

¿Qué es el emprendimiento social? 5 ejemplos de empresas con un propósito

El emprendimiento social es un modelo de negocio con fines de lucro que se esfuerza por tener un impacto positivo en cuestiones sociales.

Algunas personas que crean sus propias empresas lo hacen motivadas por la libertad de ser sus propios jefes o por perseguir su verdadera pasión. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un nuevo tipo de emprendedor: el emprendedor social.

Un emprendedor social es un líder empresarial que ve una oportunidad en la resolución de algunos de los mayores retos de la sociedad. Ya sea protegiendo el medio ambiente, mejorando las condiciones de las comunidades desfavorecidas o poniendo en marcha iniciativas filantrópicas, estos agentes del cambio están demostrando que el éxito no solo se mide en términos de ingresos, sino también en términos de impacto en el mundo real.

¿Qué es el emprendimiento social?

Los emprendedores sociales combinan los negocios con un propósito. ¿Su misión? Abordar problemas acuciantes como la pobreza, las desigualdades en la educación, las disparidades en la atención sanitaria y los retos medioambientales, todo ello mientras dirigen un negocio de éxito. Estos innovadores ven los problemas como oportunidades y utilizan soluciones creativas para generar un impacto real y duradero.

Desde marcas de moda éticas que empoderan a los artesanos hasta nuevas empresas tecnológicas que llevan agua potable a aldeas remotas, los emprendedores sociales están demostrando que los negocios pueden ser rentables y tener un propósito.

Organizaciones sin fines de lucro frente a empresas sociales

Tanto las organizaciones sin fines de lucro como las empresas sociales tienen como objetivo generar un cambio positivo, pero funcionan de manera muy diferente como entidades comerciales. Las organizaciones sin fines de lucro dependen de donaciones, subvenciones y recaudación de fondos para apoyar su misión, y a menudo reinvierten todos los ingresos en programas en lugar de generar ganancias. Se centran en el servicio, la incidencia o la filantropía sin un modelo de negocio comercial.

Las empresas sociales, por su parte, combinan los beneficios con un propósito. Dirigen negocios que resuelven problemas sociales o medioambientales al tiempo que generan ingresos. A diferencia de las organizaciones sin fines de lucro, no dependen necesariamente de donaciones y pueden obtener beneficios de los bienes o servicios que venden.

Los dos modelos también difieren en su fiscalidad. Por ejemplo, las verdaderas organizaciones sin fines de lucro están [exentas de impuestos](#), mientras que la mayoría de las empresas sociales, al igual que las empresas más tradicionales, sí pagan impuestos.

Ejemplos de emprendimiento social

Estas cinco empresas están demostrando que el éxito y el impacto social pueden ir de la mano.

FIGS

Fundada en 2013 por Heather Hasson y Trina Spear, [FIGS](#) es una tienda en línea que vende ropa y accesorios médicos a profesionales de la salud, como médicos, enfermeras y asistentes médicos. FIGS vende principalmente batas quirúrgicas, que también se donan a profesionales de la salud de todo el mundo.

En 2023, FIGS amplió su iniciativa Threads for Threads, abriendo el [FIGS Operating Theatre](#) en Kenia y donando más de 282 000 unidades y 598 000 dólares en todo el mundo. También enviaron un equipo veterinario a Baja California, México, ayudaron a los trabajadores sanitarios en Israel y Gaza, y realizaron importantes donaciones a la [Maui Health Foundation](#) y [alLeadership Institute](#) .

Love Your Melon

[Love Your Melon](#) es un ejemplo único de emprendimiento social, ya que se fundó inicialmente como una organización sin fines de lucro 501(c)(3) en 2012, pero pasó a ser una empresa con fines de lucro en 2016. Love Your Melon fue fundada por Zach Quinn y Brian Keller para crear conciencia sobre el cáncer infantil y mejorar la calidad de vida de los niños que luchan contra esta enfermedad.

Love Your Melon comenzó con la sencilla misión de regalar un gorro a todos los niños que luchaban contra el cáncer en Estados Unidos, es decir, a los 45 000 que había. Cuando cumplieron esa misión, se propusieron financiar la investigación del cáncer infantil. Inicialmente se propusieron donar un millón de dólares, pero hasta la fecha han donado 9 836 840 dólares y 254 388 gorros.

