

Iniciativas emprendedoras de lucha contra problemas sociales: distintas aproximaciones geográficas

Geographical approaches for social-oriented entrepreneurial ventures

Fisac-García R¹, Alves de Carvalho N², Moreno-Romero A³, Moreno-Mateos J⁴, Rojas Lezana A⁵

Abstract This communication is the result of the collaborative research between UFSC from Brazil and UPM from Spain. It shows a compared analysis of three approaches to fight social problems that take place mainly in different regions of the world: the European social economy, the social entrepreneurship movement in Latin America and the social business movement from emergent economies with Anglo-Saxon tradition. The analysis highlights special characteristics due to different realities in economic, social, cultural and institutional spheres. Nevertheless, the three approaches share the same focus on values and the generation of opportunities. The analysis from an organizational perspective reveals a great potential for shared knowledge and social innovation.

¹ Ramón Fisac-García (✉)

Grupo de Investigación en Organizaciones Sostenibles (GIOS). Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, C/ José Gutiérrez Abascal 2, 28006 Madrid, Spain
e-mail: ramon.fisac@upm.es

² Nubia Alves de Carvalho Ferreira, Bolsista CAPES-Processo nr. 4774/11-6 (✉)

Laboratório de Empreendedorismo (LEMP) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brazil
e-mail: nubia@deps.ufsc.br

³ Ana Moreno Romero

Grupo de Investigación en Organizaciones Sostenibles (GIOS). Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, C/ José Gutiérrez Abascal 2, 28006 Madrid, Spain
e-mail: ana.moreno.romero@upm.es

⁴ Jaime Moreno Mateos

Grupo de Investigación en Organizaciones Sostenibles (GIOS). Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, C/ José Gutiérrez Abascal 2, 28006 Madrid, Spain
e-mail: jaime@integrae.org

⁵ Álvaro Guillermo Rojas Lezana

Laboratório de Empreendedorismo(LEMP). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP), Universidade Federal de Santa Catarina(UFSC), Brazil. e-mail: lezana@deps.ufsc.br

Resumen Esta comunicación, fruto de una investigación entre dos universidades, española y brasileña, presenta un análisis comparado de formas empresariales orientadas a la resolución de problemas sociales en diferentes partes del mundo: la empresa social en países emergentes de tradición anglosajona, la economía social en Europa y el emprendimiento social en América Latina. Estas corrientes presentan particularidades propias de las diferentes realidades económicas, culturales y sociales, pero a la vez comparten una misma visión y espíritu de generación de oportunidades. El análisis de las claves organizativas desde la ingeniería de organización es una fuente de innovación para la resolución de problemas sociales.

Keywords: Social entrepreneurship, social business, Social economy, development, social innovation; **Palabras clave:** emprendimiento social, empresa social, economía social, desarrollo, innovación social.

1.1 Introducción

En la actualidad cobran especial interés las experiencias de organizaciones que exploran modelos empresariales que combinan al mismo tiempo una visión de mercado (venta de productos y servicios) y una motivación central orientada a la resolución de algún problema que sufre la sociedad.

Esta comunicación tiene por objetivo analizar y comparar tres grandes aproximaciones a este tipo de empresas desde diferentes zonas geográficas del mundo: los modelos de empresa social en países emergentes de tradición anglosajona, la economía social en Europa y el movimiento de emprendimiento social, muy arraigado en América Latina.

A partir de un estudio sobre el terreno del concepto de empresa social propuesto por el profesor Muhammad Yunus, se diseñó un modelo que identifica los aspectos organizativos más relevantes para el estudio de este tipo de organizaciones (Fisac et al, 2011) y que se recoge en la figura 1.1. El estudio de otros enfoques de lucha contra problemas sociales (la economía social en Europa y el emprendimiento social en América Latina) y la aplicación del modelo a iniciativas concretas dentro de estas corrientes, han mostrado la existencia de otros elementos relevantes. Éstos responden a realidades específicas del contexto geográfico y aportan nuevas claves que enriquecen el modelo.

