

Emprendimiento Social en Establecimientos Educativos de Caldas y Risaralda, un aporte al desarrollo sostenible.

Social Entrepreneurship in Education Establishments from Caldas and Risaralda, a contribution to sustainable development.

Abel Del Río Cortina¹.

Resumen: En el presente documento, se plantea una intervención académica desarrollada bajo el liderazgo de la empresa Central Hidroeléctrica de Caldas y Risaralda-CHEC que es operada por la Fundación universitaria Cafam, desde la cual, se fomenta la cultura institucional para el emprendimiento y la empresariedad (CIEE) como respuesta a las necesidades de los establecimientos educativos y de sus contextos en los departamentos de Caldas y Risaralda. Lo anterior, parte de una reflexión derivada de la aplicación de la ley 1014 del 2006, y de la Guía 39 del Ministerio de Educación Nacional del 2012, en donde se encuentran consignadas las orientaciones para la cultura del emprendimiento y la empresariedad en Colombia.

En la medida en que los programas derivados de la aplicación de la normatividad anteriormente señalada, han estado orientados al diseño y ejecución de estrategias de formación de conocimiento, habilidades y actitudes para el emprendimiento, y, a la financiación de proyectos de formación de maestros, se evidencia la necesidad del diseño e implementación de estrategias de incentivo y monitoreo del éxito de las iniciativas acordes a las necesidades de los establecimientos y de las comunidades desde una perspectiva de gestión integral de la cultura para el emprendimiento considerando los tipos de emprendimiento, entre los cuales, dadas las condiciones del territorio, tiene gran importancia el emprendimiento social.

De esta forma, se presenta la intervención académica, considerando, como un aporte adicional a la normatividad, los soportes teóricos de Muhamad Yunus (2010), y Bernardo Kliksberg (2011) en torno al emprendimiento social como base de desarrollo sostenible.

Palabras Clave: Cultura del Emprendimiento, Intervención Académica, Establecimientos Educativos, Emprendimiento Social, Desarrollo Sostenible.

¹Estudiante del Doctorado en Gerencia de Proyectos de la Universidad EAN, E-Mail: adelrioc2311@ean.edu.co

Abstract:

In this paper, it is shown an academic intervention developed under the leadership of the company Central Hidroeléctrica de Caldas and Risaralda-CHEC which is operated by the Fundación Universitaria Cafam, from which it is fostered the institutional culture for entrepreneurship and entrepreneurability (CIEE) in response to the needs of educational establishments and their contexts in the departments of Caldas and Risaralda. The above, starts from a reflection derived from the application of the law 1014 (2006), and from the Guide 39 Ministry of National Education (2012), in which there are contained the guidelines for the culture of entrepreneurship and entrepreneurability in Colombia.

In this regard, in the way programs resulting from the implementation of the abovementioned regulations have been oriented to the design and implementation of knowledge training strategies, to develop skills and attitudes for entrepreneurship, and to finance projects for teacher training, it is evident the need of the design and implementation of strategies to promote and monitor the success of initiatives that meet the needs of establishments and those of the territory from a perspective of integrated management of culture for entrepreneurship considering the types of entrepreneurship, among which, given the conditions of the territory, it is of great importance social entrepreneurship.

Thus, it is shown the academic intervention, considering, as an additional regulations contribution, the theoretical support of Muhamad Yunus (2010) and Bernardo Kliksberg (2011) about social entrepreneurship as the basis of sustainable development.

Keywords: Culture of Entrepreneurship, Academic Intervention, Educational Establishments, Social Entrepreneurship Sustainable Development.

Introducción

Alfred Chandler (1977), resalta una serie de relaciones dinamizadas por las organizaciones empresariales que propenden por el fortalecimiento del estado, siendo estas relaciones consideradas en su texto “La Mano Visible” en el que se muestra, entre otros aspectos, como las empresas dinamizan la economía generando empleo, y facilitando el consumo, la inversión y el ahorro.

Hall y Soskice (2001), presentan el contexto económico como un escenario impulsado por las empresas que se encuentran en un determinado territorio con sus características y complejidades. Se resalta en este punto, que si bien son las empresas las impulsoras de la economía, las personas que hacen parte de las organizaciones son determinantes desde sus estructuras de pensamiento como facilitadores de obtención de resultados empresariales.

Ante estas realidades de configuración de tejido empresarial y contexto económico, y bajo los argumentos de Porter (1989), quien manifiesta que la competitividad de un territorio solo es posible con más y mejores empresas, en Colombia se requiere de verdadero capital social que dinamice los procesos empresariales en pro del desarrollo sostenible, enfocándose los esfuerzos en la generación de soluciones de impacto territorial.

De esta manera, en los últimos años, y en especial, desde el año 2006, cuando se expidió la ley 1014 para el fomento de la cultura del emprendimiento, diversas instituciones, y, entre estas, los establecimientos educativos, han diseñado e implementado en el currículo programas y estrategias para desarrollar actitudes emprendedoras, y de conocimiento sobre la creación de empresas, generando la denominada cátedra del emprendimiento (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Estos programas de formación y financiación de proyectos de emprendimiento, han sido orientados y acompañados por diversas entidades, tales como, el Servicio de Educación Nacional SENA, la Cámara de Comercio, el Ministerio de Educación Nacional MEN, las organizaciones sociales, el sector productivo, e Instituciones de Educación Superior IES, entre otros, quedando rezagados en cuanto a las necesidades territoriales.

