



LIDERAZGO INNOVADOR PARA EMPRENDIMIENTOS SOCIALES EN ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

(Social enterprises innovative leadership in nonprofit organizations)

Recibido: 09/06/2015 Aprobado: 22/07/2015 Aceptado: 04/08/2015

Caldeira, Manuel

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE

mcaldeira@urbe.edu.ve

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito disertar sobre el liderazgo para emprendimientos sociales innovadores en organizaciones sin fines de lucro, tomando en cuenta la combinación de habilidades, conjunto de roles y tareas, cuyos elementos fundamentales deben ajustarse en las diferentes fases evolutivas de los emprendimientos sociales con características innovadoras, lo cual incluye: la puesta en marcha, institucionalización, descentralización, diversificación y la expansión o consolidación. Los autores que soportan el marco doctrinario de la investigación son: Hogg (2010), Castañeda (2005), Fuescyl (2012). La investigación está basada en el paradigma cualitativo, asume además el método fenomenológico. El diseño de este estudio evoluciona sobre la marcha de las acciones emprendidas. Los informantes claves se focalizaron en cuatro grupos segmentados, considerando las fases necesarias para el desarrollo de emprendimientos sociales en el cual se involucran los directivos, voluntarios, agremiados y empleados. La información se obtuvo mediante entrevistas no estructuradas e interacción en encuentros provocados. Las consideraciones finales evidencian que las organizaciones sin fines de lucro no asumen el liderazgo innovador para emprendimientos sociales, ello implica no disponer de las habilidades, roles y tareas necesarias que propicien nuevas formas de emprendimientos sociales. Además de ello, no se observan en el proceso las fases que implican la evolución de los emprendimientos orientados al logro de acciones lógicas y coherentes generadoras de ideas consensuadas por parte de los participantes, logrando institucionalizar, descentralizar y divulgar estos emprendimientos bajo un enfoque innovador y sostenible en el tiempo.

Palabras Clave: liderazgo innovador, emprendimientos sociales, fines de lucro habilidades, enfoque innovador.

ABSTRACT

This article is intended to discuss the leadership for innovative social entrepreneurs in non-profit organizations, taking into account the combination of skills, set of roles and tasks, whose basic elements must be adjusted at different evolutionary stages of the social entrepreneurs with innovative features which includes: the implementation in March, institutionalization, decentralization, diversification and expansion or consolidation. The authors that support the doctrinal framework of research are: Hogg (2010), Fuescyl (2012), Castañeda (2005). The research is based on the qualitative paradigm, assumes further the

phenomenological method. This study design evolves on the progress of the actions undertaken. Key informants focused on four segmented groups whereas the necessary phases for the development of social entrepreneurship in which managers, volunteers, Guild members and employees are involved. The information was obtained through informal interviews and interaction caused meetings. Final considerations show that nonprofit organizations do not assume the innovative leadership for social enterprises, this means not having the skills, roles and tasks that promote new forms of social entrepreneurship, in addition not seen in the process phases involving the evolution of projects aimed at the achievement of coherent and logical actions generating of ideas agreed upon by the participants institutionalize, decentralize and disclose these ventures under an innovative and sustainable approach in time.

Keywords: innovative leadership, social entrepreneurship, for-profit skills, innovative approach.

INTRODUCCIÓN

El liderazgo en organizaciones sin fines de lucro permite movilizar y encauzar esfuerzos para lograr transformaciones sustentables garantizando de esta manera la permanencia de estas instituciones en el tiempo siendo así los líderes ejemplo y referente para sus colaboradores, ello implica planificar y dirigir bajo un enfoque estratégico transmitiendo detalles que inspiren emprendimientos innovadores los cuales emergen de los integrantes del conglomerado cuyas inquietudes deben orientar sus deseos basados en las experiencias y proyecciones de cambio en su ámbito, propiciando cambios sociales y organizacionales para desencadenar procesos sustentables de desarrollo de forma continua y progresiva.

El liderazgo presume la acción de profesionales con suficientes conocimientos técnicos, información de calidad y experiencia para conducir con éxito a sus seguidores, quienes asumen tanto las acciones como las reacciones del líder como modelo y referente a seguir. Por ello, el liderazgo ha de ser imaginativo, diligente, esforzado, con noción de la organización y su estructura, siendo capaz de involucrar al resto del grupo en la consecución de los objetivos.

El emprendimiento es un proceso transformador que surge de las ideas de personas que observan su entorno e identifican nuevas oportunidades de negocios innovadores, aunque innovar o emprender tienen estrecha relación, emprendimiento se refiere a la acción mediante la cual se inician nuevos negocios y la innovación es la implementación de novedades o mejoras significativas, un emprendimiento no conlleva necesariamente una innovación, del mismo modo la innovación no requiere necesariamente de un emprendimiento para implementarse pero cuando ambos procesos confluyen, creándose un nuevo negocio basado en una innovación, se habla de emprendimiento innovador.

Las organizaciones sin fines de lucro son entidades que en la actualidad son generadoras de desarrollo, forman parte del entramado económico y social que permite generar rendimiento y ocupación a la población en ámbitos específicos. Además, asumen

propicia la cohesión social, al gestionar emprendimientos innovadores, de este modo propician la solidaridad y fomentan en los ciudadanos iniciativas filántropas.