En este trabajo conjunto entre la Universidad Politécnica de Madrid y la Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil) se recoge un análisis de las tres aproximaciones y se identifican los elementos valiosos de los tres enfoques en el estudio de las iniciativas para la resolución de problemas sociales.

1.2 La Empresa Social en Economías Emergentes

En los últimos años han surgido en países emergentes nuevos modelos de organizaciones que promueven la generación de oportunidades para el desarrollo y que tienen por objetivo la mejora del nivel de vida de las personas que sufren exclusión social y económica (Bornstein, 2004). Se trata de iniciativas que proponen una actividad empresarial motivada no por un fin lucrativo, sino por la existencia de un problema social no atendido. En palabras de Yunus (2008) “donde hay un problema social, hay una empresa social”.

El núcleo más activo de este tipo de empresa social se puede localizar en países emergentes donde ha habido algún tipo de influencia anglosajona y por tanto, cobra especial relevancia la iniciativa privada (India, Bangladesh, Pakistán, Kenia o Tanzania así como otros países emergentes de Asia, Medio Oriente o África). Muchas de estas empresas son puestas en marcha por personas que se han formado en universidades europeas o norteamericanas (Hartigan y Elkington, 2009).

A partir de Yunus (2008), podemos definir las empresas sociales como unidades productivas autosostenibles orientadas a la obtención de beneficios sociales en la realización de una actividad económica para mejorar las condiciones de vida de colectivos excluidos y ofrecer posibilidades de desarrollo económico y humano.

Es característico de estas empresas sociales un entorno de en cierta desprotección legal y un objeto de negocio que suele consistir en la provisión de bienes y servicios básicos a los que amplios sectores de la población no tienen acceso (Pralhad, 2005). Estas iniciativas no responden a la réplica de un modelo preestablecido, sino que presentan visiones propias basadas en principios comunes.

A partir del estudio de diferentes casos concretos (Fisac et al, 2011) se propone un modelo para el análisis organizativo de la empresa social (figura 1.1).



Fig. 1.1 Modelo para el análisis organizativo de la empresa social.

Por un lado, observamos que la empresa social tiene grandes similitudes con una empresa convencional: los aspectos tradicionales.

Por otro lado, la empresa social tiene varias características específicas fruto de la persecución de una labor muy concreta, la resolución de problemas sociales. Se han identificado un conjunto de aspectos específicos que van a determinar el carácter de la empresa social. Estos elementos son: 1) el conocimiento y canal de acceso a los beneficiarios; 2) la detección y creación de una proposición de valor social, idealmente acompañada de la medida de su impacto en la comunidad; y 3) la creación de una red de colaboración entre diferentes actores que permita la implicación de la comunidad y su sostenibilidad en el tiempo.

Envolviendo estas componentes del modelo organizativo se encuentran la cultura social, conjunto de valores compartidos sobre los que se asienta toda la organización, y la formalización jurídico-mercantil, elemento formal visible de la organización desde el exterior.

1.3 La Empresa Social desde la Economía Social en Europa

Una vez obtenido el modelo, se amplió la investigación analizando las iniciativas de lucha contra problemas sociales en el contexto europeo. En este análisis, en el que se ha profundizado en las formas de economía social de España, Francia, Alemania, Italia y Reino Unido; se ha detectado que el concepto de empresa social en países emergentes no se corresponde exactamente con la visión europea.

El término economía social tiene unas raíces lejanas, pero la fundamentación práctica tiene sus orígenes en el último cuarto del siglo XX. Todas sus organizaciones de la Unión Europea comparten los mismos valores fundamentales (CEPES, 2010): 1) organización democrática, gestión autónoma e independiente; 2) primacía del trabajo y los trabajadores sobre el capital; 3) reparto de beneficios/resultados con criterio colectivo; 4) solidaridad con el entorno y 5) orientación a la cohesión social.

