



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

FACULTAD DE DERECHO

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA.

Perspectiva y ámbitos afines

Autor: Elena Castro Urdín

5º E3 A

Filosofía del Derecho

Tutor: Luis Bueno Ochoa

Madrid
Junio 2020

RESUMEN

La crisis vivida durante la última década ha tenido como consecuencia el impulso del emprendimiento social como posible salida de ésta, al detectar necesidades sociales y transformar gradualmente la calidad de vida de los individuos, y por ende de la sociedad. A lo largo del trabajo se realiza una revisión de la literatura sobre el término del emprendimiento social, aunando multitud de definiciones que encuentran como elemento común la coexistencia de tres variables; la innovación, la necesidad de transformar la vida de aquellas personas más desfavorecidas y una vinculación con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Asimismo, se desarrolla una comparación sobre los distintos tipos de empresa social existentes en nuestro país, los puntos en común y sus diferencias, todos ellos persiguiendo un objetivo social claro. Esta combinación de objetivos sociales necesita de un fuerte pilar financiero para que la creación de valor pueda ser sostenible. Por tanto, el emprendimiento social, a diferencia de otras empresas sociales se caracteriza por alcanzar una rentabilidad económica que le permita competir en el mercado con el resto de empresas. Finalmente, esta forma de hacer negocios sociales puede encontrar un fondo de financiación en la RSC de multitud de empresas, sirviendo estas últimas de know-how y músculo financiero para impulsar proyectos de emprendimiento social.

Palabras clave: emprendimiento social, RSC, economía social, empresa social, innovación.

ABSTRACT

The economic crisis lived for the past decade has resulted in the promotion of social entrepreneurship as a possible way out by detecting social needs and gradually transforming the quality of life for individuals and thus for society. Throughout this thesis, a review of the literature on the term social entrepreneurship is carried out, combining multitude definitions that find the coexistence of three variables; innovation, the need to transform the lives of those most disadvantaged and a correlation with Corporate Social Responsibility (CSR). In addition, this work presents the different types of social enterprise existing in our country, their similitudes and differences, all of them pursuing a clear social objective. This combination of goals requires a strong financial pillar for a sustainable value creation. Therefore, social entrepreneurship, unlike other social enterprises is characterized by achieving economic profitability to compete in the market. Finally, the CSR of companies can work as a financial muscle to impulse social entrepreneurship projects.

Key words: social entrepreneurship, CSR, social economy, social enterprise, innovation.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 4 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.2. OBJETIVO DEL TRABAJO..... | 5 |
| 1.3. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA | 5 |
| 2. NOCIÓN DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL | 6 |
| 2.1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL | 6 |
| a) Orígenes del emprendimiento social..... | 6 |
| b) Discusión en torno al concepto de emprendimiento social..... | 8 |
| c) Definición del emprendimiento social y el emprendedor social..... | 11 |
| 2.2. EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA. MARCO REGULATORIO..... | 12 |
| a) Iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social: | 14 |
| b) Reglamento (UE) nº346/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los fondos de emprendimiento social europeos..... | 19 |
| 2.3. EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA | 21 |
| a) Clasificación de las empresas sociales en España..... | 21 |
| b) Casos relevantes de emprendimiento social en España | 28 |
| c) Marco Regulatorio Estatal..... | 37 |
| 3. LA RSC COMO VÍA PARA POTENCIAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL | 42 |
| 3.1 NOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA | 42 |
| 3.2 LA RSC COMO VÍA PARA POTENCIAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL | 43 |
| 4. CONCLUSIONES..... | 46 |
| 5. BIBLIOGRAFÍA..... | 48 |

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Vivimos en un mundo cada vez más globalizado tanto a nivel económico, social y político, donde muchas de las decisiones las definen unas pocas empresas de carácter transnacional, que de un modo u otro son partícipes en la producción de la mayoría de los bienes y servicios que consumimos cotidianamente. Si bien es cierto que el fenómeno de la globalización ha permitido numerosos avances tecnológicos, así como la interconexión de personas de todo el mundo y por tanto la apertura de nuevas vías de negocio, no debemos olvidar que el aumento de estas interconexiones no conlleva necesariamente un desarrollo del entorno local.

El modelo de negocio predominante en la actualidad implica el agotamiento inminente de los recursos presentes y finitos en la naturaleza, pues es justamente este modelo el que otorga fácilmente la maximización del beneficio. Sin embargo, la creciente preocupación por el abastecimiento de generaciones futuras ha dado lugar al surgimiento de nuevos planteamientos enfocados en la inclusión del concepto de sostenibilidad en las teorías del desarrollo. Es así como se precisa de un comportamiento por parte del conglomerado de empresas en la sociedad, que vaya más allá de lo político y legislativamente correcto, que incentive el desarrollo sostenible de los territorios en los que opera, profundizando en el necesario fomento del emprendimiento social como promotor de esta sostenibilidad.

La crisis económica que sufrimos hace doce años y cuyos efectos todavía perduran, ha dejado en evidencia que el sistema económico vigente plantea problemas colaterales como el reparto desigual no solo de riqueza sino también de oportunidades, la degradación medioambiental, el incremento de personas en riesgo de exclusión o un consumismo excesivo (Bono, 2012). Ante esta situación, es necesario que los agentes económicos revisen su comportamiento en el desempeño de sus actividades cotidianas en cuestiones como su aportación respecto a la sostenibilidad ecológica, las políticas de recursos humanos y retributivas, la evasión fiscal, etc. (González C. R., 2016). Es así como el concepto de Responsabilidad Social Corporativa pasa de ser una herramienta de marketing para las organizaciones del pasado a convertirse en un claro objetivo de las compañías, primero hacia sus colaboradores internos y segundo hacia todos los demás grupos de interés de la empresa (González C. H., 2018).

Los consumidores empiezan a no poderse comprar fácilmente con una buena campaña de marketing si no que demandan de una participación activa de las empresas en problemas sociales y medioambientales como la transparencia, la diversidad, la economía colaborativa, la equidad salarial o el cambio climático.

En la misma línea, el emprendimiento social está adquiriendo cada vez una mayor atención de los distintos agentes sociales y económicos como medio para una posible solución a los problemas sociales producidos por el sistema actual. Este concepto, a pesar de ser relativamente nuevo y carecer de una definición consensuada, se ha difundido ampliamente en la última década pues sus beneficios han quedado demostrados al permitir la convergencia del beneficio económico y el bienestar social.

1.2. OBJETIVO DEL TRABAJO

El objetivo del presente Trabajo de Fin de Grado es identificar los diferentes significados e implicaciones que abarca el emprendimiento social dada su falta de definición consensuada, así como arrojar luz sobre el papel que el emprendimiento social ha adquirido en España. De la misma forma, se procederá a una revisión sobre las diferentes medidas legislativas que se han llevado a cabo sobre este concepto tanto en España como en el seno de la Unión Europea. Por otra parte, se indagará sobre el significado de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para, por último, proponer la idea de utilizar la RSC como músculo financiero y apoyo técnico especializado en forma de know-how para promocionar y potenciar el emprendimiento social en España.

1.3. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado una revisión cualitativa de literatura primaria y secundaria sobre el emprendimiento, el emprendimiento social y todo lo mencionado relativo a España a través de libros, bases de datos, informes, estudios, legislación y artículos científicos.

El presente trabajo está estructurado de forma que, en primer lugar, se relatan los orígenes del emprendimiento social para entender el contexto histórico en el que surgió, así como los primeros modelos de este concepto, que si bien no son los actuales sí que compartían la persecución de objetivos distintos más allá de lo meramente económico. En segundo lugar, se intenta llegar a una definición única de emprendimiento social a través de aportaciones de varios de los autores más influyentes del siglo XXI, pues no es

hasta entonces cuando empieza a cobrar importancia tal concepto y visibilidad entre las distintas comunidades. Más adelante, se realiza una comparación de los modelos de emprendimiento social existentes en España, según la revista CIRIEC¹, a través de tres ejemplos de empresas españolas que entran dentro de esta categoría. Es entonces, cuando se pasa a analizar la legislación existente acerca de este concepto, tanto en la Unión Europea como en nuestro país. Por último, se procede a explicar una noción básica sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) conectando tal concepto con el emprendimiento social y como el primero podría servir de músculo financiero para impulsar proyectos de emprendimiento social a nivel empresarial.

2. NOCIÓN DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

2.1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

a) Orígenes del emprendimiento social

Para entender el ámbito en el que se ha concebido el emprendimiento social, es necesario remontarse a la época en la que, por primera vez, se acuñó tal término. En un primer momento surge, en la literatura económica, el término de economía social, probablemente en el año 1830, cuando el economista liberal francés Charles Dunoyer publicó el *Tratado de economía social* que defendía un enfoque moral de la economía (Monzon & Chaves, 2012). Durante el periodo entre 1820 y 1860 se desarrolló en Francia una escuela heterogénea de pensamiento que puede agruparse colectivamente bajo la denominación de *economistas sociales*. La mayoría de ellos estaban influenciados por el análisis de los economistas ingleses del siglo XVIII; T.R. Malthus y S. de Sisimondi, referentes tanto a la existencia de los “fallos de mercado” que pueden provocar desequilibrios como a la delimitación del verdadero objeto de la economía que Sisimondi consideraba que era el hombre y no la riqueza (Monzon & Chaves, 2012).

Sin embargo, la economía social atravesó una profunda reorientación durante la segunda mitad del siglo XIX gracias al influjo de dos grandes economistas; John Stuart Mill y Leon Walras. Estos autores rompen con el enfoque tradicional de economía social, concepto que pasa a formar parte de la ciencia económica y se convierte en un ámbito de

¹ Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa

actividades económicas que crece entre las cooperativas, las mutuas y las asociaciones tal y como las conocemos hoy en día (Monzon & Chaves, 2012).

Anterior al concepto de emprendimiento social, fue el de emprendimiento, cuyo principal referente fue Richard Cantillon, un economista irlandés del siglo XVIII fuertemente influenciado por las obras de Adam Smith en referencia al capitalismo. A este autor se le atribuye las palabras de *entrepreneur* y *entrepreneurship* que aparecieron en su ensayo sobre la naturaleza del comercio en general (Thornton, 2007). Cantillon en su obra relacionó el emprendimiento con el descubrimiento de oportunidades rentables, definiéndolas como situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costes de producción (Cantillon, 1755).

La necesidad de crear un concepto como el de empresa social tiene su razón de ser en las consecuencias derivadas del modelo económico de libre mercado, que, si bien ha contribuido a incrementar los niveles de renta y de riqueza material en casi todo el mundo, su reparto no ha sido homogéneo entre los diferentes países y tampoco dentro de ellos (Fisac, Moreno, Mataix, & Palacios, 2011).

Este modelo económico de libre mercado fue la incubadora del emprendimiento en nuestra sociedad. La idea de un sistema de organización social que tiene como objetivo la acumulación privada de riqueza y cuyo propósito es la consecución de los fines particulares para después conseguir la prosperidad nacional, dio paso a la confianza y aceptación de transacciones con fines lucrativos más allá del entorno familiar y nacional (Jiménez, 2014). Las afirmaciones sobre que cualquier individuo ha de actuar en su propio interés, para no solo mejorar él sino ayudar a que mejore la generalidad de la sociedad son importantes para entender la importancia del capitalismo, pues por su propia naturaleza, no puede existir un emprendedor en un entorno que no sea capitalista (Jiménez, 2014).

Por tanto, el capitalismo y consigo el fenómeno de la globalización, ha sido el ecosistema que ha propiciado el nacimiento del emprendimiento social tanto por la multitud de oportunidades que proporciona la extensa red de comunicación y las interconexiones entre personas, como por la necesidad de buscar un modelo más sostenible que evite la persistencia o el agravamiento de profundos problemas y

contradicciones de índole medioambiental y social, teniendo su reflejo más palpable en la pobreza y la exclusión (Fisac, Moreno, Mataix, & Palacios, 2011).

b) Discusión en torno al concepto de emprendimiento social

A pesar del creciente interés académico, social y político por el emprendimiento social, muchos autores destacan la falta de una definición clara en este campo. Aseguran que esta tarea se ha complicado por la diversidad de tipos de emprendimientos sociales que se manifiestan y la variedad de comunidades académicas estudiando el tema (Mair & Marti, 2006). De esta manera, se intentará presentar una revisión de la literatura existente en relación con el emprendimiento social centrados en definir este término por autores a partir del año 2000, pues es aquí cuando realmente empezó a adquirir verdadero significado.

Un elemento común en diferentes definiciones de emprendimiento social es la creación de valor sostenible en cuanto a la búsqueda de soluciones, es decir, no hay que confundir el emprendimiento social con la caridad o la benevolencia; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro (Guzman & Trujillo, 2008).

