

UN NUEVO PANORAMA
EMPRESARIAL:
**EMPRESAS
SOCIALES**

Juan Felipe Álvarez

Estudiante de la Facultad de Administración
de la Universidad del Rosario.

*Ganador del Concurso de Ensayo UR2011 en la
categoría 1: Estudiantes de la Universidad del Rosario*

Ilustraciones digitales: Camilo Jiménez Valbuena



El propósito de este ensayo es básicamente informativo. Su razón de ser es dar a conocer un concepto que, a pesar de estar en auge, es desconocido, ignorado o confundido por la gran mayoría. Me refiero al concepto de “empresa social”, el cual está rompiendo los paradigmas del sistema capitalista y está transformando el mundo de los negocios en el ámbito mundial. Un objetivo secundario de este escrito es proponer a la Universidad del Rosario la oportunidad de vincular este campo, aún en gestación, a su currículo educativo y convertirse en la primera institución educativa del país en hacerlo. Espero difundir el mensaje del *social bussiness* en la comunidad rosarista y que sea comprendido a cabalidad.

Para poder definir lo que es una empresa social hay que partir de alguna problemática social. Piense por un momento en una situación que usted haya escuchado, que vea día a día o por la cual usted se vea afectado. Se dará cuenta de que son muchos los problemas sociales que aquejan a nuestro país y a su población. Hay gente que vive en las calles, que no tiene vivienda apropiada, que no tiene acceso al agua potable, que se ve afectada con cada ola invernal; hay desnutrición, violencia, drogadicción, inseguridad, contaminación, polución y pobreza. En fin, enumerar las dificultades que persisten en nuestra sociedad colombiana puede ser un proceso que desmotive; sin embargo, no se puede dejar pasar.

Ahora enfóquese en una de las necesidades que detectó; tal vez la primera que se le ocurrió. Piense en maneras viables de solucionarla y no sea tímido; imagine que es un magnate millonario. ¿Cómo solucionaría el problema? ¿Donaría usted millones para el alivio del hambre en nuestro país? ¿Compraría usted casas para las personas que se ven obligadas a vivir en la calle? Hay muchas organizaciones sociales, ONG e instituciones caritativas que recibirían sus fondos con alegría y esto haría felices a muchas personas a corto pla-

zo. Ahora extiéndase en el tiempo y solucione el problema a largo plazo. Así tuviera todo el dinero del mundo, usted no podría solucionar problemas como el hambre y la pobreza a punta de donaciones. No es una solución permanente ni definitiva, sino paliativa y reactiva.

Existen otros tipos de soluciones que solventan el problema, involucran directamente a los afectados y generan un bienestar social que perdura en el tiempo. En vez de dar dinero, piense que usted puede ofrecer herramientas para generarlo, sin concebir a los pobres como unos “necesitados” y verlos desde una óptica más productiva; ellos pueden solucionar sus problemas por sí mismos si cuentan con las herramientas apropiadas y es acá donde la lógica empresarial entra a desempeñar un papel protagónico. ¿Cómo una empresa puede resolver un problema social? ¿Pueden las empresas erradicar la pobreza? Todas estas preguntas son inherentemente polémicas, pues muchas personas argumentarían que las empresas son las responsables de que el dinero se agrupe en pequeños segmentos de la sociedad y existan cada vez más pobres. Esto sucede porque la motivación para hacer empresas y fundar negocios es el lucro, de origen netamente egoísta, pues sobrepone el interés individual sobre el interés común. Pero no nos limitemos a pensar desde una perspectiva tan reducida; imaginemos un nuevo tipo de empresa donde la motivación, piedra angular sobre la que se construye el sistema, no es el lucro sino el altruismo. Partiendo de esta característica inherente al ser humano, nace la idea de la “empresa social”.

