

**TITULO: CONSTRUYENDO EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL SOCIAL
COMUNITARIO**

BUSINESS BUILDING COMMUNITY SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

**JORGE LEÓN PÉREZ PELAEZ
PTEM - PARQUE TECNOLÓGICO DE ENERGÍA, MATERIALES Y MINERÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
MEDELLÍN, COLOMBIA**

264 81 79

422 54 98

jorgeleonp@une.net.co

abuiles@grupogemma.org

Sub-tema 1: Ciencia y Tecnología para la Ciudadanía

RESUMEN

SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO ECONÓMICO DEL TERRITORIO

Los proyectos mineros en Colombia pueden convertirse en fuente de oportunidades para las comunidades. Gran parte del desarrollo económico y social de Colombia dependerá del manejo sostenible y eficaz de sus recursos naturales, que a su vez requiere del conocimiento del territorio, y la integración de propuestas de emprendimiento empresarial social comunitario, que permitan a la población tener acceso a actividades alternativas a la extracción minera.

Para llevar a cabo emprendimientos comunitarios, que posibiliten sostenibilidad al país y la puesta en marcha de proyectos beneficiosos con producción limpia, respetando la cultura de las comunidades involucradas; son necesarios elementos y actores como la región, fuente de recursos materiales e inmateriales; el emprendedor; desarrollo de un modelo o idea; conformación de la organización-empresa; aprendizaje colectivo; capital social, convertible en capital financiero-económico y la asociatividad.

El ideal del emprendimiento empresarial social comunitario es lograr un aprendizaje colectivo, contagiar a las comunidades de un espíritu emprendedor, sobrepasar la barrera de los miedos y la incertidumbre de los riesgos existentes. Se requiere buscar apoyo y hacer atractivas las empresas ante inversionistas, oferentes de tecnología, pero con justicia social y ambiental.

INTRODUCCIÓN

“El hecho de tener recursos naturales importantes no siempre es equivalente a desarrollo regional”¹

El concepto territorio es considerado como el espacio definido y delimitado por y a partir de relaciones de poder, un campo de fuerzas, donde se dan disputas por la valoración y apropiación del espacio vivido. Es un área geográfica, con hectáreas, con vías, con empleo, con familias, con estructura poblacional, con infraestructura, con vecinos, problemas, religiosidad, folklore, valores, interacción de mercados, entre otras cosas.

En el territorio se da una diferencia entre nosotros y los otros, donde la cuestión primordial no se limita a las características geo-ecológicas y los recursos naturales de determinada área, que y quien produce en ella, cuales son las relaciones afectivas y de identidad entre un grupo social y su espacio; lo que realmente importa al hablar del concepto de territorio, es quién domina y de que forma influencia en esa área de poder, la cual debe delimitar lo propio y lo ajeno, el control sobre el acceso a ella y el manejo de las cosas que comprende. (Lobato Correa, 1994- López Souza, 1995)

Cuando en el territorio no se tienen bases sociales fuertes, las posibilidades de ambiente innovador serán precarias y el comportamiento de las fuerzas económicas y de mercado muy débiles; por esto, el territorio debe estar bien articulado para afrontar los problemas económicos que se presenten, ofreciendo posibilidades de sobrevivencia empresarial, ya que esto permite al inversionista ir a conocer el territorio, para tomar decisiones que faciliten el desarrollo de proyectos que permitan el progreso de su comunidad.

Para esto, el Grupo de Georecursos, Minería y Medio Ambiente GEMMA de la Universidad Nacional de Colombia- Sede Medellín, propone algunos lineamientos que permiten a la vez su construcción ideológica, siendo una base fundamental el emprendimiento empresarial social comunitario, que posibilite sostenibilidad y por lo tanto, desarrollo económico a las regiones de nuestro país.

¹ Jorge León Pérez

OBJETIVOS

- Identificar el papel que debe desempeñar la comunidad para el desarrollo del territorio y la forma como influye la actividad minera realizada en este espacio.
- Reconocer los elementos y actores necesarios para iniciar un emprendimiento empresarial social comunitario.
- Generar alternativas de desarrollo económico a través de propuestas de emprendimiento comunitario, que posibiliten oportunidades de buena calidad de vida.