Martin y Osberg (2007) apuntan que para avanzar en el entendimiento del emprendimiento social es importante establecer límites en su definición. Concretamente, los autores enfatizan que se debe distinguir el emprendimiento social del activismo social y de la provisión social de servicios (Martin & Osberg, 2007). El activismo social se diferencia del emprendimiento social por el tipo de acción. En lugar de emprender una acción directa, el activista intenta influir al gobierno, a las ONG, a los consumidores o a los trabajadores entre otros, con el propósito de que estos realicen acciones directas para resolver un problema social (Martin & Osberg, 2007). Aunque los autores consideran que los activistas sociales pueden generar un cambio social, no se les debe considerar emprendedores sociales dada la naturaleza estratégica de su acción. Por su parte, el proveedor de servicios sociales contribuye a satisfacer una necesidad social siguiendo unos parámetros establecidos con un impacto reducido, es decir, sin generar un cambio social sostenido (Moreira & Urriolagoitia, 2011). Estos proveedores sociales son vulnerables, lo que implica la posible interrupción del servicio que proveen. (Moreira & Urriolagoitia, 2011)

Neck, Brush y Allen (2009) afirman que el emprendimiento social se distingue por su misión y por los resultados esperados (Neck, Brush, & Allen, 2009). Los autores parten de la premisa que el comportamiento de un emprendimiento está enraizado en su propósito o misión, que constituye la base de su existencia. Con esta premisa, los autores distinguen tres tipos de emprendimientos que se diferencian de un emprendimiento social: los emprendimientos tradicionales, los emprendimientos con consecuencia social y las organizaciones no lucrativas (Moreira & Urriolagoitia , 2011).²

- Los emprendimientos tradicionales focalizan sus operaciones en una misión económica y buscan el impacto económico, por lo que no poseen una misión social explícita. (Moreira & Urriolagoitia , 2011).
- Los emprendimientos con consecuencia social son similares a los anteriores excepto que en algunas de sus prácticas pueden generar beneficios sociales. Aunque no sea su objetivo principal, más bien son una consecuencia de su negocio dentro de sus actividades de responsabilidad social (Moreira & Urriolagoitia , 2011).
- Las organizaciones no lucrativas que inician una actividad comercial para obtener una mayor dependencia financiera. Su razón de ser es social, este tipo de organizaciones no lucrativas no generan un cambio sistémico producido por distintos medios innovadores capaces de generar un valor social en forma sostenible (Moreira & Urriolagoitia , 2011).
- Forma híbrida que posea alguna característica de los cuatro tipos de emprendimientos (Moreira & Urriolagoitia , 2011).

Dees y Anderson (2006) distinguen más bien al emprendimiento social dentro de un continuo; el espectro de la empresa social (Dees & Anderson, 2006). Dentro de este espectro, en un extremo están los emprendimientos puramente filantrópicos cuya misión fundamental es a creación de valor social (Moreira & Urriolagoitia , 2011). Estos emprendimientos no cobran a su público objetivo, su capital proviene de donativos, su fuerza de trabajo está formada por voluntarios y sus proveedores igualmente ofrecen donativos en especie (Moreira & Urriolagoitia , 2011). En el otro extremo están los

² La traducción de los conceptos acuñados por estos autores se ha extraído de la Revista Española del Tercer Sector, concretamente de los autores (Moreira & Urriolagoitia , 2011)

emprendimientos puramente comerciales cuya misión es la creación de valor económico (Moreira & Urriolagoitia , 2011). Por tanto, sus clientes pagan precios de mercado, su capital proviene del mercado financiero, su fuerza de trabajo recibe sueldos determinados en el mercado laboral y sus proveedores cobran igualmente precios de mercado (Moreira & Urriolagoitia , 2011). El emprendimiento social, se sitúa para ellos, en el centro de este continuo, puesto que, aunque su misión central es crear valor social, también buscan crear valor económico (Moreira & Urriolagoitia , 2011). Su público objetivo se divide entre aquellos que pagan precios de mercado, precios subvencionados y los que no pagarán, su capital proviene de una combinación de donativos y del mercado de capitales, su fuerza de trabajo se constituye por voluntarios y empleados con sueldos de mercado o por debajo de las tasas de mercado y sus proveedores cobran precios de mercado, hacen descuentos especiales o donativos en especie (Moreira & Urriolagoitia , 2011)

En cuanto al emprendimiento social desde un punto de vista teórico los autores Austin, Stevenson y Wei -Skillen (2006) partieron de cuatro variables (Austin, Stevenson , & Wei-Skillern, 2006)³:

1. Falla de mercado: cuando existe una falla en el mercado, las fuerzas de mercado no satisfacen una necesidad social. Los autores proponen que una falla de mercado creará diferentes oportunidades para un emprendedor comercial y un emprendedor social.
2. Misión: las diferencias en la misión serán una característica distintiva fundamental que se manifestarán en múltiples áreas de la gestión de la empresa y en la motivación personal.
3. Movilización de recursos humanos y financieros: implicará aproximaciones totalmente distintas en la gestión de los recursos.
4. Medición del impacto social: complicará la relación con los grupos de interés.

Por último, y en un esfuerzo por integrar todos los elementos comunes entre las publicaciones dedicadas a desarrollar una definición de emprendimiento social; Zahra y otros (2009) presentan veinte definiciones de emprendimiento social extraídas de la

³ La traducción de los conceptos acuñados por estos autores se ha extraído de la Revista Española del Tercer Sector, concretamente de los autores (Moreira & Urriolagoitia , 2011)

literatura académica. A partir de éstas, los autores acuñan una definición que integra varios puntos de vista comunes:

“El emprendimiento social abarca las actividades y procesos realizados para describir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora”. (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009)

c) Definición del emprendimiento social y el emprendedor social

Como hemos visto el emprendimiento social significa distintas cosas para los distintos autores, aunque todos ellos confluyen en la idea de que, primero cuando hablamos de emprendimiento social no nos referimos a acciones caritativas o benevolentes y segundo se necesita crear valor sostenible junto con cierta rentabilidad económica para la estabilidad de la empresa.

Por otro lado, es importante conocer el perfil de un emprendedor social y los rasgos que le caracterizan para profundizar en el entendimiento del emprendimiento social y poder identificar un patrón. Los emprendedores sociales, por la naturaleza de su actividad, poseen rasgos muy específicos, como, por ejemplo, la pasión por alcanzar su visión o la capacidad de liderazgo, todo ello impulsado por una fibra ética muy fuerte.

De acuerdo con Drayton (2002) todo emprendedor ha de poseer cuatro características fundamentales; creatividad, que se manifiesta tanto al establecer objetivos como en la solución de los problemas, calidad emprendedora, que según el autor es la cualidad más importante y difícil de definir pues se refiere a que un emprendedor no descansará hasta ver que se ha producido el cambio en la sociedad (Moreira & Urriolagoitia , 2011). Por último, las otras dos características hacen referencia a la capacidad de extender el impacto de sus acciones y la fibra ética que envuelve al emprendedor social (Moreira & Urriolagoitia , 2011).

En la misma línea y como reiteración de las distintas acepciones del concepto de emprendimiento social, Roper y Cheney (Roper, 2005) encuentran variaciones, concretamente tres, incluso en el propio perfil del actor. El primero de los emprendedores sociales, es un consejero delegado de una empresa con una visión de negocio que emplea para crear valor social, reconoce nuevas oportunidades acordes con esa visión, innova constantemente y considera las actividades lucrativas como un medio más que un objetivo

(Moreira & Urriolagoitia , 2011). El segundo tipo constituye más bien un grupo de personas que pertenecen al Tercer Sector y poseen objetivos muy claros sobre el problema social que buscan resolver. El tercer tipo de emprendedor social es el filántropo que se considera como el catalizador del cambio organizativo y social, destacando el factor carisma como el más importante en cada una de las acepciones (Moreira & Urriolagoitia , 2011).

Por todo lo anterior es comprensible que todavía no se haya llegado a un acuerdo sobre el verdadero significado del emprendimiento social. Para unos está relacionado en su totalidad con el Tercer Sector y la búsqueda de soluciones sostenibles, para otros es una acción puramente filantrópica. Por último, otros defienden que se trata de una variante de la responsabilidad social corporativa, donde se cumple con el factor de creación de valor social, pero también se responsabiliza de mantener una adecuada rentabilidad económica.

Es así como de ahora en adelante, en aras del presente proyecto, entenderemos que, en el emprendimiento social, el beneficio no es la medida de creación de valor, ni la satisfacción del cliente, sino que el impacto social es la medida. No obstante, los emprendedores sociales buscarán una rentabilidad de la inversión social a largo plazo, ya que quieren algo más que un éxito rápido, quieren crear mejoras duraderas y formas de cómo mantener el impacto del valor social creado (J. Gregory Dees, 2011)

2.2. EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA. MARCO REGULATORIO

El emprendimiento social comenzó a tener importancia en el marco de Unión Europea en el año 1996 a raíz de la creación de la red europea de investigación EMES⁴ cuyo objetivo fue la construcción progresiva de un cuerpo de conocimiento teórico y empírico, pluralístico en cuanto a las disciplinas y metodología del “tercer sector” (EMES, s.f.). Desde ese momento, los distintos países miembro empezaron a mostrar un creciente interés por el emprendimiento social y cómo la creación de las empresas sociales podía, por un lado, resolver cuestiones de índole social, y por otro generar empleo y riqueza.

⁴ EMES es el acrónimo en francés de un gran amplio proyecto de investigación llevado a cabo sobre la “Emergencia de las Empresas Sociales en Europa”. (Fisac, Moreno, Mataix, & Palacios, 2011)

El concepto de empresa social en aquel momento era muy reciente y difuso, por ello, la red EMES, en aras de aportar claridad y así introducir el concepto en las distintas normativas, definió la empresa social como “organizaciones privadas sin ánimo de lucro que proveen bienes y servicios directamente relacionados con su objetivo explícito de beneficio a la comunidad. Esta organización se apoya en dinámicas colectivas que incluyen diferentes tipos de grupos de interés en sus órganos de gobierno, tienen una fuerte autonomía y soportan riesgos económicos asociados a su actividad.” (Fisac, Moreno, Mataix, & Palacios, 2011). Sin embargo, estos criterios, según los propios autores de esta definición, no implicaban condiciones prescriptivas *sine qua non* para la cualificación de una organización como empresa social, si no unos indicadores que definen el tipo ideal de organización dentro de una galaxia de empresas sociales (Defourny & Nyssens, 2008). De manera que, a partir de esta definición, cada país de la Unión Europea adopta su enfoque particular, orientando más o menos su desempeño a una actividad pura de mercado o a una actividad protegida de alguna manera por subvenciones o donaciones. El amplio espectro de enfoques se concreta en numerosas formas legales, propias de cada país, para responder a diferentes necesidades (Fisac, Moreno, Mataix, & Palacios, 2011)

No obstante, y como se abordó en el epígrafe “Orígenes del emprendimiento social”, anterior a este concepto fue el de economía social, cuya proliferación a lo largo de toda Europa dio lugar en el último cuarto del siglo XX, a la creación de alternativas empresariales a los modelos de los sectores capitalista y público, como las cooperativas y las mutuas, o las entidades no de mercado, en su mayoría asociaciones y fundaciones (Monzon & Chaves, 2012). Dado el auge de la economía social en Europa, este concepto tuvo reconocimiento en los círculos políticos y jurídicos. A nivel europeo en 1989 la Comisión Europea publicó una comunicación titulada “Las empresas de la economía social y la realización del mercado europeo sin fronteras”. En el mismo año, la Comisión patrocinó la primera Conferencia Europea de la Economía Social (París) y creó una Unidad de Economía Social en el seno de la Dirección General de Políticas de Empresa, Comercio, Turismo y Economía social (Monzon & Chaves, 2012). Más tarde, en 1997, la cumbre de Luxemburgo reconoció el papel de las empresas de la economía social en el desarrollo local y creación de empleo y puso en marcha la iniciativa piloto “Tercer sistema y empleo”. En 2009 el Parlamento Europeo aprobó un importante informe sobre

la economía social que reconocía a esta como interlocutor social y como actor clave para lograr los objetivos de la Estrategia de Lisboa (Monzon & Chaves, 2012).

La acción más reciente impulsada por la Unión Europea en el ámbito de la empresa social ha sido la introducción, en 2013 por la Comisión Europea de; la “Iniciativa en favor del Emprendimiento Social: construir un ecosistema en favor de las empresas sociales” y el Reglamento (UE) nº346/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de abril de 2013 sobre los fondos de emprendimiento social europeos (Comisión Europea, 2013). Dada la íntima relación de ambos proyectos con el presente trabajo, se analizarán con detalle a continuación

a) Iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social:

La presente iniciativa fue presentada por la Comisión Europea en 2011. Su propósito, según el dictamen del Comité Económico y Social Europeo (CESE) es;

“Apoyar a las empresas sociales por el papel esencial que pueden desempeñar como motores de la innovación social, tanto porque introducen nuevos métodos e intervenciones dirigidas a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, como porque favorecen la creación de nuevos productos para satisfacer nuevas necesidades de la sociedad. En particular el enorme potencial que la empresa social ofrece para mejorar el acceso al trabajo y las condiciones laborales especialmente de las mujeres y los jóvenes, así como de las diversas categorías de trabajadores desfavorecidos” (Diario Oficial de la Unión Europea, 2012).

