

APOYO A LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS QUE SE LLEVAN A CABO EN EL  
CENTRO DE LIDERAZGO DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA SEDE POPAYÁN Y  
SANTANDER DE QUILICHAO.

HUGO ALEXIS NIETO GUACA



Universidad  
del Cauca

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POPAYAN

2015

APOYO A LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS QUE SE LLEVAN A CABO EN EL  
CENTRO DE LIDERAZGO DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA SEDE POPAYÁN Y  
SANTANDER DE QUILICHAO.

HUGO ALEXIS NIETO GUACA

Práctica profesional

Asesor académico

Mg. HÉCTOR ALEJANDRO SÁNCHEZ

Asesor empresarial

Adm. JOHN GERARDO YANZA BRAVO

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POPAYAN

2015

## *Dedicatoria*

*A mi familia por brindarme apoyo incondicional durante todo mi proceso de formación como profesional en Administración de Empresas. A mis profesores, amigos y compañeros de estudio por sus valiosas enseñanzas que aportaron mucho en mi formación, tanto en el plano profesional como personal.*

*Hugo Alexis Nieto Guaca*

## *Agradecimientos*

*A Dios por darme la vida, a mis profesores que me brindaron el conocimiento durante todo el proceso de formación como Administrador de Empresas, especialmente al Mg. Héctor Alejandro Sánchez y al Mg. Guido Campo Martínez por sus consejos, la dedicación y colaboración en la ejecución del presente trabajo de grado. Así mismo quiero manifestar mis agradecimientos a mi asesor empresarial John Gerardo Yanza, por su colaboración en el desarrollo de mi trabajo de práctica profesional.*

*De la misma forma quiero manifestar agradecimientos a mis padres Hugo Nieto y Luz Marina Guaca, por su apoyo incondicional en todo sentido, durante la etapa de mis estudios universitarios, a mis hermanos Santiago, John Esteban y Andrés Felipe, por su cariño y comprensión; y a toda mi familia quienes también me brindaron apoyo en todo sentido.*

*Finalmente quiero manifestar mis agradecimientos a mis amigos y compañeros de estudio y de trabajo, quienes me brindaron valiosos consejos en todo momento y con quienes pasé momentos agradables.*

*Hugo Alexis Nieto Guaca*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1. Problematicación</b> -----	<b>11</b>
1.1.1. Descripción del problema: .....	11
1.1.2. Formulación del problema .....	11
<b>1.2. Justificación</b> -----	<b>11</b>
<b>1.3. Objetivos</b> -----	<b>12</b>
1.3.1. Objetivo general .....	12
1.3.2. Objetivos específicos .....	12
<b>2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1. Marco teórico</b> -----	<b>13</b>
2.1.2. Responsabilidad social empresarial .....	13
2.1.3. Negocios inclusivos.....	16
2.1.5. Economía humana .....	22
2.1.6. Participación ciudadana .....	25
<b>2.2. Marco conceptual</b> -----	<b>28</b>
<b>2.3. Marco legal</b> -----	<b>30</b>
<b>2.4. Marco contextual</b> -----	<b>31</b>
<b>3. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA</b> .....	<b>35</b>
<b>4. DESARROLLO DEL TRABAJO</b> .....	<b>36</b>
<b>4.1. MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BASADO EN LA PERSPECTIVA DE NEGOCIOS INCLUSIVOS PARA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEL ENCLAVE INDUSTRIAL DEL NORTE DEL CAUCA</b> -----	<b>36</b>
<b>4.2. APOYO EN EL DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DEL CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA SOLIDARIA</b> -----	<b>39</b>
<b>4.3. CÁTEDRA DE FORMACIÓN EN PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LIDERAZGO</b>	<b>40</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	<b>41</b>
<b>6. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>42</b>
<b>7. REFERENCIAS</b> .....	<b>43</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>45</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de la economía solidaria y la economía capitalista .....	23
---	----

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Logotipo del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca.....	34
Ilustración 2: Metodología CANVAS .....	36
Ilustración 3: Metodología CANVAS social aplicada al proyecto ARMO .....	37
Ilustración 4: Metodología CANVAS social aplicada al estudio de caso .....	38

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Cuestionario de iniciativas de negocios inclusivos.....	46
ANEXO B: Convenios de cooperación interinstitucional suscritos entre la Universidad del Cauca y CONFECOOP Cauca, donde se articulan esfuerzos para impulsar la economía solidaria .....	48
ANEXO C: Cartas de intención para recibir acreditación para orientar el curso básico de economía solidaria y de intención para asistir a las jornadas de actualización orientadas por DANSOCIAL .....	50
ANEXO D: Propuesta del curso básico de economía solidaria.....	52
ANEXO E: propuesta de la cátedra de formación en participación ciudadana y liderazgo .....	54



## INTRODUCCIÓN

El liderazgo es una herramienta fundamental para generar desarrollo, que implica una relación de influencia particular, que permite mejorar diferentes procesos en los individuos o grupos, como la comunicación, el orden de ideas, la motivación, entre otros, que contribuyen a obtener recursos valiosos en el área o zona donde se desarrolle.

Desde el Centro de Liderazgo se busca encontrar soluciones a la problemática regional, considerando que existe un potencial alto para dinamizar los procesos sociales, económicos, ambientales, políticos y todos aquellos factores que involucran el desarrollo para una región.

La interacción de los sectores públicos y privados, con la academia para fortalecer las capacidades para el desarrollo de la región, mediante el potenciamiento de las habilidades de liderazgo del talento humano glocal, y la promoción de iniciativas de alto impacto social basadas en acciones de cooperación.

Mediante el presente informe se darán a conocer los resultados de los objetivos planteados en la práctica empresarial llevada a cabo en el Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca.

La labor realizada consistió en brindar apoyo a diversos proyectos planteados en el Centro de Liderazgo, cuya finalidad es promover el desarrollo regional, brindar formación para el liderazgo e investigar las problemáticas de la región. De la misma forma cabe destacar que las propuestas de trabajo hechas desde la organización coadyuvan al fortalecimiento de las habilidades de liderazgo del talento humano glocal, siendo este tipo de proyectos una forma de tener un alto impacto socioeconómico.

Todo lo anterior se fundamenta bajo el fenómeno de la globalización que ejerce influencia en las Universidades, motivando de esta forma a que dichas instituciones de educación superior realicen esfuerzos por comprender y desarrollar un conocimiento útil y oportuno para los procesos sociales y productivos de la región. Por tal motivo, es necesario que las Universidades, las empresas y los gobiernos locales, realicen una alianza social con el propósito de diseñar e implementar estrategias que beneficien el desarrollo socioeconómico de la región.

El informe está detallado por capítulos, los cuales se describen con detalle a continuación:

El primer capítulo corresponde a la contextualización del trabajo, donde se hace la descripción del contexto general del problema; de la misma forma en este capítulo se detalla la formulación del problema, que se expresa en forma de pregunta. Otro aspecto que se detalla en este punto es la justificación, en la cual se expresa la importancia del desarrollo del trabajo; adicionalmente se incluyen los objetivos que muestran lo que se va hacer en el transcurso del trabajo de práctica profesional.

El segundo capítulo correspondiente a la contextualización teórica, hace referencia al marco teórico que sirve de sustento al trabajo de práctica empresarial; seguidamente se menciona el marco conceptual donde se relacionan los constructos que son inherentes al desarrollo del trabajo; en último lugar se relaciona el marco legal, donde se tienen normas del orden nacional que constituyen la base del proceso de acreditación para el curso de economía solidaria. En el marco contextual

El tercer capítulo expone la metodología básica que se utilizó para recopilar datos que se emplearon para dar respuesta al problema.

En el cuarto capítulo se hace la presentación de las actividades que se realizaron en el transcurso de la práctica profesional, así como los resultados que se obtuvieron de la labor.

En quinto capítulo se plasman las conclusiones donde se indica el logro de los objetivos propuestos y también se presentan las recomendaciones y/o sugerencias que se hacen a la organización.

Por último se hace la presentación de anexos y referencias que le dan validez a lo que se ha expuesto el trabajo de práctica profesional ejecutado

## **1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO**

### **1.1. Problematización**

#### ***1.1.1. Descripción del problema:***

En el departamento del Cauca podemos identificar claramente una problemática social y económica y los diversos grados de desarticulación de los actores de la región (comunidad, gobierno, empresarios, instituciones). Esta situación en parte se ha presentado debido al bajo liderazgo en nuestro departamento y sabemos que el desarrollo regional ocurre cuando los miembros de una comunidad se ponen de acuerdo y se organizan para aprovechar los recursos, promoviendo la generación de valor, el desarrollo sostenible y el deber de proteger y aprovechar responsablemente nuestro entorno natural, étnico y cultural logrando el progreso deseado.

La realización del presente trabajo de grado responde a la necesidad de promocionar la economía regional y fortalecer la dinámica de desarrollo por medio del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca a través de la asistencia y gestión de proyectos de educación y liderazgo.

#### ***1.1.2. Formulación del problema***

Al ser el Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca una fuente de articulación entre las regiones y a su vez ser una herramienta que influye en los cambios sociales, políticos y económicos para afrontar las dinámicas de la economía y la sana convivencia entre las regiones, se plantea el siguiente interrogante: ¿Cuáles son las formas de crear vínculos entre la Universidad, la comunidad, el gobierno, las empresas e instituciones para impulsar el desarrollo económico y social de la región del Cauca?

### **1.2. Justificación**

El Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca, busca reducir los desequilibrios sociales, mejorando las expectativas con respecto a la calidad de vida de la población, aprovechando los efectos de vecindad y con ello alcanzar desarrollo social, mayor crecimiento y competitividad regional. Para ello, se requiere definir actividades productivas, consolidación de alianzas y el aprovechamiento de maneras eficientes de los recursos naturales.

Así mismo, el desarrollo regional facilita la articulación con los planes y procesos de planificación y gestión territorial, a través de la asistencia y articulación de proyectos de

educación y liderazgo lo cual a su vez contribuye al fortalecimiento de las relaciones entre los territorios y al logro conjunto de los objetivos de crecimiento económico y ampliación de oportunidades sociales.

Por lo tanto el Centro de Liderazgo se establece como una herramienta fundamental para generar desarrollo, que implica una relación de influencia específica, que permite mejorar diferentes procesos en los individuos o grupos, como la comunicación, el orden de ideas, la motivación, entre otros, que contribuyen a obtener recursos valiosos en el área donde se desenvuelva.

La importancia de la realización de la práctica profesional en el Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca reside en la aplicación de todos los conocimientos y habilidades que se han adquirido en el proceso de formación universitaria y que servirán como sustento a todas las actividades requeridas para efectuar íntegramente el trabajo de práctica profesional y así mismo permitirá realizar aportes al desarrollo de la misión de la organización.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Brindar apoyo a los procesos administrativos que se llevan a cabo en el Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca sede Popayán y Santander de Quilichao.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Apoyar la ejecución de estudios de caso para conocer y analizar las experiencias de negocios inclusivos en las empresas del enclave industrial del norte del Cauca.
- Apoyar el proceso de problematización del proyecto “Economía Humana”.
- Apoyar en el diagnóstico de la población objetivo y de los mecanismos que resulten pertinentes para la ejecución del propósito de la Cátedra Permanente de Participación Ciudadana.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

### 2.1. Marco teórico

#### 2.1.2. *Responsabilidad social empresarial*

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha cobrado notable importancia en los últimos tiempos, especialmente en América Latina, una región que ha tenido un creciente desarrollo económico en lo que va del siglo XXI. Nuestra región cada vez se inserta en la dinámica de la economía mundial, mostrando grandes avances en los indicadores macroeconómicos, sin embargo existen segmentos de la población que no han recibido los beneficios de la “bonanza económica” y es por esta razón por la cual es necesario que las organizaciones realicen esfuerzos para incluir en sus prácticas la RSE e impactar positivamente el medio ambiente y la sociedad en general.

