

## EMPRENDIMIENTO SOCIAL

**Criterios empresariales  
en la actividad solidaria**

# Emprender con criterios sociales y agregando valor

Cuando se vive un cambio de época y toca reconstruir todos los paradigmas, ningún sector puede permanecer ajeno. Todos se transforman, se reinventan, se resitúan, y surgen nuevos espacios llamados a cubrir necesidades hasta ese momento poco conocidas o apenas intuitas.

Algo así ha pasado con lo que ahora conocemos como el cuarto sector o el emprendimiento social. Una apuesta por la creación de empresas, riqueza y valor, desde su triple dimensión económica, social y ambiental. O dicho de otra manera: negocios que son rentables para el conjunto de la sociedad y por lo tanto, sostenibles en sí mismos y para los que invierten en ellos.

El mundo de la empresa puede experimentar así una transformación fundamental en la concepción de los negocios y las inversio-

nes. Ya no se trata sólo de generar beneficios para los arriesgan su capital y su trabajo – que también -, sino que finalmente se ha entendido que la mejor manera de hacer esto de forma sostenible es agregando valor al conjunto de la sociedad. Y para eso, las variables económicas, sociales y ambientales son fundamentales.

Este tipo de iniciativas, que nacieron y crecieron en el ámbito de la economía social ligada a sectores en riesgo de exclusión, en este momento están saltando la valla para extenderse a todo tipo de actividades. Nuevos tiempos y nuevos paradigmas... También en el mundo de los negocios.

**Negocios que son rentables para el conjunto de la sociedad.**

# SUMARIO



4

## REPORTAJE Emprendimiento social

Crerios de la economía de mercado a la actividad solidaria y sin ánimo de lucro.



10

## INFORMACION Momentum Project

Un programa de capacitación y apoyo para una economía con soluciones sostenibles.



22

## REPORTAJE El caso de la Fageda

Una empresa con alma enclavada en el interior de Cataluña.



28

## ENTREVISTA Alfred Vernis y Olga Porro

“Los emprendedores sociales son imprescindibles”.

**SECCIONES:** Editorial. Pág. 2/ **esPosible** comerciar con justicia. Pág. 36 / **Ecodiseño**. Ecoinnovación para competir. Pág.38 / **Musgo cultural** Pág. 39

**esPosible**

Edita: **Ecodes** Plaza San Bruno, 9, 1º oficinas 50001 Zaragoza revistaesposible@ecodes.org / Consejo editorial: **Cristina Monge, Victor Viñuales, Eva González y Ana Mastral** / Coordinación: **Rafael Bardají** / Diseño: **César Jiménez** / Ilustración de contraportada: **Josema Carrasco**

# La incidencia social con métodos empresariales

El emprendimiento busca el beneficio para seguir actuando en la transformación social.



La Fageda, en Cataluña, es una de las experiencias de emprendimiento social de mayor éxito.

Buscar el beneficio financiero es el principal objetivo de toda persona que quiera montar un negocio. Es la base para el desarrollo y ampliación de la empresa, así como la generación de riqueza dentro de una economía de mercado. Por otro lado, buena parte de la actividad de la Administración pública y de las organizaciones sin ánimo de lucro persiguen el bienestar de los ciudadanos y de colectivos desfavorecidos. De esta forma, podemos hablar del primer sector (el gobierno y lo público), el segundo (la iniciativa privada y la empresa) y el tercer sector, conformado por las ONG.

En los últimos años ha venido cobrando fuerza un fenómeno que no es exclusivamente social pero tampoco exclusivamente empresarial y que se puede denominar el cuarto sector. Se trata de la convergencia de los tres anteriores y no es otra cosa que aplicar criterios de la economía de mercado a la actividad social. Pero el fenómeno alcanza también a organizaciones con ánimo de lucro cuyo propósito principal es de carácter social.

En lugar de maximizar el beneficio de las participaciones de sus accionistas, el principal objetivo de las empresas sociales es generar impacto social y medioambiental.

Como destacan en el prólogo del libro *'Capitalismo 2.0'* sus autores Patricia Sáez y Luis Pateras, "hace diez años el concepto de emprendedor social era prácticamente desconocido. Más aún la idea de una organización sin ánimo de lucro que actuara de modo empresarial era inconcebible, algo prohibido.



*En la imagen, una de las sesiones de la iniciativa de Momentun Project con emprendedores.*

La sola idea de mezclar una misión social con dinero era inimaginable”. Se tenía la sensación de que los métodos empresariales en las organizaciones cívicas iban en contra de su ética.

Un emprendedor social no actúa solo y para el éxito de su misión hace falta un especial espíritu de continua innovación, adaptación y aprendizaje. El apoyo en sus primeros pasos, el intercambio de conocimiento y experiencias, la búsqueda de soluciones colectivas, la permanente formación y, algo muy importante, las búsquedas de sistemas de financiación que entiendan el valor social de la inversión son algunas de las condiciones para el éxito la empresa.

Pero además tal como apuntan Roger L. Martin y Sally Osberg en un informe de 2007, “El emprendimiento social, un caso para la definición” para la

**Un emprendedor social no actúa solo y para el éxito de su misión, hace falta un especial espíritu de continua innovación, adaptación y aprendizaje.**

Stanford Social Innovation Review, el emprendedor social debe tener creatividad, coraje y fortaleza. En el artículo citado se destaca que “el objetivo es encontrar un equilibrio estable en la iniciativa que asegure un beneficio permanente para el grupo objetivo y a la sociedad en general”. Es decir, se trata no solo de resolver los problemas del grupo a que va destinada la gestión, sino también a que cada una de las experiencias sirvan para contribuir a un cambio social positivo.

El movimiento se ha popularizado en los últimos años en USA y está emergiendo con gran fuerza en Europa. Actualmente en España, numerosas organizaciones con principios sociales y de atención

a los más desfavorecidos se están guiando por criterios basados en el emprendimiento. **La Fageda** - una cooperativa catalana de iniciativa social sin ánimo de lucro, creada en Olot en 1982 y cuya finalidad es la integración laboral de las personas de la comarca de la Garrotxa (Girona) que sufren discapacidad intelectual o trastornos mentales\_ sería una de los ejemplos paradigmáticos. Junto a esta y otras muchas iniciativas han surgido lugares de encuentro de apoyo a los emprendedores sociales, como Hub Network, una idea desarrollada en Londres en 2005 y que hoy está presente en más de 30 ciudades de los cinco continentes, incluida Madrid.

Más reciente es el ejemplo de Momentum Project, una iniciativa impulsada por **BBVA** y **ESADE** con la colaboración de la Fundación PwC, que apoya con financiación y formación a emprendedores sociales con potencial de crecimiento. O el de **Hiberis**, asociación aragonesa, que tiene como fin fundamental el desarrollo y la divulgación del emprendimiento y la innovación social. Con gran incidencia en América Latina y Europa, cabe citar a **Fundación Avina**, creada en 1994, y cuyo objetivo es consolidar, de forma sostenible, el desarrollo de emprendedores sociales en actividades de medio ambiente.

Los orígenes del movimiento del emprendimiento social pueden encontrarse en la organización **ASHOKA**. Creada en 1981 por Bill Drayton, se trata de una organización sin fines de lucro con sede en Arlington, Virginia, EE.UU. Entre sus objetivos figura el apoyo a los emprendedores sociales a través de un enfoque



*Lugar de trabajo del CEE Apunts.*

**La financiación es una parte fundamental para desarrollar un proyecto de emprendimiento social.**

de inversión social con el objetivo de elevar el sector ciudadano a un nivel competitivo igual que el sector empresarial. La organización opera actualmente en más de 70 países y apoya el trabajo de más de 2.000 emprendedores sociales, que fueron elegidos como Emprendedores Sociales de Ashoka. Hoy en día, Ashoka tiene unos ingresos anuales de cerca de 30 millones de dólares, y se ha expandido a América del Norte, Europa Occidental, Asia Oriental y el Medio Oriente.

Cabe citar en este contexto a la **Skoll Foundation**, creada en 1999 por Jeff Skoll con el fin de perseguir su visión de un mundo de paz duradera y prosperidad. Liderados por el CEO de Sally Osberg desde el año 2001, su misión es impulsar el cambio a gran escala mediante la inversión en la conexión y la celebración de los emprendedores sociales y los innovadores que les ayuden a resolver los problemas más apremiantes del mundo. Los emprendedores sociales son agentes de cambio de la sociedad, los creadores de innovaciones que alteran el statu quo y transformar nuestro mundo para mejor.

La financiación es una parte fundamental para desarrollar un proyecto de emprendimiento social. Por eso “Momentum Project tiene destinado un fondo para el buen desarrollo de la iniciativas. En el caso de Ashoka se pusieron en marcha los Servicios Sociales Financieros programa para hacer frente a la falta de cantidad y diversidad de apoyo financiero a los emprendimientos sociales.

Dentro de las diversas experiencias en financiación, donde existen muchas organizaciones destinadas al microcrédito, cabe citar como un ejemplo a **ACUMEN** en Estados Unidos o Equitas Ventures en Argentina. Su misión es constituirse en una alternativa innovadora para la financiación de proyectos sociales y ambientales rentables, ofreciendo a los inversores la oportunidad de participar, a través de sus aportes, del proceso de desarrollo de empresas que contribuyan a la transición de Argentina hacia la sostenibilidad y la equidad.

**Rafael Bardají**

## Algunos casos de éxito

Antonella Broglia, consultora y embajadora de Ashoka, resume algunos casos de éxito dentro del emprendimiento social.

■ Bajando los costes de la electrificación rural un 70-80%, Fabio Rosa ha dado acceso a energía eléctrica y solar a más de 1 millón de personas en Brasil y ha extendido su innovación a más de 23 países.

■ Más de 150.000 personas disfrutan hoy de un mejor sistema de atención médica en las áreas rurales más remotas de Perú, Ecuador, Colombia y Cuba gracias al trabajo del emprendedor social español Andrés Martínez.

■ 4,6 millones de toneladas de emisión de carbono se han evitado gracias a las campañas de sensibilización y los servicios de consultoría en eficiencia energética del emprendedor social alemán Johannes Hengstenberg's.

■ Con más de 750 centros comunitarios Rodrigo Baggio ha permitido a más de 1,5 millones de jóvenes y adultos, en situación desfavorecida en 12 países, utilizar las tecnologías de la información para convertirse en changemakers dentro de sus comunidades.

