

## Directivos

## LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Ángel Cabrera compara las figuras del empresario de negocios y del emprendedor social. Ambos son ingeniosos, pragmáticos y oportunistas. Sin embargo, el segundo considera el beneficio como un medio para la acción social

# Llega el nuevo emprendedor social

El año 2006 debería pasar a la historia como fecha clave, un punto de inflexión en la transformación de la cooperación para el desarrollo y la acción social a nivel mundial. La revolución venía gestándose desde los ochenta, tomó fuerza en los noventa y se materializó en la primera década de los 2000. Y es en 2006 cuando tres hitos simbólicos marcan el comienzo de una nueva era: la transformación de Bill Gates de empresario a filántropo, el Premio Nobel a Muhammad Yunus y la publicación de *La fortuna en la base de la pirámide*, de C. K. Prahalad. La decisión de Gates consolidó el proceso de profesionalización en la gestión de las fundaciones y la filantropía. El reconocimiento a Yunus legitimó, más allá de las microfinanzas, el concepto mismo del emprendimiento social. Y el libro de Prahalad dio un giro copernicano a la concepción de la responsabilidad social en las empresas.

En junio de 2006, Bill Gates, uno de los hombres más ricos del mundo, anunció su intención de abandonar su puesto directivo en Microsoft para dedicarse de lleno a labores filantrópicas a través de su fundación, que ya entonces disponía de un patrimonio de más de 30.000 millones de dólares. Al poco tiempo, su amigo y también multimillonario Warren Buffett anunció su intención de doblar los recursos de la Fundación Gates mediante una donación de otros 30.000 millones de dólares en acciones de su empresa Berkshire Hathaway. Ese mismo año, la Fundación Gates distribuyó casi 1.900 millones anuales en ayudas al desarrollo internacional, la salud y la mejora de la educación secundaria en Estados Unidos, y las contribuciones han ido aumentando hasta superar los 3.000 millones este año.

La Fundación Gates está teniendo un efecto transformador en el mundo de la filantropía, ya no por la cuantía de sus contribuciones, sino por sus procesos de análisis, decisión y evaluación de resultados. Gates no duda en trazar un paralelismo entre su labor en Microsoft y en su Fundación. Ambas organizaciones buscan soluciones innovadoras, ambas necesitan equipos multidisciplinares diversos, ambas necesitan de un talento humano superior y ambas siguen un enfoque estratégico y basado en la evidencia de los resultados. Este enfoque profesional, analítico, estratégico y enfocado a resultados es uno de los aspectos claves de la nueva filantropía.

En octubre de 2006, el Comité Nobel Noruega anunciaba la concesión del Premio Nobel de la Paz a Muhammad Yunus por sus esfuerzos en "crear desarrollo económico y social desde abajo". El premio suponía un reconocimiento histórico a toda una clase de activistas sociales modernos, que se han venido a denominar emprendedores sociales, por su habilidad



ESTEBAN

de aplicar mecanismos empresariales a la resolución de problemas sociales complejos desde abajo. Los emprendedores sociales crean soluciones innovadoras y económicamente autosostenibles a problemas sociales o medioambientales complejos mediante la creación de nuevas empresas que proporcionan productos y servicios no disponibles en el mercado. Al igual que el emprendedor de negocios, el emprendedor social es ingenioso, pragmático y oportunista. Sin embargo, el emprendedor social considera el beneficio económico no como un fin, sino como un medio de generación de recursos al servicio de una causa social: la reducción de la pobreza, la mejora de la salud o la educación, la justicia social o la igualdad de oportunidades.

El logro de Yunus consistió en crear el primer gran microbanco, Grameen, en Bangladesh: una entidad financiera que proporciona préstamos y otros servicios financieros a millones de personas marginadas con el objetivo de ayudarles a salir de la pobreza por sus propios medios. Su ejemplo ha inspirado a cientos de organizaciones similares en otras partes del mundo. En 2007, una de ellas, Banco Compartamos, llevó el concepto de empresa social aún más lejos, al empezar a cotizar en la Bolsa mexicana.

El éxito de Grameen, de Compartamos y de cientos de otras empresas sociales ha demostrado que las reglas de juego de la empresa y el mercado pueden poner-

se también al servicio del desarrollo económico y social.

