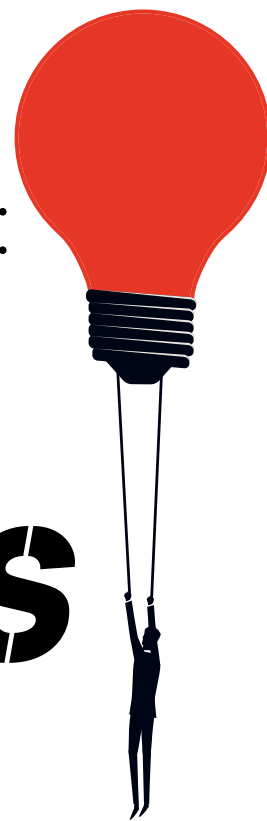


Vanina Farber  
Emprendedores sociales:

# ¿Risk Lovers



Los emprendedores que buscan atender problemas sociales parecen ser demasiado arriesgados, sin embargo, su motivación se encuentra en brindar soluciones que cambien al mundo.



ROSAMARÍA BECERRA

o guardianes  
del propósito?

**E**n la actualidad se percibe una desconfianza generalizada en las instituciones políticas o incluso en organismos multilaterales para brindar soluciones a los problemas sociales o ambientales. Todo ello ha venido a plantear una reflexión sobre las ventajas del emprendimiento social.

Vanina Farber, economista y politóloga especializada en innovación social, emprendimiento y responsabilidad social corporativa; y titular de la cátedra elea de Innovación Social de IMD Business School charló con *istmo* acerca del papel urgente del emprendedor social en el mundo empresarial.

**¿Qué tendencias hacen que hoy en día las empresas, a lo largo del mundo, se preocupen por su impacto en la sociedad?**

Estamos viviendo un momento bastante importante sobre expectativas de distintos *stakeholders* hacia las empresas. Considero que hay ciertas

tendencias, como por ejemplo la falta de confianza en las instituciones políticas o incluso en organismos multilaterales como los proveedores de una solución a los problemas sociales o ambientales. Hay agotamiento de ciertas instituciones, muchas de las presiones y las expectativas van ahora hacia las empresas, a proveer soluciones a problemas que además a veces identifican como que ellas los han creado: *plastic waste*, contaminación y hasta temas sociales como cadenas de valor inclusivas. Hay mucha mayor presión social y activismo hacia las empresas para cambiar sus modelos de negocio.

Esta presión se ha intensificado gracias a la transparencia radical que vivimos con los teléfonos celulares y los medios sociales. Ahora es mucho más fácil organizarse, armar un boicot a través de las redes sociales. También para las empresas, en un lado positivo, es más fácil acercarse a los consumidores, personalizar y entender qué es lo que se necesita. Creo que esta

capacidad de vida para poder comunicarnos hace que haya mayor presión.

**¿Cómo pueden las empresas alinear el propósito y conseguir beneficios económicos? ¿Es posible un impacto social y ambiental que te genere resultados?**

Es absolutamente posible, sobre todo de 2009 en adelante, después de la crisis financiera global, hay cientos sino miles de estudios que lo demuestran. De hecho, casi la mitad de las empresas con las que estoy trabajando en este momento, por ejemplo, son del sector financiero; empresas que están incorporando criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) dentro de las decisiones financieras.

**En tu experiencia, ¿qué hace diferente a los emprendedores sociales de los emprendedores comerciales? ¿Tienen**

**Los emprendedores sociales tienen una sobre conciencia de que, si a ellos les va mal, no se solucionará el problema humano o ambiental que buscaban resolver.**



Vanina Farber, economista y politóloga especializada en innovación social, emprendimiento y responsabilidad social corporativa.



### perfiles distintos o anclas sociales que los diferencien?

Se suele pensar que los emprendedores son más *risk lovers*, tienen menos aversión al riesgo, se atreven muchísimo más, sienten que pueden hacer las cosas. A todo dicen «sí, yo puedo», hasta pueden parecer engreídos, pero es un empujón que les permite tomar riesgos y hacer cosas que de hecho parecen imposibles. Lo interesante de los emprendedores sociales y lo he visto en mis investigaciones, es que se parecen más en temas de riesgo a los ejecutivos o a los *managers*. Cuanto más creces en tu carrera tomas más riesgos y es algo parecido a un emprendedor. Pero los emprendedores sociales no aman el riesgo. Estuvimos haciendo análisis cualitativo y se percibe que poseen una sobre conciencia de que si a ellos les va mal y no funciona lo que están haciendo, el problema social o ambiental no se soluciona. No solo fallan ellos y tendrían que hacer otro emprendimiento, sino que un gran problema social o ambiental o una población queda sin atender. Tienen por eso una aversión al riesgo, pero al mismo tiempo comienzan negocios que parecen casi imposibles, lo que es un poco contradictorio. ¿Por qué lo hacen? Porque tienen un muy alto sentido del propósito.