■ Jimmy Wales ha revolucionado el mundo de la información con la creación de Wikipedia, la enciclopedia gratuita colaborativa que ha dado un valor incalculable al conocimiento colectivo.

■ Faustino Zapico ha transformado el sistema penitenciario español convirtiendo las cárceles en espacios educativos y logrando reducir drásticamente la tasa de reincidencia de un 60-40% a un 20-10%.

■ Bart Weetjens ha logrado limpiar más de dos millones de metros cuadrados de minas antipersona en Tanzania y Mozambique entrenando ratas que, con su olfato, detectan las minas y permiten eliminarlas sin que lleguen a explotar. Solo en África, la limpieza de minas antipersona deja 12.000 víctimas anuales.

■ Steve Collins ha conseguido tratar a más de 1 millón de niños en África, en riesgo de malnutrición severa, ofreciendo alimentos preparados –sin necesidad de refrigeración– y haciendo más eficiente el sistema de distribución. Su revolucionario modelo ha sido adoptado por las principales organizaciones y agencias en este campo.

## Todavía queda esperanza



**Luis Berruete**  
Coordinador  
de CREAS.

**Q**uien duda de que todavía queda esperanza, cuando gran parte del mundo espera..... Espera más igualdad, más respeto, más libertad, más justicia... porque un mundo mejor es posible y hay mucha gente que lo siente cada día. Los emprendedores sociales también lo saben, viven de cerca esta realidad, muchas veces en sus propias carnes. No les gusta lo que les rodea y luchan por cambiarlo. Tienen la convicción de que es posible, imaginan otra realidad mejor, intuyen el potencial de mejora y pasan a la acción.

Tradicionalmente, su actividad se ha realizado desde el entorno de las ONG, pero ahora más que nunca se aprovechan también de los instrumentos del mercado y su capacidad de crecimiento y escalabilidad para conseguirlo. Crean empresas sociales para tal fin, con un clara misión social y/o medioambiental a través de órganos de gobierno también sociales. En sus sistema de trabajo se tienen en cuenta formas de participación colectivas, con esquemas de organización más horizontales, suelen aplicar una horquilla salarial más estrecha y reinvierten casi todos sus beneficios para general más impacto social.

El emprendimiento social, que utiliza sistemas de economía de mercado, no es algo nuevo en España. Tenemos hace tiempo los centros especiales de empleo, los centros de inserción y algunas cooperativas que se pueden considerar dentro de este ámbito. Pero además, desde hace unos años está surgiendo un nuevo sector con las polaridades social y económica más integradas. Es lo que se conoce como cuarto sector. Este nuevo modelo empresarial lleva grandes cambios en la manera de pensar y de actuar. La tarea no es fácil. Si emprender en estos tiempos ya es complicado hacerlo en el campo social, todavía lo es más cuando se trata de maximizar los escasos recursos con los que se cuenta. Debemos entre todos

generar las condiciones -el ecosistema le llaman ahora para que estos proyectos germinen, ya que cuentan con especificidades muy concretas.

Cada vez más medios especializados en responsabilidad social y sostenibilidad se hacen eco de este tipo de iniciativas y recogen de una manera profesional esta realidad. Están, por otra parte, emergiendo soluciones financieras innovadoras específicas como los microcréditos p2p, el crowdfunding o las inversiones de impacto. Quizás el marco regulatorio legal y fiscal sea el que más retrasado va en España, y todavía no ha arrancado como ya lo ha hecho en otros países, sobre todo anglosajones, que en este campo nos llevan unos años de ventaja.

Desde **Creas** trabajamos en esta línea, apoyando a emprendedores sociales, impulsando el ecosistema e invirtiendo en proyectos empresariales que tienen como prioridad la creación de valor social y medioambiental. Utilizamos las inversiones de impacto como instrumento que garantiza la rentabilidad económica y el impacto social, fomentando de esta manera un nuevo modelo de comprensión de las relaciones económicas, sociales y medioambientales. Pero, como siempre, la clave son las personas y en este caso los emprendedores sociales que, si por algo se caracterizan, es por sus valores, por la profunda convicción de que las cosas pueden cambiar y por su perseverancia para conseguirlo.

Si los emprendedores van a ser una de las piezas claves para salir de esta crisis, los emprendedores sociales serán además los que nos marquen el camino para no volver a tropezar en la misma piedra, porque no podemos pretender salir de esta crisis con el mismo modelo económico que nos llevó a ella. Si, todavía queda esperanza, ellos están aquí para recordárnoslo cada día...

# Emprendimiento e inclusión



Fermín Vivanco

**E**l emprendimiento social tiene múltiples facetas en nuestro trabajo en el **Banco Interamericano de Desarrollo** (BID). El BID fue pionero en financiar emprendimientos sociales con la creación del Programa de Empresariado Social (PES) en 1978. El Programa de Empresariado Social promueve la equidad social y el desarrollo económico de los grupos pobres y marginados a través de soluciones sostenibles y escalables de carácter empresarial.

El primer proyecto que vió la luz fue dar un crédito y apoyo técnico a Manos de Uruguay, una organización de mujeres tejedoras a la que ayudamos a insertarse en los mercados. Desde entonces y hasta la fecha con este programa hemos financiado unos 650 proyectos de alrededor de 400 millones de dólares y se estima que ha beneficiado a más de 625.000 microempresarios y pequeños productores con una oportunidad para crecer y generar ingresos. Para esto el PES se ha aliado con más de 500 entidades, principalmente organizaciones de base, entidades micro financieras y empresas privadas en toda la región de América Latina y el Caribe.

Pero más allá de ser un programa, el emprendimiento social es un enfoque de trabajo que está incluido en muchos proyectos del BID, y del Fondo Multilateral de Inversiones, parte del BID. Hemos visto que la lucha contra la pobreza requiere esfuerzos no sólo desde el sector público y sino también desde el sector privado para ser efectiva y sostenible. Además de los programas de protección social desde lo público, es necesario que los emprendedores sociales tengan un espacio y tengan apoyo. Estamos hablando de un entorno que favorezca el emprendimiento social y tengan acceso a apoyo financiero y técnico que les permita tener éxito, generando nuevas empresas sociales y sosteniendo las

que existen. Mi trabajo es también demostrar que los emprendimientos sociales son posibles, mostrar cómo son posibles, que otras entidades puedan aprender y replicar los éxitos.

En algunos casos los emprendimientos sociales los pueden liderar emprendedores, personas, o empresas privadas o cooperativas, u organizaciones de base, o instituciones especializadas en el emprendimiento social.

Uno de los elementos indispensables es que deben tener una lógica doble. Por un lado, requieren una perspectiva de mercado, es decir tienen que responder a una demanda existente con una estrategia factible de negocio, que sea factible desde el punto de vista financiero, y de capacidades.

Por otro lado, tienen que tener una perspectiva claramente social, que potencien la mejora de las condiciones de vida y la participación económica de la población tradicionalmente excluida, superando las brechas de ingresos, género, étnicas, y de edad, entre otras y de otros grupos que nos encontramos en América Latina y el Caribe. Es emprendimiento y es inclusión. Por ello, el emprendimiento social es un elemento que se puede encontrar en los proyectos que responden a varias prioridades del BID como son la reducción de la pobreza y la equidad social, y el crecimiento económico sostenible.

---

*Fermin Vivanco es oficial de inversiones en el FOMIN en Washington, DC, donde ha estado trabajando desde 2000. Posee más de 15 años de experiencia en microfinanzas, la mayor parte en América Latina, pero también en Estados Unidos, donde ha trabajado en microfinanzas para la vivienda.*



## MOMENTUM PROJECT

# Un programa de capacitación y apoyo para una economía con soluciones sostenibles

**H**ay muchos emprendedores sociales que no saben que existen otras iniciativas en su país y en el mundo que desarrollan una labor con similar filosofía, la de aplicar estrategias de mercado para alcanzar un objetivo social. Facilitar que los emprendedores sociales se conozcan e inter-

cambien experiencias es uno de los objetivos del proyecto *Momentum Project*, una iniciativa impulsada por BBVA y ESADE con la colaboración de la Fundación PVC, que apoya con financiación y formación a emprendedores sociales con potencial de crecimiento.

La generación de este movimiento, que se apoya a través de encuentros, charlas de formación, seguimiento y el uso de las redes sociales, no es el único objetivo, ni mucho menos, de *Momentum Project*. La filosofía de *Momentum Project*, busca contribuir, mediante un programa de capacitación y apoyo, a que la sociedad utilice su economía para implantar soluciones sostenibles y sistémicas que provean de igualdad de oportunidades a sus ciudadanos, mejoren las condiciones de vida de los sectores de población más desfavorecidos, y restablezcan el equilibrio medioambiental y social.

Como destaca Lidia del Pozo, directora de Acción Social, Eventos y Patrocinios Institucionales de BBVA, *Momentum Project*, “no es un proyecto estrictamente empresarial, ni estrictamente social, ni tampoco educativo. El criterio empresarial, dentro de la economía de mercado, está muy presente, pero en la misma medida que el interés social”. Como se recoge en los principios del proyecto, “esta iniciativa pretende impulsar y extender la actividad y el impacto de los emprendimientos sociales, que tienen como prioridad crear valor social y medioambiental, pero que también logran generar valor económico”.

Para alcanzar estos objetivos, es fundamental la formación, ayudar a elaborar un plan de crecimiento y facilitar la financiación.

La aplicación práctica de *Momentum Project*, se viene desarrollando en España desde el año 2011 y se está implantando este año en Méjico y Perú. En España este año 2012 se ha cumplido la

## Fases del proyecto

Tras la selección, los participantes reciben clases de finanzas, comercialización, estrategia, comunicación, creatividad y, entre otros, medición del impacto social. Los emprendedores tienen un periodo, que suele ser de una semana, donde todos juntos trabajan en equipo con los estudiantes de ESADE y mentores asignados.

Viene a continuación el acompañamiento estratégico con la elaboración de un plan de desarrollo en el que participan un equipo de la empresa seleccionada, dos mentores, uno del BBVA y otros de una empresa relacionada con el sector que representa la iniciativa, y dos alumnos del MBA y del MSc, que trabajan a tiempo completo durante varios meses en la elaboración de las iniciativas.



segunda edición. Tras pasar un periodo de selección, se eligen 10 emprendimientos en los que se considere que existe una viabilidad, capacidad de impacto y potencial crecimiento durante el periodo de selección. Todos los participantes en cada una de las ediciones de *Momentum Project*, (emprendedores, estudiantes, directivos, instituciones colaboradoras... ) pasarán a formar parte de una red de actores comprometidos con este tipo de iniciativas. Un ecosistema de apoyo al emprendimiento social que se irá enriqueciendo con cada edición de *Momentum Project*.