Esta iniciativa se debe contextualizar pues nace en una Europa gravemente afectada por la crisis económica que desencadenó a comienzos del 2007. Las expectativas comunitarias en ese momento se centran en esperar que las políticas de austeridad adoptadas consigan eliminar los altos riesgos de las deudas soberanas, reduciendo la desconfianza en los mercados y animando la inversión (Enciso Santocildes, Gomez Urquijo , & Mugarra Eliorriaga, 2012). Sin embargo, estas políticas ponen en tela de juicio la cohesión social pues la distribución de la renta ha estado en gran parte afectada por el tipo de medidas que se han diseñado. Así se distinguen, por un lado, las que han favorecido la igualdad; como el incremento al impuesto de la riqueza a las rentas más altas o la lucha contra la evasión fiscal y por otro, aquellas que acrecientan las desigualdades como; el incremento del IVA, los recortes en transferencias sociales o

recortes en sanidad y educación (Enciso Santocildes, Gomez Urquijo , & Mugarra Eliorriaga, 2012). Es así como una de las respuestas de la Unión Europea fue lanzar la presente iniciativa para que, por un lado, las empresas de tipo social ayudasen a equilibrar esta situación y por otro poder llegar a cumplir con la Estrategia 2020⁵.

El objetivo de la iniciativa es trasladar al mercado único la tendencia de nuevos establecimientos económicos en las que las consideraciones sociales prevalecen sobre el mero beneficio económico. Para ello, es necesario garantizar, dentro de la competencia del mercado europeo, unas condiciones que permitan que estas iniciativas que promueven una mayor equidad o beneficio social puedan sobrevivir, brindándoles un apoyo específico, que algunos catalogan como discriminación positiva (Enciso Santocildes, Gomez Urquijo , & Mugarra Eliorriaga, 2012).

El principal problema con el que se encuentran las empresas sociales, según la Comisión Europea, es la financiación que necesitan en función a su nivel de desarrollo. De la misma manera, las limitaciones en lo que respecta a la distribución de beneficios o al empleo de trabajadores vulnerables, dan a menudo a los acreedores o a los potenciales inversores, la sensación de que las empresa sociales conllevan mayor riesgo y menor rentabilidad que otras (Comisión Europea, 2011). Asimismo, los inversores, muchas veces, carecen de una idea clara sobre la repercusión social real de determinados fondos de inversión solidarios (Comisión Europea, 2011). En cuanto al acceso a los fondos públicos, las empresas sociales siguen viéndose obstaculizadas por mecanismos excesivamente burocráticos, como, por ejemplo, los Fondos estructurales cuando las autoridades de gestión únicamente financian proyectos de corta duración (Comisión Europea, 2011).

Este fenómeno se ve agravado por el escaso reconocimiento, en palabras de la Comisión Europea, del emprendimiento social (Comisión Europea, 2011). La falta de interconexión entre agentes de diferentes regiones o países impide la difusión de las buenas prácticas, la creación de asociaciones y el descubrimiento de posibles salidas comerciales (Comisión Europea, 2011). Incluso en los sistemas educativos europeos, se le sigue dando muy poco valor, pese a que su integración en la formación inicial y continua es un requisito indispensable para reforzar su credibilidad, además de no

⁵ Tiene por objeto garantizar la recuperación económica de la UE después de la crisis económica y financiera (Enciso Santocildes, Gomez Urquijo , & Mugarra Eliorriaga, 2012).

valorarse en las empresas tradicionales. La Comisión Europea aborda un problema comentado anteriormente, y es la falta de una definición única de este concepto, pues dice que no siempre está definido y cuando lo está, no abarca la misma realidad en todos los países. Los datos a menudo son antiguos, parciales y no armonizados, dificultando así la adopción y coordinación de las políticas públicas (Comisión Europea, 2011), y de ahí la escasez de normativas hasta la actualidad. Como consecuencia, se dificulta la movilización de los inversores y el acceso a las subvenciones o los contratos públicos y obliga a veces a recurrir a montajes jurídicos con escasa estabilidad (Comisión Europea, 2011).

Para responder a estos obstáculos, la Comisión propuso once medidas clave para impulsar el emprendimiento social en torno a tres aspectos esenciales; la financiación, la visibilidad y el entorno jurídico. A continuación, se resumen en una tabla:

Tabla 1: Medidas para impulsar el emprendimiento social

| Ámbito | Objetivo | Medida |
|---|--|---|
| Mejorar el acceso a la financiación | Acceso a financiación privada | Proponer marco normativo europeo para los fondos de inversión solidario que facilite el acceso a los mercados financieros de las empresas sociales. |
| | | Seguir facilitando el acceso al microcrédito a través del instrumento europeo de microfinanciación Progress. ¹ |
| | Movilización de los fondos europeos | Creación de un instrumento financiero europeo de 90 millones de euros destinado a facilitar el acceso a la financiación de las empresas sociales |
| | | Introducción explícita de una prioridad de inversión a empresas sociales en los reglamentos FEDER ¹ y FSE ¹ a partir del 2014 para garantizar una base jurídica clara. |
| Mejorar la visibilidad del emprendimiento social | | Determinar cuáles son las prácticas y los modelos reproducibles |
| | Desarrollar instrumentos para conocer mejor el sector y hacer más visible el emprendimiento social | Crear una base de datos pública de las etiquetas y certificaciones aplicables a las empresas sociales en Europa |
| | | Promover el aprendizaje mutuo y el reforzamiento de las competencias de las administraciones nacionales y regionales para la aplicación de estrategias globales |
| | Reforzar las capacidades de gestión, la profesionalización y la integración en redes de los emprendedores sociales | Crear una plataforma electrónica única y multilingüe |
| | | Dar a conocer mejor y hacer más accesible los programas de la UE que pueden dar apoyo a los emprendedores sociales |
| Mejorar el entorno jurídico | Desarrollar formas jurídicas adaptadas que puedan ser utilizadas por el emprendimiento social europeo | Presentar una propuesta de simplificación del Reglamento sobre el Estatuto de la sociedad cooperativa europea a fin de reforzar su autonomía con respecto a las legislaciones nacionales. |
| | | Proponer un reglamento que establezca el estatuto de fundación europea para mejorar el ejercicio de sus actividades transfronterizas |
| | | Iniciar un estudio sobre la situación de las mutuas en todos los Estados miembros y examinar sus actividades transfronterizas. |
| | Contratación pública | Dar mayor valor al elemento de la calidad en la adjudicación de los contratos, sobre todo en el caso de los servicios sociales y sanitarios y estudiar cómo se pueden tener en cuenta las condiciones de trabajo de las personas que participan en la producción de los bienes y servicios objetos del contrato |
| | Ayudas estatales | Simplificar la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios sociales y a los servicios locales. |

Fuente: elaboración propia a partir de la Iniciativa a favor del emprendimiento impulsada por la Comisión Europea, resumen de las págs. 9-12 (Comisión Europea, 2011)

El impacto que ha tenido esta iniciativa, según el último estudio de la Comisión Europea en 2015⁶, ha sido fructuoso pues las instituciones de la Unión Europea han tenido resultados en los tres ámbitos. A continuación, se muestra los logros conseguidos hasta la última revisión (2015).

Tabla 2: Impacto de la iniciativa para impulsar emprendimiento social (2015)

| Ámbito | Mejora/Logro |
|---|--|
| Mejorar el acceso a la financiación | El programa de Empleo e Innovación Social ha puesto a disposición de las empresas sociales una dotación de 85 millones € |
| | Para la financiación privada, se ha establecido un Fondo Europeo de Emprendimiento Social. |
| | Se está desarrollando mercados de valores sociales ⁷ con miras a la creación de una plataforma europea que permita la negociación de acciones de las empresas sociales en una bolsa de valores regulada |
| Mayor visibilidad a las empresas sociales | Se ha creado la plataforma en línea “Innovación social Europa” que ayuda a los emprendedores a comunicar y compartir información |
| | La guía para la innovación social ayuda a las autoridades nacionales a comprender cómo funciona el sector y de qué modo pueden ayudar a los ecosistemas locales. |
| Mejorar el entorno jurídico | En contratación pública las autoridades públicas deben tener en cuenta los criterios sociales vinculados al proceso de producción a la hora de adjudicar proyectos |
| | Mayor oferta de formas jurídicas que pueden responder a las necesidades específicas de las empresas |

Fuente: elaboración propia a partir del informe de la Comisión Europea sobre el impacto de la iniciativa en el 2015, resumen de las págs. 4-7 (Comisión Europea , 2015)

El propósito de esta iniciativa, principalmente, era impulsar el emprendimiento social en la Unión Europea dando a conocer sus ventajas y las facilidades ofrecidas para invitar tanto a inversores como a posibles emprendedores a su participación y creación. A raíz de esta iniciativa, se vieron cambios importantes, y un considerable aumento de la economía social en la Unión Europea, de manera que en 2015 representaba el 10% (Comisión Europea , 2015) del PIB comunitario, representando el 8% en la actualidad

⁶ Su próxima revisión sería en el 2020 para verificar si se cumplen los objetivos de la Estrategia 2020

⁷ A fecha de hoy todavía no existe tal plataforma, lo más parecido es la Social Stock Exchange que opera en Reino Unido, sin ser una plataforma conjunta de la UE
(continuación de la nota al pie)

(Expansión , 2017)⁸, y generando 11 millones de empleos en 2015 y 14,5 millones de empleo en la actualidad (Expansión , 2017).

b) Reglamento (UE) n°346/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los fondos de emprendimiento social europeos

El objetivo principal de este reglamento aprobado en 2013 es la creación de unos fondos de emprendimiento social europeos cuya actividad consista en proporcionar financiación a las empresas sociales que impulsan cambios sociales. La necesidad detrás de la creación de estos fondos de capital riesgo, es la dificultad para las empresas sociales de adquirir financiación privada, tal y como se adelantó en la Iniciativa redactada por la Comisión Europea a favor del emprendimiento social. Normalmente, las entidades de crédito no están familiarizadas con las empresas sociales y su especial realidad de perseguir objetivos sociales con modelos empresariales tienen dificultad para valorar el riesgo de la inversión, por lo que limitan mucho la concesión a este sector (Dueñas, 2012).

Según establece la Comisión en la exposición de motivos del Reglamento, para el adecuado y uniforme funcionamiento de este fondo de inversión europeo, es necesario la existencia de un marco regulatorio que establezca normas uniformes para los fondos de emprendimiento social europeos admisibles e imponga las mismas obligaciones en todos sus Estados miembros a sus gestores que deseen captar capital en toda la Unión utilizando la designación “FESE⁹” (Comisión Europea, 2013). La definición de los requisitos de calidad para el uso de la designación “FESE” a través de un Reglamento garantizará que tales requisitos sean aplicables directamente a los gestores de los organismos de inversión colectiva que capten fondos utilizando esa designación (Comisión Europea, 2013). Así se asegurará la uniformidad de las condiciones de utilización de esta designación evitando la existencia de requisitos nacionales divergentes como resultado de la transposición de una directiva (Comisión Europea, 2013). Además, de este modo se reduce la complejidad reglamentaria y el coste en el que incurren los gestores para dar cumplimiento a las normas nacionales que regulan tales fondos, en muchos casos divergentes, especialmente en el caso de aquellos que deseen captar capital en otro Estado miembro (Comisión Europea, 2013).

⁸ El año 2017 es el último dato recabado

⁹ Acrónimo de Fondo de Emprendimiento Social Europeo

A la hora de delimitar los organismos de inversión colectiva que pueden participar en estos fondos europeos, solo se deben considerar aquellos fondos que pretendan invertir como mínimo el 70% de su patrimonio en empresas sociales (Comisión Europea, 2013). Por otro lado, no deben permitirse que los fondos de emprendimiento social europeo admisibles inviertan más del 30% del total agregado de sus aportaciones de capital y del capital comprometido no exigido, en activos distintos de las inversiones admisibles (Comisión Europea, 2013). Esto significa que, el 30% debe ser en todo momento el límite máximo para las inversiones no admisibles y el 70% debe reservarse para las inversiones admisibles durante el periodo de vigencia de los fondos. (Comisión Europea, 2013).

En cuanto a los tipos de instrumentos que deben utilizar los fondos de emprendimiento social europeos admisibles son; instrumentos de capital y cuasi capital, instrumentos de deuda, como pagarés y certificados de depósito, inversiones en otros fondos de emprendimiento social europeos admisibles, préstamos garantizados o no garantizados y subvenciones (Comisión Europea, 2013)

El Reglamento, en su disposición y para garantizar que los fondos de emprendimiento social europeos admisibles no contribuyan al desarrollo de riesgos sistemáticos, prohíbe recurrir al apalancamiento, además de contener normas sobre la valoración de los activos y evitar su especulación (Comisión Europea, 2013). Asimismo, los FESE solo deben comercializarse entre inversores que sean clientes profesionales o puedan considerarse clientes profesionales con arreglo a la directiva 2004/39/CE relativa a los instrumentos financieros.

Debido a que los fondos de emprendimiento social europeos deben estar regularizados por el Estado Miembro donde operen, en España los fondos que aspiren a conseguir la marca de fondo europeo de emprendimiento social deben cumplir los requisitos exigidos por la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV) para dichos instrumentos de inversión.

Por último, la gran diferencia que caracteriza a los fondos sociales europeos admisibles frente al resto de fondos de inversión es que, en los primeros se busca la consecución de un impacto positivo, más allá de la mera generación de rentabilidad financiera para los inversores, mientras para los segundos, este último es su único objetivo (Comisión Europea, 2013).

