la reducción de las tasas de interés y de inflación, se viene gestando un clima para impactar positivamente el ambiente de los negocios.

Si bien es cierto, en estos documentos no se menciona explícitamente el emprendimiento social, se dan los lineamientos para que en 2011, se comience a hablar de innovación social y emprendimiento, cuando el DNP, presenta la estrategia nacional de innovación. Entre los pilares de esta estrategia se menciona la innovación social, además de otros relacionados con la calidad del recurso humano, la ciencia y la tecnología orientada a la productividad. La estrategia busca potenciar la capacidad innovadora del país a través de la apropiación y adaptación de tecnologías

(Catch Up), generación de valor en las organizaciones, así como I+D⁸ relevante en problemas y necesidades específicas del país.

Este marco regulatorio ha llevado que a las universidades se hayan impuesto como tarea llevar a cabo programas de emprendimiento. Una rápida revisión de las páginas web de algunas de ellas, hace ver el interés del sector académico por estar en consonancia en una alianza público privada que les permita concertar con las políticas del gobierno en esta materia. Todas estas entidades llevan a cabo programas académicos y de fomento del emprendimiento entre sus estudiantes, empleados y egresados. En el caso concreto del emprendimiento social, la Universidad Minuto de Dios y EAFIT, tienen programas relacionados con el tema.

La Universidad del Rosario, a través del Centro de Emprendimiento UR Emprende, lleva a cabo en la actualidad actividades que fomentan el emprendimiento al interior de la Escuela de Administración. Como se ha mencionado sus programas están dirigidos básicamente al fomento de la actividad a partir de talleres y capacitación en técnicas que contribuyen al desarrollo de proyectos de emprendimiento. El modelo CANVAS para la generación de negocios facilita a los estudiantes agregar valor a sus proyectos. Las charlas, talleres, seminarios, cátedras electivas preparan al estudiante para identificar sus intereses y fortalecer su motivación. En este sentido se le reconoce una importante capacidad de gestión pues a través de recursos limitados en lo que a la estructura administrativa se refiere ha alcanzado en 5 años un posicionamiento en el ámbito universitario.

En su interés por continuar fortaleciendo el área y en un proceso de reflexión acerca de la misión de la Universidad y el carácter social de sus programas, la coordinación del Centro de Emprendimiento UR Emprende, identifica en el emprendimiento social un campo de acción que puede explorarse. Así a inicios de 2014, se acuerda junto con la Escuela de Ciencias Humanas, el desarrollo de esta intervención, que alcanza como producto final, la definición de emprendimiento social para el Centro de Emprendimiento UR Emprende. La definición ofrece elementos conceptuales acerca de lo que el emprendimiento social como un nuevo enfoque, puede ofrecer para el área, los estudiantes y los estamentos académicos y administrativos.

⁸ Investigación y desarrollo.

El emprendimiento social como el emprendimiento empresarial tienen elementos en común referidos por una parte a la constitución de futuras empresas y a su vez estar orientados a la fabricación de bienes y servicios. ¿En donde radican las diferencias? Estas son sutiles y casi que cabría preguntarse, ¿se está haciendo uso de terminología diferente para denominar un mismo proceso? Si bien es cierto el emprendimiento social, persigue objetivos financieros y de producción para alcanzar su sostenibilidad, surge una variable que lo hace diferente al emprendimiento empresarial. Esta se refiere a su trabajo comunitario. Es la comunidad y la respuesta a sus necesidades, las que ocupan un lugar importante para determinar el surgimiento del mismo y su posterior fortalecimiento. La forma en que el emprendimiento social responde a las mismas, es lo que fortalece el emprendimiento hasta consolidarse en una empresa. Por lo tanto, el éxito o el fracaso del emprendimiento social ya no están concentrados en manos del emprendedor, es un proceso conjunto entre la comunidad, los objetivos del emprendimiento y la gestión del emprendedor.

Pero como toda acción colectiva, este proceso no se escapa a las restricciones impuestas por la misma, Crozier & Friedberg (1977). Estas limitaciones que impone la acción colectiva, los juegos de poder implícitos, la capacidad adecuada de ser conscientes de su presencia, no están ausentes en el caso del emprendimiento social y por lo tanto no pueden desconocerse. Es la comprensión de este juego que permite al interior de éste establecer las reglas claras de lo que debe darse para construir el emprendimiento y la relación con la comunidad. Las elecciones que ésta haga frente a lo que es mejor, la conducirá al logro y a la obtención de los objetivos propuestos. Es un proceso de negociación y es en el adecuado manejo de estas relaciones en donde pueden existir nuevas perspectivas de desarrollo social teniendo presente que una comunidad “no es un conjunto transparente sino el reino de las relaciones de poder, de influencia, de regateo y de calculo” (p.4). Pero es también aquí en donde surge el principal reto del emprendimiento social, sumado a otros inherentes del emprendimiento en si mismo.

