

Los desayunos de INFORMACIÓN



BBVA



RAFA ARJONES

Encuentro La empresa social desde diferentes puntos de vista

► La cita celebrada en INFORMACIÓN y organizada de manera conjunta por el periódico y BBVA contó con la presencia de diversos profesionales que de una forma u otra trabajan en el ámbito de la empresa social. De izquierda a derecha, el subdirector de INFORMACIÓN Fernando Ramón; Pablo Cervera, director ejecutivo de ProtOs, la empresa que ha desarrollado el proyecto ZeroAcoso, e Isabel Baixaulí, responsable del mismo; Eduardo Jacquemin, gerente de Geodron Solutions; Rosa Escandell, gerente de A Puntadas; Iria Hernández-Cañizares, directora de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA España; y José Vicente Berná, profesor de la Universidad de Alicante y promotor de iniciativas emprendedoras entre el alumnado de este centro académico. Todos ellos expusieron sus experiencias y sus impresiones acerca de hacia dónde debe evolucionar la gestión de la empresa con vocación social.

El papel social de la empresa como un valor añadido a la rentabilidad

► Emprendedores, representantes del BBVA y la Universidad de Alicante abordan en INFORMACIÓN la puesta en marcha de proyectos con vocación de implicación ► El apoyo para consolidar las ideas que desarrollan estas firmas es fundamental

ANTONIO TERUEL

■ La labor social está presente en la actividad de muchas empresas, pero la continuidad de buena parte de esos proyectos depende de su capacidad para compaginar esa tarea de compromiso hacia el entorno o hacia alguna misión en concreto con la viabilidad económica. Por ello, resulta vital que estas ideas cuenten con el respaldo de una estrategia clara a nivel comercial, que favorezca su desarrollo al mismo tiempo que se incide en la atención a esos fines sociales que la han originado. Y, en este sentido, con frecuencia se necesita ayuda externa, no únicamente económica, sino también de asesoramiento en la toma de decisiones y de acompañamiento en la evolución de la empresa.

Éstas fueron algunas de las principales cuestiones expuestas en el desayuno informativo sobre emprendedurismo social organizado de manera conjunta por INFORMACIÓN y el BBVA, celebrado esta semana en las instalaciones del periódico y en la que se dieron cita responsables de varios proyectos desarrollados en esta línea en los últimos años. El encuentro contó también con representantes

Iniciativas como la de BBVA Momentum hacen más fácil el progreso de proyectos ya nacidos y que necesitan crecer

de la citada entidad bancaria y de la Universidad de Alicante (UA), por la implicación que ambas instancias tienen en la puesta en marcha y consolidación de este tipo de iniciativas. Todos los intervinientes coincidieron en la importancia de que surjan ideas empresariales implicadas con la sociedad de la que forman parte, pero también cómo es fundamental que, una vez creado, el proyecto consiga mantenerse.

El debate estuvo moderado por el subdirector de INFORMACIÓN Fernando Ramón, que apuntó la relevancia del emprendedurismo desde el punto de vista social y dio paso a la directora de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA España, Iria Hernández-Cañiza-

res, quien explicó el funcionamiento de BBVA Momentum, el programa que la entidad tiene de manera específica para emprendedores del ámbito social, con el objetivo de ayudarles en su consolidación y ampliación. Tal y como explicó, «el emprendedor tiene muchas ganas» de sacar adelante su proyecto, «pero no siempre es un gestor de empresas». En este sentido, agregó que en muchas ocasiones la idea inicial «va creciendo» y quien lo impulsa no sabe cómo manejar esa situación, por lo que «les ofrecemos herramientas» formativas y de asistencia.

Esa formación tiene una parte presencial, aunque ahora mismo es online en un 60%. A cada emprendedor social, explicó Hernández-Cañizares, «se le asigna la figura de un mentor que le acompaña estratégicamente y le ayuda a crear un plan de crecimiento». A esto se añade el asesoramiento de un «especialista» a través de una plataforma online. La duración de los programas Momentum de BBVA es de un año y el objetivo, tal y como señaló la directora de Responsabilidad Social Corporativa, es que los participantes «terminen con un plan de crecimiento» para

La cifra

50%

Plantilla en riesgo de exclusión en las empresas

► Dado que una de las finalidades de la empresa social es la inserción laboral, la normativa establece que la mitad de la plantilla sean personas en riesgo de exclusión.

sus proyectos, junto con «habilidades y conocimientos» para seguir adelante.