De esta manera, en el presente documento se aborda una aproximación a un proceso de intervención académica de fomento de la cultura del emprendimiento, liderado por el sector privado representado por la Central Hidroeléctrica de Caldas y Risaralda,

considerando el fomento al emprendimiento en instituciones de educación básica y secundaria a nivel internacional y nacional; el análisis de la intervención académica desarrollada en instituciones de educación básica y media de los departamentos de Caldas y Risaralda en Colombia; y, finalmente, la proposición de estrategias que fomenten el emprendimiento social derivadas del análisis de esta intervención.

Planteamiento del Problema:

En el estudio realizado por el Ministerio de Educación Nacional en alianza con la Organización Internacional de Migraciones -OIM y la Fundación Universitaria Cafam² desarrollado en el año 2012, que considera las regiones de los Santanderes, el eje Cafetero y Antioquia, la Región Central, el Pacífico, la Amazonía y la Oriniquía, y la Región Caribe (MEN, 2012), se evidencian, entre otros aspectos, que solo el 41% de las instituciones educativas cuentan con acciones, que han empezado a institucionalizar en prácticas, costumbres, y actitudes, enfocadas en una cultura del emprendimiento y la empresariedad que respondan a los intereses de la comunidad educativa, y a su contexto social. Así mismo, este estudio, muestra que solo el 12% de las ideas de negocio planteadas por los estudiantes se han llevado a la práctica, y, muy pocas de estas, resultan sostenibles y se convierten en alternativas para el desarrollo del proyecto de vida de los estudiantes.

En cuanto al proceso de formación de los docentes encargados de liderar el área de emprendimiento, se presenta un distanciamiento disciplinar en la medida en que solo un 19% tiene formación en emprendimiento y empresariedad, lo cual, dificulta el proceso de diseño y puesta en marcha de las iniciativas de negocios. En el estudio, se muestra un panorama que requiere de acciones de mejora debido a que si bien se ha fomentado la cultura del emprendimiento a través de diferentes actividades institucionales, se presenta un rezago de los establecimientos educativos en cuanto a la intencionalidad de los proyectos pedagógicos, lo que se evidencia cuando se afirma que:

“...Respecto a las acciones pedagógicas que han implementado los docentes y los establecimientos educativos para fomentar la cultura del emprendimiento, se encuentra que el 82 % de las instituciones que hicieron parte de este estudio fomentan el emprendimiento a través de actividades institucionales tales como celebraciones, eventos, ferias de la ciencia, de la creatividad y del emprendimiento, muestras empresariales, entre otras. En relación con los proyectos pedagógicos, solo un 58 % de las instituciones manifiestan que de

² Este estudio, es una caracterización nacional de de la cultura del emprendimiento y la empresariedad desarrollado en el 2012 con una muestra de 340 instituciones educativas distribuidas en los 32 departamentos del país, con la participación de 996 docentes y 3332 estudiantes de educación media.

manera intencional desarrollan actitudes para el emprendimiento, es igualmente importante que el 64 % de las instituciones educativas manifiesten que tienen una asignatura específica para el emprendimiento...(MEN,2012)...”

Estos, entre otros resultados, muestran que a pesar de los inmensos esfuerzos pedagógicos, sociales, y financieros, que se han realizado, es muy poco el impacto que se está teniendo en el proyecto de vida de los estudiantes, y en el desarrollo de la comunidad. De igual forma, se identifica en los procesos de gestión de los establecimientos educativos para el fomento de la cultura del emprendimiento, que a pesar que los maestros, profesores, y directivos participan en programas de formación y acompañamiento ofrecidos por entidades como el SENA, el Ministerio de Educación Nacional, organizaciones sociales e instituciones de educación superior, este proceso genera, en muy pocas instituciones de educación básica y media, una verdadera cultura institucional intencionada en la que se articule la gestión académica, la administrativa, la directiva y la de la comunidad, pues en la mayoría de los casos se observa que el emprendimiento es una clase centrada en la enseñanza de elaboración de planes de negocio, desarrollada por un maestro, que por lo general, no tiene la suficiente formación en el área del emprendimiento y la empresarialidad, o hace parte de un proyecto pedagógico liderado por algunos maestros de la institución que no trasciende a la articulación integrada con el currículo, y con el proyecto educativo institucional, y que mucho menos, genera un impacto de trascendencia social en el territorio.

Estas iniciativas no han propiciado los resultados esperados, y constituyen experiencias de corto plazo poco sostenibles³, siendo esta, una situación que refleja la necesidad de aproximar los procesos de formación para el emprendimiento que se están desarrollando actualmente a las realidades sociales de los territorios a intervenir considerando las particularidades de las comunidades, con el fin de identificar sus fortalezas y dificultades e iniciar el desarrollo de planes de mejoramiento que permitan a todos los actores involucrados plantear acciones dirigidas al fortalecimiento de los procesos, favoreciendo

³ Estas conclusiones surgen de los estudios y programas de acompañamiento presencial y virtual que ha realizado la Fundación Universitaria Cafam en alianza con el Ministerio de Educación Nacional, la OIM, y otras entidades que han participado en los procesos de validación de la guía 39 del MEN, y de los programas de formación, caracterización y acompañamiento que ha realizado la Fundación Universitaria Cafam desde el año 2009 a la actualidad.

la sostenibilidad, y el desarrollo continuo del emprendimiento desde una perspectiva social.

Por esta razón, la alianza Fundación Universitaria Cafam y Central Hidroeléctrica de Caldas y Risaralda- CHEC, grupo EPM, que ha afrontado el análisis preliminar de la problemática (Guarnizo y Velásquez, 2013), presenta el interés por determinar el siguiente interrogante:

¿Cómo mejorar el fomento de la cultura del emprendimiento en instituciones de educación básica y media respondiendo a las necesidades de las comunidades del territorio?

