

# MÉXICO 10

## Emprendedores sociales



Juan Del Cerro  
Joshua Hammerschlag  
(coordinadores de obra)

MÉXICO **10**  
**Emprendedores  
sociales**



MADRID | CIUDAD DE MÉXICO | LONDRES  
NUEVA YORK | BUENOS AIRES  
BOGOTÁ | SHANGHÁI | NUEVA DELHI

# PRESENTACIÓN

En un mundo de constantes cambios y retos globales con realidades locales diversas, las soluciones multisectoriales e innovadoras cobran mayor relevancia. La innovación social ha estado impulsada por un abanico de actores, entre ellos los emprendedores sociales, quienes desde su trinchera han desarrollado soluciones innovadoras a problemas sistémicos, agregando valor a su entorno y generando desarrollo económico.

La figura del emprendedor social y su rol en la sociedad ha ido iterando y madurando a través de los años. Los retos que surgen en el camino a la profesionalización del emprendimiento social son diversos, constantes y muchas veces sistémicos. Desde la sensibilización de la sociedad en el funcionamiento de una empresa social, hasta el acceso a capital humano y recursos financieros o a los apoyos fiscales y regulatorios disponibles.

Para CEMEX, invertir en innovación y emprendimiento social y ambiental es de tal relevancia, que forma parte de nuestra estrategia de negocio responsable, y contribuye a nuestro propósito de construir un mejor futuro.

En 2010, CEMEX, junto con el Tecnológico de Monterrey, creó el Centro CEMEX-TEC para el Desarrollo de Comunidades Sostenibles y el Premio CEMEX-TEC; ambos han sido un parteaguas en la posibilidad de potenciar proyectos de alto impacto en materia de desarrollo sostenible, innovación y emprendimiento social. A través del Premio CEMEX-TEC, no solo fortalecemos y colaboramos en un ecosistema de innovación social, sino que habilitamos a aquellos agentes de cambio que están dispuestos a realizar una transformación social compartida, para contribuir a alcanzar las metas planteadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

En este libro compartimos la historia y el impacto que han tenido 10 grandes emprendedores sociales en México, iniciativas que están haciendo cambios sociales y ambientales positivos con acciones concretas, siendo ejemplo vivo de ciudadanos activos y comprometidos con su comunidad.

**Martha Patricia Herrera González**

Directora Global de Negocio Responsable  
y Valor Compartido CEMEX

Directora del Centro CEMEX-Tecnológico de Monterrey  
para el Desarrollo de Comunidades Sostenibles

# INTRODUCCIÓN

El paradigma del éxito en las empresas está cambiando. Ante los grandes retos sociales y medioambientales a los que nos enfrentamos en la actualidad, todos los actores de la sociedad, incluidas las empresas, tendrán que tomar acciones.

Es por este panorama que el emprendimiento social y la inversión de impacto se están convirtiendo en una megatendencia a nivel global. Hoy en día, cada vez más emprendedores buscan crear empresas que tengan un «triple resultado»: utilidades, impacto social y medioambiental.

Aunque el emprendimiento social es un modelo de negocio relativamente joven, es fácil ver el crecimiento exponencial que ha tenido en los últimos años. Por ejemplo, en 2008, se calculaba que había 160 millones de dólares de inversión de impacto en América Latina, mientras que en el 2018, el Global Impact Investing Network mapeó más de 228,000 millones de dólares.

# INTRODUCCIÓN

De la misma manera, cada vez existen más programas enfocados en la creación e impulso de empresas sociales: incubadoras, aceleradoras, universidades, fondos de inversión; incluso los gobiernos están buscando apoyar a las nuevas generaciones en la creación de compañías que puedan resolver los grandes retos a los que nos enfrentamos.

Pero ante esta ola de emprendimiento de impacto que se ha desatado en los últimos años, todavía falta la pieza clave que sienta las bases para futuros emprendedores y emprendedoras: documentar casos de éxito reales de empresas sociales en nuestro país que han logrado consolidar sus modelos de negocio y de impacto.

Necesitamos modelos a seguir que nos inspiren y nos enseñen cómo se deben crear las empresas que están rompiendo los paradigmas de éxito en los negocios al mismo tiempo que cambian al mundo.