De acuerdo al documento informativo “Panorama Social de América Latina” publicado en el año 2013 por la CEPAL<sup>1</sup> (Comisión Económica Para América Latina y El Caribe), nuestra región presenta altos niveles de desigualdad en los ingresos, un dato evidente de esta situación es que en el año 2012 un 28,2% de la población de América Latina era pobre y la indigencia, o pobreza extrema, llegaba a un 11,3%. Esto significa que 164 millones de personas son pobres, de las cuales 66 millones son pobres extremos.

#### *Beneficios que trae la implementación de la RSE*

Permite fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders). Implementar procesos de responsabilidad social al interior de las empresas genera los siguientes beneficios:

- Aumento de la productividad y la rentabilidad
- Fidelidad y aprecio de sus clientes
- Confianza y transparencia con los proveedores
- Compromiso y adhesión de sus empleados
- Respaldo de las instancias gubernamentales
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad

---

<sup>1</sup> La CEPAL es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas y su sede está en Santiago de Chile. Se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo. Posteriormente, su labor se amplió a los países del Caribe y se incorporó el objetivo de promover el desarrollo social. Fuente: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getprod.asp?xml=/noticias/paginas/3/43023/P43023.xml&xsl=/tpl/p18fst.xml&base=/tpl/top-bottom.xml>

- Oportunidades para nuevos negocios
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente)
- Incremento en la participación del mercado
- Mejoramiento de la cultura organizacional
- Capacidad de atraer el mejor talento humano
- Incremento del valor de la empresa
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

La Responsabilidad Social Empresarial previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio.

### ***Otros conceptos relacionados***

Hay una variedad de conceptos que son empleados cuando se habla de responsabilidad social empresarial. A continuación se incluyen sus definiciones:

- *Ciudadanía Corporativa*: La ciudadanía corporativa puede ser definida como una ampliación de la relación entre los negocios y la sociedad, para incluir un entendimiento de las responsabilidades sociales, medioambientales y políticas de los negocios. La noción de ciudadanía corporativa considera que la empresa tiene derechos, deberes y responsabilidades en la sociedad, de la misma forma que los ciudadanos también tienen derechos, deberes y responsabilidades. (Malcom McIntosh)
- *Filantropía Estratégica*: La filantropía estratégica es definida como “el proceso por el cual las contribuciones son escogidas para que se encuentren tanto los objetivos del negocio, como las necesidades de los destinatarios. El concepto representa una integración de la filantropía dentro de toda la planeación estratégica de la empresa” (Marx, J.D.)
- *Inversión Socialmente Responsable*: El fenómeno de las inversiones socialmente responsables, tal y como lo conocemos hoy, empezó como respuesta al régimen de “apartheid” existente en Sudáfrica, cuando muchos inversores decidieron que no querían financiar a compañías con negocios en dicho país ya que eso conllevaba fomentar la política de “apartheid.” Un fondo de inversión socialmente responsable es un fondo en que a las inversiones, aparte de tratar de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se les exige además que estén de acuerdo con la moral, valores y sistema de creencias de cada uno. La inversión ética es una filosofía de inversión que mezcla

objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros. (Begoña Gutiérrez)

- *Gobierno Corporativo*: El movimiento del Corporate Governance, que tiene su origen en el mundo anglosajón, es una reacción frente a las distorsiones producidas por la disociación entre la propiedad y la gestión de las grandes sociedades anónimas y una respuesta a la necesidad de asegurar o procurar una correcta gestión de los activos sociales en interés de todos los agentes que intervienen o participan en la vida social. (Durán, F, 2004)
- *Marketing con Causa*: El marketing con causa ocurre cuando una compañía establece que una pequeña parte del precio de compra contribuirá a apoyar una causa especial. Uno de los primeros ejemplos es cuando American Express dijo a sus consumidores que cuando usaran su tarjeta de crédito America Express para comprar durante un periodo específico de tiempo, el 1% de ese cargo contribuiría a reparar la Estatua de la Libertad. Un ejemplo más reciente es cuando Avon dijo que designaría un determinado porcentaje de compras de los consumidores al apoyo de la investigación sobre el cáncer de mama. (Philip Kotler)
- *Comercio Justo*<sup>2</sup>: Las redes internacionales de Comercio Justo, agrupadas en FINE acordaron la siguiente definición en 2001: “El Comercio Justo es una asociación de comercio, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.”

Los principales criterios que definen el Comercio Justo son:

- Salarios y condiciones laborales dignas para los productores del Sur, organizados en asociaciones, cooperativas o grupos con un funcionamiento democrático.
- Protección de los derechos fundamentales de las personas.
- Igualdad de género
- No explotación infantil
- Elaboración de artículos de calidad con prácticas favorables al medio ambiente.

---

<sup>2</sup> [http://www.urjc.es/comunidad\\_universitaria/oficina\\_verde/consumo\\_responsable.html](http://www.urjc.es/comunidad_universitaria/oficina_verde/consumo_responsable.html)

- *Negocios Inclusivos*: Son iniciativas económicamente rentables, y ambiental/socialmente responsables, que utilizan los mecanismos del mercado para mejorar la calidad de vida de personas de bajos ingresos, al permitir: o su participación en la cadena de valor como proveedores de materia prima, agentes que agregan valor a bienes o servicios, o vendedores/distribuidores de bienes o servicios, y/o o su acceso a servicios básicos esenciales de mejor calidad o a menor precio, y/o o su acceso a productos o servicios que les permita entrar en un “círculo virtuoso” de oportunidades de hacer negocios o mejorar su situación socioeconómica. (Fundación AVINA)<sup>3</sup>

### ***2.1.3. Negocios inclusivos***

Los Negocios Inclusivos son iniciativas empresariales económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables, que en una lógica de mutuo beneficio incorporan en sus cadenas de valor a comunidades de bajos ingresos y mejoran su calidad de vida. Un Negocio Inclusivo se establece a través de la relación entre una empresa —empresa «ancla»— y uno o más emprendedores o grupo de consumidores locales y busca maximizar tanto el valor social como el económico. Es aquí en donde este concepto se diferencia de otros esfuerzos, válidos e importantes como los esquemas de filantropía, que actúan en áreas ajenas a la actividad principal del negocio y no necesariamente buscan generar un retorno financiero o contar con esquemas de sostenibilidad económica en el tiempo.

La empresa incorpora a las personas de bajos ingresos como socios empresariales, como proveedores de materia prima o de servicios o como distribuidores, o como consumidores cuando la empresa pone en el mercado productos y servicios que satisfacen las necesidades de las personas de bajos ingresos en condiciones accesibles a ellas.

La participación conjunta de diferentes actores cada uno aportando desde su competencia y conocimiento es importante para la puesta en marcha y el escalamiento de los Negocios Inclusivos. La empresa privada, el gobierno, la academia, entidades multilaterales y la sociedad civil juegan un papel importante en las diferentes fases de planeación, implementación y medición de un Negocio Inclusivos.

Un Negocio Inclusivo es una estrategia empresarial para reducir la pobreza siempre y cuando el proyecto se caracterice por presentar garantías de sostenibilidad (Crecimiento Económico, Progreso Social y Balance Ecológico) en el tiempo. Su aplicación implica la construcción de una relación de confianza entre las partes, a partir de una colaboración activa y equitativa. Tenemos como objetivo la sensibilización de agentes económicos, públicos y

---

<sup>3</sup> Avina es una fundación latinoamericana que identifica oportunidades de acción para un cambio sistémico hacia el desarrollo sostenible, vinculando y fortaleciendo a personas e instituciones en agendas de acción compartidas. - See more at: <http://www.avina.net/esp/sobre-avina/#sthash.fyMKukRc.dpuf>



privados, sobre Negocios Inclusivos como una alternativa sostenible para la reducción de la pobreza, así como la identificación y desarrollo de oportunidades de dichos negocios.

### ***Tipos de Negocios Inclusivos:***

En el libro de C.K. Prahalad, “The Fortune at the Bottom of the Pyramid”, el autor presenta ejemplos de iniciativas empresariales que permiten reflexionar sobre la validez de la lógica dominante del mercado, y considera necesario que las empresas se centren en crear capacidad de consumir entre las poblaciones de bajos ingresos. Esta nueva estrategia explica la primera modalidad de los negocios inclusivos que vincula a las poblaciones de bajos ingresos como consumidores: las empresas crean productos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del segmento de baja renta a precios y condiciones accesibles.

Esta visión ha suscitado algunas voces críticas que temen que “convertir a los pobres en consumidores” sea una forma de imperialismo corporativo incapaz de contribuir a solucionar la raíz del problema de la pobreza y el desarrollo sostenible. Karnani (2007) alerta que, en lugar de tratar a los pobres como consumidores, es necesario ver a los pobres como productores, porque la única forma de aliviar la pobreza es aumentando el ingreso de la población pobre. Esto explica la segunda modalidad de los negocios inclusivos, que vincula a las poblaciones de bajos ingresos como productores, proveedores o distribuidores: las empresas incorporan a las personas de bajos ingresos en el desempeño de esas funciones.

Otros autores prefieren evitar esta dicotomía entre consumidores y productores y consideran que, en el ámbito empresarial, los pobres deben integrarse como socios o aliados comprometidos en la co-creación de nuevos negocios capaces de generar valor para el conjunto de partes interesadas (Hart y London, 2005; Wilson y Wilson, 2006).

Este cambio de mentalidad requiere el desarrollo de nuevas habilidades directivas, que permitan diseñar productos y modelos de negocio que sirvan al conjunto de los intereses económicos y sociales de todas las partes implicadas en las transacciones. Esto explica la tercera modalidad de los negocios inclusivos, que vincula a las poblaciones de bajos ingresos como socios o aliados: las empresas participan de un proceso de co-creación de nuevos negocios con las poblaciones de bajos ingresos, a través de un profundo diálogo con los pobres, resultando en un compromiso compartido que crea valor para la comunidad, al tiempo que establece una base de crecimiento e innovación empresarial a largo plazo.

## ***Beneficios de los negocios inclusivos***

El hecho que los negocios puedan incluir a los pobres es una buena noticia, tanto para las empresas como para la población de bajos ingresos. Los modelos de negocios inclusivos con éxito muestran que las oportunidades de crecimiento e innovación surgen tanto por el lado de la demanda como por el de la oferta. Dando acceso a bienes básicos, servicios, empleo e ingresos, las empresas pueden ayudar a los pobres a mejorar su situación económica, fomentar la productividad entre los trabajadores y empleados y desarrollar una base de clientes leales, que irán ascendiendo en la escala de ingresos. Las empresas pueden también generar importantes beneficios a través del aumento de la eficiencia operativa, la identificación de nuevas fuentes de innovación y oportunidades de internacionalización de sus productos y servicios.

- *Generan Rentabilidad:* los negocios con los pobres pueden ser rentables. Smart Communications en Filipinas, empresa que presta servicios bancarios por telefonía móvil y ofrece servicios de envío de remesas desde el exterior y otros servicios, llegó a ser el suministrador líder de servicios de telecomunicaciones del país, gracias a su modelo de negocios basado en la misión de “hacer que los teléfonos móviles sean asequibles y accesibles para cuantos filipinos sea posible”. De los ingresos de Smart en 2006, el 99% provenía de la venta de tarjetas prepagadas. En 2003, con un ingreso neto de unos 288 millones de dólares, llegó a ser la empresa más rentable entre las 5.000 más grandes de Filipinas.
- *Impulsan la Innovación:* El motivo para hacer negocios con los pobres no es siempre obtener rentabilidad inmediata. En ocasiones, el principal objetivo es lograr la competitividad y el crecimiento a largo plazo. Esto se cumple especialmente en empresas grandes, también en multinacionales extranjeras, para las cuales hacer negocios con los pobres puede impulsar la innovación, elemento crucial si la empresa quiere competir y crecer.

