

DEFINICION Y ALCANCES DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

María Lucía Roa

Representante de Ashoka en Colombia

Ashoka Emprendedores Sociales

www.espanol.ashoka.org

www.changemakers.net

ashokacol@etb.net.co

Tels. 571-2119201 Cel. 3158294027

Hablar de emprendimiento demanda, en el caso específico de Ashoka, diferenciarlo del emprendimiento de negocios. La razón de ser de Ashoka es la profesionalización del Emprendedor Social como agente de cambio en el mundo. Para Ashoka el emprendimiento debe ser innovador, de gran impacto y con una clara estrategia de desarrollo a largo plazo; Ashoka considera que este es el modelo de emprendimiento social que está, efectiva y eficientemente, cambiando sistemas de solución a diversos problemas en el mundo.

QUE ES UNA ORGANIZACIÓN SOCIAL?

Tradicionalmente se ha considerado lo "social" como aquellas actividades de caridad, de voluntariado, tareas generalmente asumidas por la iglesia y por grupos de señoras de buen corazón, o por empresas y familias que hacían donaciones para una buena causa y, de paso, tranquilizaban su conciencia.

Desde hace unos años y por fortuna, el llamado 'tercer sector' o sector social se ha ido ganando, -lenta pero constantemente- y por méritos propios, el lugar que le corresponde. Al sector social pertenecen: las organizaciones sin ánimo de lucro (organizaciones de la sociedad civil) las organizaciones no gubernamentales y las organizaciones de economía solidaria. Debería denominarse éste el "primer sector" y no el tercero, por cuanto su razón de ser y existir, su objetivo específico, es el ser humano, la sociedad, cuyos derechos, bienestar y satisfacción de necesidades, así como su acceso a iguales oportunidades, deben estar por encima de cualquier otro interés u objetivo, como premisa para cualquier otra actividad o negocio y en cualquier espacio.

Hoy en día el sector social comienza a percibirse de una manera diferente, empieza a tomarse en cuenta -aunque no en la magnitud que se merece- por parte de los gobiernos, las empresas privadas, y la sociedad en general; desgraciadamente, no tanto por parte de los medios de comunicación, que en medida muy importante deberían contribuir a crear en la opinión pública conciencia acerca de la necesidad y urgencia del cambio social y de que todos representamos un papel importante en tal propósito. Las organizaciones sociales sin ánimo de lucro, las fundaciones empresariales, las asociaciones cívicas, se multiplican y se fortalecen tratando cada día de profesionalizar este "tercer sector" y de lograr, como consecuencia, una percepción más seria y real por parte de los demás sectores. Del mutuo reconocimiento de los diversos sectores y

de la necesidad de complementarse todos ellos, deberá surgir una sociedad más justa y equitativa, menos excluyente, una sociedad con igualdad de oportunidades. Ese es el sueño de Ashoka.

Ya citado el término “organización social sin ánimo de lucro” u ‘organización no gubernamental’ es necesario establecer su definición. Qué es una ong? Por lo que respecta a Colombia, en forma generalizada y errónea, se considera que las organizaciones no gubernamentales u ONG son aquellas que enfocan su actividad única y exclusivamente en la defensa de los derechos humanos. De hecho, sí lo hacen, sí trabajan para que las personas vean respetados todos sus derechos humanos, pero no entendidos exclusivamente con relación a los derechos que en un conflicto armado como el que se vive en Colombia deben respetarse. Las organizaciones sociales, o no gubernamentales, o sin ánimo de lucro, son, pues, organizaciones que tienen y trabajan por un fin social definido, en cualquier campo del desarrollo humano, que se pueden resumir en 6 grandes áreas: salud, educación, participación cívica, medio ambiente, productividad económica, derechos fundamentales, como la vida.

Ahora bien: qué significa la condición o la categoría “sin ánimo de lucro”? Significa que sus ganancias o superávit deben reinvertirse en el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Por fortuna cada día es mayor la tendencia a quitarle a estas organizaciones el apellido “sin ánimo de lucro” por el de “sector social”, “tercer sector”, o “sector ciudadano”.