El anterior interrogante, es abordado teniendo en cuenta la ley 1014 del 2006 para el fomento de la cultura del emprendimiento, y la Guía 39 del Ministerio de Educación Nacional del 2012, con el soporte teórico de las propuestas de Muhamad Yunus (2010), y Bernardo Kliksberg (2011) en referencia al emprendimiento social, como un valor agregado que va más allá de la normatividad y que permite visualizar alternativas de fortalecimiento de la comunidad académica hacia la generación de desarrollo sostenible.

Objetivo General

Generar una aproximación a un proceso de intervención académica de fomento a la cultura del emprendimiento como mecanismo de respuesta a las necesidades que enfrentan las comunidades circundantes a los establecimientos educativos de los departamentos de Caldas y Risaralda en Colombia.

Objetivos Específicos

- Describir el panorama general en cuanto al proceso de fomento al emprendimiento en educación básica y secundaria a nivel internacional.
- Exponer las consideraciones generales del fomento al emprendimiento en instituciones de educación básica y secundaria a nivel nacional.
- Analizar la intervención académica desarrollada en instituciones de educación básica y media de los departamentos de Caldas y Risaralda en Colombia desde la óptica de emprendimiento social.

Generalidades:

Son diversos los programas que se han desarrollado para fomentar el emprendimiento en la educación básica y media, esto, partiendo de consideraciones que contemplan que los individuos se encuentran predispuestos al desarrollo de emprendimiento derivado de una combinación de factores personales y del contexto. En este sentido, los jóvenes se ven limitados en cuanto a la experiencia laboral y de emprendimiento previo; sin embargo, el hecho de poseer ciertos atributos actitudinales y psicológicos, se transforma en un indicador de personas con tendencia al emprendimiento que requieren de un acompañamiento intencional para el desarrollo de sus capacidades. (Boyd & Vozikis, 1994).

Estas capacidades llevan a un proceso creativo que, desde la perspectiva de diferentes investigadores, como Rogers, (1959); Schraw y Dennison, (1994); Lichtenstein y Lyons (2001); Gibb (2005); Kutzhanova, Lyons, y Lichtenstein, (2009); Kelley, Bosma, y Amorós, (2010); y Haynie, Shepherd, Mosakowski, y Earley, (2010), se encuentra condicionado por una estructura de pensamiento capaz de ver oportunidades en medio de la adversidad, relacionando el emprendimiento con el proceso creativo desarrollado a partir del contacto con la información y la transformación de los datos en oportunidades de negocio, proceso que está dispuesto para aquellas personas que enfrentan el reto de transformar su entorno a pesar de las circunstancias.

Se resalta, la manera propositiva en que las personas aprovechan su capacidad creativa y hacen frente al entorno a pesar de sus complejidades y cambios, lo cual, de acuerdo a Rogers (1959), se ve reflejado en la capacidad de elección y de fácil relación con sus congéneres mediante el dialogo, y la utilización de sus experiencias pasadas como referente de contacto y búsqueda de asociación; y que, Schraw y Dennison (1994), lo asocian a la capacidad de adaptación en cuanto a la toma de decisiones y la movilidad de ideas de acuerdo a las circunstancias.

Lichtenstein y Lyons (2001), consideran que el proceso de emprendimiento requiere de una transformación del emprendedor a partir de la que se presenta la disposición a aprender. Desde esta perspectiva Kutzhanova, Lyons, y Lichtenstein (2009), proponen un proceso interactivo de enseñanza-aprendizaje de competencias para el emprendimiento a ser abordado con estudios de caso, juegos, proyectos, simulaciones, prácticas y otras acciones de contacto con diferentes aspectos de la realidad empresarial; mientras Kelley,

Bosma, y Amorós (2010), argumentan que cualquier proceso de enseñanza del emprendimiento debería facultar a las personas no únicamente para crear empresa sino para generar comportamientos emprendedores en cualquier área de la vida; Gibb (2010), resalta que aunque las competencias de emprendimiento pueden ser adquiridas tanto culturalmente como de la experiencia, estas, son influenciadas ampliamente por la formación, que considera, debe ser dinámica y estar centrada en potencializar los atributos de comportamiento que le servirán al emprendedor para tener éxito; y finalmente, Haynie, Shepherd, Mosakowski, y Earley (2010), enfatizan en la estructura de pensamiento que permite tomar decisiones rápidamente después de haber evaluado su entorno confrontando las circunstancias con sus objetivos personales y de servicio a la comunidad.

Varela y Bedoya (2006), consideran que un proceso de emprendimiento de corte clásico, se fundamenta en las cualidades y características del emprendedor, que asume, desde su percepción de la realidad, el reto de la creación y gestión empresarial ubicando oportunidades de negocio acordes con las exigencias del mercado que cada vez es más sofisticado, y de las necesidades del entorno en correspondencia con las expectativas comunitarias, siendo un reto que implica el análisis del territorio en el que se desarrolla la actividad empresarial con el fin de generar valor, que en el sistema capitalista se asocia con el retorno de la inversión y la generación de superávit financiero, siendo necesario a su vez, el análisis de los diferentes grupos de interés con el fin de generar posibilidades de equilibrio que sigan propendiendo por garantizar la generación de superávit financiero a ser distribuido entre los accionistas. De esta manera, los autores proponen el desarrollo de un modelo de aprendizaje del emprendimiento basado en dos tipos de competencias, siendo éstas, las de conocimiento y las personales.

De otra parte, al adentrarnos en el emprendimiento social se tendrían que abordar diferentes posturas como las manejadas por Dees (1998); Sullivan, Weerawardena, y Carnegie (2003); Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006); Mair y Marti (2006); Chell (2007); Martín y Osberg (2007); Yunus (2010); y Kliksberg (2011); siendo a su vez, considerada escasa la literatura que profundice en el concepto de emprendimiento social y lo diferencie significativamente del emprendimiento clásico (Hemingway, 2005; Cukier, Trenholm, Carl y Gekas (2011).