### ¿Crees que cualquier empresario podría convertirse en emprendedor social?

No necesariamente. Lo que sí creo es que cualquier empresario o empresaria puede tener un impacto positivo en la sociedad y convertirse en *intrapreneur*. No todo mundo tiene que serlo. Yo misma no lo soy, soy profesora. Los miro y me encanta, es mi tribu, la gente con la que trabajo y siempre digo que tengo que hacer algo de impacto, pero después me doy cuenta de que no es lo mío. Pienso entonces que mi lado del impacto será trabajar y ayudarles a mirarse desde fuera para mejorar el modelo de negocio, conseguir financiamiento... Hay gente que no necesariamente tiene que ser un emprendedor social, pero puede traer el impacto desde quien es.

### ¿Solamente las grandes empresas pueden generar un impacto importante? ¿O también las medianas y pequeñas?

Cuando trabajo con emprendedores sociales, lo primero que me dicen es que eso lo pueden

hay gente que no necesariamente tiene que ser un emprendedor social, pero puede impactar desde quien es.

hacer las grandes empresas porque cuentan con recursos y no ellos porque son muy pequeños.

Es decir, el que quiere encontrar excusas para no hacerlo, se quedará sin actuar. Si eres una empresa grande, por ejemplo, haces un pequeño cambio e impactas a millones de personas, no es algo sencillo. Creo que este proceso es realmente tan difícil tanto para empresas grandes como para empresas pequeñas e implica un cambio de *mindset*. Es realmente ponerse a

pensar cómo puedo utilizar las herramientas de mercado, mi negocio, mi cadena de distribución, mis productos, incluso mi modelo de negocio con el que gano dinero para que no se quede ahí, sino genere un impacto positivo social y ambiental. Es realmente un tema de *mindset*. Si uno quiere hacer todo y ser perfecto en todo, es imposible. Entonces, ¿en qué focalizo? ¿Qué empujará mi competitividad, mi diferenciación? En esto los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), iniciativa impulsada por Naciones Unidas, pueden ser un buen indicador, sobre todo para empresas más pequeñas. Si vas a los objetivos verás aspectos que son para invertir y que son medibles. Si por ejemplo me interesa eliminar la pobreza, ver en cuáles puedo empujar desde mi pequeña empresa. También puedo trabajar en una cadena de valor inclusiva, buscar en qué puedo trabajar para tener esta diferenciación.

### ¿Qué recomendaciones darías a empresarios con *mindset* tradicional para abrirse a la posibilidad de innovar socialmente?

Latinoamérica desgraciadamente está un poquito por detrás de algunos de estos aspectos, entonces todavía hay un *first mover advantage*. Puedes comenzar primero y te diferencias. Todavía hay mucho espacio para realmente ser muy proactivo y definir el camino.

Lo otro que creo que es bastante interesante si miras a empresas que se han mantenido en el liderazgo, son empresas que han tratado de generar disrupción antes que el mercado los elimine del juego. A veces comienzan de a poco, pilotean y después van haciendo *roll out* y escalando la innovación. Pero si uno no empieza a pensar en nuevas soluciones, cuando el mundo cambie será muy tarde. </>



La entrevistadora es MBA por el IPADE Business School y profesora invitada del área de Entorno Político y Social en dicha institución. Emprendedora y socia fundadora de Brilio.

# Tequila Clase Azul® AÑEJO

## Un Sorbo de *nuestro* *México* culturalmente exquisito.

La esencia de Clase Azul radica en redescubrir, apreciar y compartir las grandes bondades de México con el mundo. Aquel México de belleza fascinante y culturalmente exquisito enriquecido con su historia, tradiciones ancestrales, leyendas, cuentos y relatos. Pero también ese México que vibra al son de la alegría, del trato cálido, de esa cercanía humana, de ese corazón unido y ese gusto por celebrar la vida.

Es por eso, que el proceso que conlleva la creación del artesanal Tequila Clase Azul, incluye el anhelo de cautivar al mundo a través de la magia del tequila. Un resultado obtenido tras el entusiasmo y trabajo humano, donde cada mano que contribuye en el proceso, hace una gran diferencia, plasmando en cada pieza sus habilidades, conocimientos, tradiciones, sentimientos y valores muy mexicanos. Pues cabe mencionar que cada botella es elaborada de manera individual y totalmente a mano por una pequeña comunidad de artesanos, pertenecientes a la cultura indígena Mazahua, por lo que cada pieza es única e irrepetible.

Así con un sorbo de Clase Azul y una exquisita pieza de arte en mano, el mundo brinda por ese México culturalmente exquisito.



AUTÉNTICO ✨ HUMANO ✨ ARTESANAL