CONSTRUYENDO EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL SOCIAL COMUNITARIO

Jorge León Pérez Pelaez
Noviembre 2008

METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta la poca concientización sobre la importancia de la explotación de los recursos minerales que se presenta en algunas de las comunidades habitantes de las regiones mineras en Colombia; el establecimiento de relaciones y contacto preliminar con diversos entes u organizaciones de territorio y comunidades indígenas y negritudes, tiene como fin crear condiciones para que sus miembros se motiven a estructurar e iniciar negocios de los diversos recursos de sus territorios.

ELEMENTOS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE LAS IDEAS COMUNITARIAS

Al comenzar un proceso de emprendimiento es necesario analizar varios elementos que permitan el desarrollo de las ideas que se propongan en las comunidades.

Uno de ellos es la región, considerada como un área geográfica, un espacio que suministra los principales recursos materiales e inmateriales, dándose el proceso de transformación del recurso, en nuestro caso, de origen minero principalmente. En la región se tiene la oportunidad de incorporar grados de conocimiento existentes para lograr la producción y transformación de recursos a un ritmo determinado, según las condiciones tecnológicas, económicas y de infraestructura con las que se cuente, contribuyendo a marcar la diferencia entre una región y otra, la cual se da por la capacidad que tenga de transformarse.

La región es la fuente de recursos, representados en tres tipos de capitales, necesariamente complementarios: el capital social, considerado como un componente fundamental para la construcción de territorios emprendedores en las comunidades mineras. Este tipo de capital se debe complementar con el capital humano y el capital financiero, siendo este último, el que posibilita las oportunidades de los empresarios que tienen por objetivo invertir.

En cuanto al emprendedor, es significativo conocer el desarrollo y la capacidad de gestión, sus experiencias pasadas y presentes teniendo en cuenta el aspecto mercantilista, los conocimientos adquiridos en su vida, en su familia y en su comunidad, que contribuyen a incrementar la riqueza.

Por otra parte, es de suma importancia la concepción de idea, inicio, progreso y conformación de la organización- empresa, la cual está ligada a la región, siendo casi el único motor y respuesta al desarrollo. La organización - empresa es la que permite la prolongación del emprendedor que está presente en la región y requiere la relación con otros emprendimientos existentes y con la comunidad, que por su parte, debe

ser instruida para entender lo que pasa en los mercados, y tener la capacidad de captar cambios y reaccionar frente a estos.

Además, se debe tener claro quién será el empresario, ya que este es el centro de la creación de emprendimientos, donde existen también los actores comprometidos como la familia, los empleados, la comunidad y los socios de negocios; cada uno de ellos tiene un rol, un papel protagónico en el espacio-territorio, donde se ejerce el poder y se da la cooperación en búsqueda de lograr el desarrollo de emprendimientos comunitarios.

Para poder iniciar un proceso de fortalecimiento y construcción de la idea de emprendimiento, es también básico tener en cuenta un mapa de oportunidades en el aspecto minero en las regiones, donde se tenga la posibilidad de calificar y valorar su potencial preliminar. Además en trabajo previo, se deben medir los obstáculos más importantes para iniciar los procesos de construcción y fortalecimiento de las ideas de emprendimiento y empresarismo; es por esto, que antes de iniciar el emprendimiento es necesario tener muy claro el norte de todas las decisiones, el grado de movilización social-comunitaria, la identificación y la confianza. Se debe estar convencido de que es algo posible, y que es necesario propagarlo por el medio-comunidad, red, círculo, con el fin de sobrepasar la incertidumbre, el riesgo y la ambigüedad.