La multinacional de telecomunicaciones Motorola ha desarrollado un micro-teléfono según las características y las necesidades de un segmento de la población de bajos ingresos en India. El precio del teléfono es 30 dólares y fue desarrollado para poder dar instrucciones al usuario por medio de audio en lugar de texto, en el caso de que el usuario no sepa leer y escribir. Además, la pantalla es reflectante para que se pueda usar sin problemas en exteriores, y la batería tiene un tiempo de reserva de dos semanas (Hammond et al., 2007).

- *Mejoran los Canales de Distribución:* La población de bajos ingresos apoya con frecuencia a las empresas al experimentar nuevos modelos de entrega de sus productos o servicios. Un ejemplo es el caso de HindustanLever y su proyecto Shakti, en el que se utiliza una red existente de microfinanzas compuestas de mujeres empresarias para vender sus productos de puerta a puerta en los pueblos. El proyecto cuenta con 30.000

vendedores y cubre 100.000 aldeas, atendiendo a casi 100 millones de consumidores y generando ingresos de cerca de 100 millones de dólares al año (Russel, 2008).

- *Aumentan la Fiabilidad en la Cadena de Valor:* Incorporar a los pobres en la cadena de valor de las empresas como productores agrícolas o proveedores de bienes y servicios amplía las posibilidades de reducir costes y mejorar la flexibilidad de las propias empresas en los países en desarrollo. La empresa norteamericana SC Johnson se ha asociado con emprendedores en Kenia para garantizar el suministro de pelitre, un ingrediente importante para la producción de insecticidas. SC Johnson es el mayor comprador de las cosechas de pelitre en Kenia, apoyando a 200.000 pequeños agricultores.
- *Satisface sus Necesidades Básicas:* Los negocios inclusivos pueden ayudar a la población de bajos ingresos a satisfacer sus necesidades básicas, como alimentos, suministros de salud, agua, saneamiento y vivienda, mejorando su acceso a estos productos o servicios.
- *Aumentan su Productividad:* Los modelos de negocios inclusivos pueden incrementar la productividad de la población de la base de la pirámide por medio del acceso a equipamiento de producción, servicios financieros, tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otros.
- *Aumentan sus Ingresos:* Hacer negocios con personas de escasos recursos ayuda a incrementar sus ingresos, gracias a la mayor productividad y a las nuevas oportunidades económicas que se les presentan, ya sea como empleados, proveedores, distribuidores o socios de las empresas.
- *Mejoran sus Capacidades:* Las personas de bajos recursos carecen de capacidades de gestión y organización y de acceso a la tecnología, lo que les deja frecuentemente en una situación de desventaja competitiva en el mercado. Las empresas que buscan comprar de un pequeño emprendedor, por ejemplo, a menudo se encuentran con obstáculos por la incapacidad de los proveedores para cumplir los requisitos de calidad o seguridad, o para aumentar rápidamente la producción para satisfacer la demanda. A fin de afrontar este reto y permitir que los microempresarios puedan participar con eficacia en las cadenas de valor, las empresas han ofrecido cursos de formación y capacitación.

### ***Creación de valor compartido***

El sistema capitalista está bajo asedio. En los últimos años, las empresas han sido vistas cada vez más como una causa importante de los problemas sociales, ambientales y económicos. Hay una percepción muy amplia de que las compañías prosperan a costa del resto de la comunidad.

Las empresas deben asumir el liderazgo para volver a unir los negocios con la sociedad. Ya hay empresas más avanzadas y pensadores líderes que reconocen esta necesidad, y ya están emergiendo elementos promisorios de un nuevo modelo. Pero todavía falta un marco general para guiar estos esfuerzos y la mayoría de las empresas sigue pegada en la mentalidad de la “responsabilidad social” donde los problemas sociales están en la periferia, no en el centro.

La solución está en el principio del valor compartido, que involucra crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos. Las empresas deben reconectar su éxito de negocios con el progreso social. El valor compartido no es responsabilidad social ni filantropía y ni siquiera sustentabilidad, sino una nueva forma de éxito económico. No está en el margen de lo que hacen las empresas, sino en el centro. Creemos que puede iniciar la próxima gran transformación en el pensamiento de negocios.

El concepto de valor compartido reconoce que las necesidades sociales, y no sólo las necesidades económicas convencionales, son las que definen los mercados. También reconoce que los males o las debilidades de la sociedad suelen crear costos internos para las empresas, como energía o materias primas despilfarradas, accidentes costosos y la necesidad de capacitación paliativa que compense las insuficiencias en educación. Y el abordar los daños y limitaciones de la sociedad no eleva necesariamente los costos para las empresas, porque pueden innovar mediante el uso de tecnologías, métodos operacionales y enfoques de gestión novedosos, con lo que, como resultado, elevarían su productividad y expandirían sus mercados.

Entonces, el valor compartido no se ancla en valores personales. No consiste en “compartir” el valor ya creado por las firmas mediante alguna forma de redistribución. Más bien, consiste en expandir la torta del valor económico y social. Un buen ejemplo de esta diferencia es el movimiento del comercio justo.

El comercio justo busca elevar la proporción de los ingresos que van a los granjeros pobres pagándoles precios más altos por los mismos productos.

### ***¿Qué es valor compartido?***

El concepto de valor compartido puede ser definido como las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera. La creación de valor

compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económico y social.

El concepto descansa en la premisa de que tanto el progreso económico como el social deben ser abordados usando principios enfocados en el valor. El valor es definido por los beneficios en relación con los costos, no sólo por los beneficios. La creación de valor es una idea reconocida desde hace tiempo en los negocios, donde las utilidades son los ingresos recibidos de los clientes menos los costos incurridos. Sin embargo, las empresas rara vez han abordado los problemas de la sociedad desde la perspectiva del valor y se han limitado a tratarlos como temas periféricos. Esto ha opacado las conexiones entre las preocupaciones económicas y sociales.

### ***¿Cómo se crea valor compartido?***

Las empresas pueden crear valor económico creando valor social. Hay tres formas diferentes de hacerlo: reconciendo productos y mercados, redefiniendo la productividad en la cadena de valor y construyendo clusters de apoyo para el sector en torno a las instalaciones de la empresa. Cada una es parte del círculo virtuoso del valor compartido; al incrementar el valor en un área aumentan las oportunidades en las otras.

El concepto de valor compartido redefine los límites del capitalismo. Al conectar mejor el éxito de las empresas con los avances de la sociedad, se abren muchas formas de atender nuevas necesidades, ganar eficiencia, crear diferenciación y expandir mercados.

### ***La creación de valor compartido: implicancias para el gobierno y la sociedad***

Los gobiernos y las ONG serán más eficaces si piensan en términos de valor compartido – considerando los beneficios en relación a los costos– y se enfocan en los resultados logrados más que en los fondos y los esfuerzos dedicados. Los activistas han tendido a abordar el progreso social desde una perspectiva ideológica o absolutista, como si los beneficios para la sociedad debieran obtenerse a cualquier costo. Los gobiernos y las ONG suelen suponer que los intercambios entre los beneficios económicos y sociales son inevitables, exacerbando estos intercambios a través de sus enfoques. Por ejemplo, existe mucha regulación ambiental que todavía adopta la forma de mandatos de comando y control y medidas coercitivas diseñadas para avergonzar y sancionar a las empresas. Los reguladores lograrían mucho más al enfocarse en medir el desempeño ambiental e introducir estándares, plazos para su entrada en vigencia y apoyar aquellas tecnologías que simultáneamente promoverían la innovación, mejorarían el entorno y aumentarían la competitividad.

El principio de la creación de valor compartido atraviesa la división tradicional entre las responsabilidades de las empresas y las del gobierno y la sociedad civil. Desde la perspectiva de la sociedad, no importa qué organizaciones crearon valor. Lo que importa es que los beneficios los dan las organizaciones –o las combinaciones de organizaciones– que están mejor posicionadas para lograr el máximo impacto al menor costo. Encontrar formas de potenciar la

productividad es igual de valioso ya sea para fines comerciales o de la sociedad. En suma, el principio de la creación de valor debería guiar el uso de los recursos en todas las áreas que importen a la sociedad.

Algunas fundaciones privadas han empezado a ver el poder de trabajar con empresas para crear valor compartido. La Bill & Melinda Gates Foundation, por ejemplo, ha formado sociedades con importantes corporaciones globales para fomentar los clusters agrícolas en los países en desarrollo. La fundación se enfoca cuidadosamente en los commodities donde las condiciones climáticas y de suelo le dan una ventaja competitiva real a una región en particular.

Las sociedades atraen a ONG como Techno Serve y Root Capital, así como a funcionarios de gobierno, para trabajar en problemas precompetitivos que mejoren el cluster y potencien la cadena de valor para todos los participantes.

#### ***2.1.5. Economía humana<sup>4</sup>***

La Economía Humana, la economía solidaria tiene por objetivo el trabajo productivo y el bienestar humano como fin. Dicha economía busca generar puestos de trabajo en condiciones dignas, o sea “no explota a nadie, no es especulador ni practica la usura”; existe una vocación de servicio (trabajo), vocación democrática, solidaridad y deseo de justicia para todos y por todos (Bien Común).

Dicha economía llamada tercer vector (o vía intermedia), es la del futuro, porque ubica al dinero como medio y no como fin, y le devuelve al trabajo su espíritu de servicio dignificador del ser humano. No debemos olvidar que es con el Trabajo (cualquier trabajo) que se reconstruye el sentimiento de valor interior, y es como se derrota genuina y realmente la desesperación, la exclusión. La postergación, la delincuencia, la droga, que trae la pobreza- la indigencia (y no con políticas sociales en donde la dádiva, subsidios y con planes asistenciales que son indefinidas). No importa cuán insignificante sea, el trabajo es el que nos da un marco para el crecimiento y punto de partida para llegar a algo más alto como persona y como sociedad.

Al tomar conciencia de esta progresiva deshumanización, es ver como conjugar la libre iniciativa – eficacia – la innovación tecnológica, con la creatividad de personas y/o grupos, la asistencia y promoción de los sectores socialmente postergados (que hoy es cada día mayor), como la valoración del asociativismo, cooperativas, de la pequeña y mediana empresa y de la empresa familiar.