Una de las iniciativas mostradas en esta jornada fue la de A Puntadas, una empresa social dedicada a la confección textil y que tiene su sede en el Parque Empresarial de Elche. Su gerente, Rosa Escandell, explicó que lograron certificarse como empresa social en 2011 (aunque la idea se empezó a gestar en 2007), con la ayuda de la Fun-

dación Juan Perán (Grupo Pikolinos), y que, como tal, el 50% de su plantilla está conformada por personas en riesgo de exclusión, con una especial atención a las mujeres. Además, ofrecen formación, tanto previamente a la incorporación al puesto de trabajo (a lo largo de ocho meses), como posteriormente de manera paralela a la actividad laboral. Por esas mismas características de empresa social, la permanencia máxima en la plantilla es de tres años, aunque Escandell se felicitó de que «la mayoría de las personas que han salido de A Puntadas tienen ahora un contrato indefinido», lo que pone de manifiesto el éxito de la idea desde el punto de vista social, aparte de la viabilidad económica. A esto contribuye la existencia de convenios con otras empresas, en las que terminan muchas de sus empleadas.

La gerente de esta firma ilicitana explicó que ese compromiso social va más allá del perfil de la plantilla y que se extiende tanto al proceso de fabricación del producto y a los materiales empleados, así como al respeto por el medio am-

Economía



Los desayunos de INFORMACIÓN

► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

biente. Al respecto, Escandell detalló que A Puntadas es la única empresa de su sector en Europa con un certificado que «garantiza toda la trazabilidad de la prenda», en confección, estampación, etiquetaje y otros puntos del proceso. La responsable comentó que la puesta en marcha del proyecto obedece en buena medida a su propia «inquietud social y medioambiental», desarrollada en parte en 20 años de experiencia en el ámbito de la cooperación, en la que ha podido conocer realidades tan distintas a la nuestra como la de Bangladesh.

A Puntadas es uno de los proyectos tutorizados hasta la fecha por BBVA Momentum. Escandell destacó el efecto positivo de este tipo de programas, porque aunque el hecho de ser una empresa social le permitió acceder al inicio a una ayuda de la Generalitat, en el día a día la firma es una Sociedad Limitada como cualquier otra. Por ello, consideró «buena» esa formación para emprendedores, entre otras cosas porque «te hace parar y analizar dónde estás y a dónde quieres llegar».

El objetivo inicial de acceder a Momentum fue «el crecimiento y el lanzamiento de marca», algo que a su juicio «es un valor» y que lograron consolidar, con el nombre de Malas Meninas. La gerente de A Puntadas recalcó también que «la inversión y la innovación deben ser constantes», al tiempo que lamentó la «falta de gestión en el sector social», ya que, en su opinión, «debe llevarse como una empresa», es decir, con la idea de ser rentable y mantenerse, algo perfectamente compatible, dijo, con la filosofía de actuación de compromiso con el entorno.

Herramientas útiles

También ha sido mentorizado por BBVA Momentum el programa ZeroAcoso, desarrollado por la empresa valenciana ProtOs. Su director ejecutivo, Pablo Cervera, explicó que nacieron como una firma de «tecnologías de la educación» y que, dentro de este propósito, detectaron la «necesidad» de buscar herramientas para frenar el acoso «y analizamos las formas de cómo atacarlo». En este sentido, pensaron que lo más adecuado sería un recurso digital que «rompiera la barrera del silencio» y al mismo tiempo «no comprometiera su identidad». El resultado fue ZeroAcoso, una aplicación para dispositivos móviles con un sistema de mensajes similar a los de uso más común.

De esa forma, añadió Cervera, «se permite que el escolar pueda contar si tiene algún problema, y que reciba ayuda», ya que «los mensajes llegan al centro escolar», y más concretamente a una perso-



«El emprendedor tiene muchas ganas de desarrollar su idea, pero no siempre es un buen gestor de empresas»

IRIA HERNÁNDEZ-CAÑIZARES
BBVA



«Hace falta gestión en el sector social, saber que los proyectos deben llevarse como empresas para que sean viables»

ROSA ESCANDELL
A PUNTADAS



«Buscábamos una fórmula que rompiera la barrera del silencio y no comprometiera la identidad de quien sufre acoso»

PABLO CERVERA
ZEROACOSO



«La mensajería es un canal de comunicación útil porque es el que utilizan los jóvenes y que además sirve para reeducar»

ISABEL BAIXAULI
ZEROACOSO



«Hay poco conocimiento del potencial que tenemos en el espacio aéreo para la gestión de entornos agrícolas o urbanos»

EDUARDO JACQUEMIN
GEODRON SOLUTIONS



«La universidad es una olla a presión de ideas, pero luego los alumnos se encuentran con una realidad mucho más difícil»

JOSÉ VICENTE BERNÁ
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

La inserción laboral de personas en riesgo de exclusión y la lucha contra el acoso son aplicaciones de la empresa social

na designada específicamente para ello, por lo general quien se encarga del servicio de Orientación. La otra parte puede, a su vez, «categorizar» las conversaciones según el tipo de incidencia. Esto supone contar con «una información valiosísima sobre los problemas reales» que puede haber en

un centro escolar, además de «aplicar medidas correctivas y preventivas» para atajarlo.