Ese es exactamente el objetivo de este libro: poner por primera vez en papel la documentación formal de diversos casos de empresas sociales mexicanas que han demostrado que combinar los negocios con el impacto no solamente suena muy atractivo en la teoría, sino que se puede hacer una realidad.

Con este libro buscamos inspirar a las nuevas generaciones a que sigan adelante; queremos que las historias de estas diez grandes empresas sociales y las personas que hay detrás de ellas los motiven a no tirar la toalla, les recuerden la importancia de lo que hacen cada día, los animen a seguir aspirando a un futuro mejor y los reten a plantear objetivos aún más ambiciosos.

También queremos compartir con el ecosistema emprendedor de México y Latinoamérica una visión de aquellas historias que se empiezan a posicionar como insignias de nuestro país en diferentes industrias, atacando todo tipo de problemáticas sociales y atendiendo a comunidades sumamente diversas que van desde indígenas en sectores rurales, hasta habitantes de las grandes ciudades, pasando por campesinos, pequeños productores, iniciativa privada, entre muchos otros.

¿Cómo seleccionar a las empresas más exitosas?

Con cada vez más empresas sociales trabajando en el ecosistema mexicano, seleccionar solo diez casos no fue una tarea sencilla. Para lograrlo se creó un comité de expertos, líderes de organizaciones con una trayectoria probada en el ecosistema y un conocimiento profundo de las empresas sociales en el en-

torno mexicano; en la mayoría de los casos, tienen además un rol de formación, construcción y fortalecimiento. Estas organizaciones son: Sistema B, Ashoka, New Ventures, Promotora Social México, Unreasonable Institute México, SVX, Make Sense, Ande, Impact Hub, yCo. y Posible.

Cada organización tuvo la responsabilidad de nominar empresas tomando en cuenta los siguientes criterios:

- Fundadas en México
- Empresa o emprendimiento social consolidado
- Con un modelo de negocio rentable
- Impacto social/medioambiental visible y medido
- Solución escalable

Con el objetivo de tener mayor diversidad, se recomendó que las compañías fueran las más sobresalientes en sus respectivas industrias, de tal forma que esto nos permitiera tener una selección amplia que cubriera diferentes problemáticas sociales.

Con los resultados de las nominaciones del comité se hizo una selección inicial de 14 empresas; posteriormente, representantes del Tecnológico de Monterrey y Disruptivo.tv hicieron un proceso de filtrado para llegar a las diez que figuran en este libro, ponderando su trayectoria, la diversidad de industrias, modelos y emprendedores, así como su representatividad en diferentes regiones del país.

Las diez empresas que aparecen en este libro son una pequeña muestra del potencial que tiene el emprendimiento social en México y en todo el mundo, y estamos convencidos de que cada vez encontraremos más casos que, como estos, nos demuestren que es posible crear negocios sostenibles que impacten la vida de las personas y el medio ambiente.

**Juan Del Cerro**  
Disruptivo.tv

**Joshua Hammerschlag**  
Tecnológico de Monterrey



VERÓNICA TENA  
JIMÉNEZ

# TIERRA DE MONTE

**T**ierra de Monte es una empresa mexicana dedicada a la transferencia tecnológica hacia sistemas de producción agrícola, en forma de insumos de alta tecnología, para incrementar el rendimiento, calidad y salud de los cultivos. La empresa fue fundada en 2015, producto del sueño de dos jóvenes emprendedores que creían que la actividad agrícola debería ser una fuente de bienestar, y la manera de lograrlo era fortaleciendo una agricultura accesible y libre de químicos, aplicando biotecnología de punta.

Esta empresa trabaja día con día en transformar el manejo de la actividad agrícola que empobrece la tierra y a los agricultores, para convertirla en una fuente de bienestar y soberanía nacional, y fortalecer así la dignidad y el orgullo del trabajo agrícola.