LA PROPUESTA

En el mundo hay territorios que progresan muy rápidamente y otros que no avanzan, caso concreto de éste último es nuestro país, el cual tomaremos como referente. En el caso colombiano hay un recurso natural minero importante, en parte identificado y posiblemente dimensionado; con falencias en los procesos relacionados con las acciones y soluciones para volverlo económicamente viable y productivo. En este punto se centra nuestra tarea: ¿Cómo crear territorios sostenibles, que promuevan el desarrollo económico y convertir las regiones en beneficiarias?, ¿Cuáles son las alternativas necesarias para lograr la industrialización del país y la puesta en marcha de proyectos productivos con producción limpia, respetando la cultura de las comunidades involucradas?.

Es muy común en nuestro país que se creen empresas de débil y lento desarrollo y con propensión hacia la muerte empresarial, debido a que desde el inicio su plan de negocios no fue bien estructurado.

El buscar apoyo y hacer atractivas las empresas ante inversionistas y oferentes de tecnología es nuestra tarea, pero con justicia social y ambiental, creando proyectos gana-gana, definiendo cómo será la economía alrededor del emprendimiento, es decir, cómo será el entorno; considerando quiénes serán el apoyo y quiénes los inversionistas. De esta manera configuraremos economías de aglomeración, de potencialidades de región, de desarrollo endógeno, de desarrollo económico, donde se brinden portunidades dignas de empleo, salud y educación a las comunidades.

La alternativa propuesta es entonces la de enfocar nuestros esfuerzos hacia el Emprendimiento Empresarial Social Comunitario.

¿QUÉ SE BUSCA?

Toda comunidad es capaz de aprender, de innovar, de crear valores colectivos y lograr contagio emprendedor. El ideal del emprendimiento empresarial social comunitario es lograr un aprendizaje colectivo, despertando la imaginación socialmente colectiva, contagiar a las comunidades de un espíritu emprendedor comunitario y sobrepasar la barrera de los miedos y la incertidumbre de los riesgos existentes, en la medida en que se logre derrotar el derrotismo.

¿CÓMO SE ABORDA?

Para abordar esta propuesta y lograr el objetivo de estimular el desarrollo de los territorios a través de la construcción de nuevos emprendimientos de base y capital social, es necesaria la claridad de las pretensiones que se tienen a corto, mediano y largo plazo, haciendo uso de diversos elementos claves. Entre estos, se encuentra inicialmente definir y apuntar cuál es nuestro papel y los objetivos a lograr; en este proceso se podrá identificar cuáles son los obstáculos y su origen, para proponer horizontes que brinden soluciones. A través de esta identificación, se debe lograr conectar los objetivos propuestos con la realidad de las comunidades, mediante el suministro de aprendizaje, de información, y la constancia en lograr el empoderamiento de sus ideas por parte de cada comunidad, es decir, facilitar su aprendizaje, su relación y vinculación con redes. También es de gran importancia dentro de un emprendimiento empresarial social comunitario sostener el potencial, el cual estará apoyado en bases sólidas; gestionar mejor los recursos, derrumbar las barreras, enfrentar la incertidumbre y respetar el carácter identificativo de la comunidad.

¿CÓMO SE ENTIENDE EL EMPRENDIMIENTO REGIONAL SOCIAL COMUNITARIO?

Venkataraman ² entiende el emprendimiento como una nueva unidad de producción de bienes o servicios, que responde a una oportunidad con todas sus consecuencias.

Según Gartner ³, los emprendedores presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, el emprendimiento social comunitario permite la creación de una nueva organización;

² Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In J. Katz and R. Brockhaus (eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 119-138, Greenwich: JAI Press.

³ Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 13, 11-31.

esta definición es complementada por Schumpeter (1912)⁴, quien plantea que el emprendimiento posibilita crear, sostener, y hacer crecer una empresa rentable.

L'Ocde sintetiza el concepto, afirmando que el emprendimiento es una manera de ver las cosas, un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación al gestionar una organización nueva, apoyado por Curran y Burrows, que hacen énfasis en lo trascendental que son los procesos innovadores en el desarrollo de un emprendimiento.

