

HISPALED, UN EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN COMUNIDAD CRISTIANA

El mundo nos presenta siempre el emprendimiento y la vocación como realidades individuales e individualistas. Se habla del “emprendedor” como figura heroica y autónoma, que se lanza al riesgo con iniciativa y talento propios. De modo similar, la “vocación” se interpreta muchas veces como un llamado íntimo, personalísimo, casi privado. Pero, ¿y si también fueran posibles, e incluso necesarias, formas comunitarias de emprendimiento y de vocación?

¿Puede una comunidad “emprender”? ¿Puede una vocación profesional surgir, y sostenerse, no solo en el corazón de una persona concreta, sino en el latido compartido de un grupo humano que discierne, acompaña, arriesga y actúa en común? En Hispaled, emprendimiento social nacido en el seno de una comunidad de laicos cristianos, hemos intentado vivir esa posibilidad: la de un emprendimiento que no nace de un plan de negocio, sino de una historia compartida; que no responde a un interés privado, sino a un compromiso común; que no gira en torno a un “yo emprendedor”, sino a un “nosotros responsable” que busca transformar la realidad desde la fidelidad al Evangelio y a una misión (vocación) compartida.

Hispaled no nació en una incubadora de startups, ni fue fruto de un plan estratégico escrito a la luz de una oportunidad de mercado o un reto social. Lo hizo en un colegio. Nació de una preocupación compartida, de una conversación sostenida durante años, de una intuición comunitaria de las que nacen en el corazón...

Por ello, Hispaled no puede entenderse sin la historia que la precede. Su origen está en los llamados Grupos Valdeka, surgidos en el marco de la pastoral de los colegios Corazonistas de Madrid y Vitoria. Todo a partir de una propuesta tan sencilla como transformadora: al acabar el colegio, jóvenes recién salidos del bachillerato se embarcaban en campos de trabajo de verano que despertaban en ellos la inquietud por una vida diferente, más comprometida y más abierta al sufrimiento del mundo.

Aquellos primeros pasos dieron lugar a una experiencia más amplia durante los años universitarios, en la que se integraban voluntariado, formación cristiana y social, participación en la pastoral del colegio y crecimiento como grupo cristiano de amigos. Siempre sostenidos por cuatro pilares fundamentales: experiencia de Dios, compromiso social, vida de grupo y austeridad. No eran solo actividades; era un modo de vivir la propuesta de Jesús para un joven como un proceso compartido, en comunidad, y con vocación de continuidad.

Con los años, algunas de estas personas, ya adultas y siempre animadas por los Hermanos del Sagrado Corazón, dimos un paso más: nos definimos como comunidad laica corazonista, reconociéndose como parte viva del carisma de la congregación, pero desde su condición laical, profesional y familiar. Desde ahí nos implicamos en proyectos de misión diversos: iniciativas misioneras en la selva peruana, hogares de acogida para jóvenes en Griñón y Vitoria, corresponsabilidad con los hermanos corazonistas en las obras educativas del Instituto en España...

En ese momento, en nuestros distintos espacios de formación y vida compartida, surgió con más fuerza una pregunta audaz, que algunos teníamos casi desde cuando comenzamos la universidad: ¿podemos también estar en el mundo económico, como estamos en el mundo educativo y social, sin ser del mundo? ¿Es posible encarnar el espíritu del Evangelio, el carisma corazonista, en una estructura empresarial que no solo no reproduzca la lógica excluyente del mercado, sino que sea espacio de acogida, dignificación y transformación? ¿y si creamos una empresa comunitaria, con vocación social, en un sector económico real?

No era un sueño idealista ni una ocurrencia ingenua. Era una convicción nacida de años de vida en común, de haber compartido caminos de fe y acción, y de haber aprendido que la comunidad puede ser también lugar de discernimiento colectivo y de decisiones valientes. En ese contexto, surgió —casi por azar o por el soplo del Espíritu, como tantas veces sucede con las llamadas ver-

daderas— una oportunidad en el ámbito de la tecnología LED, un campo totalmente ajeno para nosotros en aquel momento. No sabíamos demasiado de electrónica o de gestión empresarial, pero sí de compromiso. Y había personas dispuestas a apostar.

Así, en 2009, algunos miembros de la comunidad decidieron dejar sus trayectorias profesionales —en la empresa privada o en la administración pública— para lanzarse a esta aventura. Lo hicieron con el apoyo explícito del resto de la comunidad, que sostuvo el proyecto no solo con confianza, sino también con capital económico, acompañamiento y compromiso real. Todo el capital inicial necesario para arrancar Hispaled, y el

improvisaban las oficinas. Pero lo más importante es que la empresa nunca fue cosa solo de “los que estaban dentro”. La comunidad entera se organizó para empujar el proyecto. Hubo reuniones en las que nos dividíamos por familias y zonas geográficas de España para rastrear posibles licitaciones y oportunidades de negocio; otras personas ofrecían su tiempo o sus competencias profesionales para tareas específicas; todas sabían que no era solo “una empresa”, sino una misión compartida.