Creas Impacto (2018) es el primer fondo social europeo con denominación FESE constituido en España y uno de los diez únicos creados en la Unión Europea hasta la fecha. El fondo dispone de un tamaño objetivo de 30 millones de euros, con un primer cierre de 16 millones de euros realizado en octubre de 2018, siendo sus inversiones de entre 500.000€ y 3 millones de euros en un máximo de 15 empresas. Sus criterios de inversión están fundamentados en la consecución del impacto social a la vez que retorno financiero (Creas Impacto , 2018). El equipo invierte en empresas españolas que se encuentren en una fase avanzada de arranque, es decir, con un modelo de negocio consolidado y una facturación recurrente con potencial de crecimiento (Creas Impacto , 2018). Únicamente lleva dos años en funcionamiento, pero ha conseguido importantes inversiones por parte del Fondo Europeo de Inversiones y el Instituto de Crédito Oficial entre otros.

Es así como el emprendimiento social en la Unión Europea ha crecido en los últimos años, gracias a políticas como las que hemos visto, donde la difusión y las facilidades para su financiación son primordiales. Este crecimiento se debe también al mayor reconocimiento que reciben las empresas sociales al desempeñar una doble función; hacer frente a los desafíos sociales y medioambientales y estimular un crecimiento integrador.

2.3. EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA

a) Clasificación de las empresas sociales en España

La realidad y la literatura científica de la empresa social han ido adquiriendo mayor relevancia durante los últimos años en España, aunque no se ha llegado a equiparar a los niveles de otros países europeos, como Reino Unido o Finlandia, en los cuales el concepto goza de un mayor reconocimiento y desarrollo (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). Este mayor interés se debe a que este tipo de entidades se han convertido en una realidad contrastada para solucionar problemas económicos, sociales y medioambientales que los Estados de Bienestar no han sido capaces de solucionar dentro de la crisis económica actual (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). De hecho, desde el 2004, ha habido un incremento exponencial del número de citas de los términos “empresa social”, “emprendimiento social” y “emprendedor social” en la literatura académica (Granados, Hlupic, Coakes, & Mohamed, 2011).

Sin embargo, y a pesar del creciente reconocimiento de estos conceptos en nuestro país, aún no existe una definición consensuada de lo que constituyen las empresas sociales, aunque los autores coinciden en que dicho término designa a cualquier iniciativa empresarial cuyo objetivo es dar respuesta a una problemática social (Battilana, 2014).

La problemática detrás de encontrar una definición única, como se abordó anteriormente, son las variaciones de las realidades objeto de estudio de un territorio a otro y los distintos enfoques desde los que se puede partir (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). No obstante, para el presente trabajo, como se explicó anteriormente, tomaremos como referencia la definición de tipo ideal de empresa social, desarrollada por la red europea EMES, y partir de ahí se identificarán los distintos modelos de empresa social existentes en España. Como punto de partida, contamos con el proyecto realizado por el ICSEM¹⁰ donde se llevó a cabo una primera aproximación de esta clasificación. Fruto de este proceso, se identificaron cuatro realidades socioeconómicas que reconocían a la empresa social como parte integrante de su ecosistema. Estas eran; la economía social, la economía solidaria, el Tercer Sector de acción social y el emprendimiento social (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Para caracterizar las empresas sociales de cada uno de estos sectores nos serviremos de los nueve indicadores que definen las tres dimensiones de la empresa social conceptualizadas, de la misma manera, por la red europea EMES (Defourny & Nyssens, 2008):

Tabla 3: Dimensiones de la empresa social

| | |
|--|--|
| Dimensión económica y empresarial | <ul style="list-style-type: none"> - Una actividad continua que produce bienes y/o vende servicios - Un nivel significativo de riesgo económico - Una mínima cantidad de riesgo remunerado |
| Dimensión social | <ul style="list-style-type: none"> - Un objetivo explícito para beneficiar a la comunidad - Una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil - Una distribución de beneficios limitado |
| Gobierno participativo de las | <ul style="list-style-type: none"> - Un alto grado de autonomía - Una facultad de decisión no basada en la propiedad de capital |

¹⁰ Instituto para el Crecimiento Sostenible de las Empresas

| | |
|--------------------------|---|
| empresas sociales | - Una naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad. |
|--------------------------|---|

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de la revista científica española CIRIEC (Solorzano García, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018)

Siguiendo la metodología expuesta, a continuación, se presentan los resultados obtenidos por la revista de economía española CIRIEC (Solorzano y otros), sobre los distintos modelos de empresa social que se encuentran en España:

1. Modelo de economía social de mercado

El primer grupo dentro de esta clasificación son las Empresas de Inserción (EI) cuyo objetivo es la integración de personas en riesgo de exclusión social a través del mercado de trabajo. Estas se constituyen bajo cualquier forma jurídica tradicional y el organismo competente concede el estatuto de EI siempre y cuando se cumplan las características definidas por ley (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

El segundo grupo lo componen los Centros Especiales de Empleo (CEE) cuyo objetivo también es la inclusión social a través del mercado de trabajo, pero en este caso se refieren específicamente a personas discapacitadas. Son reconocidos por la Ley 13/1982 para la Integración de Personas con Discapacidad y para ser considerados como tal deben tener un mínimo de empleados con alguna discapacidad (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). Por si cabe alguna duda de que estas empresas sean parte de la economía social, es la propia literatura académica las que les clasifica como tal en función de sus objetivos principales y su titularidad (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

El tercer grupo abarca las Cooperativas de Iniciativa Social. Estas entidades cumplen con todas las características de la economía social, con el factor adicional de estar dedicadas a servir el interés general de la sociedad. (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Sin embargo, aunque existe un consenso sobre la consideración de estos tres tipos de empresas de economía social como empresas sociales, es importante analizar en qué medida estas entidades cumplen con las tres dimensiones definidas por la red europea EMES, anteriormente expuesta.

Tabla 4: Comparativa de la economía social de mercado con las dimensiones de la empresa social

| | |
|---------------------------------|--|
| Dimensión económica | <ul style="list-style-type: none"> • Todas ellas cumplen el requisito de desarrollar una actividad económica produciendo bienes o vendiendo servicios en el mercado para obtener ingresos, asumiendo el consecuente riesgo. • En el caso de las EI y CEE reciben ayuda económica del gobierno para compensar la baja productividad de las personas que trabajan en este tipo de entidades (en riesgo de exclusión social o con discapacidad) |
| Dimensión social | <ul style="list-style-type: none"> • Las tres entidades tienen un objetivo explícito de beneficio a la comunidad y tienen un límite a la distribución de beneficios • En el caso de las EI son calificadas como tal siempre y cuando el propietario sea una organización sin ánimo de lucro • Las cooperativas de iniciativa social al igual que las CEE, pueden ser creadas tanto por organizaciones de sociedad civil como por un grupo de ciudadanos |
| Gobernanza participativa | <ul style="list-style-type: none"> • Las tres tienen un alto grado de autonomía, a menos que pertenezcan al sector público (como algunos CEE) • Mientras las cooperativas son participativas y democráticas en la toma de decisiones por ley, las EI y CEE no lo son |

Fuente: Elaboración propia a partir de la Revista de Economía Española CIRIEC, págs. 166-168 (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018)

2. Modelo de la economía solidaria

La economía solidaria, además de ofrecer principios y enfoques alternativos al funcionamiento de la economía capitalista, propone iniciativas prácticas en todos los subsistemas empresariales (financiación, producción, comercialización y consumo), colocando a las personas, y en general, la sostenibilidad de la vida en el centro y propósito de su actividad (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). En España, este movimiento se ha organizado principalmente a través de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria). Su trabajo se basa en principios conformes a la solidaridad, la confianza, la cooperación y el trabajo colectivo, siendo el bienestar colectivo prioritario a la rentabilidad financiera (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). De nuevo, y para obtener una mejor imagen sobre lo que significa la economía solidaria, lo compararemos con las distintas dimensiones de la empresa social desarrollado por EMES.

Tabla 5: Comparativa de la economía solidaria con las dimensiones de la empresa social

| | |
|---------------------------------|---|
| Dimensión económica | <ul style="list-style-type: none"> • Realizan actividades económicas vinculadas a la producción de bienes y servicios beneficiosos, exceptuando aquellos que son perjudiciales para las personas, la sociedad o el medioambiente • Sus actividades cubren una amplia gama del sector de servicios • El riesgo económico, debido a la heterogeneidad de sus actividades, está condicionado por el entorno en el que operan pues algunos de ellos tienen que someterse a las condiciones de mercado de competencia y otros se benefician de las ayudas públicas. |
| Dimensión social | <ul style="list-style-type: none"> • Centran su significado y propósito en el beneficio social, calidad de vida y el desarrollo humano, desterrando el beneficio como objetivo empresarial prioritario • Incluso desarrollan actividades sin fines de lucro en las que no existe distribución de beneficios, pues los revierten en la generación de nuevos puestos de trabajo. • Son iniciativas promovidas por un grupo de ciudadanos con fuerte relación con la ciudadanía |
| Gobernanza participativa | <ul style="list-style-type: none"> • Se basa en la democracia, la autogestión y la colectividad • Comprometida con la creación de puestos de trabajo en condiciones dignas |

Fuente: elaboración propia a partir de la Revista de Economía Española CIRIEC, págs. 168-169 (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018)

3. Modelo del tercer sector de acción social

En los últimos años, durante la crisis económica, este sector ha crecido exponencialmente dado que la intensidad y prolongación de la crisis ha producido un aumento y empeoramiento de las situaciones de vulnerabilidad social, multiplicándose las situaciones de exclusión social entre la población española¹¹, consolidándose el Tercer Sector como un agente cada vez más importante dentro del sistema de bienestar social (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Asimismo, se ha producido una disminución de los recursos económicos de las entidades del sector, en parte debido a la disminución de ayudas procedentes del sector público y a la disminución de ingresos procedentes del ámbito privado. Como consecuencia, se ha dado un cambio en la estrategia de obtención de ingresos, orientándola hacia la autofinanciación (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

¹¹ Se ha incrementado un 25% el número de atenciones directas del Tercer Sector desde 2008

Son entidades que parten de su objetivo social, siendo la orientación hacia el mercado una opción complementaria escogida para solucionar sus problemas de financiación. A continuación, se procede a la comparativa con las dimensiones de la empresa social.

Tabla 6: Comparativa del Tercer Sector con las dimensiones de la empresa social

| | |
|---------------------------------|--|
| Dimensión económica | <ul style="list-style-type: none"> • Nacen de la necesidad de captar financiación distinta a la procedente de las ayudas y subvenciones que reciben de las autoridades públicas y de las donaciones privadas • No tienen una producción continua dado que combinan actividades con impacto económico y otras que estarían fuera del mercado • Cuentan con voluntarios por lo que todo el trabajo no es remunerado • El riesgo económico es bajo dado que también obtienen financiación por otros canales sin riesgo como las ayudas o las subvenciones |
| Dimensión social | <ul style="list-style-type: none"> • Tienen un claro objetivo social, dirigido a la consecución del bienestar general. Se les asocia un alto compromiso con la transformación social • Por su propia naturaleza (asociaciones y fundaciones) se rigen por el Principio de No Distribución de Beneficios. • Suelen ser promovidas por ciudadanos y algunas veces los gobiernos, cuando se trata de servicios públicos, también alientan a la creación de dichas entidades |
| Gobernanza participativa | <ul style="list-style-type: none"> • Las decisiones no se toman en base al capital, sino que son las personas las que están en el centro de ese proceso de toma de decisiones. • Rige el principio de la democracia pues las decisiones se toman en la Asamblea General • Estas entidades funcionan con independencia • Existe la plataforma del Tercer Sector que es una organización paraguas de gran parte de las entidades de acción social españolas y actúa como interlocutor con los poderes públicos defendiendo sus intereses |

Fuente: elaboración propia a partir de la Revista de Economía Española CIRIEC, págs.169-171(Solorzano García, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018)

4. Modelo de emprendimiento social

De la misma manera, el concepto de emprendimiento social se ha extendido en la literatura académica de nuestro país, en los últimos ocho años, consolidándose e incluso formando parte de la agenda política económica y académica (Solorzano García, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Los emprendedores sociales, como se ha comentado a lo largo del presente trabajo, ven un problema social y tratan de arreglarlo usando una actividad económica. Para esto, necesitarán ayuda de otros emprendedores, *stakeholders* o la sociedad en general. Por lo

tanto, el producto de este proceso innovador es lo que conocemos como empresa social (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Aunque el emprendimiento social ha existido en España durante generaciones, las empresas relacionadas con él estaban más enfocadas a la economía social con asociaciones o cooperativas. No obstante, en la última década, y siguiendo la tendencia global nuevas empresas sociales con más denotación empresarial y no tanto de economía social han emergido en nuestro país, como veremos en el siguiente epígrafe (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

Sin embargo, debemos ser prudentes sobre lo que llamamos empresa social cuando la idea viene desde el emprendimiento social. Pues ha habido una eclosión en el número de ideas, start-ups o nuevas organizaciones que se autodenominan “social” porque es lo que más está vendiendo ahora por todo lo que su significado entraña. Por lo tanto, en el presente trabajo las estudiaremos desde la perspectiva de la empresa social desarrollada por la red EMES, como venimos haciendo con el resto de los modelos de empresa social.