Hofstede por su parte, ha mostrado que la organización de emprendimiento está influida por la manera como la sociedad-cultura concibe la autoridad, por los comportamientos individualistas con relación a los culturales, por la relación hombre-mujer, por la posición frente a la incertidumbre o frente a los plazos (corto, mediano, largo). El emprendimiento regional es un proceso socio-cultural, no puede actuar solo y debe estar vinculado a una colectividad, la cual dinamice, desarrolle capacidades y asegure una continuidad en el tiempo.

Dentro de esta tipología de emprendimiento es necesario considerar varios aspectos como el entorno socio – económico (mercado, la economía, la sociedad en general) y las diferentes formas de organización de la región. En cuanto a los individuos de la región, se debe tener en cuenta la edad, sexo, origen y el nivel de formación como empresario.

FACTORES DE ÉXITO

Este proceso necesita diversos aspectos que permitan su desarrollo. Entre estos se encuentran:

- Identificación de problemáticas: en cuanto a la identificación previa de los obstáculos, es necesario un buen estudio de su procedencia ; lo que conlleva a tener presente cómo conseguir que los habitantes del territorio asimilen y alcancen aprendizajes significativos sobre la forma de lograr empoderamiento de sus ideas para conseguir su desarrollo.
- Emprendimientos independientes: se presenta la necesidad de construir lo que los nuevos emprendimientos requieren, especialmente la base social y el capital social. El ideal es que no sean emprendimientos dependientes.
- Establecer convenios de confianza y soportes sólidos duraderos, para trabajar amigablemente con empresarios y capitales externos a su medio.

⁴ Schumpeter, J. (1912). *Théorie de l'Evolution Economique*. Paris: Dalloz. (Original en alemán, 1935).

- Naturaleza del empleo: los empleos deben proteger y conservar los recursos de la región y evitar la migración de su población.
- Comunidades como organizaciones que aprenden: propender para que las comunidades sean organizaciones que aprendan, que asimilen el saber y el hacer, para que superen muchas de sus problemáticas territoriales, por medio de un acompañamiento, con el fin de lograr un aprendizaje significativo.
- Modelo de emprendimiento auto adaptativo (a su ser cultural): se requiere propiciar un emprendimiento de nuevas dinámicas, donde un negocio de comunidad implica tomar conciencia del potencial región-territorio y empoderamiento de su empresa.

El emprendimiento empresarial social comunitario de una región descansa sobre el desarrollo de un modelo que incorpore el comportamiento social y una cultura empresarial colectiva, surgida y fortalecida por la comunidad. El emprendimiento es un acto humano que se desarrolla en un territorio, vinculado a las tradiciones y cultura, a la estimulación y propiciamiento de unos desarrollos y articulaciones con el medio.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS PRESENTA QUIEN DECIDE INICIAR UN PROCESO DE EMPRESARISMO SOCIAL COMUNITARIO?

- Es un empresario de aventura. Se trata de un emprendimiento resultante de valoración de múltiples variables como el mercado, la seguridad, el aspecto financiero, la gobernabilidad, la logística, calidad y gestión empresarial.
- Reconocer que el emprendimiento beneficia a otros jugadores y actores de la región, como las cadenas y las redes articuladas; es un motor de desarrollo.
- Aceptar que la creación de una empresa no puede ser indiferente e independiente de su entorno social y su historia, debe ser el reflejo del tiempo y el lugar en el cual nace y la cultura que la rodea.
- Cualquier nueva empresa es diferente de otras por su localización, población, características, su relación con el entorno y sus clientes reales y potenciales. El crear una nueva empresa es el arquetipo del emprendimiento, esto origina la puesta en marcha de una organización, un tiempo, condiciones de lanzamiento, y un proceso de consolidación, que actúen de manera que se garantice su permanencia. Es necesario lograr generar dinamismo, gestión de apoyo y tolerancia que la haga menos vulnerable a etapas de crisis.