El ejemplo lo coloca Yunnus (2014) cuando menciona la forma en que han logrado darle solidez al Banco Grameen. En la construcción de confianza entre los miembros de la comunidad, la entrega de préstamos se hace obviando el proceso de evaluación de riesgo bancario. La razón,

construcción de confianza partiendo de la “voluntad” de pago de sus miembros. En esta construcción de confianza es claro para la comunidad, la entidad y los deudores que siempre existirán quienes no pueden pagar o no están interesados en hacerlo, es entonces cuando se inicia el juego de poder y de intereses.

El que no puede pagar es abordado por un grupo de su comunidad para establecer la razón por la que no puede hacerlo. A partir del momento se establece quién es el que realmente no tiene capacidad para pagar pero esta dispuesto a hacerlo y quién estando en capacidad, no desea hacerlo. En el primer caso la entidad negocia con el deudor las formas y tiempos de pago. En el segundo caso juega con tiempos de espera en donde a través de diferentes mecanismos, el deudor entra en la dinámica que lo llevarán a cumplir con su obligación financiera.

Por su parte el Banco toma acciones, en primer lugar para evitar la descapitalización financiera, pero a su vez para limitar el campo de acción de este deudor, cerrando los mecanismos de acceso al sistema. Nada distinto de lo que haría una entidad bancaria tradicional. No obstante, la comprensión clara de la estrategia de los actores, de la forma de articular intereses, incoherencias y conflictos, constituirá la apuesta que realiza la entidad junto con los agentes de cambio, miembros de la misma comunidad, y la comunidad misma, que los conducirá al logro de los objetivos propuestos, que la confianza no se pierda en el grupo, que el deudor se inserta al grupo con las reglas de juego establecidas y que la entidad continúe con el otorgamiento de préstamo.

Al respecto Yunnus, afirma (2014), “así que esperamos un año o dos, el deudor se da cuenta que todo el mundo tiene acceso a préstamos y entonces decide volver”. [...] “Nos debes tanto, ¿nos lo puedes pagar? El deudor dice que si pero que necesita un nuevo préstamo. Se lo otorgamos (p. 19)”. Es el juego de intereses, de presiones de grupo, de conflicto frente a la oportunidad de continuar creciendo en el grupo y las presiones que este ejerce. Es la oportunidad de pagar o dejar de pagar, es la oportunidad de seguir haciendo parte del grupo o dejar de hacerlo.

En este juego de poder y de intereses, que median la relación entre acreedor y deudor, podría decirse que es el acreedor quien manipula las circunstancias. Como en lo propuesto por Crozier & Friedberg (1977), habría que afirmarse que más que una manipulación existe una “negociación y regateo” (p.2). La entidad ha contemplado desde el principio la situación. Toma medidas para no descapitalizarse, ejerce influencia con sus agentes de cambio, tiene capacidad de espera, derivado posiblemente de su solidez financiera, comprende los tiempos y las motivaciones que harán que este actor vuelva a solucionar su situación de endeudamiento. De esta manera ha movilizad la contribución de sus miembros a través de una estrategia que le facilita cumplir su misión.

¿Quiénes son los que desarrollan las estrategias? Son estas racionales? ¿A qué responden? Desde la visión de Crozier & Friedberg (1977), tanto el Banco como el deudor han desplegado una estrategia. Esta se considera racional, no siempre es la mejor, pero es la que esta disponible tomando como base los recursos y las oportunidades que les ofrece el campo derivado a partir de la acción colectiva. Las limitaciones de recursos o por el contrario la oportunidad de aprovecharse de estos hace que la estrategia cambie a medida que pasa el tiempo de tal manera que estando consolidada, está sujeta a cambios conforme las relaciones se van dando.

Ahora bien, además del complejo mundo de las lógicas sociales, ¿Qué ocurre al interior del proceso de emprendimiento y del emprendimiento social? Para describir estas situaciones es importante comprender que ha ocurrido al interior de emprendimiento empresarial, cómo surge y cuál puede ser su futuro cercano.