Tabla 7: Comparativa del emprendimiento social con las dimensiones de la empresa social

| | |
|----------------------------|--|
| Dimensión económica | <ul style="list-style-type: none"> • Actividad económica produciendo bienes o vendiendo servicios para poder alcanzar la sostenibilidad • Nivel significativo de riesgo económico ya que son promovidas por un emprendedor que invierte en una idea, además de afrontar el riesgo de empezar un nuevo negocio en un mercado muy competitivo como cualquier empresa • Tienen un mínimo de trabajo remunerado pues tendrán un presupuesto para pagar al emprendedor y a los posibles trabajadores tan pronto como tengan beneficios de la actividad económica |
| Dimensión global | <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo de beneficiar a la comunidad pues los emprendimientos nacen con una misión social. • Pueden ser promovidas por una persona o un grupo de ciudadanos o organizaciones de la sociedad civil • Pueden elegir cualquier forma jurídica pues al no existir ley de empresas sociales en nuestro país pueden adoptar cualquier forma • Las empresas sociales desde el emprendimiento social no tienen que dar parte de sus beneficios a una causa social pudiendo quedárselo todo el emprendedor. |

| | |
|---------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Alto grado de autonomía • Pueden hacer rendición de cuentas a sus clientes para ser más transparentes, pero no de manera obligatoria hacia las administraciones públicas |
| Gobernanza participativa | <ul style="list-style-type: none"> • En la definición de EMES hay un poder de decisión que no se basa en la propiedad de capital. Sin embargo, esto es más complicado en los emprendimientos sociales ya que depende de la forma jurídica que se haya adoptado • El carácter participativo también depende de la forma jurídica. Esto puede representar un punto de ruptura entre la definición de EMES y la realidad española. |

Fuente: elaboración propia a partir de la Revista de Economía Española CIRIEC, págs.171-173 (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018)

Finalmente, y como recapitulación de las tablas anteriores, los modelos que más se ajustan a la definición de empresa social de EMES son el de economía solidaria y dentro del de economía social, las cooperativas de iniciativa social. Ambos cumplen todos los criterios establecidos y por tanto se puede considerar que dichas entidades son empresas sociales “ideales”.

En una situación intermedia estaría el modelo del Tercer Sector de Acción Social, con una orientación social y de gobernanza participativa, pero con una dimensión económica por desarrollarse (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). En tercer lugar, se encuentra el modelo que sigue las EI y las CEE dentro de la economía social de mercado. Son entidades que cumplen casi todos los requisitos excepto en el caso de participación y democracia, debido a la naturaleza de colectivos de trabajadores que se integran en dichas actividades, muchas veces no cualificados para tomar ciertas decisiones (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018). Por último, el modelo de emprendimiento social es el más alejado de la definición de empresa social. Se observa una fuerte orientación al mercado con un objetivo social, pero en muchas ocasiones no se garantiza el cumplimiento de los criterios de la dimensión social y de gobernanza dada la forma jurídica de estas empresas (Solorzano Garcia, Guzman Alfonso , Savall Morera, & Villajos Girona, 2018).

b) Casos relevantes de emprendimiento social en España

Los siguientes tres casos se han seleccionado intencionadamente para poder demostrar la variedad de proyectos empresariales que abarca el emprendimiento social en España, tal y como se ha estudiado en el anterior epígrafe.

En primer lugar, se ha seleccionado una sociedad de Responsabilidad Limitada, denominada, Batec Mobility, cuyo objetivo es suplir una necesidad insatisfecha en el mercado, atendiendo a consumidores con necesidades especiales, en este caso personas con discapacidad, y con los medios de una empresa autosostenible y rentable. A pesar de todas las posibilidades que la legislación española ofrece a estas empresas que operan en el campo del emprendimiento social, se ha elegido este ejemplo con esta particular forma societaria como prueba de la intención del fundador de actuar en el mercado tradicional como una compañía más, alejada de esquemas caritativos o benevolentes.

En el lado opuesto de este espectro de empresas de emprendimiento social, encontramos a Sercoval, una cooperativa de iniciativa social cuyo objetivo es la defensa de sectores sociales tales como la tercera edad, la educación especial y la atención a las personas con discapacidad (Sercoval , 2020). Al ser una cooperativa social, renuncia expresamente a la obtención de lucro por parte de sus personas asociadas, o lo que es lo mismo, está prohibido el reparto de beneficios entre los miembros de la cooperativa, con el objetivo de dedicarse a proveer una serie de servicios sociales a las personas usuarias. Todo ello, a la vez que se crean estructuras societarias sostenibles, en este caso, una asociación (Guía Laboral de la Economía Social Valenciana, 2018). Es así como Sercoval pertenece, de la misma manera, al espectro de empresas sociales, a pesar de encontrarse en el polo opuesto de lo que es Batec Mobility.

En un punto intermedio, se encuentra *Too good to go*, un start-up europea, con base en España, dedicada a reducir el desperdicio de alimentos por los restaurantes españoles y ser aprovechados por los usuarios de esta plataforma. *Too good to go* se consolida bajo la forma societaria de Responsabilidad Limitada Unipersonal y forma parte de las empresas B Corp (Too good to go, 2020). Se ha seleccionado esta empresa, en particular, para dar visibilidad al creciente número de plataformas online con objetivos y misiones sociales que a su vez se consiguen mantener altamente rentables.

A continuación, analizaremos con más detalle estas tres empresas sociales para mostrar la diversidad y ambigüedad que rodea al campo del emprendimiento social y entender así la dificultad de plasmar este concepto en una única definición.

1. Batec Mobility

Batec Mobility es una empresa social dedicada a mejorar la calidad de las personas con discapacidad. Los productos de Batec intentan equiparar el estilo de vida de estas personas, al de aquellas sin discapacidad, comercializando productos innovadores, como unas ruedas delanteras que se acoplan a la propia silla de ruedas, y así convertirlo en un triciclo, primero, para mejorar la movilidad y segundo para dar la sensación de estar montando en bicicleta (Batec Mobility, 2020). Asimismo, Batec Mobility crea empleo para personas con discapacidad y colabora estrechamente con instituciones de fomento de un estilo de vida activo para las personas con discapacidad. Gracias a la integración del proyecto social en el modelo de negocio, Batec, ha sido galardonada y reconocida con multitud de premios (Batec Mobility, 2020). La historia del proyecto, además, está íntimamente ligada en sus inicios a la historia personal de su fundador, Pau Bach, tetrapléjico que inició este proyecto para hacer llegar al colectivo de discapacitados físicos, la soluciones de movilidad que él mismo se fabricaba. (Batec Mobility, 2020)

En definitiva, Batec Mobility tienen una clara misión social pues trata de mejorar radicalmente la movilidad de las personas con discapacidad física, respondiendo así a las necesidades de la sociedad de una manera diferente, no vista por muchos, y ayudando en el camino a las personas con discapacidad, no solo con los productos que comercializan si no generando trabajo para estas personas. De esta manera, Batec cuenta con un 50% de empleados con alguna discapacidad ocupando numerosos roles dentro de la empresa, desde la gerencia hasta la atención al público.

Si analizamos la estructura de esta empresa en base a las variables que componen el emprendimiento social ofrecida por Austin, Stevenson y Wei -Skillen¹². En primer lugar, vemos como Batec Mobility, y en particular su fundador, encontró una falla del mercado como es la insuficiencia de medios para la movilidad de las personas con discapacidad, transformándolo en una oportunidad para mejorar tal situación. En segundo lugar, esta empresa ha conseguido que su misión sea puramente social y al mismo tiempo ser rentable, a través de la movilización de recursos financieros que ha permitido que se constituya como empresa de responsabilidad limitada, compitiendo en el mercado con el resto de las empresas. Su propio fundador, declaró que le enorgullece huir del modelo

¹² Se explica en la pág. 10 del presente trabajo

caritativo, de ayudar... sino conseguir hacerlo con un proyecto viable, que se aguante en números, que crezca y funcione autónomamente, pues dice, es la única manera de poder crecer en impacto (Batec Mobility, 2020).

Por último, el impacto de Batec Mobility se puede medir en su creciente número de ventas desde su constitución en 2006 hasta la actualidad, así como la mejora proporcionada en sus usuarios, pues el 94% de ellos asegura que Batec “ha cambiado sustancialmente su vida para mejor” (Batec Mobility, 2020). De la misma manera, este impacto se puede medir a través del número de empleados con discapacidad en la empresa, que como se comentado, forman la mitad de la plantilla. Así como, la cantidad de premios que han recibido y las colaboraciones con las organizaciones que luchan por la promoción de un estilo de vida activo y saludable para personas con discapacidad, como, por ejemplo, Aspain Catalunya Fucaim o Fundación También (Batec Mobility, 2020).

En cuanto al posicionamiento de esta empresa dentro del espectro de empresas sociales clasificadas en el anterior epígrafe, podemos concluir que se trata de un modelo puramente de emprendimiento social. De esta manera, rompe, en ciertos aspectos con el esquema establecido por la red EMES para las empresas sociales, sobre en todo en la dimensión de gobernanza participativa, pues esta empresa se basa en un modelo mayormente capitalista donde la gran parte de sus decisiones se toman en base a la propiedad del capital.

2. Too good to go

Too good to go es una start-up europea con base en España cuyo objetivo social es reducir el desperdicio de alimentos, conectando a través de su aplicación móvil, a restaurantes con excedentes diarios de comida, con personas dispuestas a salvarlos a cambio de precios reducidos. El proyecto surgió en 2016, a raíz de que los responsables de la plataforma fueran testigos en un buffet libre, de como “toda la comida que no se había consumido al finalizar el servicio y que estaba en perfecto estado terminaba en los cubos de basura” (Too good to go, 2020) . El funcionamiento de la aplicación es muy sencillo; te registras, eliges el establecimiento que más te guste seleccionándolo de una lista o a través del mapa que proporciona la propia aplicación indicando cuál te queda más cerca, haces tu pedido, pagas a través de la aplicación y recoges tu comida en el lugar

y horario acordados (Too good to go, 2020). No obstante, el usuario no puede escoger el plato específico que quiere comer, pues resulta imposible predecir cuáles son las sobras que se acabarán generando en un restaurante, pastelería o frutería. Lo que sí se sabe de antemano es que el precio de la gran mayoría de *tuppers* oscila entre los dos y cinco euros (Too good to go, 2020).

La misión de *Too good to go* es principalmente concienciar a la población sobre los hábitos de consumo más responsables en busca del desperdicio cero, y en el camino, ofrece a sus usuarios comida de calidad por un precio muy reducido y ayuda a sus asociados (establecimientos) a dar salida a su merma diaria de alimentos a través de nuevos clientes. De esta manera, se contribuye a cumplir con uno de los objetivos de desarrollo sostenibles planificados para el 2030 (reducir a la mitad el desperdicio de alimentos a nivel mundial) y ofrece una solución innovadora a un problema muy latente en nuestra sociedad (Too good to go, 2020).

Too good to go es una sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal, y por tanto compete en el mercado con las restantes empresas, además de distribuir los beneficios entre sus propietarios.

Si comparamos este modelo de negocio con la variables del emprendimiento social establecidas por Austin, Stevenson y Wei -Skillen, vemos como se detectó una falla del mercado, pues nadie estaba ofreciendo una solución al desperdicio de comida por los restaurantes en España, funcionando esta plataforma de intermediario entre estos establecimientos y personas que estaban dispuestas a salvar tales desperdicios. Igualmente, en sus inicios contó con el capital necesario para construir una sociedad de responsabilidad limitada y poder competir en el mercado sin necesidad de ayudas por parte de las administraciones públicas. El impacto de esta plataforma, en tan solo tres años de vida, es indiscutible tanto por el número de usuarios que utilizan la aplicación (9,5 millones de personas y 17.000 establecimientos asociados) como por los kg de comida que se han dejado de desperdiciar (10.092.382 packs de comida) (Too good to go, 2020). Asimismo, ha recibido la certificación de empresa B corp, es decir, forma parte de la comunidad empresarial cuyo objetivo va más allá de generar ganancias económicas e innovan para maximizar su impacto positivo en los empleados, comunidades que sirven y el medioambiente. Las empresas B corp alcanzan los más altos estándares de desempeño social y ambiental general, transparencia y responsabilidad y aspiran a utilizar

el poder de los negocios para resolver problemas sociales y ambientales (B Corp España, 2020).

En términos de posicionamiento de *Too good to go*, dentro de los estándares establecidos por la red EMES para la clasificación de las empresas sociales, se considera que esta plataforma forma parte del mercado de los emprendimientos sociales pues, al igual que Batec Mobility, los beneficios son distribuidos entre los diferentes socios y las decisiones se toman en base a la propiedad del capital.