ELEMENTOS CLAVES PARA EL ACERCAMIENTO AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL SOCIAL COMUNITARIO

- El desarrollo y capacidad de gestión de la organización comunitaria. La organización comunitaria necesita ayuda para obtener y utilizar efectivamente la información tecnológica, de mercado y administrativa y tener mejor construcción del conocimiento. Para lograr su objetivo requiere tres elementos: flexibilidad, proximidad y capacidad de aprendizaje continuo, es decir, transformarse en “la organización que aprende”.
- La experiencia y visión de la organización mercantilista, familiar, comunitaria y asociativa.
- La dirección comunitaria formal e informal como ente jalonador y motivador en la creación de emprendimientos, así como la participación de los actores comprometidos, entre estos la familia, comunidad, empleados, socios y aliados de negocios.

El emprendimiento comunitario necesita de ciertas etapas y planeación que permita su desarrollo, tales como el diseño e implementación de estrategias colectivas de desarrollo que contribuyan a la inserción dinámica de la idea de emprendimiento en otras organizaciones que puedan apoyar su evolución. Es necesario la generación de nuevas competencias basadas en formas organizacionales flexibles y cooperativas, el compromiso y empoderamiento de las ideas por parte de todos los actores involucrados en el emprendimiento, para lograr madurar y llevar a su cabal desarrollo las propuestas que se planteen al inicio del proceso.

El desarrollo de emprendimientos debe crear nuevas empresas de servicios de apoyo o complementación tanto para las empresas sociales y colectivas como para la comunidad, que fortalezcan el dinamismo de desarrollo del territorio y creen un sistema creciente e innovador. Esto implica involucrar una fuente de servicios dinámicos para la región-territorio.

El ideal es que el emprendimiento empresarial social comunitario ofrezca resultados positivos, evolucione, genere competitividad y producción de aceptación comercial. La base para determinar un buen potencial competitivo es la organización de los recursos humanos y capacidades, unido a la incorporación tecnológica apropiada y adquirible.

La competitividad y productividad son cada vez más dependiente de los saberes, del saber hacer y de las capacidades inmateriales de la comunidad-organización. Es necesario saber movilizar los recursos humanos y materiales en función de un propósito bien definido, ya que la falta de capital económico para invertir, la inadecuada infraestructura predial, la escasa escala de producción, escasa capacidad de actuar según lógicas de los mercados, todos estos factores son grandes obstáculos para que los territorios puedan convertirse en sistemas productivos eficientes.

CAPITAL SOCIAL Y PROPUESTA PARA LOS EMPRENDIMIENTOS MINEROS COMUNITARIOS

¿Cómo percibimos el país minero y la pequeña minería?

La denominada Minería Colombiana no es Colombiana; la tecnología, el capital, la normatividad y los beneficios de ella obtenidos no impactan al país, ni generan altos beneficios a las comunidades aledañas de dichas actividades mineras.

En los últimos años, Colombia se ha convertido en un país muy atractivo para la llegada de grandes capitales y empresas mineras extranjeras, pues además de su alto potencial minero, se cuenta con una legislación y condiciones para la inversión favorables.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta factores como las vías de acceso al depósito, la demanda del producto y agentes entorpecedores como la presencia de guerrilla, narco-guerrilla y paramilitares en el territorio de los geopotenciales; esto genera dificultades al proceso de inversión minera. Además, la historia de la capacidad de negociación minera del gobierno ha sido muy nefasta para el país; el desarrollo de los proyectos mineros ha sido pactado en condiciones de desfavorabilidad para Colombia, sus regiones y sus territorios.

Los componentes del modelo minero colombiano son un recurso muy bueno y gratis, un Estado que no es muy racional en la administración, una mano de obra barata, unos indicadores sociales y medioambientales muy pobres; además, el modelo minero de territorios vulnerables y de poblaciones especiales está aislado del sistema financiero; su única salida cuando se obtiene una concesión minera es entregársela al capital, si antes no han sido invadidas y amedrentadas por paramineros.

En general, en el país el beneficio que se obtiene por la vía de las regalías es la fuente más rica en generación de corrupción y despilfarro consiente; su grado de concentración es muy grande: tres departamentos reciben cerca del 85% de estos fondos.