Los llamados modelos de la base de la pirámide ofrecen un marco conceptual y de acción muy diferente a los modelos tradicionales de responsabilidad social de la empresa, los cuales entendían la acción social en términos de filantropía y, como mucho, fuente de reputación y marca. C. K. Prahalad, por contra, abre una nueva manera de entender la acción social como acción empresarial, innovación y desarrollo de negocio.

Gates, Yunus y Prahalad son símbolos de una nueva era de la acción social y ponen de manifiesto las claves de los nuevos modelos de desarrollo económico: la visión del mercado como solución, y no sólo como problema; la toma de decisiones basada en el análisis y la ciencia, y no sólo en la pasión personal; la búsqueda de soluciones descentralizadas y de abajo arriba; la confianza en la iniciativa y el ingenio personal a la hora de buscar soluciones, en lugar de grandes políticas y decisiones institucionales; la percepción de la empresa como herramienta central de desarrollo, no como agente ajeno y quizá perjudicial, y la percepción de la acción social por parte de la empresa como oportunidad, y no como caridad o responsabilidad social.

Presidente de Thunderbird School y miembro de la Fundación Bankinter para la Innovación

## NOMBRAMIENTOS

nombramientos@cincodias.es

• **ALEJANDRO CIDÓN** Director general de Philips



**Consumo y Estilo de Vida.** Licenciado en Económicas y Empresariales y máster Gesco en Dirección Comercial y Marketing por ESIC, se incorporó a la compañía en 1998 y desde entonces ha ocupado diversos cargos de responsabilidad en las áreas de marketing y ventas dentro del sector de consumo.

• **ANTOINE BURGUIÈRE** Director de la marca Abarth y de marketing de Fiat España.



Ocupó la dirección de la marca Abarth en Francia. Con más de 11 años de experiencia, se incorporó al grupo Fiat en 2006 como responsable de marketing de producto de Fiat y Lancia para el mercado francés. Ha trabajado para Mitsubishi y Audi.

• **GONZALO HERVÁS** Responsable de canal y alianzas de Ever Team.



Nacido en Madrid en 1972, ha ocupado el cargo de director de canal en ESRI España, así como el de director de canal del departamento de ventas y marketing de Datalogic Iberia. Estudió Derecho y tiene un máster en Dirección Comercial y Marketing.

• **DAVID MARTÍNEZ** Director de servicios activos de Bureau Veritas España y Portugal.



Nacido en Zaragoza en 1970, es ingeniero industrial y máster en Simulación Física de Edificios. Trabajó como director de operaciones en la cuenta de NTL. Ha sido director general para España y Portugal del grupo Internacional Samsara y de 3G Office FM.

• **RICARDO ARROYO** Director general de ADT España y Portugal.



Se incorporó a la citada compañía en 2000 como director comercial. Tras ocupar el cargo de director de cuentas estratégicas de retail para el sur y oeste de Europa, fue nombrado director general en España, puesto al que ahora suma la dirección del negocio en Portugal.

• **DIEGO MIGUEL DE VELASCO** Director comercial de Atesora.



Tiene 31 años, es diplomado en Marketing y máster en Dirección de Ventas por el ESIC. Ha desarrollado parte de su carrera en América Latina y ha estado vinculado a empresas de servicios de recursos humanos, como Adecco, donde ha sido responsable de varias delegaciones.

• **MAXIME FERTÉ** Director de IWC Schaffhausen Iberia.



Su carrera está ligada a IWC. En 2002 comenzó abriendo mercado para la firma suiza en el área del Caribe y de Latinoamérica. En 2007 fue nombrado director regional en Asia. Ha apostado por la responsabilidad social corporativa, con acuerdos con la Fundación Charles Darwin.

• **JUAN JOSÉ MONTIEL SANZ** Director de operaciones para Europa de BuyVIP.



Nacido en Huelva en 1961, hasta ahora era directivo de Goodyear Dunlop España y Portugal. Es ingeniero industrial por la Universidad de Sevilla y ha trabajado en Procter & Gamble España, Grupo Editorial SM y Valeo Service España.