3. Sercoval

Asociación Sercoval, es una cooperativa de iniciativa social valenciana, que tiene por objetivo la defensa de sectores sociales como la tercera edad, la atención a personas con discapacidad o la asistencia a minorías étnicas. En particular, la cartera de servicios que ofrece esta cooperativa incluye la gestión de centros sociales, tanto para personas mayores como personas con diversidad funcional, de acogida a mujeres o la atención de población ex reclusa. También gestiona programas sociales concretos de las instituciones que lo requieren, así como, servicios de ayuda a domicilio, tanto de atención especializada como servicios municipales de atención a la dependencia o servicios de cuidado del hogar (Guía Laboral de la Economía Social Valenciana, 2018). El origen de Sercoval se remonta a 1979 cuando unas pocas personas, varias de ellas desempleadas, montaron una empresa unipersonal en el sector de limpieza. Unos años después constituyeron la cooperativa, que poco a poco fue ampliando su actividad a los servicios comunitarios y a los servicios de formación profesional, a la vez que aumentaba muy notablemente el nivel de empleo de la empresa y crecían sus magnitudes económico-financieras (Guía Laboral de la Economía Social Valenciana, 2018).

Según CEPES¹³, la Asociación Sercoval, con más de 40 años en funcionamiento, mostraba para el ejercicio de 2015 unos ingresos de explotación de 695,4 miles de euros, empleando a un conjunto de 475 personas (Guía Laboral de la Economía Social Valenciana, 2018).

Si analizamos la estructura de Sercoval según las variables que componen el emprendimiento social de acuerdo con Austin, Stevenson y Wei -Skillen, vemos como

¹³ Acrónimo de Confederación Empresarial Española de la Economía Social

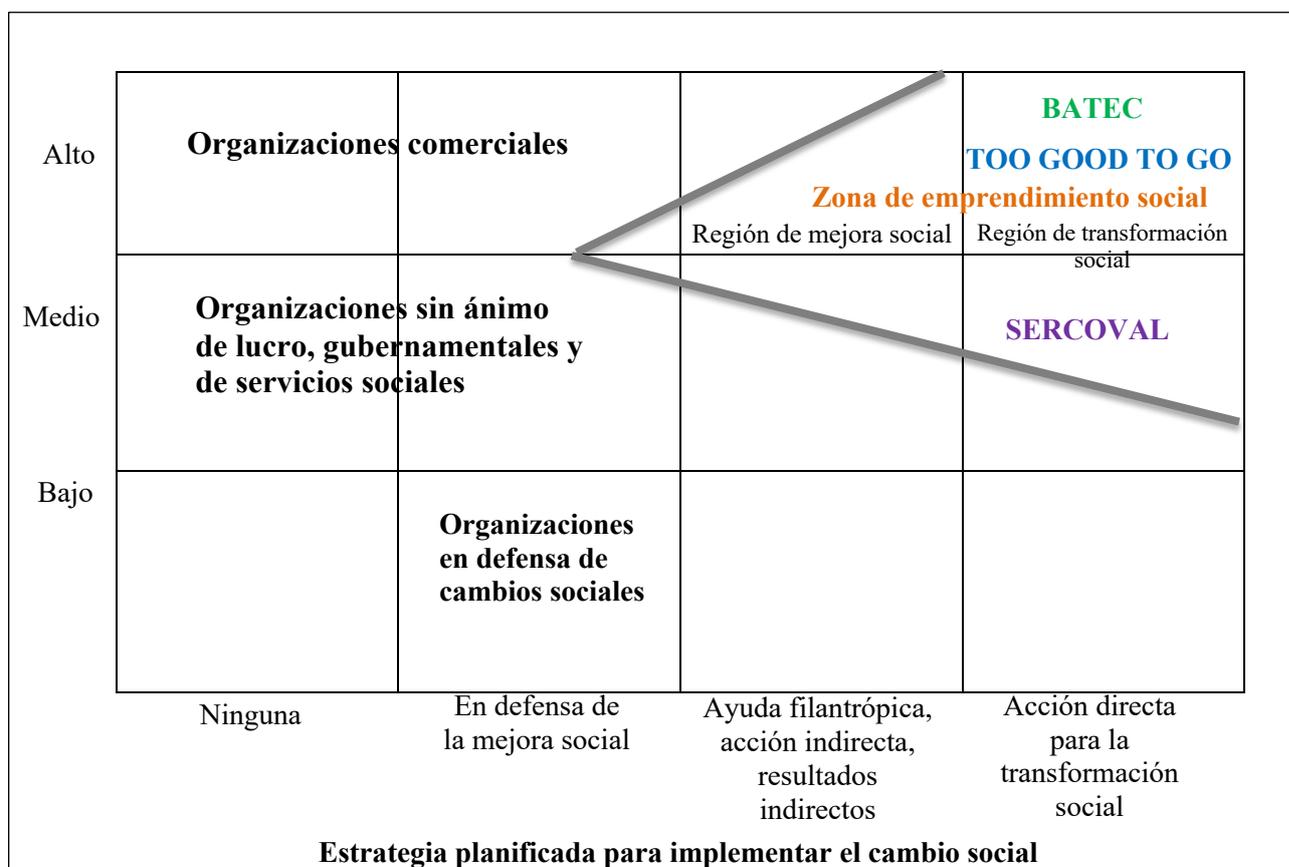
cumple con las variables de forma diferente a los dos ejemplos expuestos anteriormente. La falla de mercado consistía en la falta de centros sociales con estos propósitos en la Comunidad Valenciana. La misión es de nuevo, puramente social pues prestan servicios personales, sociales y comunitarios a sus clientes contribuyendo al desarrollo del bienestar social en un entorno sostenible, con una gestión transparente y democrática (Sercoval , 2020). En este caso la movilización de recursos financieros no tiene el objetivo de convertir a la cooperativa en una empresa rentable si no de intentar crear el mayor número de puestos de trabajo y de centros sociales. Por último, el impacto se mide, una vez más, por el número de personas que asisten a estos centros, así como los usuarios que demandan los servicios de limpieza comentados anteriormente.

En relación con las dimensiones de la empresa social establecidas por la red EMES, las cooperativas de iniciativa social son las que más se ajustan al modelo ideal de empresa social. Sercoval está comprometida con la creación de puestos de trabajo, fue creada por un grupo de ciudadanos, tiene un objetivo explícito de beneficio a la comunidad, está prohibida la distribución de beneficios entre los socios, pues los beneficios se reinvierten íntegramente en la creación de puestos de trabajo, o en este caso, en infraestructura (más centros sociales) y el poder de decisión no está basado en la propiedad del capital.

Por último y en un intento de comparar estos tres casos dentro de un único esquema, se presenta a continuación la posición de cada una de estas empresas sociales, dentro del espectro establecido por los autores Swanson & Zhang (2010) para representar la gama de posibilidades que surgen para lograr el cambio social más allá de las formas jurídicas concretas.

Figura 1: Zona de emprendimiento social

Nivel de principios y prácticas comerciales aplicadas para ayudar al cambio social



Fuente: elaboración propia de la traducción de los conceptos de Swanson & Zhang (2010)

En esta figura se puede apreciar las borrosas fronteras existentes entre el emprendimiento social, el emprendimiento económico con resultados sociales, el sector público o el sector no lucrativo que utiliza estrategias de mercado para obtener financiación (Diego, 2014).

En relación con la posición de los tres ejemplos de empresa social aquí expuestos, debemos analizar lo siguiente.

En primer lugar, Batec Mobility, lo posicionamos en la parte alta del eje vertical cuando tenemos en cuenta los objetivos comerciales de la empresa. Si tenemos en cuenta las propias palabras de su fundador, Batec Mobility se fundó con la idea de alejarse de todo modelo caritativo, pues cree, que el único camino para provocar un cambio real es teniendo un impacto económico. Asimismo, es una empresa de naturaleza comercial ya que elabora productos que satisfacen necesidades no cubiertas por el mercado, a cambio de un beneficio económico, a la vez que cumple con sus objetivos sociales. Si nos fijamos

en la estrategia seguida para implementar el cambio social, la hemos situado en la región de transformación social, pues no solo ha inducido un cambio, como es mejorar la movilidad de las personas con discapacidad, si no que actúa de modo directo para la transformación social que define su misión, es decir, su fundador podría no haber creado esta empresa y no haber compartido sus avances para mejorar la movilidad. Sin embargo, con la visión de enriquecer el bienestar social de esa comunidad en particular, decidió utilizar el emprendimiento social como vía para conseguir su objetivo.

En segundo lugar, el modelo de negocio de *Too good to go*, se parece mucho a Batec Mobility y por ello su cercanía en la figura 1. Esta start-up también se ha colocado en la parte alta del eje vertical cuando tenemos en cuenta los objetivos comerciales de la empresa, pues compite en el mismo mercado que el resto de start-ups y por tanto uno de sus objetivos principales debe ser la rentabilidad económica, ya que de lo contrario no sobreviviría en ese mercado altamente competitivo. De la misma manera, cumple un objetivo social muy claro y por ello se ha colocado en la franja de transformación social, pues han detectado una falla de mercado utilizando su plataforma de nexo entre aquellos establecimientos que desperdician comida y las personas que están dispuestas a consumir este desaprovechamiento.

Por último, Sercoval es la empresa social más alejada del grupo, pues al tratarse de un cooperativa, sus objetivos, especialmente económicos, difieren de las restantes. En este caso no se ha colocado a Sercoval en la franja alta en cuanto a objetivos comerciales, si no en el medio, pues si bien es cierto que necesitan ser un mínimo de rentables o simplemente sostenibles, esta rentabilidad económica no se encuentra entre sus objetivos principales. De la misma forma, se posiciona en la región de transformación social pues realizan una acción directa, como es la gestión y creación de centros sociales, para la transformación social.

De esta manera, podemos concluir que la diferencia más palpable en relación con estas tres empresas sociales es la forma en la que persiguen su objetivo y misión social. Los primeros dos ejemplos son empresas más tradicionales, en el sentido mercantil de la palabra, pues participan en el mercado compitiendo con las restantes empresas, y por tanto la rentabilidad económica, necesariamente, es uno de sus objetivos principales. Además, otra gran similitud entre estas dos empresas es la solución innovadora que proponen a una falla de mercado que percibieron sus fundadores, a pesar de que la forma

de presentar su producto al público sea muy distinta. En el polo opuesto, encontramos que el objetivo de Sercoval no es en ningún caso de valor económico ni cuantitativo, si no cualitativo, de maximizar el valor social de todo un colectivo, y de ahí su constitución como cooperativa.

Sin embargo, aún existiendo diferencias entre ellas, todas se consideran empresas sociales ya que la idea que motivó su constitución fue impulsar un cambio social para satisfacer necesidades todavía no cubiertas. Es así, como la ambigüedad del emprendimiento social se ha prestado a que, cada uno de los casos, pudiese amoldar su forma de operar como mejor le conviniese sin salir del marco legal y de lo que se entiende por emprendimiento social.

c) Marco Regulatorio Estatal

El marco histórico de nacimiento del concepto moderno de economía social se estructura a través de las primeras experiencias cooperativas, asociativas y mutualistas que surgen desde finales del siglo XVIII y se desarrollan a lo largo del siglo XIX en distintos países de Europa, incluido España (BOE, 2011). A partir de 1990, la economía social empieza a tener, en nuestro país, un reconocimiento expreso por parte de las instituciones públicas, con ocasión de la creación del Instituto Nacional de Fomento de Economía Social (INFES), por la Ley 31/1990 de 27 de diciembre. Entre sus objetivos se encontraba el fomento de las entidades de economía social y por ello creó en su seno el Consejo, configurándose como la institución que dotaba de visibilidad al conjunto de entidades de la economía social (BOE, 2011).

Si recurrimos a la más alta de nuestras normas, la Constitución Española, vemos como, aunque no mencione explícitamente la economía social en su texto, sí que menciona a varias instituciones que se recogen bajo su concepto, como las cooperativas, las fundaciones y las asociaciones (Jiménez, 2014). Así, su artículo 129.2 establece que el estado debe “promover diversas formas de participación en la empresa, fomentar, mediante una legislación adecuada las sociedades cooperativas y facilitar el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción” (Constitución Española, 1978). De la misma manera, la Constitución, en su artículo 22, reconoce el derecho de asociación como derecho fundamental y en su artículo 34 el de fundación como un derecho de ciudadanía (Constitución Española, 1978). Estas entidades se ven reflejadas de forma directa o indirecta en los referidos artículos de la Constitución Española reuniendo los

principios que les otorgan un carácter diferencial y específico respecto a otro tipo de sociedades y entidades del ámbito mercantil (BOE, 2011).

Sin embargo, no es hasta el 2011, cuando surge la necesidad de aprobar una ley estatal en materia de economía social, la Ley 5/2011 de 29 de marzo de Economía Social. Nuestro país fue uno de los primeros de la Unión Europea en promulgar una ley para impulsar la creación y el crecimiento de este tipo de empresas, junto con Grecia, seguramente debido al estado de crisis económica en el que nos encontrábamos y, por tanto, la necesidad de empresas sociales para aliviar tal situación. Cuando el Parlamento español aprobó esta ley, España se consolidó como ejemplo a nivel mundial de reconocimiento y política oficial de apoyo a este sector social y económico (Monzon & Chaves, 2012). Esta ley es una ley marco muy concisa con apenas nueve artículos y tres objetivos principales:

1. Establecer un marco jurídico común para todas las entidades que integran la economía social especificando los principios que definen la economía social (Monzon & Chaves, 2012)
2. Reconocer la economía social como actor político del país a través de sus organizaciones representativas intersectoriales (Monzon & Chaves, 2012)
3. Implantar políticas de apoyo al sector del emprendimiento social (Monzon & Chaves, 2012).