Estas entidades forman parte de sectores institucionales de la sociedad que están en contraposición con empresas de índole comercial, industrial o del sector público, estas no generan lucro en una diversidad de actividades cuyos propósitos es la cohesión social, al actuar como agentes sociales innovadores, que presentan y promueven valores, democracia y participación ciudadana en diversas actividades en los campos de la cultura, religión, educación, investigación, salud, deporte, protección al medioambiente, cooperación para el desarrollo, entre otras.

Dichas organizaciones están encuadradas en marcos jurídicos específicos asociados al entorno desde la cual emergen los emprendimientos, cuya característica tiende a ser innovador e inserta de forma indirecta pero contundente en el desarrollo armónico de los diferentes ámbitos sociales.

Las características de estas organizaciones se orientan a la omisión del lucro en sus diversas actividades, enfocando la gestión y desempeño a facilitar la integración de acciones mediante la recepción de recursos por parte de los agremiados, a los cuales se les garantiza contraprestaciones directas, enmarcadas en la misión, objetivos y metas en cada periodo presupuestario.

En consecuencia, este tipo de entidades requiere de profesionales con capacidad de liderazgo para generar emprendimientos innovadores, tomando en cuenta la combinación de habilidades, roles y tareas, que deben ajustarse a las fases evolutivas de los emprendimientos sociales, lo cual incluye: puesta en marcha, institucionalización, descentralización y la diversificación, expansión o consolidación.

LIDERAZGO INNOVADOR

El liderazgo define la influencia sobre las personas que ejerce una persona o grupo de ellas permitiendo incentivarlas motivarlas generando entusiasmo para lograr objetivos en común. En consecuencia el liderazgo son actividades desarrolladas por una persona y estas se distinguen del resto y ello le permite tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización, inspirando la participación para lograr propósitos. Al respecto, Hogg (2010) expresa que los líderes desempeñan un papel crítico en la definición de objetivos colectivos, por lo que concluye que el liderazgo es un proceso grupal e involucra un sistema de influencia desplegado en contextos grupales.

Por esta razón, el liderazgo involucra más de una persona: el líder, quien dirige; y los seguidores, quienes apoyan y propician que este desarrolle su posición de forma eficiente. Asumiendo que la investigación se contextualiza en las denominadas organizaciones sin fines de lucro, Castañeda (2005) define el liderazgo como el conjunto de cualidades y hábitos positivos que motivan y permiten a un individuo conducir a un grupo de personas al logro de fines superiores por caminos acotados por principios y valores de alto contenido moral.

Lo expresado por el autor implica reconocer que existen cualidades y hábitos propios del liderazgo, que deben ser congruentes con su actuación como honestidad, consideración, prudencia, lealtad, puntualidad y organización entre otros aspectos. Lo descrito, de alguna manera genera motivación a quienes poseen estas características a realizar emprendimientos innovadores orientados a logros colectivos que beneficien a los individuos, sus familias y a las entidades promotoras.

Es pertinente decir entonces que hay una clara diferencia entre el líder innovador y un ejecutivo eficiente. Es evidente que cada uno tiene un estilo de dirección distinto, por ende un estilo innovador distinto. Cuando se piensa en personas innovadoras existen características como ser visionario, entusiasta, creativo, motivador; el ejecutivo por lo general posee como características resaltante ser detallista, metódico y disciplinado. El primero normalmente está orientado a la estrategia. En cambio, el segundo al micromanagement; sin embargo, ambos deben convivir en las organizaciones.

Por ello, la propuesta de Muñoz (2010) es que “liderar es el máximo exponente de acto creativo en las organizaciones”. Por lo que se infiere que no hay mayor creatividad que la concepción de una nueva visión de empresa, y la capacidad de inspirar y arrastrar hacia ella a un equipo de trabajo de alto desempeño, que garantice el logro de las propuestas de innovación.

Resulta relevante conocer las características de un liderazgo innovador, que permita conocer el perfil de competencias que fomentaran su habilidad para desarrollar roles y tareas de emprendimiento social. Tal como lo establece Castañeda (2005), existen siete características que se destacan y de las cuales se hace mención resaltando los aspectos más relevantes de cada una de ellas: en primera instancia, definir visiones claras e inspiradoras. Sin escenarios de futuros motivadores, sin sueños, una organización o en todo caso un equipo, entra en decadente mecanicismo, en inercia y complaciente autogestión, cuando no se tiene una visión global.

Como segunda característica, comunicar de forma apasionada le permite al líder innovador crearse sus propias visiones, transmitir las apasionadamente, hacer que su equipo de trabajo sienta esa misma pasión y trabaje en función de los mismos propósitos, que vibre con nuevas iniciativas, por lo que se puede decir que el líder innovador es un líder resonante, es decir, apasionado y entregado a su visión.

En una tercera característica, dentro de un liderazgo innovador se deben establecer retos, no objetivos. El líder debe ser movido por la convicción personal de superar cualquier obstáculo, convirtiéndolo en oportunidad, por ello, los retos se miden contra sí mismos; los objetivos se miden entonces contra la organización, que los suele asignar de forma impositiva en la mayoría de los casos. Un líder innovador es capaz de retarse y de retar a sus colaboradores, haciéndolos mejores, buscando sus límites, invitándoles a transgredir sus propias fronteras.