---

<sup>4</sup> <http://blogsdelagente.com/crisis-de-valores-crisis-de-principios/>

Tabla 1: Características de la economía solidaria y la economía capitalista

Economía Solidaria	Economía Capitalista
<p><b>Economía al servicio de las personas:</b> la economía es una herramienta para proveerse de lo necesario para vivir, al servicio de las necesidades y del potencial de la persona. El sujeto de la economía es la sociedad civil, y como tal cada persona ha de asumir la gestión de su desarrollo personal y colectivo, a través de la transformación y administración responsable de los recursos, mediante su trabajo.</p>	<p><b>Personas al servicio de la economía:</b> las personas están al servicio de los objetivos económicos y de sus propias necesidades de dinero, a través de la mercantilización de su trabajo. El sujeto de la historia es el capital, y todo se mercantiliza para engrosarlo. A pesar que se tiene la idea que los recursos son escasos, es el dinero concentrado en manos de pocas personas lo que limita el acceso a ellos, que al ser mercancías, sólo están disponibles para quien tenga capacidad de comprarlos.</p>
<p><b>Igualdad y horizontalidad:</b> satisfacer de manera equilibrada los intereses de todos los protagonistas de la actividad económica: socios de una organización (empresa social), socios trabajadores, clientes, proveedores, comunidad local, nacional e internacional, priorizando las relaciones de igualdad.</p>	<p><b>Desigualdad y verticalidad:</b> satisfacer los intereses de los poseedores del capital por sobre otros intereses, imponiendo relaciones de dominación verticales. Se puede hablar también de desigualdad en el acceso a los recursos y desigualdad de oportunidades entre las personas.</p>
<p><b>Cooperación e inclusión:</b> favorecer la cooperación por sobre la competencia, tanto dentro como fuera de las organizaciones (empresas sociales), de manera de garantizar la inclusión de toda la comunidad en las actividades y en el reparto de los recursos y sus frutos.</p>	<p><b>Competencia y exclusión:</b> la competencia actúa como un mecanismo fundamental en la reproducción capitalista para la obtención de beneficio. Dentro de la empresa se incentiva la competencia entre trabajadores y fuera, la competencia entre empresas. Quien no se ajusta a esta competencia, queda excluido del sistema.</p>
<p><b>Concepto amplio y diverso de progreso:</b> cada persona, cultura o pueblo, determinará su propia noción de progreso y su forma de llevarla a cabo.</p>	<p><b>Concepto único de progreso:</b> reducido a crecimiento económico, modernización e industrialización e identificado con una cultura dominante.</p>
<p><b>Beneficio social:</b> el fin no es la obtención de beneficios financieros, sino la promoción humana y social (beneficio social), lo cual no implica que no sea imprescindible equilibrar ingresos y gastos, e incluso, si no va en desmedro del beneficio social, la obtención de beneficios financieros. De obtenerlos, éstos de</p>	<p><b>Beneficio financiero:</b> es el fin en desmedro de cualquier otro resultado posible. Los beneficios se reinvierten en la propia empresa para asegurar su crecimiento y/o se reparten en forma individual a sus dueños para sostener la reproducción capitalista, conseguir acaparar más excedente y consecuentemente más</p>

revertirán a la sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, a programas de cooperación al desarrollo o a nuevas iniciativas solidarias.	beneficio.
<b>Colectivismo:</b> basado en potenciar los vínculos sociales innatos al ser humano, buscando un equilibrio entre la dimensión individual y colectiva (no se trata de anular la individualidad de las personas sino que complementarla, a través de la cooperación, con el aporte de la acción colectiva).	<b>Individualismo:</b> la interacción entre los agentes económicos se genera a partir de intereses individuales guiados por la competencia. Esto provoca la desarticulación de numerosos mecanismos de solidaridad y la desaparición de espacios de sociabilidad y encuentro para enfrentar problemáticas comunes.
<b>Compromiso con el entorno social:</b> las iniciativas solidarias están plenamente insertas desde el punto de vista económico, social y ecológico en el entorno en el que se desenvuelven, lo cual exige una acción colectiva de cooperación entre organizaciones y la implicación en redes. Este compromiso implica priorizar el ofrecer bienes y servicios producidos en el ámbito local, y que tengan una demanda real de parte de la comunidad local.	<b>Desvinculación con el entorno social:</b> al priorizar el individualismo y la competencia entre empresas, se desarticula la posibilidad de cooperación entre ellas (a menos que sea con fines económicos-financieros). Tampoco se prioriza el aporte social ni ecológico a la comunidad local, y se recurre a la deslocalización de la producción y a la oferta de bienes innecesarios que fomentan el consumismo, a fin de conseguir un mayor beneficio.
<b>Compromiso con el entorno medioambiental:</b> favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el medioambiente a corto y a largo plazo.	<b>Desvinculación con el entorno medioambiental:</b> no sólo no se favorecen acciones no perjudiciales con el medioambiente, sino que las acciones están, ante todo, al servicio de la rentabilidad.
<b>Iniciativa y participación social:</b> en una economía de las personas, lo fundamental es que sean ellas mismas las responsables de su propio desarrollo. La economía solidaria se sustenta en las iniciativas de ciudadanos que quieren tener el control sobre su forma de producir, consumir, ahorrar, invertir e intercambiar.	<b>Falta de responsabilidad y participación social:</b> la mayoría de las personas no demuestra interés en qué se produce y en cómo se produce, al tiempo que piensa, erróneamente, que controla lo que necesita y consume, y que participa en la toma de decisiones (amparado por el poder político y por la supuesta democracia).
<b>Pequeñas y medianas organizaciones:</b> la opción que toma más fuerza es la de crear pequeñas y medianas organizaciones/cooperativas para favorecer la descentralización de los procesos y, con los ingresos que obtengan, ayudar a poner en	<b>Grandes empresas transnacionales:</b> se tiende a la centralización y concentración del capital, plasmado en grandes empresas transnacionales que mantienen en la marginalidad a empresas más pequeñas y que controlan los hábitos de consumo de sus clientes.



marcha nuevas empresas de este tipo, generando a partir de aquí un tejido de organizaciones que trabajen en forma coordinada, entre ellas y con los consumidores.	
---	--

Fuente: ORELLANA GAZAGA, Maite (2007). *La economía solidaria como forma de organización económica, alternativa al sistema capitalista global*. Máster globalización, desarrollo y cooperación. Observatori Solidaritat UB. Universitat de Barcelona. Disponible en: [http://www.observatori.org/documents/eco\\_solidaria\\_cas.pdf](http://www.observatori.org/documents/eco_solidaria_cas.pdf)

### **2.1.6. Participación ciudadana**

La Constitución Política de Colombia de 1991 nos dio, a todos los ciudadanos, la posibilidad de participar e intervenir activamente en el control de la gestión pública. Al mismo tiempo, determinó la forma como los ciudadanos participamos en la planeación, el seguimiento y la vigilancia de los resultados de la gestión estatal.

En el artículo 270 nos faculta como ciudadanos para que intervengamos activamente en el control de la gestión pública.

#### *Artículo 270*

*“La ley organizará las formas y los sistemas de participación ciudadana que permitan vigilar la gestión pública que se cumpla en los diversos niveles administrativos y sus resultados”.*

#### ➤ *La participación es un proceso social*

Ésta resulta de la acción intencionada de individuos y grupos en busca de metas específicas; en función de intereses diversos y en el contexto de tramas concretas de relaciones sociales y relaciones de poder. La participación es un proceso “en el que distintas fuerzas sociales, en función de sus respectivos intereses, intervienen directamente o por medio de sus representantes en la marcha de la vida colectiva con el fin de mantener, reformar o transformar los sistemas vigentes de la organización social y política”.

#### ➤ *La participación la ejercen los ciudadanos*

La participación ciudadana es ejercida por todos nosotros, porque somos poseedores de derechos y deberes, que actuamos en función de unos intereses sociales generales (Educación, salud, vivienda, medio ambiente, etc.), o colectivos (asociaciones de consumidores, gremios, sindicatos, etc.).

Este tipo de participación, aunque no tenga vinculación directa con los partidos políticos, sí tiene que ver mucho con el Estado, cuando se trata de una intervención en el campo de lo público, es decir, en asuntos de interés general y del bien común.

➤ *Tenemos derecho a hacer control social*

El control social permite prevenir, racionalizar, proponer, acompañar, sancionar, vigilar y controlar la gestión pública, sus resultados y la prestación de los servicios públicos suministrados por el Estado y los particulares, garantizando la gestión al servicio de la comunidad.

➤ *Todos somos sujetos de la Participación*

Los sujetos de la participación somos las personas que hacemos uso de mecanismos formales y no formales para intervenir en la formulación de políticas públicas. Es decir, somos los protagonistas de la participación ciudadana como miembros de distintas instancias.

Existen dos categorías de agentes participativos. De un lado, los que actúan como representantes de sectores específicos, tales como las Juntas Administradoras Locales, los Concejos Municipales, entre otros.

La segunda categoría, es la de ciudadanos y ciudadanas, que directamente intervienen en escenarios públicos para informarse, opinar, presentar iniciativas, fiscalizar la gestión pública o tomar decisiones. En este caso se trata de participación directa, como por ejemplo, foros educativos municipales, audiencias públicas, etc.

***Mecanismos de Participación Ciudadana, Ley 134 de 1994:***

- ***El Voto:*** Acto mediante el cual un ciudadano participa de manera activa en la elección de las personas que quieren que las representen o en la adopción de una decisión, pronunciándose en uno y otro sentido.
- ***El Plebiscito:*** Es el pronunciamiento del pueblo convocado por el Presidente de la República para apoyar o rechazar una determinada decisión del ejecutivo. El más famoso plebiscito en la historia reciente fue el que abrió las puertas al Frente Nacional.
- ***El Referendo:*** Es la convocatoria que se le hace al pueblo para que apruebe o rechace un proyecto de norma jurídica, o derogue o no una norma ya vigente. Ese referendo puede ser nacional, regional, departamental, distrital, municipal o local.
- ***El Referendo Derogatorio:*** Es cuando se coloca a consideración del ciudadano el sometimiento de un acto legislativo, una ley, una ordenanza, un acuerdo o una resolución local, en algunas de sus partes o en su integridad, para que el pueblo decida si la deroga o no.
- ***El Referendo Aprobatorio:*** Es cuando se coloca a consideración del pueblo para que éste decida si lo aprueba o rechaza, total o parcialmente, el sometimiento de un proyecto de

acto legislativo, una ley, una ordenanza, un acuerdo o una resolución local y una iniciativa popular que no haya sido aprobada por la corporación pública correspondiente.

- **La Consulta Popular:** Es la institución mediante la cual una pregunta de carácter general sobre un asunto de trascendencia nacional, departamental, municipal, distrital o local es sometida por el Presidente de la República, el Gobernador o el Alcalde, según el caso, a consideración del pueblo para que éste se pronuncie formalmente al respecto.

En todos casos, la decisión del pueblo es obligatoria.

Cuando la consulta se refiera a la conveniencia de convocar a una Asamblea Constituyente, las preguntas serán sometidas a consideración popular mediante ley aprobada por el Congreso de la República.

- **El Cabildo Abierto:** Es la reunión pública de los concejos distritales, municipales y de las juntas administradoras locales (JAL), para que los habitantes puedan participar directamente con el fin de discutir asuntos de interés para la comunidad.
- **La Iniciativa Popular:** Es el derecho político de un grupo de ciudadanos de presentar proyectos de ley y de acto legislativo (que pretende reformar la constitución) ante el Congreso de la República, de ordenanza ante las Asambleas Departamentales, de acuerdo ante los Concejos Municipales o Distritales y de resolución ante las Juntas Administradores Locales (JAL), y demás resoluciones de las corporaciones de las entidades territoriales, de acuerdo con las leyes que las reglamentan, según el caso, para que sean debatidos y posteriormente aprobados, modificados o negados por la corporación pública correspondiente.
- **La Revocatoria del Mandato:** Es un derecho político por medio del cual los ciudadanos dan por terminado el mandato que le han conferido a un Gobernador o a un Alcalde.

### ***Herramientas de participación ciudadana***

- **Peticiones:** Es una solicitud elevada a la entidad en forma respetuosa verbal o escrita con el fin de recibir información oportuna sobre la misma.
- **Queja:** Es un medio a través del cual el ciudadano manifiesta su inconformidad en razón a una irregularidad administrativa, por la acción u omisión de un funcionario público, o por la forma o condiciones que una entidad presta un servicio, con el propósito de corregir o adoptar las medidas correspondientes.

- **Denuncia:** Es el mecanismo a través del cual, cualquier ciudadano informa de manera escrita o verbal, hechos o conductas con las que se pueda estar configurando un posible manejo irregular o un eventual detrimento de los fondos o bienes del estado.

Es Anónima cuando el ciudadano la presenta de manera respetuosa haciendo uso del derecho a proteger su identidad.