Esta tendencia al cambio en la denominación de estas organizaciones, contribuye eficazmente a borrar la idea de que las organizaciones sociales son aquellas llamadas a mendigar, a pedir donaciones eternamente, a depender, para su supervivencia, de la aprobación de un proyecto. Las primeras que deben asumir de manera diferente su enfoque, su sostenibilidad, son las mismas organizaciones. Deben esforzarse más por la profesionalización, por buscar su autosostenibilidad, por obtener recursos –a través de productos o servicios- que permitan planificar a largo plazo, diseñar estrategias, en resumen, jugar un papel más importante, autorizado y determinante para lograr el cambio social que proponen y por el que trabajan.

Ante la insuficiencia y en ocasiones la ineficiencia –según se quiera considerar- de las instancias estatales, eclesiales, de voluntariado o similares, para incidir en un cambio social significativo a nivel mundial, las organizaciones del llamado “tercer sector” se han venido multiplicando en el mundo, especialmente en los últimos 20 años, de manera verdaderamente impresionante. Según lo cuenta el periodista David Bornstein en su libro “Cómo cambiar el Mundo”, en 1985, por ejemplo, en Indonesia había sólo una organización medioambiental. Hoy hay más de 2.000, en ese sólo tema, en ese país. Eslovaquia, un pequeño país de Europa central, cuenta con más de 12.000 organizaciones sociales. Entre 1988 y 1995 se crearon 100.000 en los antiguos países comunistas de Europa Central. Esta tendencia a solucionar los problemas sociales mediante el trabajo de las organizaciones ciudadanas no es un tema solamente de los países menos desarrollados: en Francia, durante la década de los 90, se crearon 70.000 nuevos grupos ciudadanos y en Canadá la cifra ha crecido en un 50% desde 1987, llegando casi a 200.000 hoy en día. En Estados Unidos en sólo 9 años, entre 1989 y 1998, el número aumentó de 464.000 a 734.000, y la cifra se estima hoy en 2 millones. En Brasil se calculan en un millón!

Cuáles son los datos en Colombia? Desafortunadamente no están actualizados. Inscritas en la Confederación Colombiana de Ongs se encuentran 850. Pero en todo el país, y según cálculos bastante inciertos, se calcula una cifra de 100.000. Gracias a ellas se han tejido redes y grupos de trabajo que representan hoy en día una inmensa fuerza estratégica para la solución de gran cantidad de problemas, a medio y largo plazo.

QUE ES UN EMPRENDEDOR SOCIAL?

Definido someramente el papel de las organizaciones, su crecimiento, sus áreas de trabajo, es bueno saber quién o quiénes están detrás de esas organizaciones. Quién las funda? Por qué razón? Con qué propósito? Cómo se sostienen? Los personajes que están detrás o al frente de estas organizaciones y que constituyen su inspiración, su motor, su brújula, son los emprendedores sociales. Y de las características de los Emprendedores Sociales, en especial de aquellos reconocidos por Ashoka, se tratará a continuación.

Específicamente, son tres las cualidades que Ashoka destaca y busca en un Emprendedor Social, además de otras que lo caracterizan: innovación, estrategia, e impacto.

Es necesario definir lo que es un emprendedor: es quien emprende, comienza un camino, una actividad. Hay diferentes tipos de emprendedores pero se pueden enmarcar en tres, según sus objetivos:

El profesional que emprende la actividad para la cual se preparó y que se sentirá satisfecho cuando sus clientes lo estén también.

El empresario (sea emprendedor del negocio o quien dirige la empresa), que estará satisfecho cuando su empresa alcance el grado de desarrollo y de ganancia que busca.

El emprendedor social, que solamente se sentirá satisfecho cuando literalmente (por lo menos en los términos de Ashoka) logre producir un cambio en la manera como se está solucionando el problema de un grupo poblacional o de la sociedad en general.

Con base en la experiencia de Ashoka a nivel mundial y durante seis años que lleva la organización en Colombia, se pueden resumir las características más comunes de los Emprendedores Sociales de Ashoka: innovación, estrategia e impacto.