# MISIÓN

*Hacer de la agricultura  
una fuente de felicidad y  
bienestar para las personas  
y los ecosistemas.*

## LOGROS DE LA EMPRESA

Número de empleados:	10 de tiempo completo y una becaria de medio tiempo	Impacto en rentabilidad de productores:	35 % promedio
Población impactada:	10,000 personas	Hectáreas tratadas:	+20,000
Ventas 2019:	9,799,803 pesos (37.53 toneladas)	Tasa de intoxicación por plaguicidas:	disminución de hasta un 100 % en áreas que usan sus productos
Biocidas tóxicos desplazados:	53,729.8 litros		

## EMPRENDEDORES

### Adriana Luna-Díaz

- Fundadora y directora general
- Es bióloga de profesión, especialista en Estudios Ambientales y Restauración Ecológica, Biotecnología e Ingeniería de proteínas
- Realiza funciones administrativas, reclutamiento y desarrollo de talento, estrategia comercial, de innovación y comunicación y relaciones públicas

### Etienne Rajchenberg

- Cofundador y responsable de I&D
- Es biólogo con una maestría en Ciencias Bioquímicas por la UNAM
- Se encarga de operaciones, ventas, investigación y desarrollo

## RECONOCIMIENTOS

2015

- Premio Banamex al Impacto Social

2016

- Premio Cemex-Tec, categoría Emprendedores Sociales

2017

- Finalistas MassChallenge

2018

- Miembros del Cohort Emprendedores Sociales I3 LATAM (New Ventures)

2019

- Premio Startup, categoría Agritech (Europe Awards)
- Distintivo Equilibrio Trabajo-Familia (municipio de Querétaro)

## HISTORIA DE LA EMPRESA

Durante su juventud, Adriana se dedicó por completo a los estudios; con 28 años, titulada como bióloga, contaba ya con una especialización en Estudios Ambientales y Restauración Ecológica, y se dedicaba a trabajar en áreas de investigación en diferentes empresas.

Sin embargo, el destino le tenía deparado algo muy distinto: Azul, su primera hija, se enfrentó a serios problemas de salud, situación que implicó dedicarle todo su tiempo. El problema de salud de Azul estaba relacionado con la intolerancia y las alergias a todos los alimentos tratados con agroquímicos, lo que llevó a que prácticamente todo lo que consumía debía ser orgánico. Esta circunstancia, además, mermó fuertemente la economía familiar.

Con esta situación, Adriana se percató de que «comer sin venenos era un lujo». En el largo camino de médicos y hospitales, fue descubriendo la complejidad que representaba tener un familiar con alergias alimenticias; se dio cuenta también de la poca y cara oferta existente para poder alimentarse mejor. Estaba convencida de que comer sano debería ser lo normal; sin embargo, en su andar vio que no era así y que existía un gran problema asociado con la calidad de los alimentos que consumimos hoy en día y con el uso irresponsable y desmedido de fertilizantes que en ellos se aplica.

Mientras buscaba alternativas que le permitieran trabajar y cuidar a su hija, se inscribió a la maestría, lo que le ayudó a retomar experiencias previas en el diseño de prototipos que incorporaban procesos de remediación (remoción de contaminantes), que incluso fue trabajando desde la cocina de su casa, y así desarrolló diferentes soluciones hasta lograr lo que actualmente es Tierra de Monte.

Adriana y Etienne, su esposo y cofundador de la empresa, dedicaron todo su esfuerzo al desarrollo de una propuesta de agricultura regenerativa que nu-

triera los suelos a partir de la relación de los microorganismos que habitaban en él, y que además proporcionara un soporte a grupos vulnerables para que pudieran sostenerse a largo plazo y de esta manera ir poniendo su granito de arena para tener opciones accesibles para una alimentación sana.

El proyecto tiene el propósito de empoderar a pequeños productores y comunidades por medio de redes colaborativas, en donde el agricultor y la misma comunidad sean quienes encuentren soluciones y se anticipen a problemas en sus tierras. Tierra de Monte propone el espíritu del tequio (espacio para detonar el potencial de innovación de tu equipo de trabajo), las relaciones de reciprocidad, la filosofía del «hoy por ti, mañana por mí y siempre para todos». Esto es lo que los líderes de la agricultura libre hacen.

### PROBLEMÁTICA QUE BUSCA RESOLVER

En el mundo, particularmente en México, existe un mal uso de fertilizantes y pesticidas para atacar plagas; esto va en aumento porque la siguiente vez que se presenta una plaga se usa un pesticida más potente, lastimando al ecosistema y a los procesos de regeneración natural de la tierra. Cuando esto sucede, los costos para los agricultores aumentan, porque hay que invertir en pesticidas más potentes que resultan ser más caros y dañinos y contaminan más la tierra. Adicionalmente, se genera un círculo vicioso: no solo se afecta la fertilidad de la tierra sino a las personas que trabajan con ella y a la población en general, pues el consumo de alimentos con uso excesivo de agroquímicos afecta la salud.