- **Acción de tutela:** La Acción de Tutela es uno de los mecanismos para la protección de los derechos constitucionales, ante su eventual o real pérdida, menoscabo o simple amenaza. A diferencia de las demás acciones, ésta otorga al particular la posibilidad de presentarla ante cualquier autoridad, garantizando además una solución pronta, toda vez que su procedimiento es sumario y preferente ante los demás.
- **Acción popular:** Son los medios procesales para la protección de los derechos e intereses colectivos. Esta Acción se ejerce para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible
- **Acción de cumplimiento:** Todo ciudadano podrá acudir ante la Autoridad Judicial definida en esta Ley para hacer efectivo el cumplimiento de normas aplicables con la fuerza material de la Ley o Actos Administrativos.

## 2.2. Marco conceptual

### ***Definición y medición de la pobreza:***

La pobreza es un fenómeno complejo y multidimensional, razón por la cual existen múltiples definiciones y maneras de medirla. Tradicionalmente se ha definido la pobreza como privación material, medida mediante el ingreso o el consumo del individuo o la familia. En este caso se habla de pobreza extrema o pobreza absoluta como la falta de ingreso necesario para satisfacer las necesidades de alimentación básicas. Estas últimas se suelen expresar en términos de requerimientos calóricos mínimos. Adicionalmente existe la definición de pobreza general o relativa, que es la falta de ingreso necesario para satisfacer tanto las necesidades alimentarias básicas como las necesidades no alimentarias básicas, tales como vestido, energía y vivienda (UNDP 2000).

La pobreza es un problema transversal en todo el Cauca, sin importar su ubicación o etnia. Más del 60% de la población se encuentra por debajo de la línea de pobreza, con un porcentaje de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) entre el 50 y el 80%. Sólo Popayán en cuya área de influencia se encuentra la mayor infraestructura vial, cuenta con un NBI por debajo

del 20%. Por el contrario el Pacífico junto con Argelia, Almaguer y Guapi registra los peores indicadores de pobreza, por encima del 80% de NBI. Al norte del departamento, a pesar de tener suelos fértiles, disponibilidad de carreteras y haber sido cobijados con la Ley Páez, se registra un grupo de municipios con indicadores por debajo del promedio de ahí la importancia de generar un estado de bienestar creciente e incluyente, por medio de la participación de todos los miembros de la comunidad que quiera transformarla.

### ***Liderazgo:***

Entendido liderazgo como la actividad o el proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo, para lo cual es necesario concebir una visión de lo que debe ser la organización y generar las estrategias necesarias para llevarla a cabo, mediante una coalición cooperativa de recursos humanos altamente motivados y comprometidos para convertir esa visión en realidad.

### ***Liderazgo colectivo:***

Liderazgo es la capacidad de una colectividad humana -personas que viven y trabajan juntas- para generar nuevas realidades que impacten significativamente en la prosperidad Colectiva de sus empresas y comunidades con quienes interactúan

### ***Participación Ciudadana:***

La participación es la intervención directa o indirecta de distintos actores en la definición de las metas de acción de una colectividad y de los medios para alcanzarlas. Un ciudadano participa cuando se ve afectado por una decisión o una medida tomada en el municipio, barrio, comuna, departamento o cuando desea concertar una aspiración un proyecto. La Constitución del 91 señala como un deber de la persona y el ciudadano el ejercicio de la participación: participar en la vida política, cívica y comunitaria del país.

La participación como fundamento de la democracia social debe expresarse en todos los actos y relaciones del hombre; en la familia, en la escuela, en el trabajo, es decir el hombre como padre, educador, trabajador; sólo cuando democratizamos las relaciones sociales, democratizaremos el Estado. Se trata entonces, de entender la participación como un acto de la vida del hombre y como un acto de relación entre el hombre, la sociedad y el Estado.

### ***Educación Solidaria:***

Entendemos como educación solidaria al proceso permanente orientado a fortalecer la práctica de valores de solidaridad, cooperación, ayuda mutua, con el fin de generar actitudes y conductas que permitan consolidar un compromiso social frente a la misión que deben cumplir las Organizaciones solidarias. (Directiva 031 de 2000), para consolidar los procesos empresariales y mejorar la calidad de vida de sus asociados.

### ***Desarrollo Regional:***

El desarrollo regional consiste en un proceso de cambio estructural localizado (en un ámbito territorial denominado “región”) que se asocia a un permanente proceso de progreso de la propia región, de la comunidad o sociedad que habita en ella y de cada individuo miembro de tal comunidad y habitante de tal territorio. El “progreso” de la comunidad debe entenderse como el proceso de fortalecimiento de la sociedad civil y el logro de una percepción de pertenencia regional y el “progreso” de cada individuo debe interpretarse como la remoción de toda clase de barreras que impiden a una persona determinada, miembro de la comunidad en cuestión y habitante de la región, alcanzar su plena realización como persona humana.

### ***Cátedra:***

“Del latín cathedra (que, a su vez, tiene origen en un vocablo griego que significa “asiento”), la cátedra es la materia particular o facultad que enseña un catedrático (un profesor que ha cumplido con ciertos requisitos para impartir conocimientos y que ha alcanzado el puesto más alto en la docencia). El término también se utiliza para nombrar al empleo y ejercicio del catedrático”.

## **2.3. Marco legal**

La base del proceso de acreditación para la Curso Básico de Economía Solidaria se constituye por la siguiente normatividad:

***Directiva 031 de 2000:*** Conceptualización del Proyecto Educativo Social y Empresarial Solidario PESEMS. El PESEMS es una herramienta que en su diagnóstico situacional contiene un análisis del entorno, un análisis interno de sus referentes desde la perspectiva de lo educativo y las normas que rigen para las organizaciones solidarias que imparten educación.

Está soportado en una serie de normas que destacan la importancia de la educación en el nuevo contexto educativo y empresarial de las organizaciones y la reconocen como garantía de sostenibilidad de las mismas.

***Resolución 426 de 2008:*** Se establecen los fundamentos, criterios, parámetros y requisitos para impartir cursos de inducción y educación en economía solidaria, y la expedición de los certificados de acreditación sobre educación en teoría y práctica de la misma

***Circular No. 01 de 2004***

***Circular No. 01 de 2005***

**Decreto 4588 de 2006:** Se reglamenta la organización y funcionamiento de las Cooperativas y Precooperativas de Trabajo Asociado.

**Resolución 221 de 2007:** Se regulan los fundamentos, criterios, parámetros y requisitos para otorgar aval al programa de educación solidaria con énfasis en trabajo asociado.

## **2.4. Marco contextual**

### **Universidad del Cauca:**

La Universidad del Cauca es un ente universitario autónomo del orden nacional vinculado al Ministerio de Educación, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera y patrimonio independiente.

Fue creada el 24 de abril de 1827 mediante decreto dictado por el presidente de la República Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826. Se instaló el 11 de noviembre de 1827 y su nacionalización fue ratificada mediante la Ley 65 de 1964.

#### ***Misión:***

La Universidad del Cauca es una institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia.

La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.

La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno.

La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

#### ***Visión:***

La Universidad del Cauca, fiel a su lema "Posteris Lvmen Moritvrvs Edat" (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario.

### ***Propósitos:***

La Universidad del Cauca consciente del compromiso que tiene con el país y con la región en los procesos de mejoramiento de la calidad de la educación en términos de formación en valores, formación para el trabajo y la productividad, el desarrollo del pensamiento, la generación y apropiación de ciencia y tecnología, elementos fundamentales para alcanzar el propósito inaplazable de la Paz nacional, establece entre sus propósitos institucionales los siguientes:

- “Reafirmar el liderazgo y la proyección de la Universidad en el contexto regional, nacional, e internacional.
- Desarrollar planes programas y proyectos de formación, investigación e interacción con la comunidad, con pertinencia académica y calidad para la excelencia y mejoramiento continuo”.
- Generar las condiciones institucionales para la adopción, adecuación y desarrollo de programas de ciencia y tecnología, con el fin de elevar los niveles de competitividad de sus procesos educativos.
- Consolidar mecanismos de participación democrática en el marco de los principios consagrados por la Constitución Política y la Ley 30 de 1992.
- Liderar procesos de desarrollo socio-cultural, científico y tecnológico, a través del cumplimiento de sus funciones de investigación, formación y servicio comunitario, procesos encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población en la región.

### **Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca:**

El rol del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca, “consiste en introducir los alumnos, empresario y personas del común en un modelo que tiene como herramienta fundamental el liderazgo que les otorgue, potencialice o desarrolle en cada uno de ellos, las habilidades necesarias que les permitan enfrentar la realidad que los rodea y que enfrenta la región, convirtiéndolos en sujetos activos y propositivos de cambio.

El Centro de Liderazgo, es una apuesta interinstitucional de carácter académico, basada en la interacción de la triada sector privado, sector público y academia, que busca fortalecer las capacidades para el desarrollo de la región, mediante el potenciamiento de las habilidades de liderazgo del talento humano “glocal”, y la promoción de iniciativas de alto impacto social basadas en acciones de cooperación.

El Centro de Liderazgo, funciona como una plataforma colaborativa que facilita la cooperación y la interacción de los actores glociales, buscando sinergias a partir de sus fortalezas y potencialidades.



Se ingresa mediante adhesión voluntaria, a partir de una invitación del CL.

***Misión:***

Impulsamos el liderazgo en el país, mediante la promoción del talento humano y la investigación de las potencialidades de desarrollo regional con una perspectiva “glocal”.

***Visión:***

“En el futuro seremos el referente de pensamiento para el desarrollo del país, basados en acciones de colaboración entre actores regionales”.

***Principios:***

- La Convivencia y la Tolerancia, necesarios para la consecución de la paz nacional.
- La Honestidad y la Responsabilidad, dentro de la pluralidad ideológica y el respeto a los derechos individuales y sociales.
- La Valoración Integral del Ser Humano, superando toda forma de discriminación e inequidad.
- La Libertad y la Autonomía, principios esenciales para formar personas capaces de decidir en libertad y con responsabilidad.
- La Democracia y la Participación, en el marco de un Estado Social de Derecho que garantice el pleno desarrollo individual y social.

Entre las acciones que ha venido desarrollando el Centro de Liderazgo como forma de interacción con la comunidad y el fortalecimiento de su nombre y posicionamiento es:

- Formación para el liderazgo (Político, Empresarial, Cultural, Cívico)
- Promoción de iniciativas de desarrollo regional
- Investigación de las problemáticas del desarrollo con foco en el Pacífico y la Amazonía.

*Símbolos de la organización*

Logotipo del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca

*Ilustración 1: Logotipo del Centro de Liderazgo de la Universidad del Cauca*



Fuente: Archivo Centro de Liderazgo

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

Con el objetivo de solucionar el problema planteado se utilizó una metodología que consiste en realizar la búsqueda de información de tipo descriptiva y exploratoria mediante el uso de herramientas virtuales.

La labor realizada para cumplir con el objetivo de brindar apoyo en la ejecución de estudios de caso para conocer y analizar las experiencias de negocios inclusivos en las empresas del enclave industrial del norte del Cauca, consistió en diseñar un instrumento o cuestionario que será usado para diagnosticar si las organizaciones del enclave industrial están impactando positivamente la región, mediante la inclusión de personas de escasos recursos en la cadena de valor de estas organizaciones. Por consiguiente fue necesario buscar una metodología para diseñar dicho instrumento, de tal modo que se aplicó la metodología CANVAS, propuesta por Alexander Osterwalder y para ser más exactos, se utilizó la modalidad del método CANVAS social; método que más se ajusta a las necesidades del estudio.