Existen una serie de características comunes entre ambos tipos de emprendimiento con rasgos divergentes analizados por Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), dentro de un proceso en el que los autores consideran cuatro variables de enfoque de comparación (Fig 1), como son: las fallas del mercado, resaltando una de las razones de la creación de las organizaciones sociales en el momento en que las fuerzas comerciales del mercado no llegan a satisfacer las necesidades sociales (Weisbrod, 1975; Nelson & Krashinsky, 1973); la Misión, siendo el propósito esencial del emprendimiento social la creación de valor social para el bienestar público, mientras que clásico busca la generación de beneficios operacionales que redundan en utilidades privadas; la movilidad de recursos, como una limitante para las organizaciones sin ánimo de lucro que no les permite acceder a los mismos mercados de capitales que los emprendimientos comerciales; y finalmente, los parámetros de desempeño, como un gran desafío para el desarrollo del emprendimiento social en la medida en que se requieren de indicadores diferentes a los financieros, de participación en el mercado, de satisfacción de los consumidores, y de calidad, llegando a indicadores acordes al compromiso social resultando en interrelaciones más complejas (Kanter & Summers, 1987).



Figura 1. Enfoque de comparación del emprendimiento clásico y el social.
Fuente: Construcción propia basada en los aportes de Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006).

En todo caso, para mejorar las condiciones territoriales a través del emprendimiento, se requiere de personas con unas cualidades y características de percepción de la realidad, que puedan ser las impulsoras de los procesos creativos enfocados hacia el desarrollo de innovaciones, que posibiliten a su vez, la materialización de oportunidades de negocio coherentes con las necesidades de mercados altamente exigentes, individuos que equilibren sus habilidades en materia de conocimiento, actitud positiva y actitud empresarial, en una redefinición de lo planteado por Treffinger, 1988, con respecto al proceso creativo, llegando a una transformación territorial mediante una mejor utilización de los recursos en pro de nuevos escenarios para afrontar las necesidades sociales como plantean Mair y Marti (2006).

Reto que a su vez, implica el equilibrio con el medio a ser transformado en una búsqueda de alternativas que impacten positivamente a los diferentes grupos de interés relacionados en la actividad productiva en cuestión y en el contexto social en donde se mueven dichos emprendedores llegando al emprendimiento social en el momento en que adquiere mayor importancia la solución de un problema social que la generación de superavit (Yunus, 2010; Kliksberg, 2011).

Fomento del emprendimiento a nivel internacional:

A nivel internacional, se evidencian los desarrollos de diferentes países Europeos, en los cuales, el emprendimiento a nivel de educación primaria, es asumido como un elemento transversal de carácter curricular enmarcado en los diferentes componentes que denotan una educación integral, siendo reconocido, en la mayoría de los países Europeos, como parte de la educación a nivel de primaria y secundaria con componentes muy particulares aplicados a las diferentes instituciones educativas, lo anterior, de acuerdo al documento *“Entrepreneurship Education at School in Europe”*, (EACEA, 2012).

De esta forma, los aspectos conducentes al desarrollo de procesos de emprendimiento en educación primaria, son manejados de manera transversal en el marco del currículo formando parte de los valores y competencias desarrollados académicamente. Desde esta perspectiva, en los Países bajos, las escuelas tienen autonomía para desarrollar propuestas curriculares de iniciativa empresarial propias, aunque esta directriz, no se contempla explícitamente en el plan de estudios oficial; de igual forma, en la mayoría de los países

Europeos, el emprendimiento es enseñado al interior de las ciencias sociales, las cuales, incluyen áreas como historia, geografía, educación gubernamental y política, o educación civil, así como otras áreas de estudios sociales.

En Bulgaria y Letonia, la educación empresarial se encuentra inmersa en el área de “Economía doméstica y Tecnología”; en la República Checa, es parte de la optativa de “Ética”; en Lituania, el emprendimiento no solo se encuentra inmerso en el componente de ciencias sociales, sino que también toca las ciencias naturales; en Polonia, tiene un componente social, pero, a su vez, se encuentra inmerso en el desarrollo de las matemáticas; mientras que, en Letonia y Suecia, se incluyen algunos elementos en las artes y la música, y, aunque por lo general el emprendimiento en la educación primaria se enseña de manera transversal e inmerso en otras áreas, se presentan casos como el de la República de Eslovaquia, en donde existe un área denominada educación para el trabajo que centra gran parte de su desarrollo en educación empresarial. De otra parte, en Finlandia se desarrollan cátedras específicas de emprendimiento.

En lo que respecta a la educación secundaria, algunos países enseñan educación empresarial como una cátedra independiente. En Lituania y Rumania, la educación empresarial es obligatoria; mientras que en Bulgaria, es obligatoria para los estudiantes que eligen la rama de la tecnología; y en Dinamarca y España, es una cátedra optativa. (EACEA, 2012).

A nivel de Latinoamérica, el estudio realizado por Durand, 2012, a través del Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE), plantea una reflexión acerca de la participación de diversos entes gubernamentales y no gubernamentales, en los procesos de educación para el emprendimiento, entre los que se encuentran el Ministerio del trabajo de Perú con la propuesta que se denomina “La escuela emprende” (Durand, 2012), buscando de manera directa que las instituciones educativas desarrollen propuestas para estudiantes de los últimos niveles educativos que les permita generar procesos de autoempleo en diversos tipos de emprendimiento, siendo estos, los empresariales, los intraempresariales, y los sociales.

