



# Nuevos emprendedores

El concepto de joven emprendedor ha dado un giro y se ha posicionado al lado de las necesidades sociales del mercado. Para afrontar la crisis, los nuevos emprendedores se han marcado como objetivo servir a la sociedad. La prioridad ha dejado de ser la aventura empresarial. La nueva forma de emprendimiento se basa en el equilibrio entre creación de valor económico y social

ANÁLISIS **Alfred Vernis**

## Empresas de impacto social

Desde hace algunos años, diferentes emprendedores han empezado a enfrentarse de una forma distinta a los retos sociales. Estos emprendedores, a los que llamaremos "sociales", se lanzaron a crear empresas buscando la sostenibilidad financiera en el largo plazo. Y, sobre todo, huyendo del modelo caritativo tradicional.

Muchas personas, tanto del mundo empresarial como del académico –profesores que desde hace años vienen enseñando sobre la creación de empresas–, cuando oyen la palabra *social* antepuesta a la palabra *empresarial* fruncen el ceño. El motivo es obvio y no les falta razón. La creación de una empresa tiene mucho de *social*. Los emprendedores contribuyen a crear riqueza para la sociedad, facilitan el desarrollo de nuevos puestos de trabajo, innovan, etcétera. ¿Por qué inventarse ahora otra categoría denominada "empresarial social"?

La respuesta es que en las "empresas sociales" los emprendedores que las han creado buscan, por encima de todo, consumir un impacto social muy definido. Ellos crean empresas y, ¿qué duda cabe?, en este acto de creación comparten muchos aspectos con los emprendedores de las empresas ordinarias, pero difieren en su misión fundamental. El motor de la creación de una empresa social es el impacto social, no la aventura empresarial.

La distinción fundamental entre "emprendimiento" y "emprendimiento social" está en la proposición de valor. Para un emprendedor, la proposición de valor parte de servir a unos mercados que puedan comprar un producto o servicio determinado, y esta proposición está diseñada para obtener un beneficio para la persona emprendedora y sus inversores. En cambio, un emprendedor social tiene una proposición de valor relacionada con la creación de una transformación positiva en parte de la sociedad o en la sociedad en su conjunto.

Fabricar prendas textiles artesanas, con telares de madera operados por personas con capacidades diferentes; crear una cadena de *outlets* de ropa con vendedores que tienen trastornos de salud mental; labrar tierras abandonadas con jóvenes en riesgo de exclusión; revolucionar la movilidad de las personas que utilizan sillas de ruedas... son algunas de las ideas que han llevado a la práctica algunos de los emprendedores sociales de Momentum Project, y a los que el programa está ayudando a escalar.

## La respuesta es que en las "empresas sociales" los emprendedores buscan consumir un impacto social muy definido

Precisamente, cómo escalar y hacer crecer de una forma sostenible a las empresas sociales no es fácil. Las empresas sociales suelen ser pequeñas y no fácilmente escalables. Emprendedores innovadores, enraizados en su territorio, ayudando a personas, pero no preocupados por el tamaño.

Y es aquí donde la llamada "inversión de impacto" puede ayudar a escalar a las empresas sociales, para que obtengan más beneficios y puedan tener más alcance. Esta es una inversión diferente de la inversión socialmente responsable, o "ética", que se caracteriza por tener prohibidas determinadas industrias que se han clasificado como no éticas (por



JOSEP PUJOL

ejemplo, armas, tabaco o casinos). También es diferente de la inversión verde, o en energías renovables, inversiones que están generando mucho empleo, cuyo principal objetivo es no dañar el medio ambiente.

La inversión de impacto se hace en empresas sociales con unos indicadores medibles, y que van a ayudar a personas y colectivos con dificultades. Naturalmente, el impacto medioambiental también es un factor para tener muy en cuenta. Desde hace varios años, algunas organizaciones están trabajando en la mejora de los indicadores sociales de estas empresas. Necesitamos indicadores más fáciles de obtener y que se puedan estandarizar. Porque son estos indicadores de impacto, junto a la rentabilidad económica, los que van a guiar a los inversores.

En definitiva, invertir con impacto quiere decir ayudar a las empresas sociales que compiten en el mercado a no dejar de buscar el equilibrio entre la creación de valor económico y valor social. Este equilibrio es uno de los grandes logros de la propuesta de valor de estas organizaciones, y no se llega fácilmente a él. Necesita grandes dosis de creatividad e imaginación por parte de los emprendedores y sus organizaciones.

