

Empresas sociales como catalizadores del desarrollo en las regiones del Perú

Por: Rosa María Fuchs, María Ángela Prialé y Susy Caballero

Mensajes clave

- En un contexto de brechas sociales y económicas persistentes se propone considerar a las empresas sociales como potenciales vehículos para acortarlas.
- Las empresas sociales son iniciativas privadas que buscan resolver problemas que no han sido resueltos por el Estado, aunque no buscan reemplazarlo. Generan sus propios fondos y son gestionadas empresarialmente.
- Entre las responsabilidades de los Gobiernos regionales figuran la promoción del desarrollo económico y social de sus localidades. En ese sentido, promover la creación de empresas sociales puede ser un eje importante de trabajo a abordar como parte de esa competencia.
 - Para lograrlo, como lineamientos de política pública se sugiere:
 - Identificar, seleccionar y visibilizar a los emprendedores sociales locales y sus iniciativas.
 - Proporcionar el soporte necesario para lograr el desarrollo de emprendimientos sociales con alto impacto.
 - Institucionalizar los emprendimientos sociales exitosos en el marco de políticas públicas.

I. Introducción

En el Perú, a pesar de la reducción de la pobreza experimentada en la última década, aún existen una serie de tareas por enfrentar para lograr mayor inclusión y reducir la inequidad en la distribución de la riqueza. La falta de acceso a una educación de calidad, la insuficiencia de empleo con condiciones y salarios dignos, y la ineficiente infraestructura de servicios básicos ponen en evidencia brechas que limitan el ejercicio de los derechos ciudadanos. Superar estas persistentes estructuras de desigualdad requiere innovación, y para que ella se produzca sistémicamente son fundamentales la sinergia entre la acción pública, la empresarial y la de la sociedad civil.

En este contexto de brechas sociales y económicas persistentes se propone considerar a las empresas sociales como potenciales vehículos para acortarlas. La idea de base es dar a las empresas sociales el soporte adecuado para que se desarrollen, sin que ello necesariamente implique el desembolso de recursos financieros públicos.

El potencial transformador de las empresas sociales ya ha sido identificado por los Gobiernos de Colombia y Chile, que han implementado políticas de fomento de la innovación social y de la generación de empresas sociales.

II. La empresa social

Es una organización que nace con el fin de resolver algún problema social o ambiental y que se sostiene económicamente gracias a una dinámica empresarial que involucra la venta de productos o servicios. Dado que en el Perú no hay una forma legal específica para designarlas, pueden estar inscritas como organización con o sin fines de lucro.

La principal diferencia entre una empresa comercial y una social es que la primera busca generar valor económico y, como consecuencia natural de su actividad, produce valor social. La segunda, en cambio, define como prioridad crear valor social, siendo la generación de valor económico (ingresos propios) la forma seleccionada para sostener la iniciativa social.

La diferencia entre una empresa social y una organización sin fines de lucro es que mientras esta depende de manera mayoritaria o total de donaciones, una empresa social genera sus propios fondos y tiene una gestión empresarial.

Por último, la empresa social no compite con los programas sociales gubernamentales, pues estos son la herramienta natural que tienen los Gobiernos para cumplir con su obligación redistributiva y se sostienen mediante el pago de impuestos de sus ciudadanos. Las empresas sociales son iniciativas privadas para resolver problemas que no han sido resueltos por el Estado. Para su sostenimiento no se usan fondos públicos, sino recursos generados en el mercado.

Para que una empresa social sea exitosa, debe cumplir por lo menos las siguientes características:

- Liderazgo adaptativo
- Fortalecimiento de competencias en gestión
- Empatía y comunicación efectiva
- Sostenibilidad económica
- Escalabilidad

III. El desafío de las regiones

Los Gobiernos regionales tienen dentro de sus responsabilidades la promoción del desarrollo económico y social de sus localidades. Fomentar la creación de empresas sociales puede ser un eje importante de trabajo a abordar como parte de esa competencia.

Dado que las empresas sociales trabajan en simultáneo los ámbitos social y económico, pueden no solo ayudar a reducir las brechas, sino también apoyar a incrementar la competitividad de la región, al alinear agendas y enfocarse en las prioridades locales.

Una primera limitación para el desarrollo de las empresas sociales a nivel de las regiones es el escaso conocimiento que existe de ellas. En consecuencia, es necesario un trabajo de difusión y educación alrededor del concepto.

Desde lo público, el principal desafío consiste, entonces, en visibilizar y promover las iniciativas de emprendedores sociales cuyas experiencias exitosas puedan ser tomadas como referencia para otros emprendedores.

Asimismo, es necesario consolidar un sistema adecuado en el que distintos actores sociales —emprendedores, academia, Gobierno, sector privado, tercer sector, entre otros—, actúen de manera articulada para la promoción de este nuevo y prometedor sector.

IV. Lineamientos de política pública

- **Identificar, seleccionar y visibilizar a los emprendedores sociales y sus iniciativas**

La mayoría de emprendedores en países emergentes como el Perú lo son por necesidad, pues no tienen una mejor opción laboral. Por ende, su potencial de desarrollo es limitado, dado que al recibir más dinero posiblemente no lo invertirían en su negocio, sino en cubrir sus necesidades básicas. De ahí la necesidad de identificar con mayor rigor a los emprendedores a ser apoyados por las iniciativas regionales.

- **Proporcionar el soporte necesario para lograr el desarrollo de emprendimientos sociales con alto impacto**

Una vez identificados los emprendimientos con mayor potencial de impacto, se debe buscar su consolidación

y escalonamiento mediante la facilitación de recursos —capital social, intelectual y financiero— y la eliminación de barreras del sistema. El Gobierno regional deberá simplificar el proceso y otorgarles el soporte necesario.

- **Institucionalizar los emprendimientos sociales exitosos en el marco de políticas públicas**

Como tercer y último paso se deben trabajar procesos que se orienten a la consolidación de las empresas sociales que demostraron alto impacto, buscando ampliarlas y fortalecerlas. Asimismo, desarrollar políticas públicas concretas que faciliten la consecución de sus objetivos sociales y/o ambientales. En ese sentido, los acuerdos público-privados entre Gobierno regional y empresas sociales han demostrado su efectividad en contextos similares al peruano.

Para acceder a este texto completo y al resto de propuestas vinculadas con la descentralización en el Perú, visite: www.agenda2014.pe

Rosa María Fuchs Ángeles. Ph.D. (c) por la Universidad Carlos III de Madrid. International MBA por el Instituto de Empresa, España y Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico.

María Ángela Priale Valle. Magíster en Desarrollo y Ayuda Internacional, por la Universidad Complutense de Madrid. Estudios doctorales en el Programa de Gobierno y Administración pública de la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico.

Susy Caballero Jara. M.Sc. International Development Studies por la Universidad de Ámsterdam (cum laude) y Licenciada en Administración de Empresas, Universidad del Pacífico.