Desde tiempos inmemoriales la relación del ser humano con la productividad, ha estado mediada por relaciones de incertidumbre y desigualdad. A esta situación no se escapan las relaciones de productividad que caracterizan el siglo XXI. La situación se remonta a finales del pasado siglo XX y tiene su origen en los cambios surgidos después de la posguerra en las formas de producción que caracterizan la época y el auge del capitalismo productivo. Durante un periodo de relativa calma en términos de beneficios a los trabajadores, alcanzados por el Estado de bienestar, se inicia un descenso especialmente en 1989, cuando las promesas del desarrollismo “desencantaron” al mundo (Wallerstein, 1994).

No obstante, dice Wallerstein, (1994) la propuestas del sistema mundo tienen que asegurarse y buscar formas alternas que permitan la expansión económica que ya se había iniciado. Las reestructuraciones de los procesos industriales se hacen sentir y surgen cambios en los modelos de industrialización. La idea de globalizar los mercados se hace evidentemente necesaria.

La situación que se inicia a finales de los años 60 con la dorada revolución estudiantil del 68, culmina a mediados de los años 80 dando paso a los procesos de globalización. Ante la crisis, la respuesta la dan los mercados pero ya no los mercados locales sino los globalizados. A la par se introduce en América Latina el modelo neoliberal en la economía y la apertura a mercados internacionales. Esta trajo como consecuencia varios fenómenos relacionados con la productividad, el aumento de ésta mediante sistemas de eficiencia, el traslado de plantas y el cierre de las mismas en diversos lugares del planeta. Las grandes corporaciones transnacionales presionaron a los estados para mantener condiciones favorables a su inversión de capital dando origen a varias situaciones, entre otras, la disminución de la contratación de mano de obra y el despido de trabajadores (Durrenberger, 2005).

Como respuesta a la necesidad de tener formas alternas de trabajo, en muchas regiones geográficas incluyendo Latinoamérica, se origina el discurso del emprendimiento a través del cual, en universidades, entidades de fomento empresarial, entidades estatales y financieras, se animan a muchos a que se involucren en esta práctica. Frente a una situación de necesidad, el emprendimiento se constituye en una alternativa para muchos, ante la dificultad de no encontrar trabajo. No obstante, se originan unas condiciones que están lejos de cumplir los patrones neoliberales establecidos frente a la creación de empresas, en donde se debe dar respuesta a procesos de innovación, sistemas de financiamiento, regulación, estabilidad en el mercado, entre muchos otros aspectos.

¿Es diferente la situación a la que se ve abocado un emprendedor social de las que viven los emprendedores empresariales? Las experiencias de Ahmasa, OpePA, y Escuela Nueva, hacen creer que las condiciones son las mismas. Estas entidades coinciden en que la dependencia de

fondos para su subsistencia es uno de los factores que más aquejan la consolidación de un emprendimiento social. Pero además de los fondos, la comprensión de las variables que hacen posible un emprendimiento social, por ejemplo el compromiso de los agentes de cambio, de manera que se pueda responder a las necesidades de la comunidad haciéndola participe de los procesos, es otro factor que pesa en la estabilización de los emprendimientos sociales.

En el caso del emprendimiento social no es tan claro establecer su origen o los factores que motivan su existencia. Pero si es claro tener presente que éstas condiciones y limitaciones afectaran los emprendimientos sociales de cualquier entidad. El problema que tendría que tenerse en cuenta al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprende son los mecanismos que permitan a los emprendedores sociales alcanzar sus metas. Un difícil reto para todos los involucrados en el proceso, pero que a su vez ofrece la oportunidad, a las Ciencias Sociales, a las Ciencias Administrativas y de Gestión, así como a las entidades estatales y entes universitarios de abordar el desarrollo social buscando un enfoque que permita articular saberes y experiencias.

No poner en marcha al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprende éste enfoque, significaría por lo tanto perder una interesante posibilidad pues si bien es cierto el Centro de Emprendimiento UR Emprende, ha realizado esfuerzos importantes para su fortalecimiento, en el momento no ofrece nada novedoso ni diferenciador frente a otras entidades que como ya se mencionó, llevan a cabo emprendimiento empresarial. Implementar el área ofrecería la posibilidad de abrir líneas y ejes temáticos de investigación, contribución fundamental de la academia en este proceso que se ha venido consolidando desde mediados de la década pasada entre universidades y gobierno.