Dentro de este enfoque se pueden definir las empresas sociales como “aquellas organizaciones privadas sin ánimo de lucro que proveen bienes y servicio 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 [...]” (Borzaga y Defourny, 2001).

A partir de esta definición amplia, cada país de la Unión Europea adopta su enfoque particular. Éste se concreta en numerosas formas legales, propias de cada país, para responder a diferentes necesidades. La definición de empresa social en cada país es un reflejo del modelo de provisión de servicios (público, privado, mixto), del concepto de Estado del Bienestar y de la evolución de los papeles que han jugado el Estado y la sociedad civil.

En nuestro país, la economía social ha sido regulada por la reciente ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, que tiene por objetivo reconocer y dar mejor visibilidad a esta parte del tejido económico, otorgarle una mayor seguridad jurí-

dico y establecer los principios que deben contemplar las distintas entidades que la forman.

Las formas jurídicas que contempla esta ley para la economía social son: cooperativas, mutualidades, fundaciones y asociaciones que lleven a cabo actividad económica, sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales de empleo, cofradías de pescadores, sociedades agrarias de transformación, entidades singulares creadas por normas específicas y asimismo, aquellas entidades que realicen actividad económica y empresarial, cuyas reglas de funcionamiento respondan a los principios enumerados por la ley. Esta variedad de formas jurídicas refleja la complejidad del análisis jurídico-legal de la economía social en Europa.

La Comisión Europea ha detectado que la economía social es una importante herramienta para la mejora de la cohesión territorial así como de la lucha contra los principales problemas sociales. Por ello, en octubre de 2011 lanzó la Iniciativa de Empresa Social (Comisión Europea, 2011) con el objetivo de fomentar la innovación social y reconocer este tipo de organización que puede contribuir a la construcción de una Europa más responsable y sostenible.

Del estudio de esta corriente se puede concluir que los pilares sobre los que se asienta la economía social no se corresponden exactamente con los principios de empresa social en países emergentes y este hecho tiene implicaciones en el ámbito organizativo. En particular, se identifican tres factores relevantes en la economía social que complementan el modelo de empresa social para países emergentes: 1) un marco institucional (agentes, mecanismos, redes) en el que se desenvuelven las iniciativas, 2) las formas jurídicas adaptadas a cada realidad social y orientadas a asegurar el reparto de valor y la toma de decisiones democráticas y 3) la existencia de apoyos (principalmente económicos) que hacen posible la sostenibilidad de las iniciativas.

1.4 El Emprendimiento Social en Latinoamérica

Después de reforzar el modelo de empresa social propuesto con el análisis de la economía social en Europa, se realizó un análisis del movimiento de emprendimiento social centrado en el continente latinoamericano por su tradición histórica, por las numerosas organizaciones de apoyo que existen y por la cantidad de emprendedores sociales que desarrollan allí su actividad.

La definición de emprendimiento social tiene su origen en los años 1980 y la constitución de Ashoka, organización pionera creada por Bill Drayton para financiar la actividad de innovadores sociales.

El emprendedor social reconoce una oportunidad para innovar y provocar un cambio social positivo, desarrolla una forma de acción para producirlo, incluso corriendo riesgos, adoptando las características emprendedoras como las propuestas por Covin y Slevin (1986); Sullivan, Mort et al (2003) y Hartigan y Elkington (2009).

En los diez últimos años han surgido diferentes programas y metodologías para la capacitación y formación de emprendedores sociales en todo el mundo que demuestran el foco de este movimiento en la persona como elemento fundamental de la iniciativa social. La mayoría de estos programas propone desarrollar capacidades emprendedoras convencionales (Dorado, 2006; Mair & Noboa, 2006) como base para garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos sociales.