Como cuarto elemento, se debe determinar el qué y el cuándo, mas no el cómo, esto es porque es una realidad el hecho de que una de las causas más prominentes en la desmotivación es que se le explique a las personas cómo hacer las cosas. Dentro del

liderazgo innovador, el líder pide respuestas claras (el qué) y marca hitos temporales (el cuándo), pero deja plena autonomía para decidir el cómo se van hacer las cosas. Solo con autonomía y responsabilidad se pueden desarrollar auténticos profesionales independientes y capaces.

Del mismo modo, y como quinta característica, se debe gestionar por confianza, no por control, debido a que la primera implica que el líder no tiene por qué estar para que los procesos se den. El mejor director es el que no está, gestionar por confianza significa ser parte del recurso, acudir cuando se es llamado. En cambio, gestionar por control, por el contrario, significa planificar reuniones sistemáticas, repasar listas de tareas, pedir continuas explicaciones, buscar culpables a los problemas del día a día, estar presente en las operaciones rutinarias, en pocas palabras un líder controlador.

En cuanto al sexto factor, se debe dirigir mediante autoridad, distinto a dirigir como poder, esto a razón de que la autoridad es propia, el poder es conferido. Además, la autoridad se gana con credibilidad personal, experiencia y empatía, contrario al poder, que se da y se quita por un poder superior. Finalmente la primera es permanente, la otra es una condición temporal.

La última característica de un liderazgo innovador es que el líder no debe preocuparse de tener el mejor equipo, sino que su equipo tenga el mejor líder. Triunfar con equipos de élite es razonablemente sencillo. El verdadero reto, la verdadera experiencia transformadora, es desarrollar equipos de élite, ayudar al equipo a crecer personal y profesionalmente.

En síntesis, el liderazgo innovador es un acto creativo, lo que implica que no hay liderazgo sin innovación, pues se convierte en una tarea difícil liderar la rutina, a su vez, se puede establecer que no hay innovación sin liderazgo, debido a que la conducta humana suele ser resistente al cambio y debe ser estimulada para avanzar hacia nuevos escenarios, un verdadero liderazgo innovador pretende ver siempre las varias perspectivas, es decir, tener una visión global y holística.

EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

Los emprendimientos sociales, según Fuescyl (2012), implican un proceso de valor que requiere un conjunto de actividades, secuenciales o interrelacionadas, que partiendo de unas premisas conducen a resultados. Esta afirmación conlleva a considerar que la voluntad de emprender no se sustenta únicamente en una gran idea, es necesario estar convencido y motivado tomando en cuenta los motivos que impulsan la idea como: necesidades en situaciones críticas o extremas, vocación para generar ideas o por iniciativas de satisfacción personal.

Afirma el autor que la combinación de estos aspectos se produce cuando existe una mezcla de observación del entorno, visión propia, experiencia, gustos y deseos, ello conduce a conocer y observar de forma conjunta para dar viabilidad a la idea, para ello se requiere además libertad, aceptación, ayuda, tiempo y rutinas cotidianas que impulsen la creatividad como principal elemento del emprendimiento innovador.

En cuanto a las estrategias de mercado para los emprendimientos sociales, estos se enfocan en alcanzar objetivos sociales, utilizando modelos de negocios que les permitan alcanzar su misión, objetivo y metas; de esta manera los resultados involucran logros múltiples al desempeñarse en dimensiones sociales, ambientales y de beneficio económico, aunque estos últimos son reutilizados para nuevos emprendimientos o inversiones que sustenten proyectos de mediano o largo plazo.

Al respecto, Sánchez (2011) plantea que los emprendedores sociales son personas individuales que ofrecen soluciones innovadoras a problemas sociales más acuciantes, es decir, buscan un fin social utilizando métodos tradicionalmente asociados a empresas comerciales o industriales.

Sin embargo, la naturaleza de los planes programas o proyectos que estas entidades desarrollan son diversos, lo cual conlleva diagnosticar las necesidades que dan lugar a los emprendimientos sociales, lo cual implica efectos diferenciadores para cada idea desarrollada, es por ello que el liderazgo en este tipo de organizaciones involucra condiciones que impliquen habilidades, roles y tareas que sean cónsonas a las ideas y metas propuestas.

Continuando con la idea antes propuesta, el emprendimiento social se convierte entonces en un movimiento que pretende lograr un cambio social que va en beneficio de los menos afortunados o que mejora de alguna manera la sociedad. Las entidades que hacen o promueven estas acciones pueden ser organizaciones con o sin fines de lucro que desean tener un impacto social. A estas organizaciones también se las conoce como empresas de triple resultado porque miden su desempeño en tres dimensiones: económica, ambiental y social.

Es evidente que no existe una definición única y universal sobre emprendimientos sociales, así como tampoco un tipo único. Sin embargo, todo emprendimiento social incluye tres elementos clave según lo deja ver Fuescyl (2012): un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocios sostenible.

El emprendimiento social suele darse, y tener éxito, en los sectores de la economía donde el mercado ha fallado y la acción del Estado es inexistente o ineficaz. Un emprendimiento social, cuando resulta exitoso, puede no sólo transformar las vidas de los beneficiarios, sino también la forma de abordar un problema en general.