En cuanto al objetivo de apoyar el proceso de problematización del proyecto “Economía Humana”, se llevó a cabo el proceso de acreditación de la Universidad del Cauca ante la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, esto con la finalidad de orientar desde al Alma Máter un curso de economía solidaria que brinde a la comunidad conocimientos básicos en el tema. Para el cumplimiento de este objetivo se

En relación con el objetivo de apoyar la realización de la Cátedra de Formación en Participación Ciudadana y Liderazgo, se analizó información relacionada con los temas concernientes con la cátedra que busca formar jóvenes líderes que se conviertan en impulsores de cambio para la región, a través del empoderamiento de mecanismos de participación ciudadana, el liderazgo y la realización del proyecto de vida, con compromiso social.

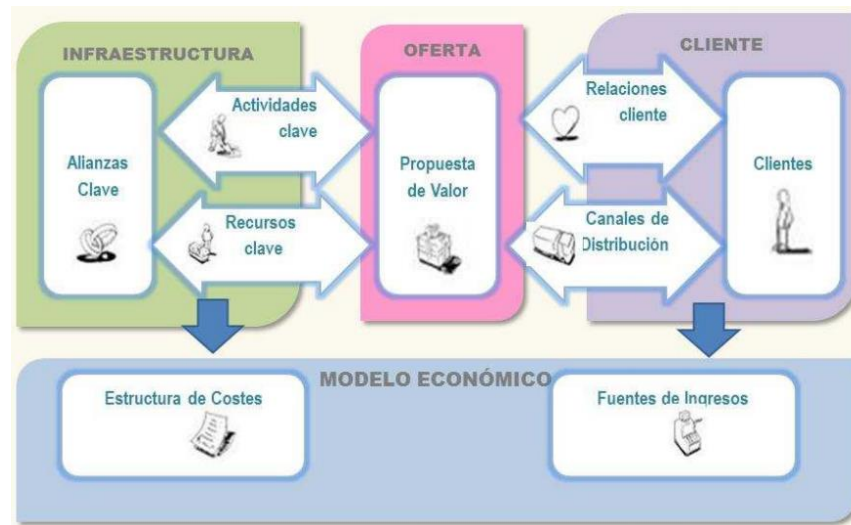
## 4. DESARROLLO DEL TRABAJO

### 4.1. MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BASADO EN LA PERSPECTIVA DE NEGOCIOS INCLUSIVOS PARA EL ÁREA DE INFLUENCIA DEL ENCLAVE INDUSTRIAL DEL NORTE DEL CAUCA

Inicialmente desde el mes de Febrero correspondiente al primer semestre académico del año 2014 se había realizado la contextualización teórica de los conceptos clave para el diseño y construcción de los estudios de caso. La búsqueda de información se centró en detallar los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial, Negocios Inclusivos, Valor Compartido, el registro de la información relacionada con el enclave industrial del Norte del Cauca y su marco legal, la Ley Páez. Así mismo se documentaron las experiencias de Negocios Inclusivos que se han realizado en Colombia, Latinoamérica y en otras regiones del mundo.

Con respecto al diseño del cuestionario se realizó la búsqueda de metodologías para el desarrollo de este tipo de instrumentos que son de gran utilidad en el momento de ejecutar estudios de caso y por tal motivo se decidió hacer uso de la metodología CANVAS propuesta por Alexander Osterwalder, en ella se detallan diez (10) componentes relacionados con el modelo de negocio de la organización. Cada componente presenta una breve explicación y una serie de preguntas relacionadas con la temática objeto de estudio. La metodología Canvas facilitará sintetizar aspectos clave que componen el modelo de negocio de las organizaciones objeto de estudio.

*Ilustración 2: Metodología CANVAS*



Fuente: <http://www.entuxia.com/financiacion/wp-content/uploads/MODELO-DE-NEGOCIO-CANVAS-EJEMPLO.pdf>

Para el presente estudio de caso se hizo una adaptación de este modelo a las necesidades del estudio y por esto se buscó más información sobre la metodología CANVAS, entonces se decidió tomar en cuenta el modelo de CANVAS social, el cual se había desarrollado antes por el Centro de Innovación de la fundación “Un Techo para Chile” y fue aplicado a un conjunto de organizaciones en ese país, entre ellas se tuvo en cuenta el ejemplo de la organización ARMO. Este es un proyecto desarrollado por el diseñador chileno Rodrigo Alonso creado para el proyecto INCLUSIVO de “Un Techo para Chile”, el cual ofrece oportunidades a la población que se encuentra en situación de pobreza. La iniciativa produce zapatos desarmables que pueden ser modificados, y personalizados. Este proyecto manufactura sus productos en pequeñas fábricas, gracias a su fácil elaboración y a sus bajos costos, empleando a personas de escasos recursos, también cuentan con el apoyo de expertos en el diseño de calzado.

*Ilustración 3: Metodología CANVAS social aplicada al proyecto ARMO*



Fuente: <http://es.slideshare.net/InnovacionTecho>

Tomando en consideración el precedente de la metodología usada por la fundación “Un Techo para Chile”, se desarrolló el siguiente modelo CANVAS social. Como complemento se tuvo en cuenta el modelo de Negocio Inclusivo desarrollado por la organización productora de cosméticos “Natura”, esto con el fin de guiar a quien diligenciará el instrumento (ANEXO A),

tomando como base la forma en que una organización que opera en Colombia, ha llevado a cabo iniciativas de negocios inclusivos.

*Ilustración 4: Metodología CANVAS social aplicada al estudio de caso*



*Fuente: Elaboración propia del estudio*

Como se había mencionado anteriormente, por cada bloque del modelo se realizaron una serie de preguntas con la finalidad de diagnosticar si la organización objeto de estudio está llevando a cabo iniciativas de Negocios Inclusivos, que permiten mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región en la que están dichas empresas, mediante la inclusión de personas de escasos recursos en la cadena de valor de las organizaciones.

## **4.2. APOYO EN EL DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DEL CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA SOLIDARIA**

Con relación a este objetivo, en primer lugar se realizó la revisión de los convenios de cooperación interinstitucional suscritos entre la Universidad del Cauca y CONFECOOP Cauca (ANEXO B), posteriormente se hizo la búsqueda de información acerca de las instituciones de educación superior acreditadas para orientar cursos de economía solidaria. La razón para efectuar esta investigación es para saber si la Universidad estaba en esta base de datos. Al no estar presente en ellas, seguidamente se hizo estudio de la guía académica para la acreditación, a continuación se procedió a dar inicio al trámite de acreditación ante la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS).

El procedimiento se realizó en el aplicativo de la página de la UAEOS, que consiste en el diligenciamiento de nueve (9) formularios. Para ello se debieron redactar cartas firmadas por el representante legal de la Universidad del Cauca (ANEXO C), en la cual se manifestaba la intención de recibir la acreditación para orientar un curso básico en economía solidaria, así mismo, participar en las constantes jornadas de capacitación en este tema orientadas por DANSOCIAL, de la misma forma, se anexaron los documentos de existencia legal de la Universidad y la acreditación de alta calidad recibida por el ministerio de educación nacional.

Seguidamente se efectuó la búsqueda de las certificaciones de alta calidad de los programas ofrecidos en la Universidad, los cuales guardan relación con la economía solidaria, para el caso, los programas de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Derecho. Posteriormente se contactó a los profesores que tienen conocimiento y experiencia orientando cursos, talleres, seminarios, etc, sobre el tema en cuestión, justificado con soportes que acrediten dicha experiencia, esto con el propósito de que sean los facilitadores en el proceso que se quiere llevar a cabo en la Universidad.

De la misma manera se hizo la búsqueda de información relacionada con el tema, para diseñar la propuesta del Curso Básico en Economía Solidaria (ANEXO D). Los contenidos del curso se socializaron con los docentes, quienes realizaron sugerencias, además se tuvo en cuenta la metodología propuesta por ellos.

Una vez se ha realizado el proceso trámite, se esperan las correcciones que desde la UAEOS, consideren pertinentes hacer. Una vez hechas estas correcciones, se procede a esperar la notificación de aval para orientar el curso de economía solidaria. En el momento el proceso está en espera puesto que la UAEOS está revisando los soportes que se han subido a la plataforma.

### **4.3. CÁTEDRA DE FORMACIÓN EN PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LIDERAZGO.**

En primer lugar se realizó la búsqueda de información sobre los temas de liderazgo y participación ciudadana. Para ellos se revisó a través de medios virtuales el marco legal (Ley 134 de 1994, reglamenta todo lo relativo a mecanismos de participación ciudadana, ellos son: la iniciativa popular legislativa y normativa, el referendo, la consulta popular, la revocatoria del mandato, el plebiscito y el cabildo abierto) para la consolidación de este tipo de cursos y con base en este marco se elaboró una propuesta consistente en dos módulos donde se brinde formación a jóvenes líderes que se conviertan en impulsores de cambio para la región, a través del empoderamiento de mecanismos de participación ciudadana, el liderazgo y la realización del proyecto de vida, con compromiso social. (ANEXO E)

Es de aclarar que la cátedra de formación en participación ciudadana y liderazgo, tiene como finalidad, brindar a jóvenes estudiantes de los grados 9°, 10° y 11°, el conocimiento de los diversos mecanismos de participación existentes en Colombia, los cuales transfieren facultades de ejercicio del poder político y social, permiten que los jóvenes potencialicen sus cualidades de liderazgo enfocado a la apropiación de sus proyecto de vida, la participación social y la resolución de conflictos, aptitudes que se convertirán en factores de cambio para el Departamento del Cauca.



## 5. CONCLUSIONES

Ejecutar los estudios de caso del modelo de responsabilidad social basado en la perspectiva de negocios inclusivos para el norte del Cauca, permitirá conocer si en esta región de nuestro departamento se dan condiciones de favorecimiento para las personas de escasos recursos, esto permitirá obtener el conocimiento necesario para que de una u otra forma desde el Centro de Liderazgo se planteen propuestas para favorecer a estas comunidades en alianza con instituciones públicas y privadas.

Es necesario contar con personal idóneo para la orientación de los cursos que se diseñan en el Centro de Liderazgo para que los participantes accedan a conocimiento de calidad y se ajuste a las necesidades que tienen, así mismo es pertinente que se desarrollen metodologías de aprendizaje en los cuales se rompan paradigmas y se materialicen los proyectos que tienen las comunidades frente a esta época de constantes cambios que exigen una mentalidad abierta.

La vinculación del Centro de Liderazgo en proyectos en favor del desarrollo económico de la región, permite que la Universidad cumpla con el compromiso permanente de articularse con la sociedad en la que está inmersa, así como generalizar la ciencia, la técnica y la tecnología.

Es de vital importancia, fortalecer alianzas con otras regiones que estén afrontando situaciones similares a las que tiene el departamento del Cauca y así fomentar desde el Centro de Liderazgo, un liderazgo participativo y de desarrollo regional.

Para las organizaciones, la materialización de los vínculos con otros actores como las universidades depende de los beneficios que encuentran en ello, y de las capacidades que las universidades tengan para cooperar con las primeras.

## **6. RECOMENDACIONES**

Es necesario el acompañamiento en eventos que continuamente se hacen desde diversas organizaciones para que el Centro de Liderazgo tenga mayor visibilidad en la región.

Contar con personal permanentemente es de vital importancia puesto que con ello se da continuidad a los proyectos que se vienen gestando desde el Centro de Liderazgo y que buscan dejar un impacto positivo en la comunidad.

Las alianzas interinstitucionales le permiten al Centro de Liderazgo contar con los recursos necesarios para cumplir con importantes proyectos en favor de la divulgación del conocimiento a nivel general.