Dentro de las organizaciones que actúan en todo el mundo, cabe destacar a Ashoka, que ofrece al emprendedor medios económicos para dedicarse completamente a su iniciativa así como capacitación y una red de contactos para aumentar su escala. Igualmente, la Fundación Skoll, que desde 1999 tiene un programa que adopta criterios de selección específicos, ofrece como apoyo a la institución escogida tres años de formación y participación en su red de emprendedores sociales.

En Brasil también existen experiencias de capacitación y desarrollo de metodologías para emprendimientos sociales como el caso de la Fundação Dom Cabral (FDC), con su metodología *Parceria com Organizações Sociais* (POS) o el programa *SESI-PR Empreendedorismo Social* creado por el *Serviço Social da Indústria* (SESI-PR).

La tabla 1.1 recoge las características de las instituciones analizadas.

Tabla 1.1 Comparativa entre programas de capacitación de emprendedores sociales

Características	Ashoka	F. Skoll	F. Dom Cabral	SESI-PR
Criterios de selección	- Innovación - Perfil emprendedor - Creatividad - Potencial de impacto social - Fibra ética	- Potencial de impacto - Inflexión - Innovación - Problema social específico - Sostenibilidad	- Definición del objeto, estructura y funcionamiento, derechos y deberes de las partes, plazo, valor de la inversión anual y cuestión de rescisión y foro.	- Innovación - Sostenibilidad y desarrollo local - Disponibilidad de tiempo - Compatibilidad emprendedor
Requisitos del emprendimiento	En funcionamiento	Tres años de funcionamiento	En funcionamiento	Sin exigencias
Duración de la capacitación	Variable	3 años	2 años	88 horas.
Tipo de asistencia	- Viabilidad de las propuestas - Salario del emprendedor por tres años	- Premio económico - Inversión - Dos programas: Forum Mundial y Social Edge.	- Específica en cada organización - Planificación estratégica - Herramientas de gestión cotidianas.	- Herramientas de plan de negocio, fuentes de financiación, aspectos jurídicos, finanzas.
Compromiso emprendedor	- Dedicación exclusiva	Dedicación al emprendimiento	Necesidad de inversión.	No hay
Red emprendedores	Sí	Sí	No	No

Se concluye que independientemente del país, las escuelas de negocios y otras instituciones están desarrollando programas de capacitación de emprendedores so-

ciales que ponen el foco sobre la figura del emprendedor, considerado el motor y alma de la iniciativa. A partir de un *ethos* social (fibra ética, valores, sensibilidad social, motivación) que se asegura en el proceso de selección, el énfasis de la capacitación recae sobre las habilidades empresariales y participación en redes de emprendedores.

1.5 Conclusiones y Futuras Líneas de Investigación

Los enfoques de empresa social, economía social y emprendimiento social planteados se muestran complementarios ya que son respuestas que la sociedad ha ido dando a las problemáticas sociales desde contextos diferentes (culturales, sociales e institucionales). En la tabla 1.2. se muestra una comparación entre los enfoques estudiados en la comunicación.

Tabla 1.2 Comparativa entre enfoques

Elemento	Economía social	Emprendimiento social	Empresa social
Región prioritaria	Europa	América Latina	Países emergentes de tradición anglosajona
Enfoque	Grupo personas	Emprendedor	Organización
Innovación social	No necesariamente	Sí	Sí
Orientación social principal	Aspectos organizativos	Proposición valor	Producto/servicio
Toma de decisiones	Democrática	Emprendedor	Equipo dirección
Forma jurídica	Multitud de formas	Cualquier forma	Empresas mercantiles
Uso de excedentes	Repartidos	Caso a caso	Principalmente reinvertidos
Marco institucional	Existente, estable	Existente, inestable	Inexistente
Se apoya en	Administraciones	Redes emprendedores	Alianzas particulares
Tipo de apoyo	Fiscalidad	Formación/contactos	Inversor (social)
Cultura social	Toma decisiones	Visión emprendedora	Diálogo beneficiarios