INNOVACION.

En qué consiste eso de innovar, en el sector social? En encontrar maneras diferentes de abordar y tratar de solucionar los problemas. Ya casi todo está inventado, es cierto. Sin embargo, para estos emprendedores no; se encuentran insatisfechos con la forma como se vienen abordando los problemas, y tienen razón, porque, objetivamente analizados, todavía falta mucho por resolver! Ellos, con una gran creatividad, se obsesionan con maneras diferentes de abordar o tratar el

problema y a pesar de no contar con recursos técnicos, humanos ni financieros, emprenden un proyecto que les permite ensayar y probar su propuesta.

En el emprendimiento social hay innovadores de diferentes tipos:

-Encontramos al **'arquitecto'**: aquél que crea un campo completamente nuevo. Tiene la capacidad de visualizar y anticipar la necesidad de nuevas instituciones, relaciones, transacciones económicas, roles para los ciudadanos, nuevas profesiones y nuevas aplicaciones y desarrollos para profesiones ya existentes. Pero además, es capaz de llevarlo a la práctica.

Para ilustrar esta característica se puede citar el ejemplo de un emprendedor social colombiano: con base en su perspicaz observación al jugar dominó con campesinos iletrados, un maestro de escuela inventó un método de alfabetización que se llama Abcedespañol y acaba de perfeccionar un nuevo método para el aprendizaje de las matemáticas. Su nombre es Javier González. Aunque en un principio Javier lo diseñó para alfabetización de adultos, el método es tan exitoso que se viene desarrollando con niños, quienes aprenden a leer y escribir en casi la mitad del tiempo en que lo logran con métodos tradicionales. Este método fue adoptado por Cafam hace unos años para su programa de educación de adultos, y recibió un premio mundial de la UNESCO, por eficiente y prometedor. Por eso, comúnmente se le conoce con el nombre de método Cafam, aunque realmente es el método Javier González. Desafortunadamente en Colombia aún no se utiliza masivamente. Constituye un reto para el país conocer los impresionantes avances que se están logrando en América Central, donde miles de niños y de adultos se están alfabetizando y aprendiendo las matemáticas con el método de Javier. Es muy posible que pronto se empiece a utilizar también en Brasil y Bolivia.

Un segundo ejemplo de Emprendedor Social innovador, es el **'Organizador'** o **'Maestro'**: es aquél con la capacidad de organizar personas e instituciones para que se apropien del objetivo a lograr. Ataca diversos aspectos del problema simultáneamente, pero es capaz de hacerlo con una metodología que garantiza los resultados.

Es el caso de Stella Cárdenas, otra Emprendedora Social colombiana. La obsesión, el propósito y la razón de ser de Stella es erradicar la explotación sexual de los niños y niñas (pornografía, tráfico, turismo sexual y prostitución), mediante el desarrollo de programas de atención integral (prevención, terapia, atención médica, capacitación laboral, expedición de marcos legales), de manera que se les restituyan a todos estos niños y niñas los derechos que les otorga la Convención de los Derechos de la Niñez. Qué ha logrado Stella a través de su Fundación Renacer reconocida, además, nacional e internacionalmente, como entidad pionera en el diseño e implementación de este tipo de programas? Renacer atiende cerca de 2.500 menores en las diferentes etapas del programa; colabora en el diseño de programas de prevención con las alcaldías locales; asesora a organizaciones y gobiernos de otros países para el desarrollo de programas dirigidos a superar la explotación sexual infantil.

El otro tipo de Emprendedor Social Innovador es el **'Profesor', 'mentor' o 'acompañante'**, que conduce pacientemente a las personas para adoptar cambios en sus hábitos y actitudes que puedan mejorar su rendimiento. Este Emprendedor tiene una percepción crítica de una

oportunidad que otros pasaron por alto y su meta es cambiar el comportamiento de un vínculo importante de la sociedad.