## 7. REFERENCIAS

Hopenhayn, Martín; Sojo, Ana y Mancero, Xavier, et al. CEPAL, Panorama Social de América Latina, p. 11 <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/51769/PanoramaSocial2013DocInf.pdf>

ISHIKAWA LARIÚ, Alice y STRANDBERG, Lena. Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Negocios inclusivos: creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos. Edición 5. Septiembre, 2009, p.8. Disponible en: [http://www.iese.edu/en/files/cuaderno%20no%205\\_tcm4-39620.pdf](http://www.iese.edu/en/files/cuaderno%20no%205_tcm4-39620.pdf)

ORELLANA GAZAGA, Maite (2007). La economía solidaria como forma de organización económica, alternativa al sistema capitalista global. Máster globalización, desarrollo y cooperación. Observatori Solidaritat UB. Universitat de Barcelona. Disponible en: [http://www.observatori.org/documents/eco\\_solidaria\\_cas.pdf](http://www.observatori.org/documents/eco_solidaria_cas.pdf)

PORTER, Michael y KRAMER Mark. La Creación de Valor Compartido. Harvard Business Review América Latina. Enero 2011.

<http://www.icesi.edu.co/blogs/paoladministradora/files/2012/06/que-es-rse.pdf>

<http://administracion.univalle.edu.co/Docentes/WebPages/Material/27/Fundamentos%20de%20RSE/%201%20Sesion/lectura.%20Guia%20de%20primeros%20pasos%20RSE.pdf>

<http://www.negociosinclusivoscolombia.org/index.php/negocios-inclusivos/que-es-un>

<http://www.hacercomunidad.org/escribi/articulo/11285-argentina-necesita-reinstalar-la-cultura-del-trabajo-digno-y-productivo-y-de-una-economia-mas-humana-y-solidaria>

[http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-177283\\_recurso\\_1.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-177283_recurso_1.pdf)

<http://www.contraloriavalledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=32716>

[http://www.urjc.es/comunidad\\_universitaria/oficina\\_verde/consumo\\_responsable.html](http://www.urjc.es/comunidad_universitaria/oficina_verde/consumo_responsable.html)

[http://www.anspe.gov.co/sites/default/files/documentos/ley\\_134\\_de\\_1994.pdf](http://www.anspe.gov.co/sites/default/files/documentos/ley_134_de_1994.pdf)

[http://www.registraduria.gov.co/Informacion/part\\_ciudadana.htm](http://www.registraduria.gov.co/Informacion/part_ciudadana.htm)

<http://es.slideshare.net/InnovacionTecho>

<http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/GuiaAcreditacionMay-10.pdf>

<http://www.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/filosofia>

# **ANEXOS**

## CUESTIONARIO ORIENTADO AL FORTALECIMIENTO DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS

### Ejemplo: Natura cosméticos S.A.

- En este ejemplo podrá recorrer los **10 bloques** del Modelo de Negocio de Canvas con enfoque social y aplicarlo a su propia organización.
- En cada bloque encontrará unas preguntas para que analice y decida sobre su negocio y un ejemplo con unas ideas y conceptos generales que pueden servirle de base para su autodiagnóstico.



#### REFLEXIONES:

- Preguntas



#### IDEAS:

- Conceptos
- Acciones
- Opciones

#### EJEMPLO NATURA

Natura Cosméticos S.A es un fabricante y comercializador brasileño de productos de belleza y cuidado personal. Hoy cuenta con una posición de liderazgo en los sectores de cosméticos, de productos de higiene personal y de perfumería a nivel mundial. En Colombia Natura inició operaciones el 12 de junio de 2007.

En 1974, Natura aprobó la venta directa como modelo de ventas. En 2012 había más de 1,2 millones de "consultores" (revendedores) repartidos en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Francia, México, Perú, EE.UU., Australia, el Reino Unido, entre otros, y desde el año 2006 superó las ventas de Avon en Brasil.

Se consolida, principalmente, como una empresa comprometida con la calidad de las relaciones que establece con sus diferentes públicos y con la innovación y el perfeccionamiento constante de sus productos y servicios dentro de un modelo de negocios enmarcado en los principios del desarrollo sostenible y el apoyo social.

# 1. SEGMENTOS DE CLIENTES



El segmento de clientes se refiere a los clientes o beneficiarios específicos que estarían dispuestos a pagar por el producto o acercarse a la organización; éstos son un grupo de personas más pequeño que el universo del mercado de su negocio, quienes tienen ciertas características y necesidades específicas entre sí y que los diferencian del resto. Desde la perspectiva de un modelo de negocio CANVAS social tenemos que el beneficiario es la persona receptora del bien o servicio obteniendo para sí el bienestar que necesita. Tenemos también como beneficiarios a las personas o comunidades de escasos recursos económicos para las cuales se crea el programa de Negocios Inclusivos.



## PREGUNTAS:

1. ¿Para quién está creando valor la organización?
2. ¿Quién son los clientes más importantes de la organización?

## EJEMPLO NATURA

- ✓ Consumidores de productos cosméticos, de higiene personal y de perfumería.
- ✓ Consultores Natura (distribuidores independientes).



## IDEAS:

Define uno o varios segmentos de clientes a los que nos dirigimos. Para cada segmento identificamos:

- Necesidades distintas
- Diferentes canales de distribución
- Diferentes tipos de relación
- Diferentes márgenes de beneficios
- Características de la oferta por las que están dispuestos a pagar

### Tipos de segmentación:

- Massmarket: a todo el mercado
- Nichos.

*ANEXO B: Convenios de cooperación interinstitucional suscritos entre la Universidad del Cauca y CONFECOOP Cauca, donde se articulan esfuerzos para impulsar la economía solidaria*

**CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN SUSCRITO ENTRE LA  
FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS DEL CAUCA – CONFECOOP CAUCA Y  
LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

Entre los suscritos a saber: de una parte **la UNIVERSIDAD DEL CAUCA**, entidad legalmente constituida mediante el Decreto del 24 de abril de 1827 dictado por el Presidente de la República General Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826 e instalada el 11 de noviembre de 1827, identificada con Nit: 891.500.319-2, representada en la suscripción del presente documento por el Doctor **JUAN DIEGO CASTRILLON ORREGO**, mayor de edad con domicilio en la ciudad de Popayán, identificado con cédula de ciudadanía número 6.893.441 expedida en Montería, quien actúa en calidad de Representante Legal, entidad que en adelante y para los efectos de este convenio se denominará **LA UNIVERSIDAD** y por otra parte la **FEDERACION DE COOPERATIVAS DEL CAUCA – CONFECOOP CAUCA**, entidad legalmente constituida con domicilio principal en Popayán, **con personería jurídica reconocida xxxxxxxx del 14 xxxxxxxx otorgada XXXXXXXXXXXX Nit. 900.128.226-3** representada en este acto por su Representante Legal **VICTOR BOLIVAR DIAGO** mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía número **xxxxxxxxxx** expedida en **xxxxxxx**, y quien para los efectos legales del presente convenio se denominará, **CONFECOOP CAUCA** hemos acordado celebrar el presente convenio Marco de Cooperación Interinstitucional, previas las siguientes:

**CONSIDERACIONES**

- a) Que **LA UNIVERSIDAD Y CONFECOOP CAUCA** tienen mutuo interés en aunar esfuerzos con el fin de articular de manera armónica las acciones orientadas en función de garantizar el bien común y el desarrollo socioeconómico de las comunidades en sus áreas de influencia.
- b) Que entre la **UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y CONFECOOP CAUCA** se han realizado acercamientos y reuniones de concertación, con el fin de articular los esfuerzos para el impulso del sector de economía solidaria.
- c) Que existe la posibilidad de que trabajando armónicamente, ambas partes realicen una integración funcional para respaldarse mutuamente en la consecución común de objetivos.
- d) Que a través del presente convenio se crea una alianza estratégica que redundará en servicios de cooperación mutua que beneficien a la comunidad en general.



**CONVENIO DE COOPERACIÓN SUSCRITO ENTRE CONFECOOP- CAUCA Y LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA PARA DESARROLLAR EL PROYECTO INVESTIGACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES AMBIENTALES Y ECONÓMICAS AL ESTABLECER SISTEMAS BIOLÓGICOS DE MANEJO DE RESIDUOS CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA**

Entre los suscritos a saber: de una parte la **UNIVERSIDAD DEL CAUCA**, entidad legalmente constituida mediante el Decreto del 24 de abril de 1827 dictado por el Presidente de la República General Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826 e instalada el 11 de noviembre de 1827, identificada con **Nit:** 891.500.319-2, representada en la suscripción del presente documento por el Doctor **JUAN DIEGO CASTRILLÓN ORREGO**, mayor de edad con domicilio en la ciudad de Popayán, identificado con cédula de ciudadanía número 6.893.441 expedida en Montería, quien actúa en calidad de Representante Legal, entidad que en adelante y para los efectos de este convenio se denominará **LA UNIVERSIDAD** y por otra parte la **CONFECOOP-CAUCA**, entidad legalmente constituida con domicilio principal en Popayán, **con personería jurídica reconocida mediante XXXXXXXXXXXX, con Nit. 900.128.226-3** representada en este acto por su Representante Legal **VICTOR BOLIVAR DIAGO** mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía número **XXXXXX** expedida en Bogotá, y quien para los efectos legales del presente convenio se denominará, **CONFECOOP-CAUCA** hemos acordado celebrar el presente convenio de Cooperación Interinstitucional, previas las siguientes:

**CONSIDERACIONES**

- a) Que el presente convenio se encuentra concebido dentro del convenio marco de cooperación celebrado entre **LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS DEL CAUCA – CONFECOOP CAUCA** cuyo objetivo es establecer las bases generales de cooperación interinstitucional entre las partes, las cuales permitirán la integración de ambas instituciones para desarrollar programas que fomenten y apoyen el desarrollo del sector de economía solidaria, el emprendimiento, la capacitación, asesoría y la posibilidad de financiación a la población interesada en la consolidación de iniciativas solidarias sostenibles y sustentables
  
- b) Que entre la **UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y CONFECOOP CAUCA** han realizado acercamientos y reuniones de concertación, con el fin de llevar a cabo el proyecto denominado: **INVESTIGACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES AMBIENTALES Y ECONÓMICAS AL ESTABLECER SISTEMAS BIOLÓGICOS DE MANEJO DE RESIDUOS CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA** con el cual se pretende impulsar el sector de economía solidaria en desarrollo del séptimo principio cooperativo de compromiso con la comunidad y el medio ambiente.

*ANEXO C: Cartas de intención para recibir acreditación para orientar el curso básico de economía solidaria y de intención para asistir a las jornadas de actualización orientadas por **DANSOCIAL***



Universidad  
del Cauca

Rectoría

2-92/1901

Popayán, 14 de octubre de 2014

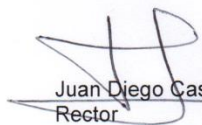
Señores  
Coordinación de Educación e Investigación  
Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias-DANSOCIAL  
Bogotá D.C

Asunto: Asistencia a jornadas de actualización pedagógica

Reciban un cordial saludo

En mi calidad de Representante Legal de la Universidad del Cauca, expreso la voluntad que tiene la misma, de participar activamente en las jornadas de actualización pedagógica, desarrolladas por DANSOCIAL

Universitariamente

  
Juan Diego Castrillón Orrego  
Rector  
CC. 6'893.441 de Montería

“Universidad del Cauca: Calidad Académica con Compromiso Regional y Nacional“

Proyectó: Héctor Alejandro Sánchez  
Revisó: Pilar Campos  
Ajustes e impresión: Ruby Adiel Diago García



Universidad  
del Cauca

Rectoría

2-92/1900  
Popayán, 14 de octubre de 2014.