Así debe saberse, que no puede decirse que una empresa que practica la responsabilidad social corporativa es un emprendimiento social, puesto que la responsabilidad social corporativa se preocupa por el impacto que su actividad tiene en la sociedad y actúa acorde a esa preocupación, pero su objetivo sigue siendo económico, no social, por lo mismo, no se debe confundir el emprendimiento social con otros conceptos o actividades como organizaciones sociales, activismo social o la provisión de servicios sociales. El emprendimiento social tiene similitudes con estos conceptos y actividades, pero ninguno de ellos reúne los tres requisitos básicos de objetivo social, innovación transformadora y modelo de negocios sostenible.

De aquí que el emprendimiento social se está expandiendo como modelo y concepto, debido a que por un lado se ve que las menciones en los medios de comunicación sobre emprendimientos sociales se han triplicado en los últimos años y por otro lado, el apoyo financiero a este tipo de actividades también va en aumento y los gobiernos de los países industrializados están creando leyes para otorgar reconocimiento jurídico a las empresas sociales en sus respectivos marcos normativos.

Esta expansión obedece a diferentes factores: cambios en el funcionamiento de los Estados de bienestar, las falencias del Estado y el mercado, los mayores incentivos a la innovación social, y la creciente demanda de servicios sociales y comunitarios. Sin embargo, aún queda un largo camino por recorrer para poder aprovechar todo el potencial que ofrece el emprendimiento social como concepto y modelo.

Dentro de esta concepción, se puede decir entonces que el emprendimiento social se hace de cuatro maneras. Primero, enfrentando necesidades sociales insatisfechas; por ejemplo, brindándole oportunidades de empleo y desarrollo a grupos marginados que no han recibido repuestas del mercado ni del Estado.

Segundo, mejorando la calidad de los servicios sociales; por ejemplo, mediante la introducción de nuevas formas de solucionar viejos problemas. Tercero, fomentando prácticas éticas en los mercados; por ejemplo, promoviendo el comercio justo. Cuarto, atrayendo a nuevos empresarios que quieran hacer una diferencia en la sociedad.

CONTEXTO GENERAL DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

El rol y estructura de las organizaciones sin fines de lucro varían en función a las condiciones socioeconómicas de un país, lo cual contribuye a desarrollar intereses y debates en el diario convivir de un país, aportando en su medida bienestar individual y colectivo, la acción voluntaria en función a las transformaciones del modelo social y político han propiciado la instauración y consolidación de instituciones cuyos propósitos combinan expresiones de progreso coordinado por una parte y por el otro lado se generan contraposiciones en el acontecer de la cotidianidad de los ciudadanos.

En el transcurso del tiempo las corporaciones han financiado a las organizaciones sin fines de lucro siendo cada día más común que existan convenios entre distintas entidades bajo el concepto que promulga y promueve apoyo a causas sociales, educativas y de bienestar social en general.

Del mismo modo, en Venezuela las organizaciones sin fines de lucro han defendido y criticado las actividades gubernamentales o comerciales, movilizándolo de este modo la atención pública hacia problemas o necesidades de las comunidades, permitiendo que las personas sean escuchadas en áreas de importancia para la sociedad, este grupo de entidades contribuye a la integración de las personas lo cual beneficia a los emprendimientos sociales de manera colectiva eliminando la individualidad, permitiendo de este modo contrarrestar el aislamiento de sociedad, lo cual propicia compartir valores y conservarlos en forma de ideales y tradiciones pasadas, estas organizaciones facilitan el

desarrollo de lazos de confianza y solidaridad que hacen posible la acción comunitaria conjunta.

La diversidad de criterios para llegar a definir desde el punto de vista legal las organizaciones sin fines de lucro desde el ámbito territorial, implica considerar la realidad Venezolana, dichas instituciones son registradas como exentas de impuestos ante la administración tributaria siendo relevante este hecho con respecto a las implicaciones políticas y de política de estado, los cuales son aspectos que pueden incluirse como prioridad en la asignación de los recursos públicos sin embargo la eficacia, eficiencia y equidad se aborda en función a intereses públicos.

Al respecto, las organizaciones sin fines de lucro se asocian a conceptos de economía social y ello representa una creciente fuerza económica y social en el mundo lo cual transforma las políticas sociales y de empleo. En términos de mercado, las condiciones que estas entidades propician satisfacen el interés general y cuyo objetivo final no contempla redistribución de utilidades. En Venezuela, la concepción del emprendimiento social implica revisar aspectos que fusionan en una frase la dimensión socioeconómica y en consecuencia se contextualiza en ámbitos divergentes y contradictorios, sin embargo hay coherencia entre ellos.

En razón de lo expresado, las organizaciones sin fines de lucro son reconocidas por el desarrollo y participación de forma activa en áreas como la economía, servicios sociales, servicios de atención y empleo por medio de diversas actividades, lo que conlleva a asumir diferentes formas de asociación desde el punto de vista legal y en concordancia con el ámbito cultural, reconociendo dichas formas jurídicas, como: asociaciones, cooperativas, instituciones de beneficencia, fundaciones, corporaciones o gremios. Aunque existen diversas formas legales y ventajas competitivas en su conjunto, las políticas estatutarias de estas instituciones se inscriben en el ámbito donde se desarrollan y la misión preestablecida.

