



El emprendimiento social: un valor en alza

Reproducimos el artículo de Jordi Gusi en el que nos acerca la figura del emprendedor social: personas que persiguen la transformación social y que se convierten en figuras claves para el desarrollo de una región o un país.

Jordi Gusi

El emprendimiento social es un concepto del siglo XX para designar un fenómeno muy antiguo que tiene como objetivo

resolver una necesidad social. Los emprendedores sociales son muy valiosos para una sociedad, incluso pueden convertirse en personas claves para el desarrollo de una región o un país. La transformación social que persiguen tendrá más actores a medida que se consiga que las inquietudes sociales de estas personas impregnen a las personas de su alrededor, en un efecto de mancha de aceite. Esperamos que este artículo ayude en esta dirección.

El emprendedor social se caracteriza por tener por un lado "el temperamento incansable, la visión, la determinación y los métodos pragmáticos y orientados a resultados de los emprendedores de negocios (que son capaces de transformar industrias enteras), con las metas y calidad ética de los granos reformadores sociales (que son capaces de lograr importantes adelantos en el campo social)", según una definición de Ashoka, organización mundial que da apoyo a los emprendedores sociales para fomentar la transformación social.

La principal diferencia entre un emprendedor de negocios y un emprendedor social es que el objetivo del primero es el beneficio económico, mientras que el emprendedor social tiene por motivación el cambio social. Dos componentes que también persigue el emprendedor social son la sostenibilidad social y ambiental de su proyecto y un componente ético muy fuerte.

Ahora bien, me pregunto si todos los líderes de nuestras organizaciones son también emprendedores sociales. En este sentido los emprendedores sociales innovan en algún producto o servicio que en su utilización transforma una realidad social. Así, atendiendo esta característica, no todos los fundadores y creadores de obras sociales vendrían a ser emprendedores sociales de forma estricta. Pero muchos de ellos, creo que en un sentido amplio, sí han sido unos auténticos emprendedores sociales. Personas con visión, constancia, sentido del riesgo, liderazgo, capacidad para equivocarse y acertar y, sobre todo, determinación y orientación a resultados.

Me refiero a personas relevantes como Cristóbal Colón de La Fageda, Joan Ruiz de Teixidors o Carles de Ahumada de L'Olivera por citar sólo algunos de ellos como ejemplos. Lo cierto es que en Cataluña hay una larga lista de emprendedores. Puedes consultar sus nombres en la web de Compra Social.

Cristóbal hace yogures, Joan bufandas y Carles vino y aceite. Es cierto que no son los primeros creadores de estos productos, pero lo que sí los hace innovadores es que han mejorado la calidad de vida de personas con enfermedad mental, con discapacidad intelectual o con trastorno de conducta. En esto sí que han sido pioneros, al asociar la venta de un producto de mercado para la creación de puestos de trabajo. Los yogures, las bufandas y el vino no los hacen solos, los hacen con personas motivadas por su trabajo que hace unas decenas de años nadie los hubiera visto como personas activas y que hoy gracias al trabajo se sienten plenamente integrados socialmente.

Resolver necesidades sociales

Pero también hay un tipo de emprendimiento que no acaba en la fundación de una organización, sino que se estructuran por proyectos, como producto que resuelve una necesidad social. Su ejecución no depende forzosamente de una entidad. Se trata de una idea innovadora que se propone como una solución a un problema social. El emprendedor social pone su creatividad en la definición y ejecución de una iniciativa con impacto social.

Es este el caso del catalán Jean Claude Rodríguez-Herrera, director de Self-Managed Communities, que fue escogido en el mes de noviembre como mejor joven emprendedor creativo del mundo, al proclamarse ganador del premio Creative Young Entrepreneur Award (CYEA), que organiza la Joven Cámara Internacional (JCI). Jean-Claude ha creado las CAF (comunidades de Autofinanzamiento), grupos de ayuda mutua que ofrecen servicios de microcréditos y microseguros, autogestionados por la misma comunidad. La gente se junta y pone dinero en común y estos a la vez se prestan entre ellos. La gente es accionista y cliente a la vez. Una idea sencilla pero útil en muchos ámbitos, en la cual eres accionista de tu propio negocio.

También es el caso de Albina Ruiz, emprendedora social que comenzó ya hace unos años a financiar a familias que vivían entre basura en los suburbios de Lima (Perú) para que se convirtieran en pequeños empresarios del reciclaje de productos sólidos con *Ciudad saludable*. Hoy ha mejorado las condiciones de vida de tres millones de personas en riesgo de exclusión social.

Un efecto de mancha de aceite

Los emprendedores sociales trabajan solos, pero se ha de conseguir que sus inquietudes sociales se extiendan a las personas de su alrededor, de forma que la transformación social sea más factible. Idealmente deberían liderar un cambio en su entorno, en la mentalidad y manera de hacer de las personas más próximas, de forma que surgieran más emprendedores sociales, en un efecto de mancha de aceite.

No dejéis de conocer estos proyectos y haced que aquella parte de emprendimiento social que lleváis adentro ayude a hacer de efecto multiplicador de estas iniciativas.

(*) [Xarxanet](#) es un portal con varias áreas sobre el mundo del voluntariado en Cataluña, mantenidas por otras entidades del asociacionismo catalán. Canal Solidario mantiene el área de [Cooperación y Derechos Humanos](#), junto con la Federación Catalana de ONGD. También ofrece informaciones en [castellano](#).