Se resalta, que la perspectiva desarrollada por el Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE), mencionada anteriormente, centra su propuesta de educación para el

emprendimiento, desde un enfoque que busca desarrollar en los estudiantes capacidades emprendedoras, las cuales, no se asocian de manera unidireccional con buscar que los estudiantes estructuren ideas de negocio, sino que, buscan plantear que los estudiantes aprendan capacidades para pensar, innovar, y buscar oportunidades.

De otra parte, el emprendimiento social ha tomado fuerza recientemente, siendo su máximo representante a nivel global, Muhamad Yunus, quien en el año 1983 da oficialmente vida al *Grameen Bank* o banco de los pobres en Bangladesh, participando en otras iniciativas asociadas con dicho banco. El proceso de la concepción del banco tiene como punto de partida la preocupación por las necesidades sociales y la búsqueda conjunta de soluciones en el marco del emprendimiento social, para luego, llegar a un modelo de negocio diferente al tradicional denominado empresa social que genera ingresos que son reinvertidos y distribuidos favoreciendo a sus socios y a la sociedad.

Orientación de los programas de fomento al emprendimiento en Colombia.

A nivel nacional, dentro de los proyectos y procesos que se han realizado para el fomento de la Cultura del emprendimiento, se encuentran los esfuerzos generados por el Ministerio de Educación Nacional en diversos programas orientados a fortalecer la capacidad técnica de las instituciones educativas para el fomento de la cultura del emprendimiento, con la elaboración y divulgación de la guía 39, “La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales”, en sus versiones de 2011 y 2012, y la caracterización de la cultura emprendedora de los docentes y estudiantes de las instituciones educativas del país. (MEN, 2012).

Otras entidades en el país han trabajado programas de formación para el emprendimiento en el contexto educativo, entre los que se encuentran, el programa de emprendimiento temprano, alianza Bogotá Emprende y la Alianza Educación Empresa, desarrollando estrategias de formación en competencias para estudiantes de educación media de Bogotá y Cundinamarca a partir de los aporte de la Cámara de Comercio de Bogotá, brindando a los estudiantes herramientas prácticas para construir su proyecto de vida, acorde a las necesidades y exigencias del mundo laboral, y, como un factor clave de inserción exitosa en las empresas de hoy en día, siendo procesos apalancados por estudios a nivel internacional como el programa Global Entrepreneurship Monitor GEM, en el que se destaca la participación, a nivel Colombia de instituciones académicas altamente

reconocidas como la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, la Universidad del Norte, la Universidad de los Andes, y, la Universidad ICESI; considerando, además, el programa de promoción de la empresarialidad en los Jóvenes Colombianos con la participación de Comfama, Comfandi, Fundación Corona y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Se resaltan las iniciativas diseñadas por Instituciones de Educación Superior, como la Universidad EAN, que desarrolla procesos de enseñanza del emprendimiento a nivel de Colombia proyectándose a nivel de Latinoamérica como líder en este campo, con iniciativas de acercamiento a los colegios, como el “Programa de inmersión, ingresa a la U desde grado 11^o”, lo que permite a los estudiantes de grado 11^o de las instituciones educativas con las que la EAN desarrolla convenios tener un acercamiento al mundo universitario al tomar créditos académicos de manera gratuita en unidades básicas en programas de pregrado. (Moscoso y Vargas, 2014). Lo anterior, en conjunto con iniciativas de distintas Universidades como la Universidad Javeriana de Cali, la Universidad EAFIT de Medellín, entre otras.

Los programas que se han realizado en el contexto de la educación básica y media en nuestro país, han estado orientados al diseño e implementación de propuestas para la formación del emprendimiento en los diversos espacios de formación del currículo, y, en particular, orientados al emprendimiento empresarial. Dichos programas, han contado con el apoyo de diversas entidades, en especial, el SENA y el Ministerios de Educacion Nacional, y entidades como la Cámara de Comercio, gobiernos locales, Organizaciones sociales, instituciones de educación superior, entidades financieras, y la Red Nacional de Emprendimiento.

El alcance de estos proyectos, ha trascendido a la implementación, y en algunos casos, a la evaluación de impacto de las iniciativas emprendedoras, pero no existen estrategias, ni sistemas de gestión, que se hayan diseñado para garantizar la incidencia social, la sostenibilidad y el mejoramiento continuo de las acciones educativas que se llevan a cabo en las instituciones de educación básica y media con el fin de fomentar la cultura del emprendimiento desde una perspectiva social.

Intervención académica con un componente de emprendimiento social.

Es en este punto, en donde es relevante la ubicación de marcos teóricos de soporte de desarrollo que permitan dinamizar las estructuras sociales del territorio, que, en el presente caso, se enfocan en el emprendimiento social visto como una forma de concebir la vida que puede ser aprehendida y que por ende puede ser enseñada al interior de las comunidades académicas, siendo los departamentos de Caldas y Risaralda, el contexto en el cual se desarrolla la intervención académica, que toma el emprendimiento social como una de las formas de emprendimiento de mayor importancia, considerando a su vez, los tipos de emprendimiento ambiental, cultural, empresarial y deportivo, y planteando diferentes iniciativas desde las que se aborda la propuesta.

El negocio social, se perfila como una compañía que comercializa bienes y/o servicios y retorna a sus dueños la inversión, pero cuyo propósito primario es servir a la sociedad y mejorar las condiciones de las personas en situación de pobreza, de tal manera, que se ubica en el límite de una organización de maximización de utilidades y una organización sin ánimo de lucro (Yunus, Moingeon y Lehmann-Ortega, 2010).