Los agroquímicos están envenenando a los productores y a sus comunidades, Adriana comenta que «más del 90 % de los trabajadores agrícolas se ha intoxicado alguna vez en su vida»,<sup>1</sup> dejando toxinas en la comida, en el aire y en el agua. Se reportan 100 veces más muertes causadas por intoxicación por agroquímicos que por ébola.<sup>2</sup> De acuerdo con informes de los Relatores Especiales de la ONU, los plaguicidas son responsables de unas 200,000 muertes por intoxicación aguda cada año.<sup>3</sup>

Además, muchas veces los productores no cuentan con el acceso a crédito, tecnología y soporte técnico que podría sacarlos de la pobreza y permitirles explorar otros métodos de manejo, cultivos o sistemas de comercialización más eficientes, justos y rentables.

En el mundo existen opciones de comida más saludable como la orgánica, sin embargo, es poco accesible y más en un país como México donde mucho de lo que se cultiva es para el autoconsumo. Por ello, el reto es grande.

## TIERRA DE MONTE

- En México, del 2012 al 2018 se han registrado alrededor de 26,610 casos de intoxicaciones por plaguicidas<sup>4</sup>
- Un producto orgánico puede ser 2.8 veces más caro que uno normal<sup>5</sup>
- 30 % de los pesticidas que se consumen en México no tienen registro y varios de ellos están prohibidos en el mundo
- 68 % del territorio nacional ha perdido su capacidad productiva, la solución ha sido emplear grandes cantidades de pesticidas
- En México mueren 5 veces más personas por uso de pesticidas y fertilizantes que las que mueren por consumo de Tabaco<sup>6</sup>

## MODELO DE NEGOCIO

Tierra de Monte cree que la agricultura debe ser una fuente de bienestar y felicidad para todos, es por ello que ha desarrollado una tecnología y un modelo de negocio que hace sinergia: entre bacterias, hongos y plantas, entre distribuidores, productores y toda la cadena de valor agrícola. Esto permite revitalizar y regenerar tanto los cultivos como la tierra, regular plagas y enfermedades de manera segura, efectiva y rentable para, incluso, los productores de más bajos recursos.

Se dirigen a dos mercados diferentes:

### 1. Productores de todos los tamaños

Son usuarios finales, pero también forman parte de los esfuerzos de venta directa. Comprenden alrededor del 20 % de las ventas de Tierra de Monte.

### 2. Aliados

Por lo regular son líderes locales con experiencia agronómica (ya sea vendedor de agroquímicos, consultores independientes o agricultores) que se dedican a transferir los productos y el conocimiento entre sus regiones. Son clientes reales que actúan como enlaces comerciales, investigadores de campo y consultores técnicos. Estos representan la mayor parte de las ventas.

La estrategia que usa la empresa tiene dos elementos clave:

## 1. Tecnología de regeneración de suelos

## 2. Enfoque basado en redes de colaboración y distribución con agentes locales («aliados») para impulsar las ventas y multiplicar el impacto

Los productos de Tierra de Monte son de fácil aplicación, estandarizados y compatibles con cualquier tipo de manejo agrícola tanto convencional como orgánico, y son tres veces menos costosos que las alternativas existentes en el mercado, lo que ha impulsado la adopción temprana. Estas son algunos de ellos:

- ReviB
- CreCR
- FoliaG
- ReIntegra
- ReFuerza
- ReIntegra CO2
- ProTG
- AqA

Estos productos se han aplicado con éxito en cultivos de bayas, plátano, cacao, café, camarón, gramíneas, palma, rosas, a través de un tratamiento integral, rápido y con alto impacto.

El efecto de red les permite tener alcance significativo y proporcionar soluciones pertinentes, contextualizadas, fáciles de usar y rápidas pero duraderas, incluso para los productores más alejados de los núcleos urbanos y de ingresos más bajos. De este modo, priorizan la accesibilidad tanto tecnológica como financiera.