La financiación es parte fundamental del proyecto, sin la cual es imposible llevar adelante el

proyecto. Para buscarla se contó en las dos ediciones realizadas, con *Social Investment Day* y *Momentum Social Investment*.

**Cada año eligen en España diez emprendedores sociales que forman parte de una red de actores comprometidos con este tipo de iniciativas**

De esta forma, los emprendimientos fueron presentados ante potenciales inversores externos. Asimismo, en cada edición se crea un instrumento de financiación específico para la inversión en emprendimientos sociales, pionero en el apoyo al desarrollo del sector.

Este vehículo está financiado por BBVA y otras instituciones o particulares interesados, e invertir en aquellos emprendimientos que presentaron planes de desarrollo con buena perspectiva de aumento del impacto social y de sostenibilidad económica. En 2011, la aportación para este fondo fue de 3 millones de euros.

**R. B.**

## Objetivos de Momentum Project

En un contexto de dificultades económicas y sociales como el actual surge la necesidad de encontrar nuevos referentes que ayuden a detectar oportunidades de mejora. Las iniciativas de Momentum Project pretenden impulsar y extender la actividad y el impacto de los emprendimientos sociales, que tienen como prioridad crear valor social y medioambiental, pero que también logran generar valor económico.

Ocho objetivos se marca el proyecto:

- Identificar y hacer aflorar emprendimientos sociales en cada una de las áreas geográficas en las que se desarrolla el programa.
- Apoyar la consolidación y desarrollo de aquellos emprendimientos que aporten soluciones efectivas y escalables para

retos sociales y medioambientales.

- Crear un ecosistema de apoyo para este tipo de emprendimientos.
- Fomentar la colaboración y el intercambio de conocimiento entre emprendedores, estudiantes y directivos para la co-creación de valor social y medioambiental.
- Generar conocimiento relacionado con el emprendimiento social.
- Inspirar al resto de la sociedad a través de la difusión de los logros y experiencias de los emprendedores sociales.
- Propiciar la replicación del Programa Momentum en otros países y regiones del mundo.
- Fomentar la participación de los inversores en la financiación de emprendimientos sociales.



**“Contar con una misma organización para recoger tus lámparas y luminarias no es sólo más cómodo, sino más sostenible.”**

El comentario de Elena es reflejo de la preocupación que tienen los ayuntamientos y concejalías medioambientales para conseguir una gestión de sus residuos eficiente y verdaderamente sostenible. El fin principal de **AMBILAMP** es promover la defensa del Medio Ambiente mediante la adecuada gestión de residuos de lámparas y, desde el mes de octubre, también **luminarias**. Para ello ya contamos con más de **25.000 puntos** de recogida en toda España.

FLUORESCENTES



+

AHORRADORAS



+

LEDS RETROFIT



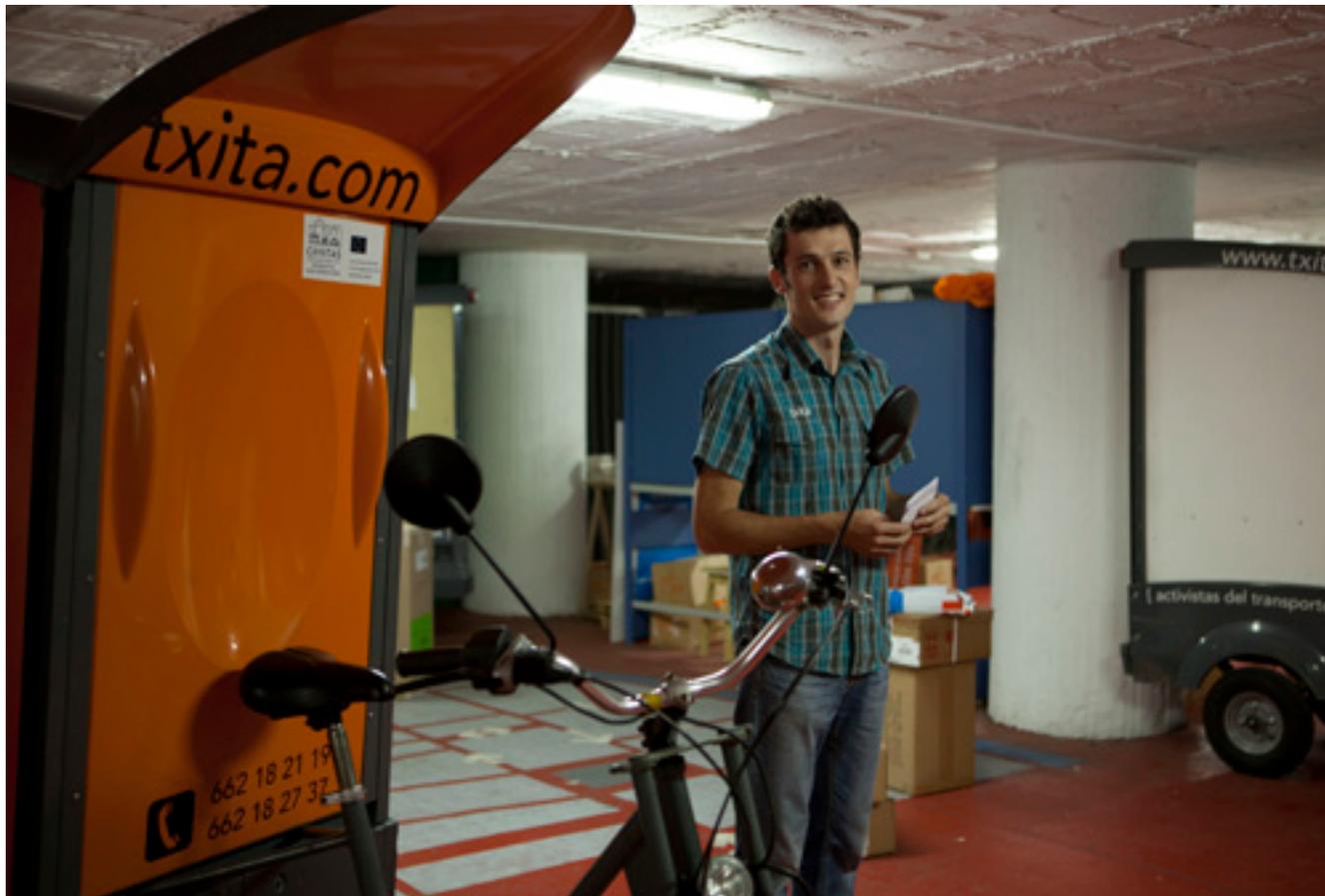
+

LUMINARIAS



Información y recogidas: 900 102 749

[www.ambilamp.es](http://www.ambilamp.es)



## TXITA Transporte de mercancías ecológico

Txita es la primera empresa nacional que ofrece un sistema de reparto de mercancías mediante bicicletas de carga. Este sistema significa un salto evolutivo en el reparto urbano de mercancías, ampliando el servicio y eliminando las emisiones de CO2.

**Constitución:** Sociedad Limitada, 2006.

**Sector:** transporte urbano sostenible.

**Misión:** mejorar la calidad de vida y sostenibilidad de Donostia, realizando el transporte urbano de

mercancías de forma ecológica, con la finalidad de crear un caso de éxito replicable a otros municipios.

**Liderazgo:** Daniel Ruiz, diplomado en Ciencias Empresariales, fundó Txita. Gorka Matxinbarrena Titulado superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

**Localización:** San Sebastián.

**Actividad:** distribución urbana de pequeña y mediana paquetería que hace a las empresas y las ciudades más sostenibles. Distribuidores en exclusiva de triciclos para el transporte. Asesoría y formación para replicar el modelo.

**Impacto social:** 13 toneladas ahorradas en emisiones de CO2. 21.000 expediciones. 14 triciclos distribuidos. 8 asesoramientos para replicar el modelo.

**Plan de crecimiento:** diversificación en el 2013 a mensajería urbana sostenible. Una vez que el modelo de negocio se consolide en Donostia, replicarán el modelo en otras ciudades.

- [www.txita.com](http://www.txita.com)
- Video sobre Txita
- Entrevista con **Gorka Matxinbarrena** y **Daniel Ruiz**



## APUNTS

### Entorno laboral para personas con trastorno mental severo

Apunts es un proyecto de la asociación Joia, una entidad con más de treinta años de experiencia en la atención a las personas con trastorno mental severo en Cataluña. Apunts crea para ellos un entorno laboral normalizado que demuestra su capacidad para trabajar y ofrecer productos y servicios rentables y competitivos.

**Constitución:** asociación privada, Centro Especial de Empleo, 1984.

**Sector:** artes gráficas y transporte.

**Misión:** formar e integrar laboralmente a personas con trastorno mental severo, diseñar productos y servicios para que cada trabajador pueda desarrollar su talento y ser parte activa de la sociedad.

**Liderazgo:** Julio Castillo, 25 años en el sector de la logística y el transporte. Ignacio Brun 13 años en el sector de la logística y el transporte. Más de 20 años de experiencia en desarrollo de productos.

**Localización:** Barcelona.

**Actividad:** prestación de servicios de reprografía, manipulado, merchandising y logística a clientes empresas y particulares. Está integrado en los servicios de la Asociación Joia, entidad sin ánimo de lucro que trabaja por la inserción social y laboral de las personas con TMS.

**Impacto social:** 66 trabajadores (52 con trastorno mental) y sensibilización de la población.

**Plan de crecimiento:** desarrollo de competencias de marketing y ventas, maximización del servicio de reprografía apostando por el Web to Print y el Gran Formato. Apuesta por la logística como actividad propia, creciendo dentro de la red ASM, o como parte de una oferta de servicio integrando a los clientes de reprografía.

Expansión de la red de tiendas como una herramienta de posicionamiento hacia clientes potenciales y de visualización del colectivo.

- [www.cetapunts.org](http://www.cetapunts.org)
- Video sobre Apunts
- Entrevista con **Julio Castillo**, gerente e **Inmaculada Pinar**, codirectora de la Asociación Joia.