De esta manera, la propuesta considera el concepto de emprendimiento social como “un proceso que involucra la innovación en el uso y combinación de recursos para lograr oportunidades que impulsen el cambio haciendo frente a las necesidades sociales (Mair y Marti, 2006)”, correspondiendo, los negocios sociales a una sub-categoría de dicho tipo de emprendimiento, en la que confluyen iniciativas con y sin ánimo de lucro y que se distingue del emprendimiento convencional, a partir de la importancia que presenta la generación de riqueza social en contraste con la generación de valor económico como argumentan Muhammad Yunus y sus colegas en el artículo “*Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience (2010)*”.

De otra parte, el autor Bernardo Kliksberg (2011) considera una serie de competencias del emprendedor social en su libro: “Emprendedores Sociales”, siendo estas, las competencias axiológicas, fundamentadas en valores centrados en la ética; de pensamiento, enfocadas en la búsqueda de las causas de los fenómenos que lo rodean para abordar soluciones estructurales; actitudinales, orientadas hacia el querer construir colectivamente; de capacidades de convocatoria, dirigidas hacia la percepción de quienes lo rodean con el fin de involucrarlos en las iniciativas que se plantea; de orientación a la

acción, enmarcada en el hacer constante para mejorar su entorno y el de su comunidad; y la competencia de construcción de alianzas, como un soporte a la construcción colectiva de iniciativas de desarrollo sostenible.

Además de lo anterior, Kliksberg (2011) plantea la existencia de tres factores al momento de identificar a un emprendedor(a) social como son los valores éticos, la detección de necesidades sociales y la participación de comunidades relacionales. Todo esto, al ser interpretado, genera un esquema de visualización del emprendimiento social rodeado por las interrelaciones de los factores con las competencias del emprendedor social (Fig 2).

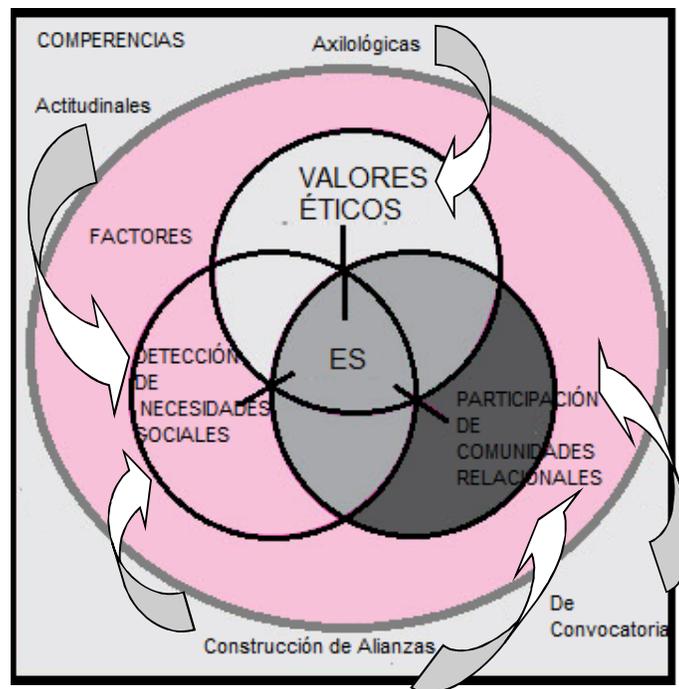


Figura 2. Esquema de visualización de interacciones del emprendimiento social.
Fuente: Construcción propia basada en los aportes de Kliksberg (2011).

Las anteriores consideraciones, se retoman al interior de la intervención académica, siendo enfocada en la formación y asesoría mediante un diplomado a directivos y/o docentes de los establecimientos educativos del departamento de Caldas, el diseño curricular para el fortalecimiento de competencias básicas y ciudadanas en torno al desarrollo de la Cultura del Emprendimiento con el desarrollo de diversos tipos de iniciativas, entre las que guardan una significativa importancia las sociales, iniciando el proceso con los planes de estudios y planes de aula, y el programa de formación, asesoría y acompañamiento para el fomento de la cultura del emprendimiento y la empresarialidad

(CIEE), programa ejecutado en 71 instituciones educativas de Caldas y Risaralda en el 2013 con el acompañamiento de la Fundación Universitaria Cafam, esto, al interior del programa de educación para la competitividad que marca el ingreso de la Central Hidroeléctrica de Caldas y Risaralda-CHEC a la Alianza por la Educación Rural de la Gobernación de Caldas al interior del Comité Departamental de Cafeteros. (Guarnizo y Velásquez, 2013).

La participación de la CHEC en este proceso es un ejercicio voluntario que se perfila dentro de su política de Responsabilidad Social Empresarial, en la que, se manejan unos compromisos con los grupos de interés con el objetivo central de sostenibilidad. Dentro de estos compromisos, se tienen aquellos de obligatoriedad que se encuentran relacionados con el objeto social del negocio y con la legislación que lo rige, y se manejan, compromisos de carácter voluntario que inciden positivamente en el desarrollo de los grupos de interés interdependientes en la búsqueda del mejoramiento del entorno, y como un aporte que va más allá de su objeto social enmarcado en el concepto de ciudadanía corporativa, siendo una organización que es parte del pacto global capítulo Colombia (CHEC, 2014).

Además de la participación de la CHEC, de los Establecimientos Educativos, y de la Fundación Universitaria Cafam, se hicieron presentes la Gobernación de Caldas, la Secretaria de Educación de Dosquebradas, y la Secretaria de Educación de Risaralda dentro de una propuesta que aglutina a diferentes actores en pro del desarrollo de la región (Fig 3).



Figura 3. Esquema de actores participantes.