Para establecer un marco jurídico común para todas las entidades que integran la economía social, esta ley ha establecido una serie de principios en los que la empresas sociales se deben inspirar si quieren formar parte de la economía social.

Tabla 8: Principios orientadores de la Economía social

-
- a) Primacía de las personas y del fin social sobre el capital** que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados, que en relación a sus aportaciones al capital social
-
- b) Aplicación de los resultados obtenidos** de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por los socios o por sus miembros, y en su caso al fin social objeto de la entidad
-

c) **Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad** que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión, la generación de empleo estable y calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad

d) **Independencia** respecto a los poderes públicos

Fuente: elaboración propia a partir del artículo 4. de la Ley 5/2011 de 29 de marzo de Economía Social (BOE, 2011)

Con estos principios en mente, la ley procede a enumerar las entidades que forman la economía social. En primer lugar, cita a las cooperativas, las mutualidades, y las asociaciones que lleven a cabo actividades económicas, las sociedades laborales, las empresas de inserción y los centros especiales de empleo (BOE, 2011). Esta primera selección corresponde a la clasificación, anteriormente expuesta, del modelo de economía social de mercado donde la prioridad era la consecución del objetivo social y las decisiones no estaban condicionadas por la propiedad del capital.

En segundo lugar, hace una enumeración menos concreta, al establecer que formarán parte de la economía social aquellas entidades que realicen actividad económica y empresarial cuyas reglas de funcionamiento respondan a los principios enumerados anteriormente (BOE, 2011). En esta definición entrarían a formar parte como empresas sociales aquellas que pertenecen al modelo del emprendimiento social, pues cumplen todos estos principios, excepto que la rentabilidad económica también es importante para el buen funcionamiento de la empresa y por tanto para la persecución del objetivo social. Finalmente, este artículo establece que las entidades de la economía social se regularán por sus normas sustantivas específicas. De nuevo vemos el amplio campo que se les da a las empresas sociales para actuar, pues si se las encasillase en una forma jurídica concreta, se dejaría de lado y sin protección legal a multitud de iniciativas sociales.

Con esta ley también se busca por parte de los poderes públicos el fomento y la difusión de la economía social, teniendo diversos objetivos. Remover los obstáculos que impidan el inicio y desarrollo de una empresa social, facilitar las iniciativas de economía social, promocionar la formación profesional en este ámbito, facilitar el acceso a los procesos de innovación y tecnología, involucrar a la entidades de la economía social en las políticas activas de empleo e introducir referencias a la economía social en los planes de estudio (BOE, 2011).

El impacto que tuvo esta ley en los años que siguieron a su publicación fue bastante positivo y demostró la resiliencia de las cooperativas en tiempos de crisis, pues entre el cuarto trimestre de 2007 y el cuarto trimestre de 2013, la destrucción de empleo en las cooperativas fue de ocho puntos inferior al del conjunto de fórmulas empresariales. Además, entre el tercer trimestre de 2012 y el tercer trimestre de 2017 el empleo en este sector se ha incrementado en un 11,8% (más de 30.000 trabajadores) (BOE, 2018)

Finalmente, la última novedad legislativa en materia de economía social ha sido la resolución del 15 de marzo de 2018, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de diciembre de 2017, por la que se aprueba la Estrategia Española de Economía Social 2017-2020. El objetivo de esta Estrategia es responder a la necesidad de tener en cuenta y promover las particularidades de las empresas de la economía social en el mercado único, así como de incluir y apoyar a las empresas de la economía social a través de programas, proyectos y fondos, y en el desarrollo innovador y sostenible de un ecosistema financiero adecuado (BOE, 2018). Es imprescindible darle a la economía social la importancia que tiene pues se considera un activo empresarial de primer nivel en nuestra sociedad, tanto es así, que en España operan más de 43.000 empresas y entidades que, independientemente, de su forma jurídica actúan conforme a los principios orientadores de la economía social (BOE, 2018).

La estrategia se estructura entorno a once ejes de actuación estratégicos y sesenta y tres medidas que abordan diferentes aspectos clave para el desarrollo del sector. A continuación, se presenta una tabla con las medidas más relevantes a efectos del presente trabajo

Tabla 9: Estrategia Española de Economía Social 2017-2020

| Eje de actuación | Medidas |
|--|--|
| Apoyo al empleo y al emprendimiento social | <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="528 1632 1265 1668">• Incentivo al empleo en las entidades de la economía social <li data-bbox="528 1697 1297 1733">• Formación de los trabajadores y socios de la economía social <li data-bbox="528 1762 1430 1839">• Promover la inclusión de la economía social en todas las actuaciones de fomento que el Gobierno ponga en marcha <li data-bbox="528 1868 1430 1935">• Trasposición de directiva europea sobre normas de contratación pública y su uso como instrumento de generación de valor social. |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación a los autónomos que trabajen en la economía social de las medidas que el Gobierno apruebe a favor de este colectivo. |
| Análisis del marco jurídico de la economía social para eliminar las barreras que limiten su desarrollo | <ul style="list-style-type: none"> • Adopción de medidas necesarias para garantizar la eficacia de la lucha contra el fraude del sector • Revisar la normativa vigente para eliminar las limitaciones a las entidades de economía social para actuar en determinados sectores de actividad • Creación del Sello de Entidad de la Economía Social, tanto para contabilizarlas como para darles visibilidad |
| Desarrollo de la economía social en el marco de la agenda internacional | <ul style="list-style-type: none"> • Reforzar la coordinación de la acción en el exterior entre los responsables de los Departamentos Ministeriales • Intensificar la cooperación con Iberoamérica para el fomento de la economía social a través de proyectos conjuntos de cooperación |
| Incremento de la visibilidad de las entidades de la economía social | <ul style="list-style-type: none"> • Promover la inclusión de la economía social en las distintas etapas educativas • Fomentar la transferencia de conocimientos entre las empresas de la economía social • Incrementar la visibilidad de las entidades de la economía social en los sitios web de las administraciones públicas |

Fuente: elaboración propia resumiendo las medidas propuestas en la Estrategia Española de Economía Social 2017-2020 (BOE, 2018)

Todavía no se conoce el alcance de esta estrategia dado que su evaluación integral planeada para finales de 2019 se ha retrasado para finales del 2020. Sin embargo y como se comentó anteriormente con los avances originados en el seno de la Comisión Europea, este tipo legislación, además de visibilizar el emprendimiento social en nuestro país, abre puertas y otorga facilidades, promoviendo así su integración como un tipo de sociedad más y consiguiendo que cada día más personas y empresas se interesen por este modelo de negocio. Tanto es así que actualmente en España existen 150 empresas sociales, según la plataforma Social Enterprise, cuyo propósito social es rentable porque atrae talento, reduce los costes de rotación de empleados, conecta y fideliza clientes, fortalece sus valores y eleva la presencia local a agendas globales (Social Enterprise , 2019), como la ya mencionada start-up *Too good to go*.

3. LA RSC COMO VÍA PARA POTENCIAR EL EMPRESARIADO SOCIAL

3.1 NOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Para explicar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también denominado Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nos remitimos a la definición otorgada por el Libro Verde de la Comisión Europea. En el mismo la define como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones y relaciones con interlocutores (Comisión Europea, 2001). La Comisión sugiere que invertir en prácticas comerciales más respetuosas con la sociedad y el medioambiente puede aumentar la competitividad en las empresas, no solo, a la hora de interactuar con terceras personas si no en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores (Comisión Europea, 2001).

En España, por ejemplo, el fomento de la RSC es esencial no solo en las multinacionales, como se venía haciendo hasta la publicación de este libro, si no sobre todo en las pequeñas y medianas empresas, pues son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. El impacto positivo que puede generar una adecuada integración de la RSC en la estructura interna de una compañía es indiscutible, tanto directa como indirectamente. Por ejemplo, puede llegar a crear un mejor entorno de trabajo, consiguiendo así un mayor compromiso por parte de los trabajadores, o una utilización eficaz de los recursos. Los efectos indirectos serían, el aumento de la atención que prestan a las empresas, consumidores e inversores ampliando sus posibilidades de mercado, mejorando su imagen y por ende su marca (Comisión Europea, 2001). Además, cada vez con mayor frecuencia las instituciones financieras recurren a las listas de control social y medioambiental para evaluar los riesgos de los préstamos concedidos a las empresas y las inversiones efectuadas en las mismas. De esta forma, si una empresa es catalogada como responsable en el ámbito social, por ejemplo, mediante la inclusión de índices de valores éticos, puede favorecer su cotización y aportar beneficios financieros (Comisión Europea, 2001).

Uno de los desafíos más importantes a los que se enfrenta nuestro país, y más ahora, a raíz de la crisis del COVID-19, es la precariedad laboral y la denominada “fuga de cerebros”. Es importante que las empresas españolas sean capaces de atraer a trabajadores

cualificados y sobre todo de lograr que permanezcan a su servicio. A este respecto, las medidas incluidas en la RSC promueven la inclusión en las empresas del aprendizaje permanente, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa y la consideración de la capacidad de inserción laboral, así como la igualdad de retribución y perspectivas profesionales para las mujeres (Comisión Europea, 2001). Estas prácticas resultan esenciales para conseguir los objetivos de reducción de desempleo y lucha contra la exclusión social prevista en la estrategia europea de empleo (Comisión Europea, 2001). La experiencia nos dice, que todas estas medidas resultan más fructíferas si en ellas colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores.

Sin embargo, los beneficios derivados de una buena gestión de la RSC no se circunscriben únicamente a la empresa en cuestión, si no a la comunidad en la que opera. Las empresas, contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones e ingresos fiscales (Comisión Europea, 2001). De la misma forma, las empresas dependen a su vez de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. La reputación de una empresa en su lugar de emplazamiento y su imagen como empresario y productor influye sin duda en su competitividad (Comisión Europea, 2001). Es así como la RSC se articula como instrumento esencial win-win tanto para las empresas como para las comunidades donde operan.

Por tanto, el buen gobierno de la RSC sitúa a las corporaciones a la altura de los valores de nuestro tiempo, pues ya no es aceptable que una empresa se ciña únicamente a sus intereses particulares sin importarle las consecuencias que pueda generar, no se trata de una moda pasajera, si no de un factor esencial como motor de su reputación.

3.2 LA RSC COMO VÍA PARA POTENCIAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Una vez analizado el término de emprendimiento social y revisado una noción básica de la RSC, procedemos a unir ambos conceptos para transformarlos en una idea; utilizar la RSC como músculo financiero y apoyo técnico especializado en forma de know-how para promocionar y potenciar el emprendimiento social en España.

Tras una década, en la que las administraciones públicas y distintos agentes sociales han empoderado el emprendimiento social, a través de legislación y la creación de diversas plataformas, nos encontramos con un cambio generacional donde los jóvenes se encuentran mucho más preocupados por los temas sociales y medioambientales de su tiempo que sus generaciones pasadas. Es así como la gran mayoría de ellos buscan trabajar y dar sentido a su vida profesional a través del emprendimiento social o empresas que desde la base de la RSC generen impacto directo no solo en el tejido empresarial español si no también en la sociedad poniendo al empleado y a la sociedad en el centro de todas sus decisiones (Solano, 2018).

La idea que aquí se presenta es implantar un modelo basado en la innovación social que permita la participación de distintos agentes capaces de exponer necesidades sociales bien definidas que sean el detonante para fomentar iniciativas emprendedoras bajo acciones conjuntas y populares que originen “organizaciones profesionalizadas” basados en modelos de negocio innovadores y sostenibles (Asian Chaves, Fernandez Fernandez, & Montes Pineda).

Como se ha constatado a lo largo de este trabajo, uno de los principales problemas a los que se enfrentan los proyectos de emprendimiento social es la falta de financiación y la escasez de medios para conseguirla. En este punto es donde las empresas, a través de la RSC podrían entrar a formar parte del músculo financiero de estos proyectos, y transformar el papel que juegan las empresas en el campo de la RSC, de la mera visibilidad de los problemas sociales a la verdadera acción para erradicarlos.

Para entender la idea que aquí quiero plasmar voy a explicar un ejemplo que refleja una unión idónea entre la RSC y el emprendimiento social. Se trata de Grameen Danone Foods, una empresa social lanzada en 2006 diseñada con el objetivo de proporcionar a la población de Bangladesh con los nutrientes esenciales que faltaban en su dieta. Este negocio es fruto de la alianza empresarial entre la multinacional Danone y Grameen Bank, una institución fundada por el premio nobel Muhammad Yunus que pone al alcance de los más pobres microcréditos sin garantías. Tanto Muhammad como el CEO de Danone, vieron una oportunidad de negocio en los recursos que podía aportar cada uno, basando su misión en reducir la pobreza llevando salud a los niños por medio de la alimentación con un modelo de negocio único basado en la comunidad (Rengifo, 2015). Es así como la sinergia de experticias de Danone, especializada en lácteos y Grameen especializado

en microcréditos dio como resultado un yogur llamado Shoktidoi, especialmente diseñado para suplir las carencias nutricionales de los niños bangladesíes, ya que la mitad de ellos se encuentra en riesgo de malnutrición, a un precio asequible pudiendo incluso los más pobres adquirirlo de manera regular (Rengifo, 2015).