## BOLETBENFET

### La seta bien hecha

La sociedad Bolet Ben Fet, dedicada a producción y comercialización de setas exóticas, nace del encuentro entre un emprendedor y una organización volcada en la búsqueda de oportunidades para las personas con discapacidad intelectual en Barcelona llamada TEB.

**Constitución:** S. C. C. L. , 2009.

**Sector:** agricultura ecológica (setas exóticas).

**Misión:** creación de empleo de calidad en el sector agrícola para colectivos desfavorecidos, principalmente personas con discapacidad inte-

lectual bajo parámetros rentables, sostenibles y ecológicos.

**Liderazgo:** Carles Díaz, biólogo, emprendió el cultivo de la seta shiitake en Cataluña en 1999. Marta Gallego, economista con Máster en Dirección Financiera y de Control.

**Localización:** Barcelona.

**Actividad:** producción y comercialización de setas exóticas bajo la marca “Bolet Ben Fet”. Distribución a través de restaurantes, comercios ecológicos y fruterías en Barcelona y el Vallés.

**Impacto social:** 4 empleados con discapacidad intelectual. 10 toneladas de productos ecológico. 30 toneladas de biomasa utilizadas en la caldera. 36 toneladas de residuo de la producción de setas utilizada como abono.

**Plan de crecimiento:** incremento de la producción de Shiitake y sustrato para que otras entidades sociales puedan cultivarlo. Fuerte impulso de la producción de Seta de castaño o Maitake.

- [www.boletbenfet.com](http://www.boletbenfet.com)
- Video sobre Boletbenfet
- Entrevista con **Carles Díaz**, Director Técnico de Bolet Ben Fet.



## PARALELL 40

### El audiovisual para transformar visiones

Parallel 40 es un proyecto empresarial que surge de la pasión por un formato audiovisual capaz de transformar visiones y mover conciencias. El documental social es la materia prima de este emprendimiento que quiere encontrar nuevas fórmulas para llegar a aún más espectadores.

**Constitución:** Sociedad Limitada, 1996.

**Sector:** audiovisual.

**Misión:** contribuir al enriquecimiento de la sociedad a través del documental.

**Liderazgo:** Eduard Gil, formación en administración

de empresas con especialización en finanzas (DAF, ESADE). Joan González, creador del Documental del mes y director del Docs Barcelona, es productor ejecutivo y realizador.

**Localización:** Barcelona.

**Actividad:** producción y comercialización de documentales. Formación a personas del sector audiovisual. Organización de festivales (DocsBarcelona, Memorimage).

**Impacto social:** 100 documentales sociales producidos; 110 documentales distribuidos; 60 documentales exhibidos. 500 estudiantes y 200 profesionales del sector audiovisual formados. 1.632 espectadores en Memorimage, 6.965 espectadores en Docs Barcelona y 21.482 espectadores en el Documental del Mes (2011).

**Plan de crecimiento:** conseguir en 2015 un público anual de 100.000 personas, a través de El Documental del Mes y el DocsBarcelona, aportando 50.000 espectadores cada uno. En 2012 entre estas dos líneas se llegaba a un público de 27.000 personas, lo que plantea un crecimiento del 29% anual.

- [www.parallel40.com](http://www.parallel40.com)
- Vídeo sobre Paralell
- Entrevista con **Joan González**, director general y **Eduard Gil**, director financiero



## AMPROS

# Catering colectivo de productos ecológicos propios

Ampros es una asociación cántabra a favor de las personas con discapacidad intelectual. Cuenta con varias iniciativas empresariales orientadas a la integración laboral. Cocinando con Sentido es una de las más recientes.

**Constitución:** asociación privada, año 2010.

**Sector:** servicios de catering.

**Misión:** generar empleo para personas con discapacidad intelectual en el ámbito de la alimentación sostenible.

**Liderazgo:** Jose Antonio Setién, ingeniero técnico industrial, ha trabajado en una pyme de fabrica-

ción de maquinaria y una multinacional de material eléctrico antes de incorporarse a AMPROS. Mariano Bahillo, licenciado en Económicas y Máster en Creación de Empresas Medioambientales.

**Localización:** Santander.

**Actividad:** las actividades de Ampros-DePersonas se integran en las líneas de negocio de: catering, colectivo transportado, cultivo ecológico en huertos propios y manipulación en línea de IV gama.

**Impacto social:** 6 empleados con discapacidad intelectual y 2 con discapacidad física. 103.000 menús ecológicos, sociales y locales. 36 proveedores locales y 16 proveedores ecológicos.

**Plan de crecimiento:** diversificación para incrementar la cuota de mercado. Creación de un huerto ecológico (Km 0) que proveerá de hortaliza fresca y de primera calidad al catering así como la futura línea de IV Gama. Las actividades manipulativas de preparación del catering serán trasladadas a la nueva actividad, sustentando así el momento de lanzamiento y ofreciendo en paralelo el producto a un mercado diferenciando en HORECA y "Ready to Go". Se intensificará la comunicación para penetrar en el mercado de Cantabria. En el futuro, quieren crear una red de cocinas cerca del cliente y del trabajador.

- [www.ampros.org](http://www.ampros.org)
- Video sobre el proyecto
- Entrevista con **José Antonio Setién**, Director de Empleo.



## Batec Mobility

### Productos que faciliten la movilidad de las personas con discapacidad

Batec Mobility es una empresa de Barcelona, creadora de la marca Batec, dedicada a crear y comercializar productos que permitan a las personas con discapacidad física moverse con más facilidad y disfrutar del tiempo que pasan fuera de casa.

**Constitución:** Sociedad Limitada, 2005.

**Sector:** movilidad de personas en silla de ruedas.

**Misión:** revolucionar la movilidad de las personas con discapacidad física para que puedan llevar un

estilo de vida equiparable al de una persona sin discapacidad.

**Liderazgo:** Pau Bach, el gerente, se quedó tetrapléjico a causa de un accidente de tráfico. Estudió Graduado Multimedia y con su hermano (ingeniero técnico mecánico, que sigue colaborando con la empresa) creó ATBach. David Mora, director de producción e I+D, tiene más de 20 años de experiencia en desarrollo de productos (prototipos, adaptaciones, bicicletas especiales...).

**Localización:** Sant Cugat del Vallés.

**Actividad:** desarrollo, producción y comercialización de productos innovadores desde el punto de vista del minusválido (sillas de ruedas, bicicletas y accesorios). Productos propios bajo la marca Batec y distribución de marcas extranjeras.

**Impacto social:** mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad física. 15 empleados (7 con discapacidad física) y 350 usuarios de Batec Mobility.

**Plan de crecimiento:** internacionalización y ampliación de la gama de productos. Esta estrategia permitirá pasar de un público objetivo de 50.599 a 721.208 personas y multiplicar por cinco su facturación.

- [www.batec-mobility.com](http://www.batec-mobility.com)
- Video sobre Batec Mobility
- Entrevista con **Pau Bach**, fundador de Batec y **Laura Gonzalvo**, responsable de la comunicación



## MONTARAZ

# Crear empleo en el entorno rural protegiendo el bosque

Montaraz es un grupo empresarial dedicado fundamentalmente a dos líneas de actividad: los proyectos forestales y las semillas forestales. En torno a ambas se han desarrollado distintas iniciativas empresariales. Una de las últimas es un emprendimiento social dirigido a promover el uso de la biomasa forestal y crear empleo en el entor-

no rural, protegiendo el bosque.

**Constitución:** Sociedad Anónima, 2008.

**Sector:** medio ambiente y energías renovables.

**Misión:** producción y comercialización de biomasa y energía térmica renovable para ahorro económi-

co, disminución de CO<sub>2</sub>, mejora de los bosques y creación de empleo rural.

**Liderazgo:** Enrique Enciso Encinas, ingeniero técnico forestal y socio fundador. Fransisco Martínez Sanz, ingeniero técnico forestal, consultor forestal y medioambiental durante 12 años.

**Localización:** Lozoyuela (Madrid).

**Actividad:** producción y comercialización de biomasa térmica. Estudios y asesoría para la utilización de biomasa.

**Impacto social:** reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, limpieza de los bosques y dinamización del empleo en zonas rurales. 512 toneladas CO<sub>2</sub> evitadas a la atmósfera. 70 hectáreas de terreno forestal sembradas y recuperadas. 143 empleos rurales indirectos más cuadrillas de siembras directas.

**Plan de crecimiento:** optimizar los actuales procesos de producción y consolidar la empresa de servicios energéticos (ESE), necesaria para cofinanciar calderas que sirvan de ejemplo como suministro de energía renovable en el entorno.

- [www.montaraz.com](http://www.montaraz.com)
- Video sobre Montaraz
- Entrevista con **Enrique Enciso**, director técnico



## ATENTIS

### Integrar personas con discapacidad a través del diseño

Atentis es un Centro Especial de Empleo donde se diseñan productos y servicios artísticos y comerciales, a través de nuevas tecnologías y desde la creatividad de personas con discapacidad.

**Constitución:** Sociedad Limitada (CEE), 2008.

**Sector:** diseño gráfico, impresión y regalos para empresas.

**Misión:** integrar a personas con discapacidad a través del diseño de productos y servicios personalizados para empresas.

**Liderazgo:** Rodolfo Moreno-Manzanaro, licenciado

en Empresariales. Trabajó 5 años en banca privada y tres años en otra empresa de regalos corporativos. Begoña de Torres-Peralta, licenciada en Psicología y especialista en trastornos del aprendizaje y emocionales.

**Localización:** Madrid.

**Actividad:** regalos para empresas (creación y distribución de regalos con un fuerte componente de arte, creatividad y diseño gráfico; gestión de una plataforma electrónica de regalos seleccionables entre varias categorías). Comunicación visual (servicios de rotulación en gran formato, decoración para empresas y diseño gráfico. Gestión de Eventos sociales de integración).

**Impacto social:** 8 empleados (5 con discapacidad). Venta de cuadros realizados por personas con Síndrome de Down a través del proyecto integrArteDown. Talleres para empresas y fundaciones (ATEDICAP).

**Plan de crecimiento:** desarrollo de una plataforma de comercio electrónico de artículos bajo demanda que distribuya reproducciones personalizables de obras de artistas con discapacidad. Se basa en generar nuevos contenidos (artistas y obras aportadas), nuevos soportes (variedad de elección) y nuevos canales de venta (plataforma online multicanal).