¿Por qué es una buena apuesta el establecer programas de emprendimiento social al interior del Centro de Emprendimiento UR Emprende? Mosquera (2014) menciona como en el último informe de desarrollo humano, es claro que las desigualdades han venido creciendo a nivel mundial. Colombia ocupa el puesto 98 en el índice de desarrollo humano, entre 168 países. Esta situación se agrava de cara a situaciones como el conflicto armado y los procesos de desplazamiento de los últimos años. De igual manera y de acuerdo a las cifras presentadas por el autor, la brecha entre ricos y pobres se hace cada vez mayor. El 40% de los salarios está en

manos del 10% de la población más adinerada, mientras que el 60% se distribuye entre el 90% restante. Es por esto que el país ofrece un panorama en donde las necesidades sociales no pueden seguir ignorándose. La canalización de estos problemas a través de otras formas diferentes a las tradicionales brinda al emprendimiento social una oportunidad dentro de un esquema en donde lo social sea fundamental. Las formas de relacionarse en este esquema cambian el concepto tradicional de emprendimiento. Del enriquecimiento de uno o dos, a la búsqueda de una forma de empresas en donde la relación comunitaria y la interdependencia son vitales para el éxito del emprendimiento. Esta es una apuesta a convertir a las comunidades en objeto de sus propios procesos y no sujetos de intervención, que puede asegurar el éxito de las empresas sociales, llevándolas a ser perdurables en términos de mercados, producción y rentabilidad.

La creación de valor social como resultado final del proceso emprendedor puede constituir un aspecto importante de análisis en cuanto a la innovación social, al interior de la comunidad académica. Esta sería la forma de hacerla entrar en la agenda de los investigadores sociales, con el fin de establecer sus alcances y límites. Lo que permitiría a la vez, la participación de la investigación en Ciencias Sociales, respondiendo a preguntas acerca de si es de su interés abordar este tipo de innovación y en qué forma lo hace.

El emprendimiento social, brinda a la universidad la posibilidad de formar emprendedores sociales y agentes de cambio desde todos sus programas, a través del fomento de un conjunto de habilidades y de competencias que les permitan la identificación de necesidades para transformarlas en oportunidades de cambio. Un agente de cambio trabaja al interior de las comunidades identificando con ellas sus necesidades y aprendiendo a partir de estas necesidades. Este trabajo e identificación de necesidades lleva a convertirlo en un aliado no necesariamente un experto. La diferencia está en la concepción del aliado vs el experto, que llega con ideas externas a la comunidad, en algunos casos imponiéndolas en otros respondiendo a una agenda, pero pocas veces conociendo lo que es importante y se convertirá en su motor de cambio. En ésta relación entre comunidad, emprendedores sociales y agente de cambio se pueden identificar las fortalezas para consolidarse en términos económicos o en otro tipo de procesos. Lo ideal no es solo que las personas se apropien de estos discursos sino que surjan de iniciativas propias. El papel del experto es más facilitar estos procesos.

¿Cuál es la apuesta para las Ciencias Administrativas y de Gestión? Empezar a abordar problemáticas sociales desde una perspectiva en donde los actores de las mismas no son las grandes transnacionales, sino grupos vulnerados, con capacidades limitadas y pocos capitales. Es un abordaje completamente diferente en donde los procesos críticos y reflexivos dan paso a gestión. El gran valor que aportarían estaría dado en la capacidad de desarrollar acciones e implementarlas para abordar las situaciones de incertidumbre y riesgo de los emprendimientos sociales. Finalmente es una buena oportunidad para que los entes universitarios y en este caso la Universidad del Rosario se comprometa con el tema, contribuyendo como influenciadores en políticas públicas que favorezcan el problema de productividad y eficiencia de los emprendimientos sociales y por ende de los emprendimientos empresariales.

¿Qué pasa si se trabaja con un enfoque errado? La gestión de las comunidades al interior de las mismas en una nueva aproximación que implica desafíos para las Ciencias Sociales. De igual forma para las Ciencias Administrativas y de Gestión. Poner en marcha conceptos y aplicar teorías respecto al cambio, el juego social, la estrategia, entre otros, incluye combinar elementos de gestión en donde los procesos sociales, sus tiempos, complejidades, deben respetarse. No se trata de ingeniería del cambio, ni de buscar la forma de obtener rentabilidad o nuevas oportunidades de negocio al interior de las comunidades. Se trata de definir territorios en donde se identifican necesidades que se convierten en oportunidades de desarrollo e innovación.

Por consiguiente, implica reconceptualizar el concepto de utilidad al interior de la empresa, cuestionar el concepto de emprendimiento en la mano de una persona exitosa y brindar a la comunidad la posibilidad de gestar su propio futuro, lo que a su vez, abre las posibilidades a retos académicos importantes, pues los compromisos se hacen mayores.

Debe comprenderse claramente qué es ser emprendedor social, qué es hacer emprendimiento social y cómo este se diferencia de tendencias actuales como es el valor compartido o la responsabilidad social empresarial.