Sin embargo, este modelo de negocio social no solo ha impactado las vidas de estos niños proporcionándoles los nutrientes que necesitan, si no de la comunidad en su conjunto, ya que tanto las materias primas para su producción como los repartidores y trabajadores de la fábrica son locales de Bangladesh, ofreciendo numerosos puestos de trabajo a una comunidad azotada por la pobreza. Así es como este negocio social ha incidido en más de trescientos mil niños de Bangladesh, creando además 817 puestos de trabajo (Grameen Danone Foods, 2019). Tampoco hay que olvidar que, aunque el objetivo de este negocio sea mayoritariamente social, este proyecto también se creó para generar crecimiento económico, empoderando a los pequeños actores locales, y mejorando su calidad de vida, gracias a la confianza que profesaron su inversores en ellos y a las herramientas de know-how que introdujeron estas empresas en la comunidad.

Con este ejemplo, y con otros muy parecidos que actualmente existen en empresas como Inditex, Banco Santander o Iberdrola, he querido demostrar que ambos conceptos, tanto el de RSC como el emprendimiento social, comparten una estrecha relación y pueden ser la potencial solución para erradicar muchos de los problemas sociales y medioambientales que existen en nuestras comunidades. Las empresas, independientemente de su tamaño, cuando inician un negocio deben meditar a qué agentes sociales están influenciando y de qué manera, cómo está afectando su actividad comercial en la comunidad donde operan y como podrían ayudar a esta misma a mejorar en cualquier aspecto social. Deberían dedicar un departamento de su negocio a esta función para buscar sinergias entre los recursos y conocimiento que manejan y formar alianzas con empresas que tienen aquellos recursos que ésta necesita para formas proyectos sociales, como lo hicieron en Grameen Bank. En la última década, como hemos visto a lo largo de este trabajo tanto el emprendimiento como la RSC han adquirido una importancia que hace veinte años no tenía y esto supone una enorme evolución para la manera en la que las empresas del día de mañana se van a construir.

4. CONCLUSIONES

La conclusión generalizada que se puede extraer del presente Trabajo de Fin de Grado es la creciente importancia que tiene en nuestra sociedad proyectos y actitudes por parte del conglomerado de empresas que vayan dirigidas a mejorar la sociedad y su contribución como parte esencial en este proceso.

En primer lugar, hemos visto como en la última década el concepto de emprendimiento social se ha multiplicado exponencialmente, dando lugar al estudio por multitud de académicos de su definición, así como de su estructura y el impacto que tiene la persecución de sus objetivos sociales. Fruto de este estudio, y debido a la gran variedad de proyectos que comparten muchas de las características que definen al emprendimiento social, actualmente sigue sin existir una definición única, si no que existen multitud de ellas con aspectos comunes. Así todo emprendimiento social se caracteriza por tener un claro objetivo social, por ser innovador dando respuestas a una existente falla de mercado, por alcanzar una rentabilidad económica, aunque sea mínima para ser sostenible en el tiempo y crear mejoras duraderas y por tener un perfil de trabajadores pasionales y con una fibra ética muy fuerte que no descansaran hasta ver su objetivo cumplido.

Fruto de la creciente importancia que se le esta dando a este concepto y comprobados los innumerables beneficios que aportan modelos de negocio como este, tanto la Unión Europea como la legislación estatal de nuestro país, han promulgado una serie de medidas para la difusión de este concepto y la utilización de estos proyectos para suplir aquellas carencias del mercado que las Administraciones Públicas no pueden cubrir. Por parte de la Unión Europea, se están impulsando tanto multitud de premios a las mejores ideas de innovación social, como fondos de inversión de empresas sociales, y la creación de comités en el seno de Comisión Europea para tener siempre presente en sus normativas la importancia y posible introducción del emprendimiento social tanto en iniciativas empresariales, como locales de cada comunidad. Por parte de España, sus iniciativas han sido pioneras comparado con nuestros vecinos europeos, en cuanto a economía social se trata. Hemos promovido el incentivo al empleo en la economía social a través de numerosas ventajas fiscales, así como la creación de plataformas para dar mayor visibilidad a este tipo de empresas, formación de empleados e inclusión de la economía social en las actuaciones del gobierno, a través de consejos, formando parte de la estructura ministerial.

Asimismo, a lo largo de la presente investigación hemos comprobado que dentro de nuestras fronteras existen proyectos de emprendimiento social con distintas variantes, algunos de estos negocios son puramente sociales, adoptando la forma de cooperativas sociales, otros, sin embargo, son empresas altamente rentables que persiguen un objetivo social de larga duración, pero todos ellos coinciden en su misión; contribuir a la sociedad desde un punto de justicia social o medioambiental.

Por último, se ha planteado la unificación de la RSC y el emprendimiento social, de manera que el primero sirva de músculo financiero para impulsar el segundo. Hace no mucho tiempo la RSC era una herramienta de marketing que utilizaban las empresas para ocultar su falta de compromiso con el medioambiente o con los problemas sociales, dedicándose a hacer una o dos acciones cada cierto tiempo a modo de ONG para justificar y demostrar que eran empresas responsables. Esto afortunadamente ya no es así para la mayoría de las empresas pues los clientes cada vez más demandan de una participación activa de estos tipo de agentes en temas sociales. Las empresas, si quieren triunfar tienen que diseñar un departamento de RSC que sea realmente efectivo y vele por los derechos de los trabajadores y de las comunidades donde operen. Este cambio de paradigma fue fruto de la visibilidad que se le dio a este concepto, impulsado por activistas sociales y seguido por el resto de los ciudadanos para conseguir que aquellas empresas que abastecían a la población fueran conscientes con el medioambiente y sus trabajadores.

Es así como la visibilidad y difusión es fundamental para que modelos de negocio como el de emprendimiento social triunfen. Se necesita hablar más de las ventajas que proporcionan este tipo de proyectos, así como la variedad de formas que pueden adoptar, los sistemas de financiación y por último la posibilidad de crear alianzas con grandes empresas a través de su RSC para convertir ideas innovadoras en acciones reales.

5. BIBLIOGRAFÍA

LEGISLACIÓN Y JURISPRUDENCIA

- BOE. (2006). *Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia*. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-21990>
- BOE. (2011, marzo 5). *Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social*. Retrieved from <https://www.boe.es/boe/dias/2011/03/30/pdfs/BOE-A-2011-5708.pdf>
- BOE. (2015). *Ley 31/2015, de 9 de septiembre, por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo y se adoptan medidas de fomento y promoción del trabajo autónomo y de la Economía Social*. Retrieved from https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-9735
- BOE. (2018, marzo 15). *Resolución de 15 de marzo de 2018, de la Secretaría de Estado de Empleo, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de diciembre de 2017, por el que se aprueba la Estrategia Española de Economía Social 2017-2020*. Retrieved from https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2018-3857
- Comisión Europea . (2015). *La iniciativa de emprendimiento social* . Mercado Interior y servicios.
- Comisión Europea. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europea para las responsabilidad social de las empresas* . Burselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Comisión Europea. (2011, octubre 25). *Comisión Europea*. Retrieved from La comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones :: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0682&from=ES>
- Comisión Europea. (2013). Retrieved from <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1084&langId=es>
- Comisión Europea. (2019). *Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión*. Retrieved from Eje Microfinanciación y emprendimiento social EaSI: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1084&langId=es>
- Comisión Europea. (2013, abril 24). *REGLAMENTO (UE) No 346/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de abril de 2013 sobre los fondos de emprendimiento social europeos*. Retrieved from Diario Oficial de la Unión Europea: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0346&from=ES>
- Comisión Europea. (n.d.). *Progress Microfinanciación*. Retrieved from Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=836>
- Constitución Española.(1978).
- Diario Oficial de la Unión Europea. (2012). *Comisión Europea* . «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Iniciativa en favor del emprendimiento social. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012AE1292&from=ES>

LIBROS

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). *Social and commercial entrepreneurship; same, different or both?* Entrepreneurship. Theory & Practice .
- Battilana, J. &. (2014). Advancing research on hybrid organizing-Insights from the study of social enterprises. *The Academy of Management Annals*, 397-441.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du Commerce en Général* . Londres: Macmillan.
- Drayton, W. (2002). *The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business* . California Management Review.
- J. Gregory Dees. (2011). El significado de emprendimiento social. pg. 111-121.
- Kolstad, I. (2007). *Why firms should not always maximize profits*. Journal of Business Ethics .
- Roper, J. C. (2005). *Leadership, learning and human resource management: the meaning of social entrepreneurship today*. Corporta Governance.
- Thornton, M. (2007). The Origin of economic theory: A portrait of Richard Cantillon (1680-1734). *Mises Institute*.
- Weber, M. (2001 / [1904-1905]). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial .

INFORMES

- Dees, J., & Anderson, B. (2006). *Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought*. Research on social entrepreneurship: understanding and contributing to an emerging field. A special volume from ARNOVA. Occasional paper series .
- Defourny, & Nyssens. (2008). *Social Enterprise in Europe: recent trends and developments* . Bruselas: EMES European Research Network working paper.
- Diego, A. M. (2014). El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. *ICADE. Revista de la Facultad de Derecho*, 173-199.
- González, C. R. (2016). *El emprendimiento social en España*. Universidad de Sevilla.
- Granados, M., Hlupic, V., Coakes, E., & Mohamed, S. (2011). Social enterprise and social entrepreneurship research and theory: A bibliometric analysis from 1991 to 2010. *Social Enterprise Journal*, 198-218.
- Guzman, A., & Trujillo, M. (2008). *Emprendimiento social - Revisión de literatura*. Colombia: Estudios Gerenciales.
- Jiménez, J. (2014). *El emprendimiento social en España: significado e implicaciones*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*.
- Martin, R., & Osberg, S. (2007). *Social entrepreneurship: the case for definition*. Stanford Social Innovation Review .
- Monzon, J., & Chaves, R. (2012). *La Economía Social en la Unión Europea*. Comité Económico Social y Europeo.
- Porter, M., & Kramer, M. (2002). *The competitive advantage of corporate philanthropy*. Harvard Business Review.
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). *Changing the world on a shoestring. The concept of social entrepreneurship*. Auckland : University of Auckland Business Review.
- Sharir, & Lerner. (2006). *Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs* . Journal of World Business.

- Social Enterprise . (2019). Emprendimiento social: definición y evolución histórica . *Social Enterprise*.
- Solano, S. E. (2018). *Emprendimiento Social*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009). *A typology of social entrepreneurship: motives, search processes and ethical challenges*. *Journal of Business Venturing*.

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

- Asian Chaves, R., Fernandez Fernandez, T., & Montes Pineda, O. (n.d.). *Más allá de la RSC. Hacia un nuevo paradigma de desarrollo a través de la innovación social* . 2013: Prisma social.
- Bono, E. (2012). El decrecimiento sostenible, crisis ecológico-económica, desigualdad y economía social. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. n° 76, 181-196.
- CEPES. (2010). *La economía social en España 2009 -2010*. Retrieved from Confederación Empresarial Española de Economía Social : https://www.cepes.es/social/econ_social_que_es
- Dueñas, M. V. (2012). Los fondos europeos de emprendimiento social: su aplicación en España. *CIRIEC*.
- Enciso Santocildes, M., Gomez Urquijo , L., & Mugarra Eliorriaga, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual . *CIRIEC*, 27.
- Expansión . (2017, abril 27). La economía social genera el 8% del pib comunitario. *Expansión* .
- Fisac, R., Moreno, A., Mataix, C., & Palacios, M. (2011). La empresa social: Revisión de conceptos y modelos para el análisis organizativo. *Revista Española del Tercer Sector* n°17, 41-66.
- Guía Laboral de la Economía Social Valenciana. (2018). Cooperativas de iniciativa social y nuevas formas de cooperativismo. *CIRIEC* , 15.
- Moreira, P., & Urriolagoitia , L. (2011). El emprendimiento social . *Revista Española del Tercer Sector*, 17-40.
- Solorzano Garcia, M., Guzman Alfonso , C., Savall Morera, T., & Villajos Girona, E. (2018). La identidad de la empresa social en España: análisis desde cuatro realidades socioeconómicas. *CIRIEC*, 29.

SITIOS WEB

- B Corp España. (2020). Retrieved from B Lab Europe: <https://bcorporation.eu/about-b-lab/country-partner/spain>
- Batec Mobility. (2020). Retrieved from <https://batec-mobility.com/es>
- Creas Impacto . (2018). Retrieved from <http://www.creas.org.es/noticias/>
- EMES. (n.d.). *EMES*. Retrieved from EMES : http://www.socioeco.org/bdf_organisme-112_es.html
- González, C. H. (2018, Enero 25). *Identidad Organizacional* . Retrieved from <https://identidadorganizacional.com/2018/noticias/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-en-las-empresas/>

- Grameen Danone Foods. (2019). Retrieved from <https://www.danone.com/integrated-annual-report-2019/sustainable-projects/danone-communities-grameen.html>
- Rengifo, F. C. (2015). *Link Gerencial Consulotres*. Retrieved from <https://www.linkgerencial.com/>
- Sercoval . (2020). Retrieved from <http://sercoval.com/>
- Too good to go. (2020). Retrieved from <https://toogoodtogo.es/es>