Fuente: Construcción propia basada en los informes de gestión de la iniciativa (2016).

Este proceso arroja una serie de resultados como son la participación de 71 establecimientos educativos, 43 de Caldas y 28 de Risaralda; la capacitación de 189

docentes y 40 directivos-docentes por medio de diferentes diplomados; la participación indirecta de 3250 docentes; un número de 96.098 estudiantes beneficiados; 212 visitas de acompañamiento institucional; y 11 proyectos de emprendimiento articulados con las áreas sociales y productivas de las zonas.

Algunos casos exitosos de emprendimiento social⁴.

Una de las iniciativas de mayor reto al interior de la propuesta fue la intervención en el Liceo Mixto Sinaí. Establecimiento educativo ubicado en una zona altamente conflictiva de Manizales afectada por problemas sociales, entre los que se encuentran la prostitución, el alcoholismo, la drogadicción, el micro-tráfico, y la violencia familiar, y en donde se presentaban todo tipo de delitos.

La población del Liceo Mixto Sinaí, se encuentra compuesta por estratos 1 y 2, encontrándose en condiciones de marginalidad, cuyo entorno social, se caracteriza por: baja autoestima, descomposición familiar, hogares desintegrados, escasas oportunidades de empleo, violencia intrafamiliar y social, violencia juvenil, y pandillismo, entre otros.

El establecimiento educativo se ve afectado notoriamente por las problemáticas circundantes, y, en especial, por la existencia de fronteras invisibles lideradas por jóvenes de la comuna que significaban un escenario de violencia y muerte; lo cual, lleva a los mismos jóvenes de manera espontanea a organizar un torneo de futbol callejero en el año 2005, iniciando con seis equipos, y que se ha perfeccionado con el apoyo de los participantes de la intervención académica a partir del 2013, llegando a doce equipos en los que participan jóvenes de las diferentes zonas de la comuna en una transformación social de rescate significativo.

En palabras de Alex Bejarano y Hernán Andrés González (2014), estudiantes del Liceo Mixto Sinaí, “Hay choques, hay choques, como el futbol es de contacto siempre hay, pero siempre, hasta los mismos muchachos, se escuchan las frases, muchachos que está pasando estamos es jugando”, y el Rector de esta institución Juan Manuel Dusán (2014)

⁴ Las experiencias más relevantes del proyecto “Fomento de la Cultura del Emprendimiento y la Empresarialidad” se encuentran condensadas en el video “Caminos, Experiencias y Empoderamiento” desarrollado por la Fundación Universitaria Cafam y que se encuentra ubicado en https://www.youtube.com/watch?v=ULK_j-nLSaE

manifiesta: "...El emprendimiento es una filosofía de vida y se necesita generar un horizonte de sentido muy fuerte para de alguna manera generar un proyecto de vida significativo para los estudiantes y la comunidad educativa en general, impactando en una apropiación de los estudiantes frente a su realidad...", esta afirmación enmarca el compromiso con los factores éticos, de detección de necesidades sociales y de participación de comunidades relacionales, y además, con las diferentes competencias planteadas por Kliksberg (2011).

En la misma línea del emprendimiento social, pero desde el contexto de Chinchiná Caldas, se encuentra el establecimiento educativo San Francisco de Paula, con la filosofía de promoción de líderes con sentido social capaces de dar lo mejor de sí en causas sociales sensibles a los problemas de la comunidad que convierten los problemas en objetivos, siendo el propósito transversal de la propuesta de la institución mediante la formación de actitudes emprendedoras de impacto social.

En este orden de ideas, se consideran algunas acciones pedagógicas que incentivan este tipo de liderazgo. Una de estas acciones es el diseño y aplicación del juego golombiao, un tipo de fútbol de salón en el que se asumen una serie de reglas que promueven el trabajo en equipo, la colaboración, la no violencia y el respeto a la igualdad de género, entre otros. En este juego no siempre gana el que haga más goles, evaluándose el comportamiento y el cumplimiento de las reglas que se decidan adoptar.

El éxito de la propuesta radica en la participación y el empoderamiento de la comunidad, con miras a generar las competencias del emprendedor social, que en palabras de Beatriz Helena Ortiz (2014), Docente de Chinchiná Caldas, se resumen de la siguiente forma: "Un emprendedor social es la persona que tiene en cuenta los problemas de su entorno, los visualiza, los planifica, y los desarrolla en el tiempo. El emprendedor social está motivado para salir adelante y solucionar todos los inconvenientes que tenga a su alrededor".

De esta manera, los establecimientos educativos participes de la iniciativa han reestructurado su pensamiento estratégico con miras a generar escenarios de motivación y empoderamiento en cuanto a competencias de emprendimiento, favoreciendo

ampliamente al emprendimiento social en la búsqueda de mejores condiciones para el territorio.

Conclusiones

Desarrollar parámetros de cohesión, en torno al acercamiento del gobierno, del sector productivo y de la sociedad en general que impliquen un accionar territorial sinérgico, requiere de la implementación de mejoras sustanciales en la institucionalidad educativa, permitiendo, de esta forma, la toma de información del medio para traducirla en planes de acción, en el corto, mediano y largo plazo, esto, bajo un enfoque de construcción de una sociedad responsable, dinámica, productiva e igualitaria al interior de un esquema de mejoramiento continuo, y equilibrio conjunto.

Desde esta perspectiva, el emprendimiento social apalancado por las dinámicas del sistema educativo y de la empresa privada al interior de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, se toma como una alternativa que permite la consecución de parámetros de competitividad producto de la sumatoria de los esfuerzos de los diferentes actores que conforman el trípode gobierno-mercados-comunidad, en un accionar dirigido desde la sociedad civil, y hacia la sociedad civil.