Referencias Bibliográficas

Ashoka Colombia. Fellows. Recuperado de <http://colombia.ashoka.org/>

BID (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales: Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica / Social Enterprise Knowledge Network. Recuperado de https://www.udesa.edu.ar/files/ResponSocial/Gestion%20efectiva_FINAL.pdf

Crozier, M., & Friedberg, E. (1977). El actor y el Sistema: Las restricciones de la acción colectiva.
Recuperado de http://www.uqroo.mx/publica10/diplomado/modulo3/crozier_friedberg.pdf

Departamento nacional de planeación. Documento Conpes: Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado. 3484.

Departamento nacional de planeación. (2011). Conectando a Colombia: desarrollo desde la innovación.

<https://pwh.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=tdDPD3TzzBU%3D&tabid=1433>

Durrenberger, E. Paul. (2005). Labour. En Carrier, James (Ed) A Handbook of Economic Anthropology (pp. 125-140) UK, Cheltenham Glos :Edward Elgar Publishing Limited.

Enciso, M., Gómez, L. & Mugarra, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 75, 55-80. Recuperado de :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798004>>

Evers Adalbert, Ewert Benjamin, and Brandsen Taco (eds.), (2014) .Social Innovations for social cohesion. Transnational patterns and approaches from 20 European cities. Recuperado del sitio <http://www.wilcoproject.eu/book/chapters/about-this-book/>

Fundación Escuela Nueva. <http://www.escuelanueva.org>.

Fundación Molano. <http://fundacionsocialmolano.com/>.

GEM Emprendimiento social en la región del Cariben (2011) Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2832>

GEM Emprendimiento social. Resumen ejecutivo (2009) Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/376/gem-report-on-social-entrepreneurship-executive-summary>

Georghiou, L. (2009). L'innovation sociale, un enjeu pour L'ESS , un levier de développement pour notre région pp 69 -77.

Recuperado de <http://www.cresspaca.org/upload/contenu/ess/ess-enjeux-innovation-sociale.pdf>

Martin, J. (2013, 18 de enero). Bogotá: muchas startups, poca articulación. Recuperado de <http://pulsosocial.com/2013/01/18/una-mirada-al-estudio-ecosistema-de-emprendimiento-de-bogota/>

Mosquera, R. (2014, 11 de septiembre). Se amplia brecha entre ricos y pobres. Portafolio. Recuperado <http://www.portafolio.co/opinion/analisis-desigualdad-colombia-septiembre-2014>

Newman, John. (2010). Estimulando el Emprendimiento como un vehículo para el Desarrollo Económico: Desafíos en el Diseño y Recomendaciones. Recuperado de http://www.bogotaemprende.com/documentos/3890_University_Meeting_Spanish1.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico -OCDE (2013). Policy Brief on Social Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe. Recuperado de http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf

Perez, William. (2012). Articulación del ecosistema de emprendimiento. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado de

http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf

Porter, M. y Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review.

Recuperado de

<http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>

Torres, Esteban. (2011). Cambio social y totalidad. *Cinta de Moebio [en línea]*, Diciembre-Sin mes, 302-312. Recuperado de :<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10121113006>

Wallerstein, Immanuel (1994, Octubre). “The Agonies of Liberalism: What hope progress?”.

Traducido al castellano por Iniciativa Socialista. Publicado con autorización de New Left Review y del autor. Recuperado

www.insumisos.com/.../agonias%20del%20capitalismo%20wallerstein.pdf

Yunus, Muhammad. (2014). Crédito significa confianza. *Revista Innovación Social*. (2), 18-24.

Anexo 1
Grupo de entrevistados

Nombre	Cargo	Entidad	Fecha de la entrevista
Alejandro Venegas	Vicerrector	Universidad del Rosario	02/26/2014
Stephanie Lavaux	Decana Escuela de Ciencias Humanas	Universidad del Rosario	03/03/2014
Fernando Locano	Decano Escuela de Administración	Universidad del Rosario	02/25/2014
Esteban Rozo	Director Maestría de Estudios en Ciencias Sociales	Universidad del Rosario	02/27/2014
Fernando Restrepo	Director de investigación Escuela de Administración	Universidad del Rosario	02/25/2014
Erika Jimenez	Profesional Extensión Universitaria	Universidad del Rosario	03/03/2014
Andrea Ávila	Coordinadora Centro de Emprendimiento – Escuela de Administración	Universidad del Rosario	04/08/2104
Julián Arango	Consultor Centro de Emprendimiento	Universidad del Rosario	02/28/2014
Mario Vargas	Director Social EAFIT	EAFIT Social	03/17/2014
Norma Pérez	Director general para LATAM.	Ashoka	03/20/2014