Esa última era una finalidad especial, ya que, según Cervera, la prevención permite «anticiparse» a problemas que pueden ser «muy complejos y muy difíciles de revertir», y que pueden generar «un su-

frimiento de meses o años» para las víctimas. Con actuaciones como ésta se pueden «cortar las dinámicas antisociales que son el germen del acoso»; al respecto, añadió que la mayoría de los mensajes que se reciben son de situaciones en un estado inicial, que aún tienen una solución relativa-

BBVA



mente fácil. El sistema está ya implantado en diversos centros escolares españoles, pero también se está trabajando en México y Ecuador, y con mejores resultados aún que aquí.

Isabel Baixauli, responsable en primera instancia de ZeroAcoso, destacó que la herramienta de mensajería es «un canal de comunicación útil», puesto que «lo que ahora usan los jóvenes es el móvil». Un instrumento que, recalzó, sirve también para «reeducar». Asimismo, echó en falta que no se pueda trabajar de la mano con la Administración en este tema porque en España «ningún organismo puede obligar a los colegios a utilizar un mecanismo» específico de control y, además, «los centros son muy diversos» en cuanto a la composición de su alumnado o a factores socioeconómicos.

No obstante, insistió en que «si la intervención no se hace en el mismo centro, se sigue teniendo el mismo problema». Por este motivo, hizo hincapié en la necesidad de «trabajar» y, además, «hacerlo a la par con la víctima y con el entorno». Además, defendió la idoneidad del sistema desde el punto de vista de los recursos actuales de los centros escolares, ya que si varios de ellos comparten un mismo orientador, ZeroAcoso permite que esta persona «pueda conocer y controlar todas las situaciones» que se den al mismo tiempo.

Sobre los tipos de situaciones que se pueden detectar (y, por lo tanto, actuar sobre ellas), Baixauli aludió a hipotéticas situaciones de acoso por cuestiones raciales, de orientación e identidad sexual y de tipo económico, como algunas de las más comunes. No obstante, la responsable de ZeroAcoso apeló a que los organismos públicos faciliten más datos sobre este tema y más pormenorizados, de forma que eso permita conocer mejor los posibles escenarios que pueden darse y, por lo tanto, trabajar con mayor eficiencia.

Campo para la innovación

La empresa social también puede caber en ideas más innovadoras, como la lanzada por Geodron Solutions, dedicada a la utilización de drones para sobrevolar espacios agrícolas y de esta forma grabarlos o fotografiarlos, y trabajar a partir de los resultados que se obtengan. El gerente, Eduardo Jacquemin, comentó que «comenzamos con la idea de que el espacio aéreo está infravalorado para conseguir datos», y que, en el campo, estos vuelos pueden servir para «un análisis de cultivos que permita reducir costes en agroquímicos», entre otros aspectos. Sin embargo, lamentó, la legislación actual impide un desarrollo absoluto de estos medios.

Al respecto, Jacquemin apuntó que la legislación actual impide re-



Un momento del encuentro sobre emprendedurismo social en la sede de INFORMACIÓN. RAFA ARJONES

Valores compatibles con la calidad de los productos y con la competitividad

Los asistentes coinciden en señalar que la empresa social puede ser viable a la vez que tiene una responsabilidad

A. T.

■ La necesidad de gestionar los proyectos sociales como empresas fue una constante repetida por todos los asistentes en diversos momentos del encuentro. Iria Hernández-Cañizares defendió que se trata de «un reto doble», ya que «por una parte se quiere satisfacer una necesidad y al mismo tiempo es obligado ser sostenible» desde el punto de vista económico. Por este motivo, consideró que las empresas sociales son «doblemente héroes». En este sentido, José Vicente Berná apostilló que «si no ganas dinero no te sostienes», y eso impide la continuidad de las iniciativas; por ello, apeló a «hacer previsiones a

medio o largo plazo» y analizar los posibles temas a resolver.