- [www.atentiscee.es](http://www.atentiscee.es)
- Vídeo sobre Atentis
- Entrevista con **Rodolfo Moreno-Manzanaro** y **Begoña de Torres-Peralta**, impulsores de Atentis



## RUS IN URBE

# Punto de encuentro del campo, la ciudad y las personas

La Huerta de Montecarmelo es un punto de encuentro entre el campo, la ciudad y las personas, un Centro Especial de Empleo creado en Madrid por la Fundación Carmen Pardo-Valcarce.

**Constitución:** Sociedad Limitada (CEE), 2011.

**Sector:** horticultura urbana.

**Misión:** expandir conocimientos, valores y actitudes de la vida en el campo y la naturaleza en las ciudades ayudando a la reinserción socio-laboral de las personas con discapacidad intelectual.

**Liderazgo:** Sandra Carretié Barcáiztegui, Licencia-

da en Publicidad y Marketing. UAM y ESIC y Teresa de la Quadra-Salcedo Capdevila ingeniero Técnico Agrícola, especialidad de Hortofruticultura y Jardinería por la Universidad Politécnica de Madrid.

**Localización:** Madrid.

**Actividad:** huertos urbanos cuidados por personas con discapacidad intelectual a disposición de cualquier individuo o grupo interesado en desarrollar una actividad de cultivo y entrar en contacto con la naturaleza de manera fácil y tutelada.

**Impacto social:** 10 beneficiarios, empleados con discapacidad, 120 asistentes a talleres, cursos y restauración y 146-300 socios y familias de las huertas.

**Plan de crecimiento:** contemplan 3 etapas de crecimiento: consolidar (1-3 años) el modelo de negocio e iniciar la expansión territorial con un nuevo centro propio y por franquicias, consolidar y expandir (3-5 años) el modelo de franquicias en España. Al mismo tiempo, fortalecer la imagen de marca de Rus in Urbe en España y diversificación (a partir de 5 años). Seguir la expansión por franquicias a nivel nacional y utilizar la marca para la diversificación a otros productos que aprovechen sinergias.

- [www.lahuertademontecarmelo.com](http://www.lahuertademontecarmelo.com)
- Video sobre Rus in Urbe
- Entrevista realizada a **Sandra Carretié** y **Tesa de la Quadra-Salcedo**



## LA FAGEDA

### Un proyecto empresarial con alma

A principios de los años 80, cuando se crea la cooperativa **La Fageda** en la localidad gerundense de Olot, los enfermos mentales estaban encerrados en los psiquiátricos, auténticos centros de internamiento, con celdas de castigo,

patios cerrados, hacinamiento, miseria... Surge entonces todo un movimiento médico y social que se rebela contra este estado de cosas. Nacen distintas iniciativas para intentar devolver los enfermos mentales a la sociedad, por sacar-

los del estado de marginación y tratarlos sencillamente como personas. Entre las experiencias de aquellos años se encuentra la cooperativa La Fageda, que intenta conseguir esta inserción a través del trabajo.

Cristóbal Colón, fundador de La Fageda, cuenta cómo el proyecto surge de su propia vida y experiencia en los psiquiátricos: “Durante 10 años trabajé en varios hospitales e instituciones psiquiátricas, con la intención de arrancar a estas personas de la pasividad y de la monotonía del patio del manicomio. En este intento pusimos en marcha centros de laborterapia. Pero la experiencia era muy frustrante. La ilusión inicial se desvanecía a los pocos meses, puesto que una vez que las personas ya habían decidido salir del patio del manicomio... después el proyecto era falso: lo que producíamos no era útil para nadie, era un subterfugio, un ‘como si’, un ‘vamos a hacer como si trabajásemos’. Con lo cual, la razón última del trabajo, que es hacer cosas útiles para los demás, allí no se realizaba. Era un trabajo sin sentido”.

Colón llegó a la conclusión en 1981 de que solamente se pueden crear puestos de trabajo en una empresa y solamente se pueden crear puestos de trabajo reales, en una empresa real, huyendo del “como si” de la laborterapia. Así puso en marcha “un proyecto empresarial con alma, donde todos tuviéramos la posibilidad de desarrollar nuestras potencialidades realizando un trabajo útil, remunerado y hecho en equipo”. Colón sabía que el reto de encontrar un trabajo estable era difícil.

La Fageda fue creada en el año 1982 a iniciativa conjunta de un grupo de profesionales del ámbito de la psiquiatría y del Hospital Psiquiátrico de Salt (Girona). La actividad empieza a desarrollarse en unos locales municipales de Olot,



*Celebración de un reciente aniversario de La Fageda.*

**Da trabajo a 162 personas con certificado de discapacidad y a 124 profesionales**

pero en 1984 se compra una finca agrícola y en los años próximos se inician los trabajos de viverismo, senderismo, jardinería y ganadería.

En 1992 se produce un verdadero hito en plena crisis provocada por la Política agraria comunitaria y las amenazas a las explotaciones ganaderas. Ante esta situación se decide iniciar el proyecto de fabricar yogures con la leche producida en la propia granja, proyecto que reunía tres elementos fundamentales: primero, se garantizaba la continuidad de la actividad ganadera; segundo, se seguían creando puestos de trabajo, y, por último, se reforzaban los aspectos cualitativos del proyecto en su globalidad.

Actualmente, La Fageda da trabajo a 162 personas con certificado de discapacidad (incluyendo Servicio de Terapia Ocupacional) y a 124 profesionales. Actualmente, todas las personas de la comarca de la Garrotxa que presentan una discapacidad intelectual o una enfermedad mental crónica tienen la oportunidad de trabajar.

En La Fageda se fijan objetivos, se reconoce el trabajo bien hecho, se apuesta por la innovación y la calidad. Su actividad cumple las normas ISO de calidad y medioambiental. La Fageda presta además servicios de atención terapéutica, residencial, de apoyo en el hogar y de integración.

Como se dice desde la propia empresa “La Fageda ya no es aquella institución a donde iban los tontos de la comarca a pasar el rato”. Es una de las empresas más emblemáticas y estimadas de la comarca de la Garrotxa.

# EL HUB: impulsando al innovador social



Uno de los encuentros organizados por el Hub.

**H**UB Madrid pertenece a la red internacional **The HUB Network**, una iniciativa que nació en Londres en 2005 y que hoy está presente en más de 30 ciudades de los cinco continentes: desde Amsterdam hasta Oaxaca, pasando por San Francisco, Melbourne o Johannesburgo. A día de hoy, la red internacional del HUB la conforman más de 5.000 profesionales. Una red unida por un fin común: crear un entorno favorable, una estructura, que sirva de apoyo a emprendedores y

profesionales que mediante proyectos colaborativos quieren crear un mundo mejor.

El HUB Madrid abre sus puertas en marzo de 2010 y actualmente se cuenta con alrededor de 230 miembros: emprendedores y profesionales que comparten la visión de aportar soluciones a la sociedad por medio de apuestas innovadoras. Lo que caracteriza a la comunidad que conforma el HUB Madrid es su heterogeneidad: sus proyec-

tos se enmarcan en diferentes ámbitos desde el cambio social y la sostenibilidad, hasta la tecnología, cultura y educación. Todos, como hemos dicho, bajo el paraguas de la innovación social, principal motor de sus proyectos.

Además de servir de plataforma impulsora de los proyectos de sus miembros, el HUB Madrid trabaja también por la creación de un ecosistema emprendedor, tejiendo redes a través de la colaboración, impulsando al innovador social. Andrea Sánchez, responsable de comunicación en HUB Madrid resume en esta declaración la filosofía en la que se inspira la organización. “Todos somos potenciales agentes de cambio: creemos firmemente que colaborando con los profesionales que creen en sus proyectos, y favoreciendo a que sus ideas lleguen a buen puerto, lograremos que más personas se contagien y materialicen el cambio que quieren ver en el mundo.”

## Eventos

Muchos y muy diferentes son los eventos realizados a lo largo de estos casi tres años desarrollados en Madrid. El HUB cuenta con su propia programación permanente ([madrid.the-hub.net/programacion-permanente](http://madrid.the-hub.net/programacion-permanente)) y una programación externa, en la que múltiples empresas y ONG escogen el espacio de HUB para realizar sus propios eventos privados.

## Dos proyectos que han visto la luz dentro de HUB

### ■ Pedro Tomás Delgado y su proyecto Aquaphytex

Cuando Pedro se hizo miembro, el HUB le conectó con la aceleradora internacional de empresas The Unreasonable Institute (unreasonableinstitute.org) vía el HUB de San Francisco (bayarea.the-hub.net). La empresa nace en 2005 y hoy abastece de agua a más de 8.000 personas en el mundo. Pedro ha sido elegido para dar a conocer su proyecto por todo el mundo de mano de The Unreasonable Institute, esta vez con el programa Unreasonable at sea (unreasonableatsea.com). Se puede ver el vídeo que aparece en la web de Aquaphytex de un programa de La 2 en la que se menciona la historia de Pedro.

([www.aquaphytex.es/es](http://www.aquaphytex.es/es))

### ■ Óscar Hormigos y su proyecto The App Date

Se trata del evento de referencia a nivel nacional en el mundo de las aplicaciones para profesionales y aficionados del sector. Nace en HUB Madrid y actualmente se celebra los últimos lunes de cada mes. Gracias al éxito logrado durante el tiempo que viene celebrándose, actualmente está en pleno proceso de internacionalización en Sudamérica (Brasil, Sao Paulo, y Colombia, Bogotá), donde ya ha comenzado a rodar. ([madrid.theappdate.com/](http://madrid.theappdate.com/))

## Los tuiters amig@s de esPosible dan difusión a la revista haciendo un RT

@esPosibleOnline



Felipe Cortés Leddy @FelipefromChile



Fernando Legrand @RSEOnline



Irán Nash @IRANNASH



Jorge Osorio-Vargas @OsorioVargas



Raúl Baltar @raulbaltar



Alexander Boto @alexanderboto



PROhumana @PROhumana



ComunicaRSE @ComunicaRSE



Ma. José Calvimontes @mjcalvimontes



Jordi Jaumà Bru @dresponsable

## ENTREVISTA

**ANTONELLA BROGLIA**  
describe el objetivo  
y las características  
del emprendedor social

“Resolver  
las injusticias  
y transformar  
la realidad  
a gran escala”

Antonella Broglia, nacida en Italia es doctora en Derecho por la Universidad de Módena y es embajadora de Ashoka en España. Desde 2006, colabora con el think tank **Infonomía**. Fundada en Barcelona hace 12 años, Infonomía ayuda a las empresas a innovar, instalando una cultura inspiradora y métodos nuevos de trabajo a través de varios eventos, seminarios y otras herramientas diseñadas ad hoc, una página web, y la edición de libros, la mayoría bajo el sistema de Creative Commons. Antonella Broglia es además organizadora de TEDxMadrid, TEDxYouth@Madrid patrocinado enteramente por la Fundación Obra Social La Caixa, TEDxMadridChange en colaboración con la Fundación Gates, y TEDxMadridSalon

**Pregunta.** Defíneme el significado del emprendimiento social.

**Respuesta.** Significa actuar con el espíritu de un emprendedor, con esa obsesión por conseguir un resultado y no aceptar un no por respuesta. El emprendedor social actúa con la innovación y flexibilidad con la que actúa un emprendedor, pero con un objetivo fundamental, que es la mejora de algún aspecto de la sociedad relacionado, por ejemplo, con la educación, las enfermedades o, entre otros, desigualdades de género.