En cuanto a la pequeña minería, ésta no puede subsistir, no puede crecer ni crear un capital autónomo; sólo constituye un único medio de empleo de subsistencia en las regiones y territorios; éstas no participan de los beneficios del “país minero”; el modelo actual y la política de gobierno no cierra el círculo, lo deja abierto en la parte más vulnerable, es decir, el capital.

Es entendible cuando las poblaciones se oponen a la minería, pues la perciben como “cavar su propia tumba”; las propuestas mineras se convierten en sinónimo de propiciamiento para la invasión de la civilización a la cultura ancestral y se avizora que en el futuro quedarán los vicios del modernismo y el desalojo de los recursos.

¿Cómo entonces superar las carencias económicas mineras, la oposición de la comunidad a los proyectos propuestos y facilitar su desarrollo no dependiente de

ayudas y contribuciones del Estado? La respuesta es tener una acumulación de capital social y crear una fortaleza financiera propia.

CAPITAL SOCIAL: LA CONSTRUCCIÓN DE EMPRENDEDORES

Una de las bases de la construcción de un valor económico que sea significativo para la sociedad, es lograr que las comunidades tengan interrelación con redes sociales diferentes y ser procuradores de recursos con otras entidades como gobiernos, clientes y proveedores, es decir, aplicar una estrategia de movilización de recursos.

El capital social es crucial para el éxito de futuros emprendedores. Se considera que debe ser la base de seguridad y penetración más eficiente en el medio.

En el capital social se presenta una economía basada en los recursos existentes, donde se da la constante búsqueda de caminos, creación de efectos de senderos y desarrollo de sus propias competencias.

Los activos intangibles presentes en el medio—entorno—territorio pueden ser las reglas de juego propias de determinado territorio y su atmosfera industrial, si tenemos en cuenta que estos activos como bienes sin apariencia física, al identificarse, controlarse y explotarse pueden ofrecer beneficios económicos futuros o potencial de servicios, contribuyendo por medio de su utilización a un aumento en ingresos, generando una medición monetaria confiable.

¿QUÉ ES CAPITAL SOCIAL?

Lo que han pensado los académicos:

PIERRE BOURDIEU (1980) define el Capital Social como el agregado de los recursos actuales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones, más o menos institucionalizadas, de conocimiento y reconocimiento mutuo; o en otros términos a la pertenencia a un grupo como conjunto de agentes que no están solamente dotados de propiedades comunes sino que también están unidos por relaciones permanentes y útiles.

Para BOURDIEU, el capital social es propiedad de los agentes, individuales o colectivos y se acumula o erosiona en función del trabajo que invierten en el mantenimiento de la red de relaciones sociales y de su capacidad de movilizar recursos a partir de esa red. Para este pensador el capital es trabajo acumulado y se constituye en fuente de poder. En este concepto de capital se identifican tres tipos de bienes: El bien económico, convertible en dinero; el cultural por su parte, en disposiciones y habilidades del cuerpo y la mente, en bienes culturales, títulos académicos; el simbólico, representado en distinciones, prestigio, reputación, reconocimiento y nombre.

Considerar el capital social como propiedad de los agentes posibilita comprender el poder de movilizar recursos a través de sus vínculos que construyen a través de sus organizaciones.

En los trabajos de COLEMAN (1988-1998) el Capital Social es definido por su función; no es una entidad particular, sino una variedad de diferentes entidades con dos elementos en común: todos ellos son parte de algunos aspectos de las estructuras sociales y facilitan determinadas acciones de los actores dentro de la estructura, al igual que otras formas de capital (financiero, físico, y humano). El Capital Social es productivo, haciendo posible la concreción de determinados fines que en su ausencia no se podrían concretar. Este tipo de capital social se manifestará a través de canales de comunicación, las obligaciones, lealtades, expectativas y las normas y sanciones que la rigen.