Sobre esto, Rosa Escandell añadió que «tienes que pensar en tener beneficios, pero también en qué hacer con ellos», haciendo hincapié en que deben «reinvertirse en el valor social». Asimismo, hizo hincapié en la calidad de los productos o los servicios de la empresa como una cuestión perfectamente -o incluso obligadamente- compatible con esa vocación social: «Hay que romper moldes y no asociar lo social a lo cutre», y sí «poner la mirada en que hay que ganar dinero», precisamente porque esa es la forma de mantener el compromiso y la responsabilidad con el entorno. También Isabel Baixauli incidió en este mismo aspecto en que sólo así se consigue «dar un servicio de calidad».

Por su parte, Eduardo Jacquemin apuntó que «también es un tema cultural», porque cuesta mucho dar a conocer los diferen-

tes proyectos y eso implica «invertir mucho dinero en marketing y necesitar mucha financiación». Ante esto, apeló a que desde la Administración se tomen medidas como la aplicación de bonificaciones fiscales o reducciones en el precio de los alquileres. Rosa Escandell tomó el testigo de esta consideración y recordó que en la Comunidad Valenciana ya existe una Ley de Economía Social «que no se aplica». Al hilo de ello, Pablo Cervera incidió en que «la clave está en dejar de decir y empezar a hacer».

La necesidad de una orientación en la gestión empresarial fue otro de los asuntos en los que más se insistió en esta sesión. Rosa Escandell recalzó que «es una parte fundamental», al igual que Pablo Cervera, quien destacó el factor «enriquecedor» de las sesiones presenciales de BBVA Momentum, por el intercambio de experiencias que supone con otros profesionales del mismo ámbito.

En el ámbito de la empresa comprometida con su contexto también tienen cabida los sectores más innovadores

alzar este tipo de vuelos, y que aunque se prepara una normativa europea que lo regule no se sabe cuándo entrará en vigor. Esta falta de adaptación legal tampoco hace posible la realización de vuelos en espacios urbanos para medir fugas de calor en edificios, algo que sí es posible llevar a cabo en países como Dinamarca. También en Argentina están realizando otro proyecto vinculado al turismo. El he-

cho de que en España no exista todavía una regulación específica provoca que «estemos perdiendo posibilidades de trabajo». Con todo, confió en que la situación cambie como mucho a medio plazo. Para el gerente de Geodron Solutions, existe «poco o limitado conocimiento de los potenciales que tenemos» en cuanto al uso de drones para acciones que de alguna forma tienen una utilidad so-

La universidad es una importante fuente de talento desde la que abrirse a los éxitos y también a los fracasos

cial, y que podrían aplicarse en situaciones como la descrita de evaluar desde el aire los campos de cultivo.

Buena parte de las ideas emprendedoras nacen de focos del conocimiento como son los centros de formación superior. Al respecto, el profesor del Departamento de Tecnología Informática y Computación de la UA José Vicente Berná, promotor de iniciativas de este tipo por parte de alumnos, resaltó que «la universidad es una olla a presión de ideas», aunque los propios estudiantes se encuentran luego con que «la realidad es muy difícil» y no todos los proyectos que se plantean llegan a materializarse o a tener un recorrido largo. Pese a todo, desde el departamento se hace hincapié en el estímulo y en el desarrollo de ese talento.

En este sentido, Berná explicó que en la carrera de Ingeniería Multimedia el último curso se enfoca de manera específica a la creación de un proyecto, «que debe ser comercial o viable». De esta forma, señaló, los estudiantes «se pueden dar cuenta de que tal vez las ideas que ellos tengan no son tan diferentes o tan originales», y eso les haga agudizar el ingenio para tratar de buscar alguna alternativa. Últimamente se ha apostado por una fórmula distinta, la de que sean empresas las que acudan a la universidad y propongan «retos» a los alumnos, con una acogida bastante buena.

El profesor habló también de la experiencia realizada con la plataforma dedicada al trueque de artículos de todo tipo, «Quiero cambiarlo», que necesitaba de una renovación comercial y tecnológica y con la que se trabajó desde la propia UA. Berná remarcó el valor de acciones como ésta, ya que «estamos hablando de personas, en general, sin mucha experiencia profesional» y ese «salto al mundo real» puede ser «muy enriquecedor», porque «permite formar parte del éxito y del fracaso de una empresa». Sobre esto, puso especial énfasis en «saber gestionar el fracaso», que es «otra forma de aprender y continuar» y hacer además que los estudiantes «salgan de su zona de confort y generen soluciones a problemas». Por este motivo, apostó por la extensión de modelos de este tipo dentro del ámbito universitario.