**El emprendimiento social, ¿es un concepto relativamente nuevo?**

No es nuevo aunque últimamente se ha popularizado. Creo poder afirmar que Ashoka de alguna forma acuñó el término, hace 32 años cuando Bill Drayton fundó la organización y seleccionó su primer emprendedor social en la India.

### ¿Se puede hablar de emprendimiento social en las sociedades del siglo XIX o XX?

Por supuesto. De hecho uno de los grandes ejemplos históricos de emprendimiento social es Florence Nightingale, precursora del trabajo de las enfermeras. Florence Nightingale (1820-1910) fue una enfermera inglesa conocida por su trabajo pionero en esta profesión durante la guerra de Crimea. Le llamaban «La Señorita de la Lámpara» a causa de su hábito de hacer rondas nocturnas. Más tarde puso las bases para la fundación de la enfermería profesional y abrió la primera escuela laica de enfermería del mundo. William Lloyd Garrison (1805-1879) fue un abolicionista, periodista y reformador social norteamericano, conocido sobre todo por ser uno de los fundadores de la Sociedad Americana para la Abolición de la Esclavitud.

### ¿Dónde está más implantado?

En USA y el mundo anglosajón está muy extendido, también en países como India y Brasil, donde la necesidad y el carácter emprendedor de estas sociedades, hacen que sean un caldo de cultivo excelente para este tipo de personas.

### ¿Cómo se está implantando?

Los emprendedores sociales surgen para dar res-

**“Los emprendedores sociales surgen para dar respuesta a necesidades no cubiertas”**

**“Ser un emprendedor social no puede ser una moda ni una manera de ganarte la vida... es una forma de vida”**

puesta a necesidades no cubiertas, para luchar contra injusticias sociales que no pueden soportar y con el firme propósito de resolverlas y transformar la realidad a gran escala. La implantación de sus iniciativas comienza con la decisión y el empuje de una persona, que con determinación y mucho esfuerzo va poniendo en marcha su proyecto para tratar de mejorar la vida de mucha gente.

### ¿Qué le diría a un emprendedor social?

Que aguante, que busque ayuda, que se asocie

con otros, que no vaya solo en su camino, porque seguro que en este mismo instante hay personas que están en la misma búsqueda que él o ella.

### ¿Qué hay que evitar para fracasar?

Para evitar fracasar como emprendedor social hay que estar muy cerca del problema, conocerlo bien, saber cuáles son las causas que lo perpetúan, para cambiarlo de raíz y para siempre. Hay que trabajar desde la humildad e involucrando en la solución a los propios protagonistas (a veces también llamados beneficiarios). Hay que desarrollar soluciones fáciles de escalar, creativas y baratas, únicamente así se conseguirá que la solución impacte a un gran número de personas. Hay que tener en cuenta que muchas veces los fracasos son parte del camino, son necesarios para ir probando, mejorando y ajustando el modelo de transformación. Hay que estar muy convencido del compromiso personal que te lleva a dedicarte a ser un emprendedor social, porque la trayectoria está llena de dificultades y sin sabores. Hay que tener una vocación verdadera de servir al bien común... ser un emprendedor social no puede ser una moda ni una manera de ganarte la vida... ser un emprendedor social es una forma de vida.

R. B.

Que este 2013 sea el año en el que cambiaste el mundo.



## ENTREVISTA

ALFRED VERNIS Y OLGA PORRO

“Los emprendedores sociales son imprescindibles”

**Alfred Vernis Y Olga Porro conocen de cerca el movimiento del emprendimiento social, tanto desde su vertiente académica e investigadora como a través de su compromiso profesional en el impulso de iniciativas. Alfred Vernis es profesor titular del Departamento de Dirección General y Estrategia de Esade y director ejecutivo de la Unidad de Programas Universitarios. Actualmente, dirige en ESADE la investigación Social Enterprise Knowledge Network (SEKN), liderada por la Harvard Business School y apoyada por la Fundación Avina. Olga Porro es licenciada y Máster en Administración de Empresas por ESADE-Universidad Ramon Llull (2011). Colabora con el Instituto de Innovación Social como coordinadora de Momentum Project, un programa pionero de apoyo a los emprendimientos sociales. Asimismo, es técnica de proyecto de Momentum Himalaya en Nepal, donde colabora en proyectos relacionados con la educación basados en la sostenibilidad económica y medioambiental.**

**Pregunta. ¿Cuál es el significado del emprendimiento social?**

**Respuesta.** La categoría de emprendedor social y el término emprendimiento social pueden resultar un poco confusos. De hecho, un emprendedor (sin adjetivo calificativo) es el responsable de crear riqueza para la sociedad, ofrecer nuevos puestos de trabajo y facilitar el desarrollo de nuevos servicios y productos – aspectos que por sí solos parecen tener un componente social-. La distinción es que el motor fundamental que mueve a un emprendedor social no es el mismo que el de un emprendedor ordinario. El emprendedor

social busca por encima de todo atacar un problema social (o medioambiental) y provocar un impacto y proceso de transformación social. Para cumplir con esta misión, decide crear una iniciativa desde una estrategia y enfoque empresarial bajo criterios de eficiencia y competitividad. Por el contrario, lo que motiva al emprendedor ordinario es más bien la simple aventura y el desafío de crear una empresa.

**¿Es un concepto relativamente nuevo?**

No, emprendedores sociales han existido siempre. Quizás no con este nombre que empezó a popularizar Bill Drayton en los años 70 y 80. Ahora bien, ha sido en los últimos 15 años cuando se ha ido conociendo progresivamente este nuevo concepto. Este movimiento no era un tema presente en los planes de estudio o de investigación de las instituciones académicas, si bien siempre han existido emprendedores sociales en todo el mundo con sus historias de éxito o fracaso. Por poner solo algunos ejemplos: la Cooperativa L’Olivera, una productora de una pequeña cosecha de vino blanco y de aceite de oliva de calidad, nació en el año 1974 en un pequeño pueblo de la Cataluña rural y ya hace casi 40 años que trabaja con personas con discapacidad psíquica. Otro caso sería la Fundación Findhorn, un centro de educación sostenible y una ecoaldeja nacida en el 1962 en un pueblo pescador en el norte de Escocia.

**¿Se puede hablar de emprendimiento social en las sociedades del siglo XIX o de XX?**

Si, de hecho hay estudios económicos del concepto de Economía Social que se remontan al siglo XIX. Con la incipiente sociedad capitalista que iba

conformándose, surgían organizaciones innovadoras guiadas por la justicia social. Aquel concepto tradicional aglutinaba principalmente cooperativas, asociaciones y mutualidades. Con el paso de los años, el concepto se fue ampliando a sociedades de responsabilidad limitada, empresas de inserción laboral, fundaciones y un sinfín más de entidades.

### ¿Dónde está más implantado?

Seguramente, en el Reino Unido y Estados Unidos donde nació el concepto de *social entrepreneurs-hip* la idea está más implantada. Luego en países emergentes como la India o algunos de América Latina y Africa, también ha tenido un desarrollo importante.

### La situación en España y Latinoamérica.

En España vamos relativamente por detrás. En Francia e Italia está seguramente más implantado, a partir de la fuerza del sector cooperativo en ambos países. Ahora bien, en España tenemos la suerte de haber aprendido rápido, y hemos tenido un trasvase de conocimiento desde América Latina. Por ejemplo, nosotros en ESADE desde hace más de diez años trabajamos en una red latinoamericana, la red SEKN (Social Enterprise Knowledge Network) con las mejores universidades de América Latina y a su lado hemos aprendido muchísimo. Seguramente estos aprendizajes nos han servido para la creación de Momentum Project para apoyar a los emprendedores sociales en España.

### ¿Qué le dirían a un emprendedor social?

Que no tuviese miedo a crecer y a ocupar más espacio en la economía competitiva.

Que fuese más ambicioso, sin renunciar a sus

**“Buscan por encima de todo atacar un problema social o medioambiental, provocar un impacto en el proceso de transformación social”**

principios. Que se atreviesen, que están preparados para poder estar presentes en muchos más sectores. ¡Que son imprescindibles!

### ¿Me puede describir, en breves líneas, algún caso de éxito?

En Momentum Project no nos gusta mucho hablar de casos de éxito o de fracaso, todo es relativo. Podemos citar casos que nos parecen historias interesantes para otras empresas. Por ejemplo, el proyecto de Moltacte, participante de Momentum Project en su primera edición de 2011. El proyecto consiste en una cadena de tiendas outlet bajo la marca de Moltacte en las que se venden excedentes de firmas o marcas de moda de prestigio a precio reducido. Esto genera oportunidades laborales sostenibles y dignas dirigidas a personas con trastornos de salud mental que consiguen un trabajo fijo remunerado y la posibilidad de salir de la marginación social a la que suelen estar condenados. Es especialmente interesante porque es un modelo de negocio que presenta una enorme posibilidad de réplica y expansión a otras ciudades

del territorio. Además es también un caso muy potente porque se ponen de manifiesto las teóricas alianzas estratégicas con otros agentes de la economía. Moltacte ha conseguido vincular a catorce reconocidas marcas de moda.

### ¿Qué hay que evitar para no fracasar?

A la hora de tomar decisiones hay que evitar inclinarse demasiado hacia el lado de lo social o bien hacia el lado de lo empresarial. Y esto puede parecer fácil, pero es infinitamente complicado de llevar a la práctica.