He aquí ante ustedes lo que es una empresa social: un negocio autosostenible que no da pérdidas ni dividendos, cuyo objetivo primordial y razón de ser es poner fin a una determinada problemática social. Tómese su tiempo para analizar la definición anterior y reléala de ser necesario. La empresa social es propiedad de uno o varios inversionistas quienes reinvierten todas las utilidades en ampliar y mejorar el negocio. Ellos pueden recuperar su



inversión inicial con el tiempo, pero de ahí en adelante las utilidades generadas deben ser reinvertidas en pro de la causa social, pues la finalidad no es el lucro (como lo es en la empresa privada) sino solucionar un problema. Una empresa social no da utilidades a sus propietarios, a diferencia de la empresa privada. Financieramente hablando, debe generar suficientes ingresos para cubrir todos sus costos; es por esto que no puede depender de donaciones. En este aspecto, las empresas sociales no difieren mucho de las empresas convencionales: deben optimizar costos para administrar los recursos eficientemente, negociar sus materias primas y canales de distribución, diseñar sus productos y perdurar en el tiempo. La utilización de todos los métodos empresariales, entre ellos la creación y venta de productos o servicios, son también aplicables en las empresas sociales, es decir, las empresas sociales deben tener los mismos departamentos que una empresa privada maneja como recursos humanos, mercadeo, investigación y desarrollo, entre otros. De hecho, las empresas sociales y las privadas compiten entre sí en el mercado laboral para conseguir a los mejores profesionales.

Este es otro punto clave donde las personas suelen confundirse: una empresa social no tiene voluntarios, tiene empleados con todos los requisitos exigidos por la ley y con salarios competitivos. Si no se recibiera un pago justo, nadie querría trabajar en una empresa social porque, repito, trabajar en una empresa social no es sinónimo de regalar su tiempo o experiencia. De igual manera, los productos o servicios que las empresas sociales comercializan no son de menor calidad solo por el hecho de que su objetivo es social y no lucrativo. Recuérdese que las empresas sociales no regalan sus productos: los venden. Y las personas pobres merecen el mismo nivel de calidad y dedicación; a fin de cuentas, si el producto no satisface una necesidad de manera apropiada, no se venderá y la empresa social fracasará. Por eso las empresas sociales no difieren mucho de las convencionales,

pues operan en el mismo mercado, se enfrentan a los mismos entornos turbulentos y deben aprender a adaptarse de la misma manera que las empresas privadas para sobrevivir.

En lo que sí difieren es en su finalidad. De acuerdo con Muhammad Yunus, creador del concepto de empresa social, las empresas tradicionales existen para hacer dinero mientras que las sociales tienen como objetivo “resolver un problema social mediante la utilización de métodos empresariales” (Yunus, 2010, p. 1). Son dos fines distintos que hacen uso del mismo medio para su consecución. La diferencia radica, como ya se mencionó, en la motivación. Según Yunus, la teoría económica vigente está incompleta porque toma en cuenta solo personas unidimensionales con intereses egoístas e ignora las demás facetas del ser humano. Teniendo en cuenta la teoría microeconómica, el objetivo de las empresas es maximizar las utilidades, siendo estas últimas la diferencia entre ingresos y costos, o sea, maximizar lo que se gana el dueño. Se ve una clara motivación lucrativa de origen individual y egoísta, cuando en la realidad existen muchas más dimensiones del ser humano. No solo somos egoístas por naturaleza: se debe recordar que somos animales sociales, que vivimos en comunidades y que desde el principio de la historia nos hemos cuidado mutuamente. Dentro de todos los hombres existe una tendencia altruista de igual fuerza y magnitud que la egoísta. Es aquí donde existe una falla teórica en la estructura del pensamiento económico, por lo que debe reemplazarse la persona unidimensional de la teoría económica por la persona multidimensional con intereses egoístas y altruistas al mismo tiempo. Existe la necesidad de tener dos clases de empresas que satisfagan ambas motivaciones: una para la utilidad personal y otra dedicada a ayudar a los demás¹.

¹ Comparar: Yunus, 2010.