Es importante resaltar de Coleman que el Capital Social es un recurso de la comunidad que estaría disponible para todos sus miembros por igual; en este punto se debe introducir el concepto de Valor de la Concesión Minera, su valoración material a través de las reservas y consideraciones de valor de la infraestructura existente, como vías, equipos, instalaciones, tanto su activo como el valor de sus pasivos, que es convertible en flujo de dinero.

PUTMAN (1993) incorporó al concepto de capital social elaborado por Coleman, componentes como la confianza, siendo un compromiso esencial; las normas de reciprocidad, capaces de reducir los costos de transacciones y facilitar la cooperación; las redes de compromiso cívico, las cuales son redes sociales horizontales donde los agentes tienen status y poder equivalentes. La concepción de Putman le imprime al capital social la dimensión de "Reserva Comunitaria", pues el stock de capital social (reservas), representado en confianza, normas, compromiso cívico y cooperación tiende a ser autorreforzante y acumulativo.

Con los anteriores elementos teóricos, se debe pensar en cómo identificar y acumular capital social para los emprendimientos mineros comunitarios. Para esto es necesario identificar los componentes del capital social en las comunidades mineras para la construcción de territorios emprendedores.

COMPONENTES DEL CAPITAL SOCIAL

Las organizaciones Sociales y los Procesos Organizacionales

Las organizaciones sociales existentes en un territorio buscan representar a los menos favorecidos, sin mayores condiciones y espacios para producir; estas organizaciones pertenecen a redes y a organizaciones de segundo grado que les permiten acceder a recursos que antes eran imposibles o escasos.

En cada territorio emprendedor deben emerger procesos organizativos, de asignación y distribución de recursos. Las relaciones sociales de los agentes organizativos construyen Capital Social al intervenir en lograr mejores condiciones de existencia y producción. Algunos agregan que las organizaciones sociales se

deberían orientar hacia la movilización y representación externa para que tengan papel protagónico en su proceso de cambio social.

El poder a partir de las relaciones sociales hace parte del Capital Social porque facilita el intercambio entre bienes tangibles o no, crea el concepto de reciprocidad y se crean relaciones y vínculos entre los individuos. Este tipo de capital social se manifestará a través de canales de comunicación, de las obligaciones, lealtades, expectativas, las normas y sanciones que las rigen.

Las Redes

La construcción y mantenimiento de redes constituyen el entramado organizacional de los territorios para el desarrollo de la producción, comercialización, capacitación, comunicación, financiación y participación comunitaria y política.

En un proceso de emprendimiento comunitario es necesario tomar conciencia del potencial territorial, de la necesidad de trabajar en red, de trabajar con más confianza, más amplitud de conexiones, más tecnología y lograr complementariedad territorial con otros proyectos afines y conexos, que brinden aportes significativos al proceso que se está llevando a cabo, teniendo en cuenta la diferencia entre un territorio y otro, la cual está marcada por el dinamismo de cada uno de los territorios.

La Asociatividad

El asociativismo es uno de los factores de la organización social, mejora las condiciones de producción y acceso a mercados, procurando mayor sostenibilidad a los emprendimientos y mayor facilidad de inserción en economías de mercado. Se reconoce la integración y la sinergia existente entre asociativismo y producción.

Se puede agregar que el asociativismo se debería orientar hacia la politización y la movilización para que tengan un papel protagónico en su proceso de cambio social.

Reconocer los anteriores componentes del capital social nos puede llevar a un diseño lógico de sistemas de producción y de empresas, articuladas con sistemas de justicia y de beneficio social para conformar el tejido social comprendido en el concepto de Territorio (actores, relaciones, prácticas sociales). Es posible concebir territorios abiertos a la transformación, al reconocimiento de otros valores, a la participación de otros agentes emprendedores (integradores de capital financiero, por ejemplo) y a la articulación con las tendencias del mundo actual.

La transformación productiva y organizacional busca la articulación competitiva y sustentable de la economía del territorio con los mercados; esto supone cambios en los patrones de empleo y de producción y estrategias de fortalecimiento institucional. El capital social hay que convertirlo en capital financiero y económico.