En palabras de la fundadora: «los aliados (agricultores, líderes de opinión, distribuidores y asesores agrícolas, ONG o cooperativas) son enlaces comerciales, investigadores de campo y consultores técnicos que, individualmente, podrían ser competidores; sin embargo, trabajan en equipo y recopilan información crítica de sus usuarios. Así, en red, los esfuerzos se replican, multiplican y amplían nuestros esfuerzos. Las observaciones y seguimiento de los aliados son elementales; ya que en tiempo real proporcionan información valiosa que guía las innovaciones que mantienen a Tierra de Monte a la vanguardia del mercado».

### **Mercado meta**

A Tierra de Monte le interesa impactar tanto al pequeño agricultor como a los agentes locales que tienen contacto con ellos, y de esta manera desarrollar una red de colaboración que permita impactar positivamente al campo.

## TIERRA DE MONTE

- En 2015, con un aliado, lograron ingresos por 600,000 pesos. En 2019, con seis aliados, se lograron ingresos por 10 millones de pesos
- Por cada peso que invierte un agricultor en productos de Tierra de Monte, ahorra un 35 % en insumos, pesticidas y fertilizantes, e incrementa su rendimiento en promedio 40 %
- En México, la superficie agrícola es de 104,992 millones de hectáreas y el PIB de este sector es 24,286,580 millones de pesos

## INNOVACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

La innovación de Tierra de Monte radica en su modelo de negocio.

Para clientes directos ofrece una solución real y práctica, brindando asesoría técnica además de la venta de un producto, de modo que puedan hacer más con menos, brindando eficiencias.

El desarrollo de las soluciones que ofrecen se basa en que «lo que das a tu tierra se regresa multiplicado, es decir, cosechas más con menos». Así, sus clientes directos obtienen buenas ganancias en su negocio sin sacrificar la calidad, la seguridad, la salud y la sostenibilidad ambiental.

Para los aliados, el proceso inicia desde la identificación de agentes locales o el acercamiento de ellos mismos a la empresa. Estos agentes no son mayoristas, sino vendedores independientes o consultores agrícolas. Una vez contactados pasan por un proceso de nueve meses para convertirse en aliados de Tierra de Monte.

Las etapas clave son:

- Contacto
- Asesoría técnica (capacitación)
- Apoyo para el crecimiento
- Soporte en construcción de cartera de clientes
- Asesoría en la creación y desarrollo de su empresa

Durante el proceso de desarrollo, al aliado se le brinda total seguridad y cercanía con capacitación y asesoría técnica, para que el énfasis lo ponga en la solución de los problemas que enfrenta el agricultor y no en la venta del producto.

Tierra de Monte busca que su modelo se replique y que el aliado genere empatía con sus clientes. De esta manera, se garantiza una relación de seguridad y cercanía, la misma que Tierra de Monte les brinda a ellos.

El proceso de acercamiento con los agricultores se da de la siguiente manera:

- Primer contacto
- Análisis de datos duros (tipo de tierra, cultivo, superficie, localización y retos que enfrenta el agricultor)
- Visita de inspección (se realiza una evaluación diagnóstica)
- Propuesta-protocolo a seguir
- Acompañamiento durante la primera aplicación
- Evaluación y seguimiento

Seguir este proceso permite generar confianza, y el agricultor poco a poco observa que produce más con menos y que puede prescindir del uso de pesticidas, gracias a las soluciones que se le han brindado.

Esta metodología de trabajo basada en la creación de la relación con los aliados es un elemento innovador del modelo, ya que ha permitido a Tierra de Monte prescindir de una fuerza de ventas y brindar opciones adecuadas a los clientes finales, ofreciendo soluciones específicas para las problemáticas que enfrentan.

Finalmente, el beneficio para los aliados es un alto margen de utilidad, capacitación permanente y apertura de oportunidades en mercados atractivos. En el caso de los productores, tiene que ver con la solución de problemas del campo con el producto de menor costo en el mercado mexicano, mientras se restaura su capital natural (suelo, tierra y servicios ambientales) de manera sostenida y progresiva ciclo tras ciclo.