En la mayoría de los casos, este tipo de entidades operan en ámbitos locales, ello permite que su conformación este afianzada en redes locales de personas, conocimientos y recursos de manera formal e informal, ello contribuye al desarrollo local mediante emprendimientos que mejoran el ambiente y capacidad de atracción de los ciudadanos, consolidan asociaciones y delegan poder hacia los participantes, además del énfasis en lograr consolidación de proyectos sostenibles en el largo plazo, lo cual permite que las acciones sean realizadas bajo un enfoque prospectivo afectando la realidad actual y siendo visionario de sus alcances.

Cabe destacar, que las organizaciones sin fines de lucro no persiguen el beneficio económico de los creadores o fundadores, de hecho está negado por la ley que dividan entre sí los ingresos obtenidos por la organización (a diferencia de las sociedades comerciales, en las que los socios se reparten las ganancias), pero sí buscan obtener los recursos financieros para que la organización pueda llevar a cabo su plan de trabajo y objetivos de constitución.

ORIENTACIÓN DE LA RUTA EN LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se han diseñado etapas ajustadas a las características del paradigma cualitativo, cuyo enfoque y tendencia es relativa al hecho planteado, cuyas condiciones conllevan a definir grupos focales y selección de informantes claves que interactúan en el hecho investigado, así como la recolección de datos relativos al liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro, ello es coherente con las técnicas de análisis que se asumen para efectuar la triangulación de criterios asociados a la realidad, teorías y experiencia del investigador, dichos hallazgos permitirán generar consideraciones finales como producto de las reducciones esenciales realizadas a lo largo de la investigación.

Desde esa perspectiva, el paradigma consiste en crear principios, demostrar teorías, comprender la realidad, constatar fenómenos, puesto que desde el enfoque etimológico representa un modelo o ejemplo a seguir, considerado como la serie de pasos para el investigador destinados a conducirlo por un recorrido específico, a este respecto, Báez y Pérez (2009) afirman que la noción de paradigma en las ciencias sociales, va más asociada a las creencias o valores que condicionan la percepción del tejido social.

De igual forma, las teorías de Bautista (2011) coinciden con estas afirmaciones, al explicar que el paradigma compone una serie de creencias y actitudes, porque se trata de la visión que un conjunto de investigadores y científicos comparten del mundo. Todo lo cual, los conllevan a promover estudios con características propias o distintivas, porque cada grupo se encarga de trazar una estructura particular, bajo cierto orientación filosófica donde se apoyen sus investigaciones.

En cuanto a estos planteamientos, los conceptos no se utilizan como punto de partida en la investigación, sino la meta para alcanzar por medio de los retratos de las distintas realidades no estructuradas, según la comprendan e interpreten cada uno de los sujetos tomados en cuenta para el estudio, el investigador debe captar las razones que se esconden detrás de la conducta observada.

Por consiguiente, el paradigma adoptado para emprender esta investigación es de carácter cualitativo, ya que, se considera como la vía más pertinente tanto para visualizar, interpretar así como comprender los fenómenos socios laborales tomando en cuenta las experiencias, ideas, creencias y anécdotas de los sujetos; elementos que no se pueden medir o cuantificar, sino más bien caracterizar. Así mismo, conocer ciertos aspectos humanos consolida un cúmulo de saberes importantes.

Con relación a las aportaciones de Báez y Pérez (2009), para llevar a cabo la investigación cualitativa, resulta preciso mostrar un profundo alcance respecto del comportamiento de los actores involucrados y las causas que los gobiernan; en otras palabras, consiste en explicar las razones de los desiguales factores del comportamiento humano, como las causas que motivan a los sujetos entrevistados, a tomar alguna decisión en particular durante sus funciones organizacionales.



INTERROGANTES DEL INVESTIGADOR

Para abordar el análisis del Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro, amerita contextualizar el fenómeno y definir los atributos relevantes, lo que contribuye a mostrar cómo se generan los efectos esperados con respecto a las variables objeto de estudio, es así como se plantean las siguientes interrogantes:

INTERROGANTE RELEVANTE

¿Cómo es el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro?

INTERROGANTES SECUNDARIAS

1. ¿Cuáles son las habilidades presentes en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro?
2. ¿Cuáles son los roles asociados al Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro?
3. ¿Cuáles son las tareas en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro?
4. ¿Cuáles son las fases en los emprendimientos sociales asumidas para el Liderazgo innovador en organizaciones sin fines de lucro?

PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN

PROPÓSITO GENERAL

Analizar el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro

PROPOSITOS SECUNDARIOS

1. Identificar las habilidades presentes en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.
2. Analizar los roles asociados al Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.
3. Revisar las tareas en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.
4. Identificar las fases en los emprendimientos sociales asumidas para el Liderazgo innovador en organizaciones sin fines de lucro.

ENFOQUE EPISTÉMICO Y METODOLÓGICO

La investigación cuyo basamento es el paradigma cualitativo es un acercamiento sistémico que permite describir experiencias de la vida y darles significado. El propósito es revisar los acontecimientos, acciones, normas, valores entre otros aspectos importantes.