La conversión de capital social a capital económico no es un proceso lineal, pues está mediado por la conversión al capital simbólico, que supone el reconocimiento de parte de quien asigna los recursos y que el receptor si sea un agente legítimo. El

buscar cooperación requiere un gasto de dinero, tiempo, capacidad organizacional y existencia de organizaciones sociales.

Es necesario analizar que organizaciones sociales existen en determinado territorio, que buscan representar a los menos favorecidos, sin mayores condiciones y espacios para producir. Es necesario cuestionarse sobre ¿Qué papel desempeña el proceso organizativo en distribución de recursos? y ¿Cómo intervienen estos agentes organizativos en lograr mejores condiciones de existencia, como estas relaciones sociales que construyen capital social?

El capital social constituye el poder a partir de las relaciones sociales, facilita el intercambio entre bienes tangibles, permite la creación de relaciones y vínculos entre los individuos. Pero ¿cómo acumular capital social? El capital social se acumula a través del establecimiento de nuevas estructuras organizativas, donde sus miembros realicen actividades económicas y sociales; la ampliación de la red de relaciones; la capacidad de movilizar recursos.

Esto permite determinar el valor integrador en planteamientos y definición de un nuevo negocio. Todo esto conlleva a un diseño lógico de sistema de producción – empresa y su articulación con sistemas de justicia y beneficio para el tejido social.

Para lograr convertir capital social en otros capitales, se plantea un reto ya que se requiere financiamiento de emprendimientos; comercialización asociativa, en la que se puedan realizar inversiones colectivas, mayor producción y calidad del producto, lograr una mejor conversión de la producción en dinero, se necesita mejorar el poder de negociación para acceder a mercados regionales, nacionales y ojala más adelante a mercados globalizados. Otros de los requerimientos son organización social, donde haya una construcción del proceso organizativo de la empresa independiente y diferente del social- cultural de la comunidad; procesos organizativos para la asignación y distribución equitativa de recursos, de generación de puestos de trabajo socialmente remunerados lo cual es crucial para garantizar los ingresos y la subsistencia; interrelación con redes sociales diferentes para ser procuradores de recursos con otras entidades como gobiernos, clientes y proveedores.

La acumulación de capital social para su posterior conversión en otras especies de capital se constituye en una lógica inmanente de sus estrategias.

¿Será posible un territorio más moderno, abierto a la transformación, a la vigencia de otros valores, a la participación de otros agentes emprendedores que sean integradores de capital social y capital financiero con tendencias generales del mundo actual?

La transformación productiva –organizacional busca la articulación competitiva y sustentable de la economía del territorio con los mercados, esto supone cambios en patrones de empleo, producción y estrategias de fortalecimiento institucional. Para ser un territorio sostenible, un elemento importante es convertir el capital social en capital financiero-económico.

CONCLUSIONES

- Es necesario llevar a cabo emprendimientos comunitarios, que posibiliten sostenibilidad al país, la cual requiere promover desarrollo económico, asociado a la extracción de recursos naturales en búsqueda de alternativas de industrialización de las regiones y la puesta en marcha de proyectos beneficiosos con producción limpia, respetando la cultura de las comunidades involucradas.
- Gran parte del desarrollo económico y social de Colombia dependerá del manejo sostenible y eficaz de sus recursos naturales, que a su vez requiere del conocimiento del territorio, mediante la integración y apropiación de tecnologías que permitan un desarrollo económico
- La creación de regiones sostenibles en Colombia, en presencia del desarrollo económico ofrece a la población un estado de calidad de vida con necesidades satisfechas más allá de las básicas, con oportunidades dignas de empleo, salud y educación.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 13, 11-31

Lobato Correa, 1994- López Souza, 1995

Schumpeter, J. (1912). *Théorie de l'Evolution Economique*. Paris: Dalloz. (Original en alemán, 1935).

Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In J. Katz and R. Brockhaus (eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 119-138, Greenwich: JAI Press.