## IMPACTO

El impacto que Tierra de Monte genera es diverso; en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible influyen positivamente en:

- ODS 2: Cero hambre
- ODS 12: Producción y consumo responsables
- ODS 13: Acción por el clima
- ODS 14: Vida submarina
- ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres

De modo más directo, van impactando según el tipo de solución, cada una tiene propósitos distintos y mediante el uso de combinaciones de microorganismos con sustancias nutricionales de alta disponibilidad, generan efectos en los cultivos, visibles y medibles en días, como incremento de vigor, amarre de flor y fruto, desarrollo foliar y radical, y control sanitario.

Un aspecto particular de las soluciones ofrecidas por Tierra de Monte es que no trabajan solo sobre la planta, sino sobre el ecosistema en que esta se desarrolla, lo que les da una gran versatilidad para el manejo de cultivos muy diferentes y por lo mismo el impacto generado ha sido variado:

- + 15 % de rendimiento en trigo, Sonora
- + 40 % de rendimiento en pimiento, Guanajuato
- Control de: mosca blanca, araña roja, pulgón de la caña de azúcar, chinche lygus y nematodos parásitos, entre otros
- 50 % en pesticidas y fertilizantes sintéticos

De esta manera, benefician a los agricultores al ayudarles a tener un suelo que pueda sostener cualquier cultivo, producido de una manera que pueda obtener cualquier certificación, con un margen de alto beneficio, con buena salud y una fuerte red de apoyo; los productores pueden cultivar lo que quieran y vender sus cultivos a quien quieran, mientras que los aliados encuentran independencia financiera. Y esto, llevado a una dimensión más amplia, va contribuyendo al desarrollo de los ODS mencionados.

Actualmente, Tierra de Monte tiene impacto en 16 estados a nivel nacional y cuenta con presencia internacional en países como Ecuador, Perú y Guatemala, a través de nueve diferentes productos que pretenden:

- Incrementar la productividad y soberanía alimentaria, ya que restauran los servicios ecológicos y reconstruyen el ecosistema para hacerlo más fértil
- Fortalecer financieramente a los productores, al tener cosechas más abundantes, de mejor calidad y con un suelo más sano y productivo a largo plazo
- Incrementar la rentabilidad para los actores del agro debido a los efectos inmediatos que se tienen en los cultivos gracias a la tecnología de punta que utilizan

### CAPITAL ECONÓMICO Y FUENTES DE FONDEO

Desde sus inicios y hasta el día de hoy, Tierra de Monte se ha financiado con medios propios, no ha tenido que solicitar inversión externa, a pesar de que sí han recibido ofrecimientos.

Desde el 2015 a la fecha, su modelo de colaboración le ha permitido tener un crecimiento orgánico y exponencial, con el beneficio adicional de poder construir un negocio activo sin diluir el «equity» o renunciar a la propiedad o al liderazgo. Esto ha permitido aprendizajes invaluable para su equipo. Adriana menciona que, aunque su empresa es joven, es ágil, y se lo debe a que ha podido concentrarse en la construcción de cultura, métodos, procedimientos y estatutos.

Tierra de Monte se ha enfocado en lograr una total autosustentabilidad mediante la venta de productos y servicios, haciendo énfasis en generar relaciones de confianza y empatía con sus aliados.

En un medio tan diverso como el agrícola, pero a la vez con prácticas arraigadas, lograr cambios es complicado. Tierra de Monte ha roto paradigmas. Adriana está convencida de que esto es posible gracias a que han construido capital social, no solo económico; no van en contra del *statu quo*, sino que se adaptan. Su modelo permite que muestren resultados con hechos tangibles y rápidos, generan una alta eficiencia en un corto tiempo y evidencian cómo pueden ayudar a los agricultores a migrar a una agricultura libre, sin una alta dependencia de los pesticidas y químicos que tanto daño generan en los ecosistemas.

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Parte de la riqueza e innovación del quehacer de Tierra de Monte está en su modelo de colaboración con sus aliados estratégicos. Como asegura su fundadora: «En esta empresa creemos que la fortaleza y la riqueza está en la diversidad y en la cooperación, por lo que desde nuestra concepción nos hemos dedicado a construir relaciones fuertes y virtuosas con el ecosistema. Desde los promotores de los programas de aceleración (Green Momentum, MassChallenge, New Ventures) e instituciones de educación superior locales, regionales y nacionales, hasta Centros de Investigación (CIMMYT) y ONG. Creemos que del esfuerzo de todos, desde nuestros distintos ámbitos de acción y especialidad, puede nacer el nuevo modelo de realidad, de reproducción de la vida y de sociedad».