Aunque las tres corrientes de iniciativas sociales estudiadas presentan similitudes resultan interesantes sus diferencias, que se pueden agrupar en ámbitos culturales, sociales, institucionales y organizacionales:

- La cultura del país es un elemento influyente a la hora de ver la tipología de las organizaciones: iniciativa privada/pública, individuos/organizaciones, etcétera.
- Los problemas sociales que se tratan son fruto de la situación social, económica y cultural de cada país (provisión de bienes, acceso al empleo, etcétera).
- La seguridad jurídica y los apoyos para conseguir la sostenibilidad (económica y técnica) dependerán de la fortaleza del marco institucional de cada país.

- Los aspectos organizacionales, como la toma de decisiones, la utilización de excedentes o la formalización jurídica, dependen del contexto y enfoque.

Complementariamente a estos enfoques, existen otros modelos que comparten la visión de resolver una problemática social a través de los negocios como la “cadena híbrida de valor” (Drayton, 2006), el “negocio inclusivo” (SNV, 2008; SEKN, 2010) y los “mercados en la base de la pirámide” (Prahalad, 2005), y con un enfoque más amplio, la RSE estratégica (Moreno et al, 2009).

Esta diversidad organizacional, lejos de ser un inconveniente, presenta un gran potencial de aprendizaje e innovación. Una de las claves para que la actividad empresarial maximice su potencial de generación de oportunidades y desarrollo está precisamente en los aspectos organizativos: la adaptación a cada contexto con una forma organizativa apropiada.

1.6 Referencias

- Bornstein D (2004) *Cómo cambiar el mundo. Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Editorial Debate, Barcelona
- Borzaga C, Defourny J eds (2001) *The emergence of social Enterprise*. Routledge, London
- CEPES (2010) *La economía social en España 2009-2010*. Confederación de Entidades de Economía Social, Madrid
- Comisión Europea (2011) *Comunicación 682 sobre Social Business Initiative. Creating a favourable climate for social enterprises*
- Covin J, Slevin D (1986) *The development and testing of a firm-level entrepreneurship scale*. Frontiers of entrepreneurship. Babson College Publishing, Boston
- Dorado S (2006) *Social entrepreneurial ventures: Different values so different processes of creation, no?* Journal of Developmental Entrepreneurship 11(4): 319–343
- Drayton W (2006) *Everyone a changemaker. Social entrepreneurship’s ultimate goal*. Innovations Winter 2006. MIT Press, Boston
- Fisac R et al (2011) *La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo*. Revista española del Tercer Sector 17: 41-66
- Hartingan P, Elkington J (2009) *Empreendedores sociais: o exemplo incomun das pessoas que estão transformando o mundo*. Elsevier, Rio de Janeiro
- Ley 5/2011 de Economía Social (2011, 29 de marzo). Boletín Oficial del Estado 76 Sec. I: 33023
- Mair J, Martí I (2006) *Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight*. Journal of World Business 41 (1): 36-44
- Moreno et al (2010) *La responsabilidad social empresarial*. Editorial Pirámide, Madrid
- Prahalad CK (2005) *The Fortune at the bottom of the pyramid: Erradicating poverty through profits*. Wharton School Publishing, Philadelphia
- SEKN (2010) *Socially inclusive business. Engaging the poor through market initiatives in iberoamerica*. Social Enterprise Knowledge Network. Harvard U Publishing, Cambridge MA
- SNV (2008) *Negocios inclusivos. Iniciativas empresariales rentables con impacto en el desarrollo*. World Business Council for Sustainable Development, Amsterdam
- Sullivan Mort G, Weerawardena J, Carnegie K (2003) *Social entrepreneurship: towards conceptualization*. International Journal of nonprofit and voluntary sector marketing 8(1): 76-88
- Yunus M (2008) *Un mundo sin pobreza*. Editorial Paidós, Barcelona