### ¿Qué papel ocupa la formación?

La formación ofrece a los nuevos emprendedores sociales nuevos conocimientos tanto empresariales como del ámbito social que pueden aplicar en sus emprendimientos para consolidarlos, potenciar sus modelos de negocio y continuar escalando su impacto. La formación es también un proceso por el que un emprendedor social (especialmente, los que llevan años en el mercado) se plantea muchos aspectos de su modelo de negocio establecido y le obliga a desaprender, a cambiar actitudes muy arraigadas, a conocer mejor a las personas con las que trabajan día a día o a redescubrir nuevas fortalezas y debilidades. En el caso del programa de Momentum Project también nos hemos dado cuenta de que la formación sirve, además, para que los emprendedores sociales se conozcan entre ellos, compartan sus proyectos profesionales y vitales, creen posibles alianzas entre ellos y al final, compartan conversaciones llenas de pasión y entusiasmo. Todo ello ayuda a reforzar el ecosistema del emprendimiento social.

**Rafael Bardají**

**INNOBASQUE**

# El emprendimiento social desde una perspectiva innovadora

Innobasque, la Agencia Vasca de la Innovación, es una entidad de carácter estratégico que conforma una plataforma público privada creada en 2007 y que en la actualidad cuenta con más de 1.000 organizaciones socias: empresas grandes y pequeñas, administraciones públicas y, entre otros, centros de conocimiento e investigación.

**Innobasque** trabaja en diferentes líneas entre las que figura la socialización de la innovación con dinámicas de transformación organizadas en torno a la eco-innovación, aceleración de empresas, sociedad efi-saludable y el cuarto sector.

El pasado 28 de febrero se celebró en Vitoria



-Gasteiz el “Seminario Internacional del Cuarto Sector. Innovación con causa: hacia nuevos modelos socioeconómicos”.

En el encuentro se constituyó el Consorcio del Cuarto Sector, formado por organizaciones socias de Innobasque que buscan nuevos modelos económicos que obtengan como resultado una sociedad más abierta, solidaria, innovadora, sostenible y que tenga cada vez más en cuenta a sus grupos de interés.

Innobasque trabaja en el cuarto sector haciendo hincapié en los cuatro ejes sobre los que se vertebra: emprendimiento social, responsabilidad social empresarial, internacionalización de los negocios inclusivos a través de la base de la pirámide y finanzas sociales.

Innobasque aborda el emprendimiento social desde una perspectiva innovadora. Teniendo en cuenta que frente a los desafíos actuales, y debido a que las fórmulas de la economía especulativa se están mostrando ineficaces, la dinámica del Cuarto Sector propone agudizar la creatividad y promover el impulso de nuevas iniciativas innovadoras, activando las potencialidades dormidas de toda la sociedad, para que los agentes que la conforman sean corresponsables y protagonistas de esa transformación que permita satisfacer las necesidades sociales planteadas.

Una transformación de esta naturaleza no puede llevarse a cabo de forma unilateral, es necesaria la cooperación entre los agentes y organizaciones públicos y privados.

## CRECICLANDO

# Más de 2.300 familias practican 'trueque online'



**C**reciclando.com es la primera web de intercambio de artículos para bebés, niños y embarazadas en nuestro país que ofrece a familias una forma ingeniosa de sortear la crisis y de ejercer un consumo más racional a través de un sistema de trueque online. En la actualidad, más de 2.300 familias en España 'creciclan' gracias a

esta plataforma creada por padres y madres conscientes de la necesidad de ahorro en el contexto económico actual.

El impacto social de **Creciclando** responde a una filosofía basada en tres principios básicos: facilitar el ahorro a todas las familias, especialmen-

te aquellas con menos recursos (niños con necesidades especiales, familias numerosas, familias con partos múltiples, etc.), formar en valores de 'consumo inteligente' a las nuevas generaciones y contribuir al cuidado medioambiental. Todo ello por la vía de la reutilización, el intercambio y la colaboración. Esto es 'creciclar'.

### El emprendimiento como solución

Cuando los hijos llegaron a la vida de este grupo de madres y padres -en su mayoría compañeros de la universidad-, fue el momento en que se hizo patente que el sistema de 'trueque entre amigos' que ellos mismos practicaban podría funcionar como una posible solución para muchas otras familias incapaces de cubrir todas las necesidades derivadas del crecimiento de un niño. Así nace Creciclando.com

Con la idea de hacer la vida más fácil a otros siempre en mente, esta red innovadora de intercambio espera poder replicar su 'modelo de negocio' en otros países y servir de plataforma para instituciones o asociaciones locales que lo requieran. Además, sus creadores ya están preparando el lanzamiento de 'Creciclando Solidario', donde familias que deseen ofrecer cosas que ya no utilicen y no recibir nada a cambio, puedan ayudar a ONG y asociaciones dedicadas al cuidado y atención de la infancia.

**ECODES te facilita un consumo responsable**



Visita la tienda online >>>

+ de 4  
prod

## EQUITAS VENTURES

# Un fondo argentino para la salud y la vivienda

**E**quitas nació para apoyar a proyectos rentables con impacto social o ambiental. El primer fondo se invirtió rápidamente dado que hicimos nuestro funding con proyectos pre-analizados.

“Una característica distintiva de nuestro fondo, para los casos en que invertimos mediante deuda –destaca Fernando Chuit, miembro y fundador del equipo de **Equitas Ventures**–, es que incorporamos al contrato formas de repago particulares, les llamamos cláusulas según el biorritmo del proyecto”. “Analizamos –añade Chuit– su flujo de fondos y adecuamos el repago incorporando períodos de gracias, capitalización de intereses, pago según volumen de ventas para acompañar crecimiento y/o estacionalidad, pago de capital sólo si posee caja suficiente en el período, etc., de modo tal que no seamos artífices de situaciones estresantes de caja, sino que acompañemos el ciclo de vida del proyecto”.



*Fernando Chuit.*

Actualmente están centrados al análisis de sectores de mercado que les interesan mucho, como la salud y vivienda. En ambos mercados

existe una clara oportunidad de crear valor económico y social. Según Fernando Chuit, el interés de Equitas Ventures es potenciar emprendedores y proyectos que contribuyan a un cambio de paradigma, uniendo los negocios con el desarrollo sustentable, tanto en su aspecto social como ambiental.

El primer proyecto es el fideicomiso Equitas I, con el que apoyó el desarrollo de emprendedores como Jorge Gronda, Bea Pellizari y Gustavo Gennuso, que contribuyen a un cambio de paradigma, uniendo los negocios con el desarrollo sustentable, tanto en su aspecto social como ambiental.

En total ha financiado siete proyectos y sus objetivos para este año son lograr aumentar el impacto y la efectividad de las empresas que financian, llegar a cumplir con el retorno prometido a los inversores de Equitas I para que inviertan más y para que se replique este modelo.



**ACTÚA CON CeroCO2 FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO**  
Calcula, reduce y compensa tu huella de carbono en  
[www.ceroco2.org](http://www.ceroco2.org)

## ¿Qué es el sistema Ser?

El Sistema SER, es un sistema híbrido que conjuga empresas con organizaciones civiles buscando el desarrollo de la Salud y la calidad de vida en Argentina. Enfocada en la cadena de valor del sistema de salud, tanto en el paciente/beneficiario como en el prestador de los servicios.

## ¿Objetivos que busca?

El Sistema de Salud SER busca crear la relación médico-paciente transparente, directa y accesible así como descomprimir la actual salud pública, brindando atención en consultorios particulares con profesionales de primer nivel. Trabajando bajo conceptos de prevención, capacitación y enseñanza de la salud.



## HIBERIS

# El impulso al desarrollo y divulgación del emprendimiento y la innovación social en Aragón

**H**iberis es una asociación independiente que tiene como fin fundamental el desarrollo y la divulgación del emprendimiento y la innovación social en Aragón. Se trata de una apuesta decidida por la solución de problemas determinados que puedan existir en nuestra sociedad. De esta forma, se llevan a cabo actuaciones con impacto social positivo y medible, en campos tales como la integración de colectivos desfavorecidos o en riesgo de exclusión, la educación, la salud pública, los derechos humanos, el medio ambiente, etc.

**Hiberis** se ha creado desde el esfuerzo de un grupo personas que tienen un objetivo común: el de incentivar y crear una red de apoyo al desarrollo de proyectos de emprendimiento e innovación

social en Aragón para formar un gran caudal de emprendimiento social.

Uno de los fines destacados de Hiberis es generar una comunidad que facilite el intercambio de talento y conocimiento para el emprendimiento e innovación social. Tal como destaca Cristina Mesa: “Hiberis es ya un ejemplo de que querer es poder. Que todos podemos colaborar en hacer una sociedad diferente y mejor. Que los problemas sociales son problemas de todos. Que creando una empresa o colaborando a que otras se pongan en pie o crezcan es también una forma de ayudar. Que el emprendimiento social es una realidad y que trabajando en red, compartiendo conocimiento se pueden lograr cambios”. [www.hiberis.org](http://www.hiberis.org)



Lumelina Sánchez, dueña de la Sastrería Mary, en la Calera (Colombia). Ella ha recibido créditos del banco de la Fundación.

## LA FUNDACIÓN MICROFINANZAS BBVA

# Finanzas para la inclusión y el desarrollo

Con el fin de luchar contra esta exclusión financiera a la que se enfrenta gran parte de la población se creó en 2007 la Fundación Microfinanzas BBVA, en el marco de la estrategia de responsabilidad social corporativa de Grupo

BBVA, y más concretamente fue de 200 millones de euros aportados por Grupo BBVA. El objetivo es luchar por el desarrollo económico y social sostenible de las personas más desfavorecidas de la sociedad, a través de las Finanzas Productivas.

## Más de 1,2 millones de clientes

Para atender a esta población excluida de los servicios financieros, la fundación está creando un grupo de Entidades Microfinancieras en América Latina. Desde su presentación hace cinco años, la fundación ha creado las siguientes entidades microfinancieras (entidades reguladas, supervisadas, y sostenibles, en las que la fundación es la responsable de su gestión): el Banco de las Microfinanzas-Bancamía en Colombia; la Caja de Ahorro y Crédito Nuestra Gente y Financiera Confianza en Perú; la Corporación para las Microfinanzas en Puerto Rico; Emprende Microfinanzas y Fondo Esperanza en Chile; Contigo Microfinanzas en Argentina. Microserfin en Panamá y Banco Adopem en República Dominicana.