En España, como en otros países, recién está empezando este tipo de inversión. Sin duda necesitamos que crezca y acompañar el crecimiento de las empresas sociales. Aunque es un factor muy importante, la inversión no puede marcar el ritmo y el impacto de la empresa social. El ritmo lo marcan los emprendedores, teniendo muy en cuenta las necesidades de los beneficiarios.

En definitiva, ojalá más personas sean conscientes de que invertir en empresas sociales nos beneficia a todos. Porque una sociedad que no alcanza a todos es una sociedad que falla, donde no existe la justicia social. Y, no cabe ninguna duda, de que ahora tenemos las ideas y los recursos para no dejar a nadie atrás.●

LA CLAVE **Pau Bach**

## Intuición y moral

Hace tres años oí por primera vez el concepto "emprendimiento social". Batec Mobility había nacido unos años antes para ofrecer a la gente en mi misma situación, usuarios de silla de ruedas, los inventos que a mí me habían cambiado la vida. Nuestra filosofía, nuestra misión, se había ido concretando a medida que el proyecto había ido creciendo, pasito a pasito, decisión a decisión. ¿Cuál es nuestra misión? Mejorar radicalmente la movilidad de las personas con discapacidad física. ¿Cómo? A través de un proyecto empresarial que compite en el mercado ordinario y es sostenible económicamente. Del mismo modo, aparecieron disyuntivas de orden más práctico.

## La clave es un modelo de negocio en que impacto social y rendimiento van de la mano y se retroalimentan

¿Qué priorizar al ampliar plantilla? ¿Qué horario hacemos? Batec apostó por contratar discapacitados y por un horario compatible con la vida personal y familiar. Podría suponerse que este tipo de decisiones hubiera condicionado el rendimiento del negocio siguiendo el clásico esquema "a más beneficio social, menos rendimiento económico" y viceversa. Sin embargo, resultó ser a la inversa. Batec cuenta con un equipo comprometido con el proyecto, que siente que trabaja por algo que tiene sentido. Nuestros clientes son nuestros aliados: nos ayudan, nos entienden, nos perdonan los errores e incluso nos transmiten sus ideas y necesidades para nuevos productos. Nuestros empleados con discapacidad conforman el mejor equipo comercial que hubiéramos podido soñar. Y hay también un sinfín de gente que hemos ido encontrándonos en el camino y que, por simpatía, comprensión, compromiso, o la razón que sea, han escogido ayudarnos.

En Batec nos hemos dado cuenta de que el impacto social positivo y nuestra propia discapacidad, en lugar de ser un freno, se han convertido en dos de nuestras principales ventajas competitivas. Las claves han sido un modelo de negocio en el que impacto social y rendimiento van de la mano y se retroalimentan; y la elección del consumidor, que cada día, cada minuto, con sus decisiones decide cómo quiere que sea el mundo.

Empezar un proyecto sin experiencia ni formación tiene la ventaja de no estar condicionado ni tener preconcepciones. Nos dejamos llevar por nuestra intuición y moral, que consideramos más bien común dentro lo que viene a ser la "buena gente". Tampoco suena tan raro ni lejano al pensamiento de la mayoría el intentar hacer algo que cree riqueza al tiempo que aporte algo positivo a la sociedad, ganándose la vida razonablemente bien, con un buen horario y poder reinvertir los beneficios en que el proyecto y el impacto social sigan creciendo.●

### PARA SABER MÁS

#### PUBLICACIONES

**Cómo cambiar el mundo: Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas.** David Bornstein. Ed. Debate (2005)

**El poder de la locura.** John Elkington y Pamela Hartigan. Ed. Deusto (2008)

**Empresas que inspiran futuro: ocho casos de emprendedores sociales.** Alfred Vernis y Maria Iglesias. Instituto Innovación Social-Esade (2010)

**Las empresas sociales: Una nueva dimensión del capitalismo.** Muhammad Yunus (2011)

#### WEBS

<http://www.skollfoundation.org>. Skoll Foundation

<http://www.ssireview.org>. Stanford Social Innovation Review

<http://momentum-project.org>. Momentum Project