Desde la óptica del objeto de estudio y del sujeto, el método es ventajoso para entender cómo interactúan las experiencias humanas en torno de las concepciones que generan encuentros sobre los hechos periódicos asociados al contexto más cercano. Al respecto se abordan los hechos partiendo de los sucesos que generan interacción entre investigador e investigado, los cuales participan como parte del proceso, considerando útil técnicas y métodos empleados por antropólogos, sociólogos y psicólogos en sus trabajos de campo y análisis profesional (Bautista, 2011).

En este sentido, de acuerdo con lo expresado por el autor, la fenomenología como herramienta para el análisis de la información encontrada, implica ejecución de reducciones de forma analítica y rigurosa dando lugar a los hallazgos enfocados a los propósitos ya establecidos; en el enfoque cualitativo, el fenómeno debe ser capturado entre cohortes en una primera oportunidad, denominada por Leal (2008), reducción fenomenológica, esta se aplica a cada una de las oraciones o sentencias que el informante aporta durante la entrevista. Esto implica realizar una categorización para consolidar la idea central del estudio; luego de ello es posible reducir las ideas a términos esenciales.

De acuerdo a lo descrito según Bautista (2011), la profundidad del proceso trasciende de lo individual a lo colectivo, cuando estas categorías esenciales son reducidas nuevamente generan categorías individuales sintetizadas, las cuales son parte del proceso final de teorización. Ello permite reflexionar hasta lograr la triangulación de estas categorías con información derivada de los informantes claves, los textos especializados y las experiencias previas del investigador.

En cuanto al tipo de triangulación a utilizar se abordaran teorías alternativas, incluyendo enfoques contrapuestos propiciando el rompimiento de un enfoque único. De esta forma se pretende interpretar de forma comprensiva el fenómeno cuyo contraste de los sucesos se enfoca en la perspectiva de asociación y contraposición.

Del mismo modo, las técnicas interpretativas para describir y decodificar el fenómeno, se enfocan en la determinación del significado de la realidad mediante su categorización. En este sentido el tipo de investigación es inductiva ya que el proceso se inicia con la recogida de datos mediante observación empírica, a partir de relaciones descubiertas, en categorías y preposiciones teóricas, lo cual genera constructos a partir de una o más bases de datos o fuentes de evidencia.

En función al descubrimiento de los hechos analizados a partir de un continuo de sucesos basados en el comportamiento; mediante un proceso de abstracción en el transcurso de la observación y la descripción, cataloga la investigación como constructiva,

siendo al mismo tiempo subjetiva por estar orientada al descubrimiento de pautas culturales y comportamientos tal como se perciben en la realidad.

De acuerdo a lo expresado, la observación participante se realizó en la escena de los hechos sin perturbar su desarrollo. Esto permitió que la cotidianeidad genere un medio natural para la investigación, esta inmersión propicia actos espontáneos que permiten emerger sucesos por encima de la perspectiva del observador.

Por otro lado, se prevén entrevistas en profundidad con el propósito de combinar la formulación de preguntas abiertas y específicas en condiciones abiertas, basándose en la orientación aportada por el propio entrevistado. De esta manera se abordan un número limitado de temas. En consecuencia el análisis se orienta a la identificación de la información de utilidad para el usuario dentro de la abundancia de los datos disponibles los cuales se evidencian en la información no verbal anotada durante las sesiones planificadas para la observación directa y entrevistas.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación evolucionó sobre la marcha de las acciones emprendidas. Significa que el diseño cambia en el desarrollo de esta, el investigador tomará decisiones en función a los descubrimientos, de acuerdo con Bautista (2011), esto no es resultado del descuido o la pereza del investigador, más bien refleja el deseo de que la investigación tenga como base la realidad y los puntos de vista de los participantes, los cuales no se conocen, ni comprenden al iniciar el estudio.

Lo descrito implica conocer el fenómeno en su entorno natural, requiere que el investigador sea el principal instrumento para la generación y recogida de datos, con los que interactúa. Por ello, durante el proceso de investigación se reflexiona las creencias y conocimientos del investigador, entendiendo la influencia sobre la realidad del sujeto/objeto de estudio, lo cual influye en los hallazgos.

GRUPOS FOCALES E INFORMANTES CLAVES

Se utilizará las técnicas de investigación denominada grupos focales con el propósito de generar discusiones nutridas y convergentes que permitan reconocer las percepciones y opiniones de los participantes cuyas características son comunes, ambiguas o contradictorias a través de la interacción, el propósito es enriquecer el discurso respecto al enfoque de esta investigación.

El estudio se realizó en el Colegio de Contadores del estado Zulia, reconocida en la comunidad de profesionales por su condición legal como organización sin fines de lucro, cuyo propósito es dar atención a los usuarios de los servicios y beneficios que orientan el ejercicio profesional de sus agremiados, en este contexto serán seleccionados directivos en su rol de liderazgo y los voluntarios, agremiados y empleados, quienes participan de en los emprendimientos sociales, considerando el liderazgo que ostentan los directivos partiendo de sus habilidades, roles y tareas, permiten desarrollar los emprendimientos sociales.