## VISIÓN A FUTURO

Tanto Adriana como Etienne están convencidos de que todo es un sistema y si ellos ponen su granito de arena pueden incidir positivamente en grandes cambios.

«Vemos a la agricultura como una actividad digna y rentable para todos, donde no existan las tierras abandonadas y donde el campo es una fuente de arraigo y fortaleza comunitaria [...] Vemos un México donde los saberes ancestrales y modernos se conjuntan y detonan la productividad virtuosa de la tierra, y nos vemos a nosotros mismos como una herramienta y una fuerza que pavimenta y promueve ese camino».

Estas reflexiones evidencian hacia dónde van con Tierra de Monte. Ellos trabajan día a día para ser un ejemplo de empresa social, generando un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad, buscando siempre la eficiencia en el manejo de los recursos.

En 2020 comenzarán a construir un campus regenerativo como ejemplo de bienestar social, laboral y ambiental donde pretenden incrementar su capacidad operativa, productiva, de investigación y enseñanza.

A través de sus alianzas comerciales y de colaboraciones buscan consolidar su presencia en todos los estados del país. Pretenden llegar a 21 estados y ampliar su presencia internacional en Centro, Sudamérica y Europa en tres años más.

«Un bosque siempre es fértil, productivo, da vida y paz, es salud, pervive en el balance».

Adriana Luna-Díaz

Uno de sus sueños es convertirse en líderes de opinión, contribuyendo así a la transformación del sistema alimentario para democratizar la comida orgánica y hacer de la soberanía alimentaria, una realidad para todos.

## APRENDIZAJES PARA COMPARTIR

- No te pelees con el *statu quo*, hazlo obsoleto.
- Trabaja por el impacto, no por el dinero. El dinero vendrá solo.
- Hay un dicho que afirma que el que viaja solo, va más rápido, pero el que va en equipo llega más lejos. Esto no es cierto: el que viaja solo muchas veces ni siquiera puede salir de la línea de arranque. Son la colaboración y la diversidad, no la competencia, las que hacen que las cosas pasen.

# TIERRA DE MONTE

- No inicies una empresa pensando en levantar capital o en venderla. Trata de crecer orgánicamente, al menos, los primeros tres años.
- No te enamores de tu solución, enamórate de tu problema.
- Falla rápido, aprende rápido.
- La grandeza de una *start-up* la hace el equipo, no el emprendedor. Las empresas unipersonales son solo un loco bailando solo, un equipo hace un movimiento y este puede hacer una revolución.

## NOTAS

1. Guerra, G. (2017). «La científica que regenera la vida en la tierra». *Entrepreneur*. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/306502>
2. World Health Organization. (2003). *The World Health Report 2003*. Recuperado de: <https://www.who.int/whr/2003/en/>
3. Natural. (2017). «Los plaguicidas provocan 200.000 muertes al año». *La vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/natural/20170309/42701670609/plaguicidas-herbicidas-insecticidas-muertes-intoxicacion-onu.html>
4. Gobierno de México. (2019). Dirección General de Epidemiología *Anuario de Morbilidad 1984 -2018*. Recuperado de: <http://www.epidemiologia.salud.gob.mx/anuario/html/anuarios.html>
5. Celis, F. (2015). «Esa comida orgánica que tanto te gusta cuesta hasta 3 veces más». *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/alimentos-organicos-son-hasta-veces-mas-caros>
6. Tierra de Monte. (n. d.). *Cultivos más productivos con Tierra de Monte*. Recuperado de: <https://www.tierrademonte.com/cultivos>

## CONTACTO Y REDES SOCIALES

SITIO WEB	<a href="https://www.tierrademonte.com/">https://www.tierrademonte.com/</a>
CORREO	<a href="mailto:contacto@tierrademonte.com">contacto@tierrademonte.com</a>
FACEBOOK	<a href="https://www.facebook.com/tierrademonteagriculturalibre">@tierrademonteagriculturalibre</a> <a href="https://www.facebook.com/tierrademonteagriculturalibre">www.facebook.com/tierrademonteagriculturalibre</a>
TWITTER	<a href="https://twitter.com/TierradeMonte">@TierradeMonte</a>
INSTAGRAM	<a href="https://www.instagram.com/tierrademonte">tierrademonte</a>



# **SEMBLANZAS DE LOS AUTORES**

**Christian Hernando Salazar Mantilla**

(Caso Blooders)

Emprendedor, profesor y director de Emprendimiento Social para la Región Norte del Tecnológico de Monterrey.

