



¿Qué es un negocio social?

Comenzamos la reunión de negocios sociales -en la cual participamos 23 emprendedores de Ashoka y Artemisia, además de personas de los equipos de ambas organizaciones-, planteando diferentes dilemas y oportunidades que hoy tienen los negocios sociales para desarrollarse y avanzar.

Antes de llegar al encuentro habíamos hecho un ejercicio entre todos: cada uno hizo su propia definición de lo que es un negocio social. Como si no sobraran ya definiciones en este abordaje que se está comenzando a perfilar, que además de definiciones distintas tiene nombres diversos: negocios sociales, empresas sociales, negocios inclusivos, y así seguimos. No es la definición lo que importa, sino el común de nominador, el punto esencial en el que todos acordamos: un negocio o empresa social **utiliza mecanismos de mercado** –esto es, ofrece un bien o servicio por el cual recibe un pago que cubre sus costos y genera excedentes- **para brindar mayores beneficios a sectores de la sociedad que hoy están excluidos**. O sea, un negocio social es un medio, no un fin en sí mismo.

De qué manera un negocio social logra generar estos mayores beneficios sociales? Puede hacerlo porque su **proceso productivo o de distribución** genera oportunidades de empleo o de mejora de ingresos a personas en situación de vulnerabilidad: pequeños productores, recicladores, mujeres que sufren de violencia doméstica, personas con discapacidad intelectual, jóvenes en situación de riesgo u otros grupos que no tienen posibilidades reales de acceder al mercado de trabajo. En este grupo están Agencia Mandalla www.agenciamandalla.org.br, El Arca www.elarcamendoza.com.ar, Granja Andar www.productosdeandar.blogspot.com, Naidí www.espave.org.co, Instituto Papel Solidario www.papelsolidario.org.br, Lua Nova www.luanova.org.br, Aliança Empreendedora www.aliancaempreendedora.org.br, Ciudad Saludable <http://www.ciudadsaludable.org/> o Interrupción www.interrupcion.net.

Otra manera en la que un negocio social genera estos mayores beneficios es **logrando que los sectores más pobres puedan acceder a productos y servicios que son críticos para mejorar su calidad de vida**, vinculados con la salud, el acceso al agua, la energía, la vivienda y otros. Así trabajan Community Enterprise Solutions - CES www.cesolutions.org, ETV www.etvida.com.ar, ASEMBIS www.asebriscr.com, Ama - gi www.lausina.org, o Solar Ear www.institutocefac.org.br

Muhammad Yunus, en su libro Creando un Mundo sin Pobreza, menciona un tercer tipo de negocio social, en el cual el beneficio social no está dado por el producto, el servicio o la operación del negocio, sino por **su propiedad**. Por el hecho de que la propiedad de las acciones de este tipo de negocio es de personas pobres o en alguna situación de vulnerabilidad, cualquier ganancia generada por las operaciones de la empresa se destinará a mejorar la calidad de vida de sus dueños.

Negocios o empresas sociales, es un abordaje que ya está totalmente definido? No. Que tiene un potencial de impacto muy alto, ya que intenta combinar lo mejor de las organizaciones sociales con la empresa privada? Sin duda, y para ello basta mirar la experiencia de estos y muchos otros

emprendedores que se animaron a encarar este camino. Sin embargo, quedan por delante importantes desafíos vinculados con la producción, a la legislación, los indicadores, a la gobernanza o al acceso al financiamiento de estos negocios sociales, entre otros temas. Sobre todos ellos hablaremos en estos días en este espacio.

Paula Cardenau
Cardenau/pcardenau@ashoka.org

Octubre 2009