Lush

[Lush](#) es una cadena de tiendas de cosméticos fundada en 1995 que vende jabones, champús, cremas, geles de ducha, lociones y otros cosméticos elaborados a partir de recetas vegetarianas y veganas. La empresa apoya las causas relacionadas con los derechos de los animales de diversas maneras, como la compra de productos de otras empresas que no realizan, financian ni encargan productos que hayan sido probados en animales. Todos los productos de Lush se prueban en voluntarios humanos antes de salir al mercado.

Para 2030, la empresa se ha fijado el objetivo de eliminar el uso de todos los combustibles fósiles de sus operaciones directas, incluidas las tiendas minoristas, las oficinas, las plantas de fabricación y [los vehículos de la empresa](#), allanando el camino hacia un futuro más limpio y ecológico.

TOMS

Aunque no fue la primera empresa en explorar cuestiones sociales, [TOMS](#) es posiblemente la marca que popularizó el emprendimiento social en las últimas dos décadas. Fundada por Blake Mycoskie en 2006 tras un viaje a Argentina, TOMS puso en marcha un modelo de emprendimiento social 'uno por uno', en el que por cada par de zapatos vendido se regalaba un par a niños necesitados.

En 2024, TOMS alcanzó un hito al donar más de 150 millones de zapatos a personas necesitadas, reforzando su misión de dejar el mundo mejor de lo que lo encontró. Pero su impacto va más allá de proporcionar calzado. En los últimos cinco años, TOMS ha adoptado un nuevo modelo, dedicando un tercio de sus beneficios a servicios de salud mental y contribuyendo con más de 4,4 millones de dólares para apoyar a personas necesitadas.

Warby Parker

Inspirada por el éxito de TOMS, [Warby Parker](#) lanzó su programa 'Compre un par, regale un par', con el que ha donado más de 15 millones de pares de gafas a personas necesitadas hasta 2024. Para ampliar su impacto, en 2015 introdujo el 'Pupils Project', en colaboración con organismos gubernamentales locales, para ofrecer revisiones oculares, exámenes de la vista y gafas gratuitas a escolares de Nueva York y Baltimore.

Warby Parker ha ampliado su alcance a más de 75 países y sigue creciendo. A través de asociaciones con [VisionSpring](#) y [LV Prasad Eye Institute](#), están haciendo que las gafas asequibles sean accesibles para quienes más las necesitan, garantizando una visión más clara para las comunidades de todo el mundo.

Cómo iniciar una empresa social

Crear una empresa social significa construir un negocio que priorice el impacto tanto como las ganancias. Estos son los pasos clave para empezar:

- **Identifique un problema social:** determine el problema que abordará su negocio, ya sea la pobreza, la educación, [la sostenibilidad](#) u otra causa, asegurándose de que sea algo que le apasione resolver.
- **Desarrolle un modelo de negocio con impacto:** a diferencia de los negocios tradicionales, las empresas sociales integran los beneficios con un propósito. Decida si va a operar como una organización sin fines de lucro, con fines de lucro o con un modelo híbrido, asegurándose de que su fuente de ingresos respalde un cambio a largo plazo.
- **Cree un plan de negocios sostenible:** describa su misión, estrategia financiera y estructura operativa. Asegúrese de que su plan incluya cómo su empresa mantendrá su impacto social sin dejar de ser financieramente viable.
- **Obtenga financiación y recursos:** las empresas sociales suelen depender de [inversores](#) de impacto, [subvenciones](#), [financiación colectiva](#) o ingresos obtenidos. Investigue las oportunidades de financiación que se ajusten a su misión.

- **Mida y comunique el impacto:** la transparencia es clave. Realice un seguimiento y comparta su impacto social y medioambiental para generar credibilidad y atraer clientes, inversionistas y socios leales.

Este artículo de Danielle Fallon-O'Leary se publicó por primera vez en la plataforma digital de la Cámara de Comercio de Estados Unidos.