De esta manera, la intervención académica planteada por la CHEC bajo el soporte metodológico y conceptual de la Fundación Universitaria Cafam, se convierte en un ejercicio que aglutina los esfuerzos de los diferentes actores que hacen parte del territorio generando empoderamiento y visión de región, desde la cual, se construye un escenario que facilita los procesos de emprendimiento social, sin dejar de lado los demás tipos de emprendimiento.

Referencias Bibliográficas

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-skillern, J. (2006). Social and commercial Entrepreneurship: Same, different, or both?. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30, N°1.
- Boyd, N. J., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Chandler, A. (1977). *The Visible Hand, The Managerial Revolution in American Business*. Harvard University Press, Bostón MA.
- CHEC, Grupo EPM. (2014). Informe de sostenibilidad 2014. Recuperado de: http://aplicaciones.chec.com.co/sostenibilidad/informes/Informe_sostenibilidad_Chec_2014.pdf
- Chell, E. (2007). Enterprise and Entrepreneurship: towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process', *Int. Small Bus J*, 25, 1, 3-19.
- Colombia. (2006). Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento.
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., & Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: A content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7 (1), 99-119.
- Dees, J. G. (1998). The meaning of "social entrepreneurship." Retrieved from http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf. (7.4.2008).
- Durand, M. (2012). "*La Escuela Emprende*". Instituto Peruano de Administración de Empresas. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://pedagogiaemprendora.bligoo.es/media/users/25/1269910/files/429415/LibroPalomaDurandv02.pdf>
- EACEA. (2012). *Entrepreneurship Education at School in Europe. National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. EURYDICE, Brussels.
- Fundación Universitaria Cafam (2014). Video Caminos, Experiencias, Empoderamiento. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ULK_j-nLSaE
- Gibb, A. A. (2005). Towards the Entrepreneurial University Entrepreneurship Education as a lever for change. NCGE Policy paper series, 15.
- Guarnizo, M., y Velásquez, J. (2013). La cultura del emprendimiento y la empresariedad en instituciones educativas de Colombia: Realidades y oportunidades. *Revista Internacional Magisterio*, Bogotá.
- Hall, P., & Soskice, D. (2001). *Varieties of capitalism: The institutional foundations of comparative advantage*, Oxford: Oxford University Press.

- Haynie, J. M., Shepherd, D. A., Mosakowski, E., & Earley, C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25: 217– 229.
- Hemingway, C.A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics* 60 (3), 233–249.
- Kanter, R. M., & Summers, D. V. (1987). Doing well while doing good: Dilemmas of performance measurement in nonprofit organizations and the need for a multiple-57 constituency approach. In W. W. Powell (Ed.), *The nonprofit sector* (pp. 154-166). New Haven, CT: Yale University Press.
- Kelly, D.J., Bosma, N. and Amorós, J.E. 2010 Global Report. *Global Entrepreneurial Monitor*, 2011.
- Kliksberg, B. (2011) *Emprendedores sociales: los que hacen la diferencia*. Temas grupo editorial.
- Kutzhanova, N., Lyons, T.S. & Lichtenstein, G.A. (2009) - Skill-Based Development of Entrepreneurs and the Role of Personal and Peer Group Coaching in Enterprise Development - *Economic Development Quarterly*, Vol. 20, No. 10
- Lichtenstein, G.A. & Lyons, T.S. (2001) - The Entrepreneurial Development System: Transforming Business Talent and Community Economies - *Economic Development Quarterly*, Vol. 15, pp 3-20.
- Mair, J., & Martí, I. (2006) Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), pp. 36-44.
- Martí, I., & Osberg, S. (2007) Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 1, pp. 29-39.
- MEN. (2012). Guía 39, “*La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales*”. Segunda Edición, Panamericana Formas e Impresos S.A, Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009). Política de emprendimiento en Colombia. Recuperado de: http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Facultades/Admoinstraci%C3%B3n/1_-_Política_Nacional_de_Emprendimiento_de_Colombia.pdf
- Moscoso, F. y Vargas, J. (2014). La Responsabilidad Social Universitaria: más allá de la proyección y extensión social, una mirada a la experiencia de la Universidad EAN de Colombia, *Ciencias de Gestión*, n°98, p. 83 a 106.

- Nelson, R., & Krashinsky, M. (1973). Two major issues of public policy: Public policy and organization of supply. In D. Young (Ed.), *Public subsidy for day care of young children*. Lexington, MA: D. C. Heath & Co.
- Porter, M. (1989). *Ventaja competitiva*, México, CECOSA.
- Rogers, C. R. (1959). "A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in client-centered framework", en S. Koch (ed), *Psychology: A study of science* (Vol. 3, pp.184-256)McGraw-Hill, New York.
- Schraw, G; & Dennison, R. (1994). Assessing metacognitive awareness. *Contemporary Educational Psychology*.19(4)(pp460-475)
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1): 76–88.
- Treffinger, D. (1988). Components of creativity: Another look. *Creative learning today*, 2(5), 1-4.
- Varela, R., y Bedoya, O. (2006). Modelo Conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. En: *Estudios gerenciales*. Vol. 22. No 100. Cali.
- Weisbrod, B. (1975). "Towards a theory of the voluntary nonprofit sector in a three sector economy". En PHELPS,E. (Ed.), *Altruism, morality and economic theory*, Russell Sage Foundation, Nueva York.
- Yunus, M. (2010). *Building Social Business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*, New York: Public Affairs.
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega., L. (2010). *Towards Building Social Business Models: Lessons from the Grameen*. *Long Range Planning* 43 (2010) 308e325.