Es oportuno citar aquí el ejemplo de Vera Cordeiro, médica brasileña, cuya fundación, al igual que la de Stella Cárdenas en Colombia, se llama Renacer. La fundó en 1991, cansada de ver cómo los niños dados de alta en el Hospital de Lagoa, en Río de Janeiro, regresaban igual o más enfermos a las pocas semanas, pues las condiciones de vivienda y familiares en los suburbios de la ciudad, les impedían una mejoría estable. Vera adoptó un programa de capacitación para los padres de los niños, implementó un programa de visitas domiciliarias para verificar y tratar de aliviar las dramáticas situaciones de las viviendas, así como para orientarlos respecto a posibilidades laborales. Hasta 2002 Renacer había atendido 6.000 niños. El porcentaje de niños cuya vida corría peligro bajó del 40 al 10%. El trabajo de Renacer ya se ha extendido a 14 hospitales públicos de Río de Janeiro, Sao Paulo y Recife, proporcionando beneficios directos a 20.000 niños y disminuyendo, en promedio, en un 60% la recaída de los niños. Es significativo lo que esto significa en costos para la salud pública! Su objetivo va mucho más lejos: implantar su modelo en todos los hospitales públicos del Brasil.

Otro estilo de innovación de un Emprendedor Social, es aquél que asume su tarea como **'Reformador'**, cambiando las prácticas de determinadas instituciones, modificando sus reglas, creando o reforzando políticas, conectando el rendimiento de las instituciones públicas con los objetivos sociales. En resumen, reinventando, mejorando un proceso de rutina por el que pasan los ciudadanos.

Un apasionante ejemplo de Emprendedor Social 'reformador' lo constituye Silvio Ruiz; reciclador de desechos desde que tenía 12 años, si se le pregunta a Silvio cuál es su sueño de vida, contestará que convertirse en 'empresario del reciclaje'.

Desde muy joven empezó a trabajar por mejorar las condiciones de los recicladores de Colombia, organizándolos en asociaciones socio-productivas, impulsando la creación de leyes para el reconocimiento y regulación de su trabajo. Estos cambios están permitiendo a cerca de 7.000 recicladores ganarse la credibilidad, acceder a una capacitación para competir con las fuerzas del mercado, así como a programas de vivienda, asistencia a niños y madres recicladoras. Al mismo tiempo está promoviendo, cada vez con mayor éxito, la cultura del reciclaje en Latinoamérica, que incidirá también en un impacto menos dramático sobre el medio ambiente.

ESTRATEGIA.

No existe una fórmula fija para el Emprendedor Social para diseñar su estrategia. Se podría afirmar que la única condición invariable e infaltable, en todos y cada uno de ellos la pasión que los mueve, es que han convertido su proyecto y su idea casi en la razón de su vida, es su persistencia obsesiva.

Foco : El Emprendedor Social de Ashoka tiene focalizada la población a la que quiere llegar y por la que quiere trabajar, no pierde de vista el foco; no se distrae.

Conocimiento real y cercano del problema: en algunas oportunidades no es solamente el conocimiento concreto del problema, de la población que lo sufre, sino que ellos mismos son o han sido protagonistas de esa vivencia. El Emprendedor Social habla y escucha a la población con la que trabaja. Se acerca a su problemática, a su entorno, no se limita a actuar con base en un análisis superficial. Va más allá en el diagnóstico, razón por la que va más allá también en la búsqueda de la solución, en la formulación de su modelo, que constituye base de su estrategia.

Recursividad: El Emprendedor Social busca caminos diversos para llegar a sus metas. No importa si en ocasiones tiene que devolverse, corregir, reformular, readaptar o reorientar procedimientos. El logro de las metas lo amerita.

Energía: El Emprendedor Social es incansable, no renuncia, no se entrega. Insiste, porque está absolutamente obsesionado con su idea, con el único fin de solucionar un problema social.

Convicción: Cree en su proyecto, cree en su modelo de solución. Por lo general, cuando el Emprendedor Social llega a Ashoka como candidato, ya tiene conformada su propia organización. Como no cree en otras soluciones, está convencido de las ventajas de su modelo, no se acomoda en lo que ya existe y considera que la única forma de avanzar en la dirección que él considera, es creando su propio espacio.