El primer paso fue muy concreto, casi humilde: ver si éramos capaces de crear una empresa viable, que funcionara “en el mundo” según sus reglas económicas, pero sin renunciar a nuestros valo-



que se necesitó en momentos de crisis para no tener que bajar la persiana, fue aportado por personas de la comunidad, no por inversores externos ni por subvenciones públicas.

Y como en los relatos fundacionales de Silicon Valley, todo empezó en un garaje: concretamente, el de la casa que compartían algunos miembros de la comunidad. Allí se almacenaban las primeras luminarias, se hacían pruebas y pedidos, se

res. Porque Hispaled quería ser una empresa social, sí. Pero no una “empresa social decorativa”. Desde sus primeros pasos, nos propusimos que fuera una empresa de verdad: competitiva, innovadora, sostenible. Sólo así podríamos demostrar que otra economía no solo es deseable, sino posible y viable. Sólo así podríamos abrir huecos reales para quienes más difícil lo tienen. Y sólo así podríamos estar “en el mundo sin ser de este mundo”.

Y una vez superado ese objetivo, podríamos comenzar a desplegar el verdadero horizonte: convertir esa estructura empresarial en una herramienta de inclusión y transformación social, al servicio de personas excluidas del acceso al empleo.

Hoy, Hispaled es una de las empresas de referencia en España en alumbrado público LED, con más de 300.000 puntos de luz instalados en todo el territorio. Muchas de las farolas de nuestros pueblos y barrios son de Hispaled. Competimos de igual a igual con las principales firmas del sector, y lo hacemos apostando por la calidad, la eficiencia energética y un servicio técnico cercano y solvente. Pero no nos hemos quedado ahí: en estos años hemos ampliado nuestras líneas de actividad con proyectos de iluminación para horticultura, pantallas LED de información dinámica, sistemas de telegestión de alumbrado integrables en plataformas de Smart Cities o instalaciones fotovoltaicas de autoconsumo, cada vez más demandadas. Invertimos de forma decidida en I+D+i, y trabajamos en un sector —el de la eficiencia energética— que no sólo tiene futuro, sino que resulta clave para la transición ecológica y justa que nuestra sociedad necesita.

En 2018, nueve años después de su nacimiento, Hispaled era ya una pyme consolidada, reconocida en su sector, con clientes públicos y privados, y una base tecnológica firme. Fue entonces cuando la comunidad que impulsó el proyecto sintió que había llegado el momento de dar un nuevo paso de fidelidad a su vocación original: apostar decididamente por la inclusión sociolaboral como eje estructural de la empresa.

Tras un nuevo proceso de discernimiento comunitario, Hispaled decidió transformarse en empresa de inserción, una figura reconocida por la Ley 44/2007 de ámbito estatal, que define este tipo de entidades como empresas que forman parte de la economía social, promovidas por entidades sin ánimo de lucro, que, desarrollando una actividad económica real y competitiva, tienen como finalidad la integración laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social.

Para ello, deben ofrecer empleo remunerado, acompañamiento personalizado, formación y condiciones reales de acceso al mercado ordinario en

un periodo máximo de 3 años.

Asumir ese reto no fue simplemente añadir una dimensión social al proyecto. Supuso repensar la empresa entera: su estructura de propiedad, su organigrama, sus procesos, su gobernanza, sus instalaciones productivas, su forma de contratar, de formar, de evaluar. Fue una conversión empresarial completa. Y fue también una decisión comunitaria: porque, como al principio, todas las personas implicadas sostuvieron y redefinieron el rumbo del proyecto.

Desde entonces, Hispaled se ha centrado especialmente en la inclusión de jóvenes procedentes de contextos de migración, asilo, protección de menores, fracaso escolar o exclusión residencial. Jóvenes que han sido expulsados de muchos sitios y mirados con sospecha, pero que aquí encuentran una oportunidad real de reconstruir su vida a partir de la dignidad del trabajo.

El modelo combina empleo remunerado, formación técnica (tanto interna como externa), acompañamiento social y experiencia comunitaria en el entorno laboral. No es una fórmula mágica ni asistencial. Es una propuesta exigente, que busca la autonomía real de las personas, y que se basa en la convicción de que el trabajo digno puede ser un punto de apoyo para rehacer trayectorias rotas.