De acuerdo a lo mencionado, los grupos focales son cuatro y fueron segmentados considerando las fases que se requieren para el desarrollo de emprendimientos sociales en el cual se involucran los directivos, voluntarios, agremiados y empleados. Las responsabilidades para generar emprendimientos sociales se asume de forma corporativa y vinculadas a la misión, objetivos y metas de la institución, conformando un escenario corporativo al cual se integran cultura, religión, educación, investigación, salud, deporte, protección al medioambiente y cooperación para el desarrollo institucional entre otras

Los integrantes de los grupos focales potenciales deben tener participación activa en las actividades de la entidad por lo menos de 5 años. Al interior de los grupos focales se buscarán informantes claves con igual criterio de participación en las actividades generadoras de emprendimientos sociales.

Para complementar la interacción de los grupos focales a través de los diálogos, encuentros y vivencias se efectuará revisión documental de los emprendimiento sociales como soporte generador de evidencias que puedan ser validadas tomando en cuenta las condiciones que han prevalecido en los líderes de estas organizaciones, propiciando de esta manera el descubrimiento de aspectos innovadores potencialmente aplicables dentro del contexto.

Los criterios de exclusión que se utilizaron están determinados por el grado de participación en los emprendimientos sociales, como generadores de ideas o en su rol de líderes con características innovadoras con el propósito de focalizar las conversaciones grupales de personas involucradas y conocedoras del objeto de estudio y de esta manera evitar discriminaciones o estereotipos sociales con el resto de los participantes en las actividades de la organización objeto de estudio en la presente investigación.

Las conversaciones realizadas con cada uno de los informantes claves de cada grupos focal fueron registradas magnetofónicamente, transcritas y posteriormente analizadas desde una perspectiva interpretativa, con el objeto de ser comparadas con las evidencias documentales de apoyo las cuales estarán conformadas por actas de junta directivas, presupuestos, correspondencias y otros documentos que generen aportes significativos a la investigación.

RESULTADOS

El propósito inicial de la investigación estuvo centrado en analizar el liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro, enfocado en un grupo de informantes claves conformados por: directivos, voluntarios, agremiados y empleados, con lo cual fue posible a partir de las experiencias y opiniones de los participantes se obtuvieron cuatro hallazgos significativos.

Al respecto se evidencian hallazgos en todo el proceso de análisis de la data desde el primer momento de interacción con los grupos focales representados por los informantes claves aplicando la Fenomenología, aplicando la triangulación de opiniones obtenidas de los informantes claves con las teorías referenciales y experiencias del investigador considerando para ello 12 intervenciones significativas:

HALLAZGO 1

Identificar las habilidades presentes en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.

En este primer hallazgo se esboza el constructo generado en la interacción de lo cual emergen las habilidades presentes en el liderazgo innovador, al respecto se evidenció que los informantes claves en consenso observan actividades ceñidas a hechos históricamente reconocidos por los agremiados, por lo tanto no hay apertura a nuevos emprendimientos sociales para dar cobertura a necesidades actuales, no prevén diagnósticos para armonizar y motivar emprendimientos sociales innovadores orientados a la visión y compromiso social, los directivos no delegan estas acciones, por no existir coordinación, ni políticas para negociar los aspectos ya inferidos.

Las actividades que deben desarrollar los líderes de las áreas de apoyo institucional están condicionadas a los requerimientos emergentes de los agremiados, voluntarios y directivos, lo cual resta dinamismo y crecimiento a los procesos lo cual impide alinear los objetivos institucionales y la realidad que subyace de las necesidades de la comunidad.

HALLAZGO 2

Analizar los roles asociados al Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.

En relación al conjunto de roles asumidos por los directivos que los encuadren en el enfoque de liderazgo innovador asociado los emprendimientos sociales, los grupos focales inducen constructos que evidencian ausencia de análisis del entorno con el propósito de capitalizar las necesidades de los agremiados, en cuanto a las condiciones de la institución como estructura no han desarrollado políticas y sistemas para la formación de equipos de trabajo orientados a la identificación de emprendimientos sociales que garanticen sostenibilidad económica de las actividades en el tiempo.

En correspondencia, se asume entonces que cuando el liderazgo es distribuido a lo largo de una organización, todos están más animados y facultados, y el director general tiene más tiempo para concentrarse en su desempeño y rol. Los directivos de las organizaciones sin fines de lucro, no establecen límites en la jerarquía de las decisiones asumidas por sus líderes de equipo, tampoco de generan ambientes de trabajo bajo condiciones de confianza, comunicación abierta e iniciativa para que el liderazgo distribuido prospere. Finalmente, la gerencia no modela el comportamiento hacia los líderes de equipo, lo cual impide mejor desempeño en cuanto a emprendimientos sociales.

HALLAZGO 3

Revisar las tareas en el Liderazgo innovador para emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro.

Los directivos quienes ejercen su condición de liderazgo en la institución no han propiciado la ampliación de acciones sociales hacia la innovación, todas las operaciones están centralizadas y enfocadas a necesidades tradicionales y solo otorgan poder a otros líderes externos de la organización cuando los intereses de coordinación están estructurados en forma de alianzas cuya experticia es superior, en consecuencia no es visible el emprendimiento social como tareas de índole estratégico en la organización. En consecuencia las acciones emprendidas están sesgadas por la jerarquía de los directivos e impiden que los emprendimientos emerjan en un entorno compartido y de convergencia de ideas.