El laboratorio creativo Grameen² (GCL, por sus siglas en inglés) ha formulado los siete principios de la empresa social con el objetivo de distinguirla de lo que no es. El primer principio establece que el objetivo de la empresa social es superar la pobreza o enfrentar uno o más problemas (educación, salud, acceso tecnológico y medio ambiente) que amenacen a la gente o a la sociedad, no maximizar utilidades. El segundo principio dice que la compañía alcanzará estabilidad financiera y económica. Tercero, los inversionistas recuperan solo su inversión inicial; no se da ningún dividendo aparte de la devolución de la inversión original. Cuarto, cuando se devuelve la inversión, la utilidad se queda en la compañía para ampliación y mejoramiento. Quinto, la compañía será ecológicamente responsable. Sexto, los trabajadores reciben el salario que fija el mercado en condiciones laborales mejores que las estándar. Y séptimo, todo lo que se hace en una empresa social se hace con alegría, pues uno debería disfrutar hacer el bien a los demás. A mi parecer, cabe destacar el quinto principio como un gran acierto: una de las grandes problemáticas globales del siglo XXI tiene que ver con el daño ambiental y el calentamiento global. Si el modelo que se está introduciendo establece que todas las empresas sociales serán ecológicamente responsables, ojalá neutras en emisiones de carbono, y si este modelo llegase a propagarse, entonces se avanzará a pasos agigantados en la lucha contra el cambio climático³.

La empresa social no debe confundirse con una organización sin ánimo de lucro, pues, mientras la primera requiere autosostenibilidad, una fun-

dación caritativa no, ya que depende de ingresos externos variables. Debido a que la empresa social no es todavía una categoría de negocios reconocida en la mayoría de los países, no cuenta con un marco legal para operar; por ejemplo, uno de los grandes debates que se está gestando se refiere a si este tipo de empresa debe pagar impuestos o debe obtener exenciones tributarias. En medio de esta cuestión, ya hay países que han desarrollado una figura legal bajo la cual las empresas sociales pueden operar, como por ejemplo las CIC (Community Interest Companies) en el Reino Unido. Por otro lado, algunos estados de Estados Unidos han aprobado lo que se llama L3C (low profit limited liability company) que se asemeja bastante al concepto de empresa social. En Colombia aún no se ha definido un marco legal para la existencia de dichas empresas, en parte porque es un concepto desconocido y poco aplicado.

Luego de haber leído los párrafos anteriores posiblemente usted ya tenga una idea más clara de lo que es una empresa social. Quizá esté imaginando y evaluando la viabilidad de la empresa social en un país como Colombia. Fíjese que ahora se puede tomar la lista de problemas enumerados al comienzo de este texto y abordarlos desde una perspectiva distinta. De acuerdo con Yunus, para lanzar una empresa social solo se deben tener ganas y mucha creatividad para plantear soluciones empresariales a problemas sociales. Aquí hay una breve lista de las iniciativas de empresas sociales más famosas en el mundo y en Colombia; obsérvese que existen muy buenas ideas y que el campo de acción es casi ilimitado. En Bangladesh, dos multinacionales francesas comenzaron a atacar dos problemáticas que aquejan a la mayor parte del mundo en desarrollo: la desnutrición y el acceso al agua potable. Grameen Danone comercializa yogures fortalecidos con vitaminas y minerales (basta con que un niño tome uno diario para tener un crecimiento normal) a un precio equivalente a unos 7 centavos de dólar estadounidense. Grameen Veolia Water vende agua tratada a un precio

² Grameen es una palabra que significa “aldea” en idioma bengalí. Ha servido como nombre comercial para la mayoría de empresas sociales fundadas por Yunus, como por ejemplo: Grameen Danone, Grameen Bank, Grameen Veolia-Water, Grameen-Adidas, entre otras. Incluso en Colombia comenzó a funcionar el Grameen Aval Colombia. El Laboratorio Creativo Grameen tiene su sede central en Wiesbaden, Alemania.

³ De particular interés se puede resaltar la planta que construyó Guy Gavelle para Grameen Danone en Bogra, Bangladesh. Esta planta usa paneles solares para su consumo energético, con un diseño que le permite optimizar la luz solar y es ecológicamente eficiente.



viable (diez litros por 14 centavos de dólar) a los aldeanos que carecen de sistema de acueducto o alcantarillado. BASF Grameen vende toldillos, accesibles, con tratamiento químico antimosquitos que previene el contagio de la malaria mientras se duerme. Grameen Adidas se propuso vender zapatos baratos para evitar el riesgo de infecciones al andar descalzo, especialmente en los niños. En Colombia se anunció la entrada en funcionamiento del Grameen Aval, un sistema de micro créditos para la gente de bajos recursos económicos; este sistema ya existe en Bangladesh bajo el nombre

de Grameen Bank, el banco de los pobres. Otros posibles campos de acción son la atención a la salud, la educación, la reforestación y el manejo de basuras, entre muchos otros.