**Jairo Abraham Ruiz Nava**

(Caso Échale a tu casa)

Profesor, investigador y director nacional de Emprendimiento Social del Tecnológico de Monterrey.

**Yoshiko Alicia Sakai Camacho**

(Caso Grupo Murlota)

Directora del Departamento Académico de Emprendimiento Social del Tecnológico de Monterrey. Mentora de alumnos y emprendedores, enfocada en temas contables, financieros y fiscales para *start-ups*.

**Romain Pouzou**

(Caso Hipocampus Centros de Aprendizaje)

Emprendedor, profesor y director de Emprendimiento Social para la Región Centro del Tecnológico de Monterrey.

**Christiane Molina**

(Caso Iluméxico)

Profesora investigadora del Departamento de Estrategia y Liderazgo de EGADE Business School, con especialidad en Estrategia y Sostenibilidad. Doctora en Ciencias Administrativas y maestra en Administración por EGADE Business School. Sus investigaciones se han publicado en *Business & Society*, *Advances of International Management*, y colaboró en el libro *200 Emprendedores Mexicanos*.

**Hilda Margarita Ortiz Martínez**

(Caso Isla Urbana)

Profesora y directora de Emprendimiento Social para la Zona Sur del Tecnológico de Monterrey. Consultora de negocios.

**Luis Alonso Castellanos Velasco**

(Caso Pixza)

Emprendedor, consultor y mentor con más de diez años de experiencia en temas de innovación social, emprendimiento y liderazgo. Es socio fundador y director de estrategia en HUMA Constructores, profesor del Departamento de Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey y miembro del Consejo Directivo de Nutre a un Niño A. C.

**Isaac Lucatero Castañeda**

(Caso Promesa)

Emprendedor, profesor y aprendiz, actualmente labora en el Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera Región CDMX del Tecnológico de Monterrey.

**Joshua Hammerschlag Madrigal**

(Caso Someone Somewhere y coordinador de obra)

Director de Emprendimiento Social Región CDMX del Tecnológico de Monterrey. Profesor y conferencista en este tema, así como en modelos de negocio y empresas con propósito.

**Verónica Tena Jiménez**

(Caso Tierra de Monte)

Catedrática de la Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey Región CDMX. Consultora de negocios. Emprendedora social e inversionista en el proyecto NAVILMX (emprendimiento que enlaza comunidades indígenas de Oaxaca y Chiapas con el mercado joven interesado en rescatar el talento artesanal de México).

## #MX10

Convencidos de que las empresas son el motor de crecimiento de una nación, LID lanza la serie *México 10* para dar a conocer el panorama emprendedor y empresarial actual del país. Este primer título ofrece una mirada al ecosistema emprendedor social mexicano, presentando diez casos de éxito: Blooders, Échale a tu casa, Grupo Murlota, Hipocampus Centros de Aprendizaje, Iluméxico, Isla Urbana, Pixza, Promesa, Someone Somewhere y Tierra de Monte. Lideradas por personas empeñadas en cambiar al mundo, estas empresas presentan un innovador modelo de negocio con el objetivo de crear impacto social y cuidado ambiental.

Los directores de esta obra, Juan Del Cerro y Joshua Hammerschlag, junto con representantes de las principales organizaciones del ecosistema emprendedor social de México y América Latina (Ande, Ashoka, Impact Hub, Make Sense, New Ventures, Posible, Promotora Social México, Sistema B, SVX, Unreasonable Institute México e yCo.), se encargaron de seleccionar a las empresas. La investigación y redacción de los casos estuvo a cargo de profesores expertos en el tema.

Estamos seguros de que esta obra será una guía para todos aquellos interesados en aprender de las experiencias de jóvenes talentos mexicanos que nos comparten aquí su trayectoria y las lecciones aprendidas a lo largo del camino.

Con la colaboración de:



PREMIO  
CEMEX-TEC