Pero lo más transformador del modelo es su impacto real y medible en la vida de los jóvenes. En Hispaled, trabajan y estudian a la vez, gracias a un enfoque que integra la formación reglada con la experiencia práctica, permitiéndoles obtener una titulación profesional (como instaladores electricistas, técnicos de mantenimiento, montadores electrónicos...) mientras realizan un trabajo real por el que cobran y reciben un acompañamiento social integral. Para muchos de ellos, esto supone la primera oportunidad real de construir un proyecto vital propio.

El resultado está ahí: el 89% de los jóvenes que han pasado por Hispaled están hoy trabajando en el sector, en condiciones dignas y estables. Es un porcentaje que supera ampliamente el de cualquier otro programa de inserción laboral para jóvenes migrantes o extutelados, y que demuestra que este enfoque funciona: porque combina exigencia con acompañamiento, profesionalidad con

cuidado, tecnología con humanidad.

Y nada de esto se hace en solitario. Hispaled es una empresa “multiecosistema”: colabora con entidades sociales, que proponen a los jóvenes más adecuados para este proceso; con centros de formación, con los que construimos modelos de capacitación técnica para los jóvenes; con empresas del sector, muchas de las cuales —clientes, proveedores o incluso competidores— acaban incorporando a los jóvenes al final de su itinerario. Y también con personas voluntarias, muchas veces jóvenes de la pastoral corazonista, que acompañan de manera informal, pero muy valiosa, a quienes empiezan desde cero en una cultura y un sistema desconocido.

Este trabajo en red hace que cada itinerario personal se sostenga en una comunidad más amplia, y que cada paso hacia la autonomía sea también una experiencia de vinculación, de pertenencia, de dignidad compartida. Y ahí, sin grandes discursos, es donde empieza a dibujarse un modo distinto de entender la economía. Uno en el que las personas no son un recurso, sino el centro. Uno en el que el éxito se mide por los trayectos que se transforman, no solo por los balances de cuentas – que nunca hay que olvidarlos, por cierto -.

Hispaled no es una empresa perfecta. Está hecha de tensiones, límites, pruebas y búsquedas. Es frágil. Navega constantemente buscando equilibrios entre la exigencia del mercado y de las necesidades de los jóvenes. Pero en ella late una intuición honda y persistente: que el trabajo, cuando está al servicio de la persona, puede ser un lugar privilegiado de encuentro con el otro y con Dios. Un espacio donde se reconstruyen vidas, se curan heridas, se genera comunidad. Donde el Evangelio no se predica, sino que se vive en la estructura misma de la empresa.

En una sociedad cada vez más polarizada, donde el rostro del otro —y especialmente del migrante— despierta miedo o rechazo, Hispaled propone otra mirada. Porque aquí Dios toma rostro de taller multicultural: de marroquí, guineano, ucraniano, palestino o ecuatoriano; el de un joven que llega tras años encadenando empleos precarios y sale con una profesión y autoestima renovada, el de una mujer migrante que encuentra por primera vez un entorno laboral donde se la valora para

poner en marcha su verdadera vocación, el de un joven refugiado que pueda ya comenzar una vida independiente fuera de casas y centros de acogida... Y en ese cruce de caminos, la diversidad no es un obstáculo, sino una epifanía: el lugar donde Dios se revela desde lo múltiple, lo frágil y lo inesperado.

Todo esto no nace de una moda ni de una estrategia de marca. Tiene raíces profundas: una pedagogía de la confianza, que los Hermanos del Sagrado Corazón han sembrado durante décadas en sus colegios y que la Comunidad Laica Corazonista ha hecho propia como forma de vivir la fe, la educación y el compromiso social. Una pedagogía que cree en la posibilidad del otro incluso cuando él mismo no puede hacerlo. Que acompaña sin invadir, que exige desde el cariño, que no se rinde.

Y también hay un legado menos visible, pero muy presente: la influencia del personalismo comunitario y de los movimientos obreros cristianos, que tantas personas de la comunidad vivimos como experiencia fundante en cursos de formación y conversión. Una espiritualidad que ve en el trabajo no solo un medio de sustento, sino un lugar de dignidad, de fraternidad, de transformación social y de lucha por la justicia. Que entiende que el ser humano se realiza en relación, y que una empresa también puede ser eso: una comunidad de sentido al servicio de la vida.

Y seguimos. No porque sea fácil, sino porque es necesario. Porque creemos que otro modelo de empresa es posible. Uno que ponga a la persona en el centro. Que viva desde los márgenes. Que combine profesionalidad y ternura, rentabilidad e inclusión.

Y sobre todo, porque no caminamos solos. Somos parte de una historia más grande. Una historia de comunidad. De apostolado. De fe. De fidelidad.

De Reino.

Comunidad Laica Corazonista