

Emprendedores solidarios

Aumentan las empresas sociales en España, pero aún está lejos de Europa y EE UU

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Viajar cuatro meses por rincones abandonados de Latinoamérica cambió para siempre a David del Ser. “Conocí por primera vez la pobreza más absoluta; eso me dejó un poso”. A su regreso a España, Vodafone le fichó como ingeniero de I+D. Aguantó cinco años. “Necesitaba un giro profesional y tenía muy claro hacia dónde”. Consiguió una beca para costearse un MBA en Columbia Business School (Nueva York), “fue como si me tocara la lotería”, y justo después cumplió su sueño: crear una empresa social, Frogtek, cuya misión es ayudar a los tenderos en países en vías de desarrollo a modernizar su negocio.

David es un ejemplo de una nueva raza de emprendedores que, muy tímidamente, empiezan a nacer en España: los emprendedores sociales. Su objetivo no es hacerse rico, ni dominar el mundo ni vender la compañía al mejor postor. Es ayudar a los más necesitados. Bill Drayton, fundador de la organización mundial Ashoka, impulsora de empresas sociales, popularizó el término a mediados de los ochenta, aunque solo en los últimos años ha adquirido reconocimiento global.

“La diferencia entre un emprendedor social y una ONG es el enfoque. La segunda afronta un problema de forma tradicional, por ejemplo, llevando más doctores o profesores a un lugar necesitado. Un emprendedor social innova, crea metodologías de formación de médicos locales o utiliza tecnología para interconectar hospitales”, explica María Calvo, directora de Ashoka en España. Esta entidad, cuya financiación depende de donaciones de filántropos y firmas como Grupo Vips o Caixa Catalunya, apadrina cada año a cuatro o cinco emprendedores sociales seleccionados entre más de 200 proyectos.

Beatriz Fadón es una de ellas. Química agrícola de 42 años, se trasladó hace 11 a un municipio de Cáceres de 250 habitantes. Desde allí, junto a tres socios, fundó Red Calea, que ayuda a agricultores de toda España a pasarse a la producción ecológica. “Estos alimentos están en auge, suponen una nueva oportunidad de negocio para cientos de granjas”, asegura. Ya ha convencido a más de 370 productores. También fomenta la agrupación de campesinos para que vendan directamente en Internet y mejoren márgenes. Todos los beneficios de Red Calea se reinvierten en proyectos sociales relacionados con el sector.

Este tipo de iniciativas no han hecho más que despegar en nuestro país. Según el último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), solo un 0,5% de la población adulta activa en España



Firmas como Red Calea ayudan a los agricultores españoles a modernizar su negocio y reinvierten sus beneficios en proyectos sociales. / ANDRÉS CAMPOS

Cómo conseguirlo

Montar una empresa social no suele requerir conocimientos ni sacrificios muy diferentes de los de lanzar una con ánimo de lucro. Pero sí existen reglas concretas. Los emprendedores sociales que lo han conseguido recomiendan:

► Conocer bien el terreno. Los proyectos centrados en países en vías de desarrollo no funcionarán si el emprendedor no conoce de primera mano las necesidades locales. Vivir

en estos lugares es la mejor forma de dar con una solución efectiva.

► Entender el doble mercado. Un emprendedor social se enfrenta a un doble obstáculo: ofrecer un producto o servicio a alguien que no puede pagarlo y convencer a un inversor o entidad que sufrague el coste sin un retorno monetario tangible. El proyecto debe ser doblemente atractivo.

► Ser (más) paciente. Los ritmos de la empresa social son diferentes. Todo es más lento: decisiones, subvenciones, negociaciones... Prepare dosis extra de paciencia. ■

ña está involucrada en tareas de emprendimiento social, frente a más de un 2% de EE UU, Reino Unido o Finlandia. Isidro de Pablo, director de la escuela de emprendedores sociales de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), lo achaca a una mentalidad conservadora y al excesivo peso histórico del Estado de bienestar. “Pensamos que es solo el Estado quien debe encargarse de los problemas sociales, y no es así. Ayudamos mucho en catástrofes naturales y emergencias puntuales, pero falta trabajo continuo”, dice. Y apunta a otra carencia: “La ausencia de compromiso real de las multinacionales españolas, sus programas de responsabilidad social corporativa (RSC) son, en la mayoría, pura imagen”.

Andrés Martínez, impulsor de EHAS, coincide: “Llevo años hablando con las fundaciones de las grandes operadoras en España y

nunca he sido capaz de acordar nada con ellas”. Ingeniero de telecomunicaciones, vivió año y medio en zonas aisladas de Perú cumpliendo la antigua objeción de conciencia. Ahí se gestó su poso. A la vuelta analizó en una tesis doctoral cómo las nuevas tecnologías podían mejorar el servicio sanitario en áreas rurales. De ahí surgió EHAS, organización sin ánimo de lucro en la que hoy trabajan 22 personas y que ya ha interconectado con radio e Internet decenas de hospitales en Perú, Colombia, Cuba, Ecuador y Bolivia.

“Decidimos constituirnos sin ánimo de lucro porque, una vez das entrada a accionistas pierdes independencia, no sabes dónde puede acabar el fin social”, dice Martínez. GEM distingue cuatro tipologías: ONG, organizaciones sin ánimo de lucro, híbridas (con ingresos propios y donaciones) y con ánimo de lucro. Estas últimas

son una minoría, pero suponen una alternativa intermedia a los extremos tradicionales de ONG y empresa privada. Una opción que podría dinamizar el sector.

“No hay que ser dogmáticos, actividades que no cubren ni ONG ni empresas privadas pueden ayudar a mucha gente”, expli-

Solo el 0,5% de la población activa española se implica en estos proyectos

ca David del Ser, afincado en Nueva York y con equipo entre España y Latinoamérica. Frogtek, de 14 empleados, ha desarrollado una aplicación que permite a pequeños comerciantes llevar la contabilidad del negocio desde el

móvil. Más de 250 tenderos en Colombia y México lo usan. “Estamos empezando, pero nuestros inversores son sociales, están dispuestos a renunciar a una parte de su retorno a cambio de mejorar la vida de las personas”.

Su idea ha recibido un millón de dólares de financiación, pero afirma que es la satisfacción personal lo que le mueve. “Antes diseñaba aplicaciones de móvil para europeos ricos y aburridos. No cambiaba la vida a nadie. Ahora sí”. Es la sensación de plenitud profesional la que motiva a la mayoría de emprendedores sociales. No trabajan solo para engrosar una cuenta de resultados. Quieren dejar huella en la sociedad.

“Me di cuenta de que solo pensaba en cómo generar más ingresos, cómo lanzar nuevos productos... tiene que haber un balance”, dice Manuel Roca. Es cofundador de Atrapalo.com, una de las principales agencias de viajes online en España, con 200 empleados y 200 millones de euros de facturación. “Si tienes suerte en la vida, creo que debes devolver algo a la sociedad”. Su forma de hacerlo se llama Miaportacion.com, un agregador de ONG estrenado el pasado mayo a través del cual cualquiera puede hacer donaciones a cientos de causas. “Es sin ánimo de lucro y 100% financiado de mi bolsillo”. Pronto tendrá tres empleados a tiempo completo. “¿Mi sueño? Mejorar el mundo. ¿Por qué no?”. ■