HALLAZGO 4

Identificar las fases en los emprendimientos sociales asumidas para el Liderazgo innovador en organizaciones sin fines de lucro.

En consenso de las respuestas obtenidas de los grupos focales se identificaron solo dos fases para generar emprendimientos ajustados a situaciones pasadas inician con la reformulación de las ideas tradicionales para luego proceder a delegar la ejecución de las acciones sociales de manera centralizada, la divulgación o impacto de conglomerado no es conciliado para verificar los intereses comunes o divergencias, ello coarta la aparición de emprendimientos sociales que respondan a las potenciales de los agremiados, voluntarios y empleados.

En este sentido, las tareas que debe cumplir un dirigente innovador enfocado en crear emprendimientos sociales en organizaciones sin fines de lucro están debidamente determinadas en los estatutos y reglamentos pertinentes, no obstante, en términos generales, dentro del liderazgo se identifican claramente las funciones que debe cumplir el líder, independientemente de las características y tipo de asociación, es aquí entonces donde se denota la debilidad, en cuanto a estas tareas o funciones no se están dirigiendo se establece en los estatutos.

CONSIDERACIONES FINALES

Las condiciones presentes en las organizaciones sin fines de lucro que caracterizan el liderazgo innovador para emprendimientos sociales no evidencia acciones que permitan comprobar que la gestión del conocimiento y la innovación han permitido capitalizar el desarrollo de habilidades, roles y tareas que propicien la aparición de nuevas formas para dar cobertura a los agremiados, voluntarios y empleados, y en razón de ello la estructura para la generación de emprendimientos sociales no infiere fases que permitan evidenciar un proceso lógico y coherente para la generación de actividades iniciadas desde una idea consensuada de los participantes, para luego ser institucionalizada y posteriormente descentralizar las acciones para que el conglomerado social tenga respuesta a sus necesidades bajo un enfoque innovador y sostenible en el tiempo.

En consecuencia las organizaciones sin fines de lucro por su condición de actuación en función a la responsabilidad social implícita en su misión, objetivos y metas requiere generar estructuras, políticas y sistemas para que las necesidades de los agremiados

sean cubiertas con emprendimientos sociales coordinados de forma descentralizada que emerjan de los equipos de trabajo conformados por todos los participantes incluyendo los directivos, logrando de esta manera el desarrollo de procesos que impliquen roles y tareas orientados a un liderazgo innovador asumiendo estilos en cada fase para lo cual se recomienda al inicio cuando se generan las ideas de nuevos emprendimientos sociales ser carismático, posterior a ello los directivos deben institucionalizar las propuestas por lo tanto el estilo que debe prevalecer es de dirección y control, para una siguiente fase recomendamos hacer divulgación y en ella los líderes deben participar activamente, finalmente en una última fase el estilo más adecuado es político con el propósito de lograr la aceptación del conglomerado social en su mayoría.

Finalmente se puede decir, que cambiar la cultura de una organización es muy difícil de lograr, puesto que implica que una masa crítica de personas ha de pensar y actuar de forma diferente a como normalmente lo hacían. Esto requiere entonces de tiempo y del apoyo de los directivos en todos los niveles, incluso muchas veces las crisis se convierten en desencadenante para nuevas ideas, nuevos emprendimientos. El papel de los líderes, por tanto, es crucial en el desarrollo de la innovación, ya que estos comportamientos creativos que apoyen la estrategia de innovación, podrán generar emprendimientos sociales igualmente innovadores.

Para promover el liderazgo innovador, los líderes han de crear un entorno seguro donde las personas puedan asumir una actitud de riesgos, se puedan expresar con opiniones divergentes y las ideas poco comunes sean bienvenidas. La innovación en las organizaciones sin fines de lucro es posible si los líderes establecen un entorno abierto y estimulante donde sus miembros puedan interactuar libremente e intercambiar sus ideas y donde puedan explorar intereses mutuos en el trabajo de forma colaborativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Báez, J y Pérez, A. (2009). Investigación cualitativa. España. ESIC Editorial.
- Austin, J. (2005). Gestión efectiva de emprendimientos sociales, Banco Interamericano de Desarrollo. StudiesHarvard University .Banco Interamericano de Desarrollo. Estados Unidos.
- Bautista C. (2011). Proceso de la investigación cualitativa. Epistemología, metodología y aplicaciones. Colombia. Editorial Manual Moderno.
- Catañeda, L. (2005). Un plan de formación en liderazgo para Jóvenes. México. Panorama Editorial.
- Fuescyl, L. (2012). Módulo formativo universitario de creación de empresas. Symbiosis Strategy y Management Consulting, S.L.L. España.
- Hogg, M. (2010) Psicología social. Ed. Médica Panamericana. España.
- Leal, N. (2008). Fenomenología de la conciencia del estudiante de la UNA. Venezuela.



Fondo Editorial IPASME.

Muñoz, S. (2010). Coaching Creativo / Creative Coaching: Para un liderazgo innovador y humanista: Desarrolle y libere su capital humano para pensar, sentir y actuar "fuera de la caja". México. Panorama Editorial S.A. De C.V.

Sánchez, R. (2011). Capital Social y posibilidades de desarrollo en los municipios. Bolivia. Plural Editores.