Entidades a través de las cuales la Fundación Microfinanzas BBVA atiende actualmente a una cartera vigente de 1.258.675 clientes, el 43% con ingresos menores de 8 dólares al día, y el 60% de ellos mujeres.

En términos acumulados, desde su creación en 2007, la Fundación ha entregado créditos por valor de 2.500 millones de euros (con un importe de crédito promedio de 1.000 euros), cuenta con 5.500 empleados y una red de 462 oficinas en los siete países en los que está presente actualmente.

Personas pobres, excluidas que, gracias a los créditos obtenidos, han podido emprender pequeños negocios y mejorar su bienestar y el de sus familias, y recuperar algo que para ellos es muy importante, su dignidad y valía personal.

## Entidades amigas



Gracias a las entidades amigas es **Posible** llegar a muchos más lectores

Si quieres participar como entidad amiga de la revista envía un correo a [revistaesposible@ecodes.org](mailto:revistaesposible@ecodes.org)

Si quieres saber más sobre las entidades amigas pincha aquí

# Ampliando los derechos de los trabajadores en el sistema Fairtrade

Hace dos años la organización internacional Fairtrade decidió llevar a cabo una revisión de sus criterios con el objetivo de mejorar las condiciones de vida y trabajo de los trabajadores de las fincas certificadas con el sello Fairtrade. Los resultados se han concretado en una batería de propuestas y acciones concretas.



**E**n la actualidad trabajan en empresas agrícolas certificadas por Fairtrade unas 170.000 personas. En muchos casos, los ingresos, las condiciones de trabajo y la participación en la toma de decisiones de los trabajadores van mucho más allá de los requisitos mínimos exigidos en los Criterios Fairtrade. No obstante, en muchas fincas los trabajadores todavía están en una posición vulnerable para negociar mejores salarios o condiciones de trabajo, y otros ganan lo suficiente para vivir, pero no para ahorrar, y así mejorar la situación de sus familias.

En este contexto, en el 2010 la organización internacional Fairtrade asumió la necesidad de llevar a cabo una revisión estratégica de sus exigencias en materia de derechos laborales. La nueva visión: “que los trabajadores tengan el poder de influir sobre las decisiones que impactan sus vidas”, se ha concretado en una serie de objetivos y líneas de acción específicas.

Algunas de las áreas de actuación en las que Fairtrade va a enfocar sus esfuerzos son:

■ **Libertad Sindical:** crear un entorno en el que los trabajadores puedan organizar y negociar sus condiciones de empleo, especialmente a través de la negociación colectiva.

■ **Salario digno:** Actualmente, Fairtrade obliga a los empleadores a pagar, al menos, el salario mínimo legislado para luego avanzar hacia un salario digno, pero no da puntos de referencia o plazos claros. En el futuro se definirá un proceso claro de transición



hacia el pago de un salario digno, tomando como referencia niveles de salario digno por región.

■ **Prima Fairtrade:** Hasta ahora el uso de la prima Fairtrade estaba limitado a proyectos colectivos, prohibiéndose su reparto individualizado como un añadido al salario. Sin embargo, muchos trabajadores reclaman reglas más flexibles sobre cómo invertir estos fondos. En este sentido, se va a reconsiderar la manera en la que se decide y se utiliza la prima Fairtrade para que contribuya a aumentar la renta disponible de los trabajadores.

Esta nueva estrategia para trabajadores se implementará en estrecha colaboración con las redes de productores de África, Asia y América Latina, cuyas contribuciones ayudarán a adecuar la estrategia a la situación específica de cada región.

## Para saber más

- Lee el **dossier completo** sobre “Nuevos derechos de los trabajadores” en español aquí: [http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/factsheets/20120620\\_FairtradeDerechosdeTrabajadores.pdf](http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/factsheets/20120620_FairtradeDerechosdeTrabajadores.pdf)
- Aprende más sobre los **estándares Fairtrade**: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/estandares.html>
- Y, como siempre, busca este sello cuando hagas la compra:



esPosible  
recibir  
puntualmente  
la revista  
en tu correo  
o enviársela  
a un amigo.

facebook



<http://www.revistaesposible.org>

## El Basque Ecodesign Center lleva el ecodiseño a CONAMA 2012

**D**el 26 al 30 de noviembre se ha celebrado en Madrid el XI Congreso Nacional de Medio Ambiente CONAMA 2012, una cita imprescindible con el desarrollo sostenible que reúne cada dos años a entidades y empresas firmemente comprometidas con la protección ambiental. El Basque Ecodesign Center, entidad liderada por Ihobe que busca impulsar la ecoinnovación mediante la colaboración entre empresas, Universidad del País Vasco (UPV-EHU) y centros de conocimiento líderes a nivel internacional, ha presentado sus iniciativas, colaborativas y proyectos individuales de las siete empresas vascas que lo integran (CIE Automotive, Euskaltel, Fagor, Gamesa, Iberdrola, Ormazabal, Vicinay Cadenas).

Pero no sólo se ha dado a conocer la actividad desarrollada en el marco del centro, sino que la propia filosofía e imagen del Basque Ecodesign Center ha estado representada en CONAMA a través de un stand ecodiseñado, ubicado en el espacio expositivo del congreso. El diseño del stand del Basque Ecodesign Center se ha realizado siguiendo la metodología de ecodiseño de los componentes del mismo. Se han contemplado criterios de ecoeficiencia tales como: la reducción de



*Stand de Basque Ecodesign Center en Conama.*

materiales, la reutilización, el ciclo de la vida de los componentes o la optimización de los consumos energéticos, criterios que se han tenido en cuenta tanto en la fabricación, como en el desarrollo de la actividad congresual y en la gestión de su vida útil.

Entre otras medidas, se ha minimizado la utilización de recursos naturales y se ha reducido el

impacto en el proceso productivo: 6 metros cuadrados de pared han sido contruidos utilizando tablas recuperadas de pallets fuera de uso, y como elementos decorativos, se han empleado 275 botellas de cristal procedentes de envases reutilizados. Para la iluminación y equipación informática y audiovisual se han empleado sistemas de bajo consumo. O en el caso del logotipo tridimensional de la marca, se ha realizado en cartón 100% reciclado y 100% reciclable. Además, el 80% de los materiales han sido suministrados libres de embalaje. Se han optimizado también los medios logísticos, empleando la cadena de aprovisionamiento local y rutas logísticas compartidas, minimizando así el impacto en desplazamientos.

A lo largo de los cinco días de duración del congreso han tenido lugar cerca de 150 actividades y se ha contado con la participación de más de 800 ponentes. A la finalización del mismo, y entre todos los proyectos expuestos y presentados, la Fundación CONAMA publicaba un listado en el que se destacaban los 12 más interesantes vistos en la presente edición. El Basque Ecodesign Center del País Vasco ha sido uno de los elegidos.

Inaugurado en noviembre de 2011, en su primer año de funcionamiento el Basque Ecodesign Center ha logrado ejecutar 16 proyectos de ecodiseño, 14 proyectos colaborativos entre sus miembros y traccionar hacia la aplicación del ecodiseño a 45 pymes del País Vasco y 14 empresas proveedoras de los socios que integran el centro. (confirmar datos con Gorane/Txema).

# Consejos de decoración navideña

No hace falta incidir en los excesos que se cometen durante las navidades y que quedan reflejados en los contenedores de enero: montañas de cartones de vivos colores y enormes valles papel de envolver regalos que crean el ecosistema perfecto donde crecen los abetos navideños amarillos, olvidados y electrocutados por las luces festivas. Desde esta sección y sin abandonar un ápice nuestro espíritu fraternal queremos dar una alternativa a los lectores que no puedan renunciar a incluir algún elemento vegetal dentro de la decoración navideña, pues es justo reconocer que el verde del abeto festonado del rojo de la guirnalda es un elemento que viste mucho. La solución ideal pasa por buscar algún sitio donde “alquilen” abetos y donde tras ser revestidos de las galas festivas sigan su curso como resguardo de pájaro cantor y de dominguero andador (los alumnos de las escuelas de agrícolas sacan unos duros durante estas fechas prestando abetos). Sin embargo, si esa solución no estuviera en su mano y se quiere dar el campanazo estas navidades desde aquí le recomendamos que se olviden de la *Picea abie* también conocido como “falso abeto” y en general de toda la familia de las coníferas y busquen una *Agnus scythicus* o Planta Tartarica Barometz.

La Planta Tartarica Barometz es una legendaria planta híbrida que da como fruto, ni más ni menos,



que un vistoso cordero que no sólo es atractivo a la vista convirtiéndose en el soporte ideal para la decoración navideña sino que es también apetecible para el estómago ya que en un apuro nos puede solucionar una cena. La existencia de una planta que es mitad cordero mitad vegetal pertenece a una larga tradición que ha venido acompañando a la humanidad desde tiempos inmemorables apareciendo ya en la tradición china (manuscritos del 429 d.n.e.) o la tradición judía donde se describe a una criatura similar bajo el nombre de Yeduah. Así mismo la podemos encontrar en los bestiarios

y recopilaciones científicas medievales como la de John Mandeville durante el reinado de Eduardo III (S. XIV) quien localizó la planta en la zona de los pueblos Tártaros (Europa oriental y Siberia). Punto que fue ratificado dos siglos después por el carolingio Baron von Herberstein embajador del emperador Carlos V en su obra “Notas sobre Rusia”. Esta leyenda lejos de desaparecer cobró fuerza con el descubrimiento y la popularización occidental del algodón procedente tanto de América como África e India siendo una explicación plausible para describir una planta que producía una especie de pelo animal.

Todos los relatos que se han encontrado de esta criatura coinciden en que la planta procede de semillas similares al melón y que una vez alcanzada su madurez biológica o bien produce los lanares que como fruto maduro caen al suelo en libertad o bien el cordero aparece unido por siempre a la planta a través de un cordón umbilical que sería el tallo de la misma. Este tallo, tan flexible como para permitir que un cordero adulto pudiera comer las plantas de su alrededor hasta acabar con ellas, sería esencial para la supervivencia. De una jugosa carne que atrae a las fauces de lobos y de humanos y de una lana gruesa que atrae a las manos artesanas puede ser el complemento de decoración ideal para esas cenas celebradas al calor de las luces y bajo el arrullo de los balidos.



# esPosible

LA REVISTA DE LA GENTE QUE ACTÚA

JOSEMA  
CARRASCO