Tiempo y dedicación: El Emprendedor social se las arregla para multiplicar su tiempo, para acortar distancias, para gestionar y diversificar su actividad y su esfuerzo. Sin embargo, en este punto, es cuando el apoyo de Ashoka se vuelve importante, factor clave en su desarrollo y logros. Porque precisamente, al reconocerlo Ashoka como Emprendedor Social al que se le entrega un estipendio económico, lo hace con la condición de que el Emprendedor abandone cualquier otra actividad que lo distraiga en su empeño.

IMPACTO.

El Emprendedor Social de Ashoka, casi sin excepción, quiere lograr un impacto, un cambio, a gran escala. Al preguntarle a dónde quiere llegar, no responde que intenta cambiar o solucionar un problema de un minúsculo grupo poblacional. No! Su sueño es llegar a muchos, ojalá generar impacto en todo el país, en la Región Andina, en América Latina!

Para lograr este impacto e ir superando las etapas que éste demanda, el Emprendedor va paso a paso, se traza metas a corto y mediano plazo, sin perder de vista su sueño grande, su gran propósito; y para ese paso a paso tiene perfectamente identificadas aquellas instancias públicas o privadas, nacionales o internacionales, que le pueden servir de apoyo, de orientación, de financiador.

Esta identificación de las fuentes de apoyo, generalmente demanda una gestión de acercamiento e insistencia ante instancias públicas y privadas. Estos contactos le permitirán, probablemente, incidir en la formulación de políticas públicas que le permitan potenciar, quizás masificar su modelo. Pero para esta gestión de acercamiento el Emprendedor necesita una gran dosis de paciencia, que de hecho tiene. Podría afirmarse que es ‘resistente al fracaso’.

El Emprendedor Social no le teme a las alianzas, especialmente con otras organizaciones sociales, si éstas constituyen una probabilidad de consolidar el modelo y acrecentar su impacto. Es un poco receloso frente a las alianzas con el sector privado, con el que no se sintoniza fácilmente; siente que hablan lenguajes distintos y que los propósitos son tan diferentes que es difícil constituir una alianza. No obstante, poco a poco se empiezan a mirar sin prevención estos dos sectores, están aprendiendo el uno del otro, se están complementando y están empezando a complementarse mediante prácticas que a ambos sectores convienen.

Ashoka es una organización del tercer sector y para el tercer sector, cada día más convencida de que es desde allí de donde provienen y seguirán proponiéndose, las soluciones más novedosas pero también las más factibles para los diversos y, por desgracia, múltiples problemas que aquejan al mundo. Hay cantidad de ejemplos para demostrarlo.

También en muchos espacios públicos y privados, a nivel mundial, se empieza a mirar el emprendimiento social, el trabajo de las organizaciones sociales, como la vía más probable para la superación del reto inconmensurable que constituye que cerca de 4.000 millones de seres humanos encuentren la satisfacción a sus necesidades básicas.

Ha pasado mucho en 20 años, desde cuando a estas actividades se las consideraba ‘obras de caridad’. El concepto está cambiando, pero aún tienen mucho por hacer y diseñar en políticas públicas los gobiernos, mucho por hacer, apoyar y reenfocar las empresas privadas, mucho por contar y documentar los medios de comunicación, mucho por seguir haciendo los emprendedores sociales. La tarea es inmensa, el reto inconmensurable, por eso hay que empezar ya!

Para Ashoka, la mejor descripción de un Emprendedor Social es la que tiene Bill Drayton, fundador de la organización: “Los Emprendedores Sociales no se contentan con regalar un pescado o enseñar a pescar. El Emprendedor Social de Ashoka no descansará hasta que logre revolucionar la industria de la pesca”.

BIBLIOGRAFIA

ASHOKA, Recuperado el 1 de abril de 2005, del Sitio Web de Ashoka
<http://www.espanol.ashoka.org>

BORNSTEIN, David. (2005) Cómo Cambiar el Mundo – Los Emprendedores Sociales y el poder de las Nuevas Ideas. Editorial Random House Mondadori, S.A. Primera edición. Barcelona