LA EMPRESA SOCIAL Y LA EDUCACIÓN

Si la empresa social está destinada a progresar es necesario difundir el mensaje. Y si los gestores de dichas empresas serán los que hoy están estudiando para convertirse en profesionales, el



mejor lugar para empezar son las universidades. Personalmente considero de vital importancia incorporar, al menos, una cátedra de carácter obligatorio en todos los programas de Administración concerniente a la “empresa social”, su definición, operación, estrategia, estudios de caso y un estudio de viabilidad empresarial social para un escenario en Colombia.

Alrededor del mundo ya hay varias universidades que han tomado la iniciativa en este sendero no recorrido de la administración. La Universidad de Caledonia, en Glasgow, Escocia, es uno de los mejores ejemplos: ha establecido cursos y talleres de empresas sociales, además de su propio Laboratorio Creativo Grameen Caledonian orientado a brindar una mejor atención médica a los habitantes de esta ciudad. Se ha acordado una alianza con el Yunus Center⁴ para que profesores de la Universidad de Caledonia trabajen en Bangladesh en lo que se ha llamado

el Grameen Caledonian Nursing College, una iniciativa educativa para formar enfermeras profesionales (ocupación requerida con urgencia en Bangladesh) que encontrarán trabajo fácilmente después de haber pagado su educación.

En Estados Unidos se inauguró hace poco el Instituto de Empresas Sociales de California, extensión de la Facultad de Administración de la Universidad de Channel Islands perteneciente al estado de California. En esta universidad se ofrece, incluso, un programa de pregrado en Administración de Empresas Sociales. Al otro lado del Pacífico se está desarrollando un proyecto diferente en la Universidad de Kyushu, en Fukuoka, Japón. El laboratorio establecido por esta institución educativa pretende encontrar soluciones tecnológicas para solventar problemáticas sociales. En Bangkok se ha programado una serie de charlas, talleres y cursos cortos acerca de las empresas sociales desarrollados por el Instituto Asiático de Tecnología (AIT, por sus siglas en inglés).

Como lo anunció el presidente francés Nicolas Sarkozy, la prestigiosa escuela de negocios

⁴ Comenzó a operar en 2008 y sirve de ancla para iniciativas empresariales sociales Grameen alrededor del mundo.



Hautes Études Commerciales (HEC por sus siglas en francés) ha establecido una cátedra de empresas sociales, diseñada en conjunto por once académicos. El curso se basa en el estudio de la financiación de empresas sociales, de la creación de nuevos modelos y de la aplicación de las empresas sociales especialmente en países desarrollados. El Grammen Creative Lab (GCL) ya tiene convenios con la Universidad Nacional de Singapur, el Istituto Europeo di Design en Italia y el European Business School de Alemania para mandar instructores del GCL a difundir el mensaje de empresa social y a fomentar la investigación en este campo.

En Colombia aún no se ha desarrollado ningún programa educativo relacionado con las empresas sociales. En consecuencia, se invita a las directivas de la Universidad del Rosario, a la decana de la Facultad de Administración, a todos los profesores del área y a todos los estudiantes de Administración interesados en el tema a formar parte de esta iniciativa que ubicaría a la Universidad del Rosario como la primera del país en hacerlo. Es una ten-

dencia que tiene cada vez más acogida y en tan pocos años ya ha logrado captar el interés de varias universidades alrededor del mundo desarrollado y en desarrollo. Retomando el lema de la Universidad, ser rosarista es ir adelante en el tiempo. Creo que esta es una muy buena oportunidad, no solo para abrir nuevos panoramas académicos, sino también para empezar a cambiar directamente la realidad social de nuestro país. ☺

REFERENCIAS

California Institute For Social Business, disponible en <http://socialbusiness.csuci.edu/cis/about-us/>, consultado el 6 de abril de 2011.

Cantillo, D. (2003, abril 3 de 2011), “Puertas abiertas al micro crédito”, en *El Espectador*, sección Negocios.

Grameen Creative Lab. Passion for Social Business, disponible en <http://www.grameen-creativelab.com/>, consultado el 7 de abril de 2011.

Yunus, M. (2010), *Empresas para todos: hacia un nuevo modelo de capitalismo que atiende las necesidades más urgentes de la humanidad*, Bogotá, Norma.