Señores  
Coordinación de Educación e Investigación  
Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias-DANSOCIAL  
Bogotá D.C

Asunto: Solicitud de acreditación

Reciba un cordial saludo:


Como primer claustro de educación superior del suroccidente colombiano, la Universidad del Cauca tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo integral de la comunidad regional, la cual es una muy diversa amalgama de culturas para las cuales el modelo solidario representa una alternativa de primer orden en la tarea de obtener mejoras en los niveles de calidad de vida, manteniendo el respeto por las tradiciones y formas de organización ancestrales, que frecuentemente entran en conflicto con el tradicional modelo de mercados.

En el cumplimiento de este compromiso, la Universidad del Cauca ha implementado un programa de capacitación y asistencia en el tema de Economía Solidaria, razón por la cual en mi calidad de Representante legal de la institución, me permito solicitar el aval que acredite a la Universidad para impartir cursos de formación en economía solidaria.

Manifiesto tener claro los derechos y obligaciones que se derivan de obtener la acreditación en el marco de la resolución 426 de 2008 y la resolución 227 de 2007.

La Universidad del Cauca agradece de antemano la atención prestada a esta petición.

Universitariamente

  
Juan Diego Castrillón Orrego  
Rector

“Universidad del Cauca: Calidad Académica con Compromiso Regional y Nacional“

*Pilar*  
Proyectó: Héctor Alejandro Sánchez  
Revisó: Pilar Campos  
Ajustes e impresión: Ruby Adielia Diago Garcia

## ANEXO D: Propuesta del curso básico de economía solidaria

Características económicas, sociales y culturales de la organización solidaria.

Estructura interna organizativa básica (dirección, control y comités de apoyo).

Marco jurídico aplicable al tipo de organización.

Fundamentos administrativos de la organización.

Orientación para la elaboración de estatutos, reglamentos y legalización de la organización.

**Duración: 10 Horas**

### d) Entes de control y apoyo al sector solidario:

Describirá su naturaleza y la función que desarrollan para el fomento y control del sector solidario, puesto que se requiere conocer cuáles son los entes por medio de los cuales el Estado regula, apoya e interviene en el desarrollo de las organizaciones solidarias.

Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (anteriormente Dansocial)

Superintendencia de la Economía Solidaria.

Fondo de Garantías Cooperativas, Fogacoop.

Consejo Nacional de la Economía Solidaria, CONES.

Fondo Nacional de la Economía Solidaria, FONES.  
Consejo Pedagógico.

**DURACIÓN: 5 horas**

La duración total del curso será de 30 horas

### METODOLOGÍAS A UTILIZAR (ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS):

Estudios de caso que se apoyan en actividades prácticas, como: juegos, talleres, exposición de ejemplos, visitas de campo donde se identificarán casos concretos de organizaciones solidarias con el objetivo de conocer su funcionamiento.



**Centro de Liderazgo**  
**Universidad del Cauca**

INFORMACION DE CONTACTO  
Dirección: Museo de Historia Natural.  
Calle 2 1ª-25

División de Articulación con el Entorno (DAE)  
Vicerrectoría de Investigaciones de la  
Universidad del Cauca.

Teléfono: 209800 - Ext. / 209900 - Ext.2651  
Correo: liderazgounicauca@gmail.com

# CURSO BÁSICO DE ECONOMÍA SOLIDARIA





## JUSTIFICACIÓN:

Actualmente la economía mundial gira en torno a los principios del neoliberalismo, modelo que genera un consumo desmesurado de recursos y bienes, el afán por la acumulación, el individualismo exacerbado y la uniformidad cultural. Dicho modelo se ha apartado de la satisfacción de las necesidades de las personas, el bienestar de las colectividades y del desarrollo humano de las comunidades.

Como consecuencia de ello vivimos en un mundo profundamente injusto, desigual e insostenible. Un mundo donde la discriminación entre personas, géneros, etnias y pueblos es creciente, donde el control democrático de las decisiones o el acceso a las tecnologías, al conocimiento o a los servicios sociales básicos está reservado a sólo una parte de la población mundial. De esta manera, la brecha entre personas y entre pueblos ricos y empobrecidos sigue creciendo y la exclusión y la precariedad amenazan a amplios sectores sociales, especialmente a mujeres, jóvenes y personas de avanzada edad.

La Universidad del Cauca dando cumplimiento a su compromiso con el desarrollo social y de formación de ciudadanos íntegros, éticos y solidarios, se ha propuesto orientar el curso de Economía Solidaria, siendo éste un proyecto de notable importancia que contribuye a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y que procura alcanzar un medio ambiente sostenible. Así, el Alma Máter brinda a la sociedad una herramienta para que los ciudadanos se empoderen de los conocimientos necesarios para llevar a cabo una serie de prácticas para el desarrollo personal y comunitario, y mejorar el entorno que los rodea.



## OBJETIVOS:

### Objetivo General:

Ofrecer a la comunidad los conocimientos básicos en Economía Solidaria.

### Objetivos Específicos:

- Brindar las herramientas necesarias para la apropiación del conocimiento en la temática de la Economía Solidaria.
- Generar espacios para la discusión sobre la importancia de fortalecer la práctica de valores de solidaridad, cooperación y ayuda mutua.
- Propiciar la retroalimentación en el proceso educativo que se lleve a cabo para impartir el curso básico de economía solidaria.
- Identificar y manejar los conceptos fundamentales de la Economía Solidaria.
- Identificar los diferentes tipos de organizaciones de que pueden ser creadas en el marco de la economía solidaria a la luz de la normatividad actual.
- Identificar las diferentes organizaciones que apoyan el sector de la Economía Solidaria.



## CONTENIDOS:

### a) Socialización de conceptos fundamentales:

Definiciones básicas fundamentales que el (la) participante debe reflexionar e interiorizar, para que pueda practicar efectivamente los principios y fines de la economía solidaria.

- Ética, valores y principios.
- Solidaridad.
- Economía.
- Economía solidaria.
- Asociatividad.
- Organización solidaria.
- Trabajo en equipo.
- Educación solidaria.
- Responsabilidad social.
- Medio ambiente.

### Duración: 5 Horas.

### b) Contexto socioeconómico para el desarrollo:

Aspectos y las condiciones socioeconómicas en las que interactúan las personas y organizaciones de economía solidaria, para dimensionar su accionar en pro de la organización y de las personas que las conforman.

El contexto económico, social, cultural y ambiental que vivimos.

Las necesidades del ser humano y sus soluciones.

¿Por qué y para qué fomentar una organización solidaria? Principios, valores y fines de la economía solidaria.

Marco normativo general de la economía solidaria en Colombia.

### Duración: 10 Horas.

### c) Tipos de organizaciones solidarias:

Se darán a conocer las diversas organizaciones solidarias que conforman el sistema de la economía solidaria, a fin de que se pueda establecer la que más se identifique con los intereses y necesidades que se tengan y comprender de manera especial la forma organizativa elegida.

Tipos de organizaciones de economía solidaria y solidaria de desarrollo.

Antecedentes históricos de la organización solidaria objeto del curso.

*ANEXO E: propuesta de la cátedra de formación en participación ciudadana y liderazgo*

**FORMACIÓN EN LIDERAZGO:**

El componente de formación en liderazgo busca desarrollar competencias y habilidades en liderazgo de los jóvenes. Los componentes que se desarrollan para materializar la formación en liderazgo, son los siguientes:

- Herramientas de identificación de problemas.
- Trabajo en equipo.
- Creación de redes y alianzas.
- Orientación hacia el logro de resultados.
- Capacidad de negociación.
- Inteligencia emocional.
- Comunicación efectiva.
- Manejo del estrés.
- Empoderamiento.

**METODOLOGÍAS:**

Estrategias y métodos pedagógicos que contribuyen a optimizar la adquisición de conocimientos y habilidades.

- Estudios de caso.
- Intercambio de experiencias.
- Uso de redes sociales para el aprendizaje.
- Clases magistrales.
- Pedagogías activas.

**DURACIÓN: 120 Horas**



**Centro de Liderazgo**  
**Universidad del Cauca**

**INFORMACION DE CONTACTO**  
Dirección: Museo de Historia Natural.  
Calle 2 1<sup>º</sup>-25  
División de Articulación con el Entorno (DAE)  
Vicerrectoría de Investigaciones de la  
Universidad del Cauca.  
Teléfono: 209800 - Ext. / 209900 - Ext.2651  
Correo: liderazgounicauca@gmail.com

# CÁTEDRA DE FORMACIÓN EN PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LIDERAZGO





## JUSTIFICACIÓN:

La participación ciudadana constituye una serie de mecanismos que la sociedad civil tiene para entablar una relación directa con las instituciones del Estado ya sea de manera individual o colectiva. Los mecanismos consagrados en la Constitución Política de Colombia les permiten a los ciudadanos realizar propuestas, presionar para que sean adoptadas, opinar sobre asuntos públicos, exigir el cumplimiento de las normas, vigilar la conducta de los dirigentes, tomar decisiones que nos afectan a todos o sancionar a los gobernantes que actúan de forma equivocada, entre otras formas de participación. La Ley 134 de 1994, reglamenta todo lo relativo a mecanismos de participación ciudadana, ellos son: la iniciativa popular legislativa y normativa, el referendo, la consulta popular, la revocatoria del mandato, el plebiscito y el cabildo abierto.

Así mismo la cátedra busca realizar el potenciamiento de actitudes de liderazgo en los jóvenes, con el objeto de que se conviertan en sujetos activos de cambio, se apropien de su proyecto de vida y establezcan una relación con el entorno.

La finalidad que tiene la cátedra de formación en participación ciudadana y liderazgo, es, brindar a jóvenes estudiantes de los grados 9°, 10° y 11°, el conocimiento de los diversos mecanismos de participación existentes en Colombia, los cuales transfieren facultades de ejercicio del poder político y social, permiten que los jóvenes potencialicen sus cualidades de liderazgo enfocado a la apropiación de su proyecto de vida, la participación social y la resolución de conflictos, aptitudes que se convertirán en factores de cambio para el Departamento del Cauca.



## OBJETIVOS:

### Objetivo General:

Formar jóvenes líderes que se conviertan en impulsores de cambio para la región, a través del empoderamiento de mecanismos de participación ciudadana, el liderazgo y la realización del proyecto de vida, con compromiso social.

### Objetivos Específicos:

-Construcción de relaciones entre sociedad civil y estado, a través del estudio de los diversos mecanismos y herramientas de participación ciudadana.

-Brindar conceptos habilitantes en participación ciudadana que permitan tener la noción básica de los conceptos relacionados a la temática en cuestión.

-Usar herramientas metodológicas que coadyuven al mejor aprendizaje de los mecanismos de participación ciudadana.

-Incrementar las habilidades sociales y de liderazgo de los estudiantes, para que se conviertan en futuros líderes del Norte del Departamento del Cauca.

-Desarrollar habilidades en los jóvenes de las instituciones del Norte del Cauca, que les permitan apropiarse de su proyecto de vida y puedan enfocarse objetivamente en la consecución de una carrera profesional que les permita insertarse adecuadamente en la sociedad.



## CONTENIDOS:

La Cátedra de Participación Ciudadana y Liderazgo está conformada por los siguientes componentes:

### INTRODUCCIÓN A LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA:

El fin de este componente se centra en brindar las nociones básicas de la Participación Ciudadana, así como sus mecanismos y herramientas.

- Desarrollo de la institucionalidad en Colombia.
- Centralización y descentralización administrativa.
- Fundamentos de participación ciudadana.
- Funcionamiento y alcances de la participación ciudadana.
- La ética de lo público.
- Fundamentos e infraestructura de los organismos de control de los órdenes Nacional, Departamental y Distrital.
- Participación ciudadana y representación política.
- Concepto y modus operandi del control ciudadano en la gestión pública.
- Infraestructura y planeación participativa.
- Contenido, elaboración y ejecución de los planes de desarrollo Nacional, Regional y Local.

