



CIRIEC
españa

**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social
y Cooperativa, nº 75, Agosto 2012, pp. 7-34**

El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada

Jacques Defourny

HEC Escuela de Negocios y Centro para la Economía Social, Universidad de Lieja, Bélgica,
y Red de Investigación Europea EMES

Marthe Nyssens

Departamento de Economía y CIRTES, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica,
y Red de Investigación Europea EMES

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2012 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada

Jacques Defourny

HEC Escuela de Negocios y Centro para la Economía Social, Universidad de Lieja, Bélgica, y Red de Investigación Europea EMES

Marthe Nyssens

Departamento de Economía y CIRTES, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica, y Red de Investigación Europea EMES

RESUMEN

Nuestro análisis se estructura de la siguiente manera: en la primera parte describimos las distintas escuelas de pensamiento de las que parten los conceptos, así como sus respectivos contextos en Europa y en los EE.UU. En la segunda parte analizamos cuidadosamente el enfoque de EMES, que radica en la histórica tradición europea del tercer sector. Este análisis allana el camino para la tercera parte, que examina las convergencias y divergencias conceptuales entre las distintas escuelas y de sus consecuencias para el debate. Más allá de las discusiones conceptuales, a continuación destacamos el lugar y el papel del emprendimiento social en el conjunto de la economía y su interacción con el mercado, la sociedad civil y las políticas públicas. En la última parte, observamos de qué modo las diferentes escuelas han condicionado el debate en distintas partes del mundo.

PALABRAS CLAVE: Empresas sociales, emprendimiento social, enfoque europeo, enfoque estadounidense, conceptos.

CLAVES ECONLIT: P130, I310, L260.

Cómo citar este artículo: DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. (2012): "El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34.

L'approche EMES concernant l'entreprise sociale d'un point de vue comparatif

RESUME : Notre analyse se structure comme suit : dans un premier temps, nous décrivons les différents courants de pensée où sont nés ces concepts et leurs contextes respectifs, européen et américain. Dans un deuxième temps, nous analysons attentivement la conception EMES, ancrée dans la tradition européenne historique du tiers secteur. Cette analyse ouvre la voie au troisième temps, dans lequel nous analysons les convergences et les divergences conceptuelles au sein des différents courants ainsi que leur implication dans le débat. L'article met l'accent, au-delà des débats conceptuels, sur la place et le rôle de l'entreprise sociale dans l'économie globale et son interaction avec le marché, la société civile et les politiques publiques. Dans la dernière section, nous étudions la façon dont ces différents courants ont influencé le débat dans plusieurs parties du monde.

MOTS CLÉ : Entreprises sociales, entrepreneuriat social, approche européenne, approche américaine, concepts.

The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective

ABSTRACT: Our analysis is structured as follows: In the first part, we describe the different schools of thought in which the concepts took root and their respective contexts in Europe and the US. In the second part, we analyse the EMES conception, which is rooted in the historical European third sector tradition. This analysis paves the way for the third part, in which we examine the conceptual convergences and divergences among the different schools as well as their implications for the debate. Beyond conceptual debates, the article emphasises the place and role of social enterprise in the overall economy and its interaction with the market, civil society and public policies. In the last section, we consider how the different schools have influenced the debate in various parts of the world.

KEY WORDS: Social enterprises, social entrepreneurship, European approach, United States approach, concepts.

1.- Introducción¹

La mayoría de los que utilizaron los conceptos de emprendimiento social y empresa social hace doce años comparten la sensación de que habrían sido totalmente incapaces de prever el excepcional interés que tales conceptos suscitan hoy en día. De hecho, el uso del segundo término se está extendiendo actualmente por la mayoría de regiones del mundo: tras una primera década de desarrollo de la literatura a ambos lados del Atlántico desde finales de la década de 1990, están surgiendo centros de investigación en Europa Central y del Este (Borzaga et al., 2008), en la mayoría de países de Asia Oriental, incluyendo China (Defourny y Kuan, 2011), en India, Australia, Israel y en varios países de América Latina.

En Europa, el concepto de empresa social aparece por primera vez a principios de la década de 1990, en el corazón del tercer sector. Según la gran tradición europea (Evers y Laville, 2004), el tercer sector reúne cooperativas, asociaciones, mutualidades y, cada vez con mayor frecuencia, fundaciones, o, en otras palabras, todas las organizaciones “not-for-profit”² privadas (en algunos países europeos este tercer sector se identifica como la “economía social”). Más concretamente, el primer impulso se produjo en Italia y estuvo estrechamente relacionado con el movimiento cooperativo: en 1991, el Parlamento italiano aprobó una ley que establecía una forma legal específica para las “cooperativas sociales” y estas experimentaron un extraordinario crecimiento.

El concepto de empresa social, que incluye cooperativas sociales como un modelo entre otros, no compete en absoluto con el concepto de economía social. Más bien ayuda a identificar dinámicas de emprendimiento que están funcionando en el verdadero núcleo del tercer sector en diversos contextos socioeconómicos europeos. Esta perspectiva ha sido ampliamente avalada por la Comisión Europea cuando celebró una conferencia de alto nivel en noviembre de 2011 para presentar su “Iniciativa” para crear “un clima favorable para las empresas sociales, partes interesadas clave en la economía social y la innovación” (Comisión Europea, 2011).

En los Estados Unidos, los conceptos de emprendimiento social y empresa social también encontraron una respuesta positiva en los primeros años de la década de 1990. Por ejemplo, en 1993, la Harvard Business School lanzó la “Iniciativa de Empresa Social”, uno de los hitos del periodo. Una primera corriente en el debate sobre el emprendimiento social y las empresas sociales está relacionada con la utilización de actividades comerciales por parte de organizaciones nonprofit como apoyo

1.- Se ha publicado una versión preliminar como documento de trabajo de EMES.

2.- Mantenemos el vocablo de la versión en inglés porque, aunque se podría traducir por “entidad sin ánimo de lucro”, a lo largo del artículo también aparece el término “Nonprofit” (cuya traducción también sería “sin ánimo de lucro”), y entre ambas locuciones existe una diferencia. Así, aunque ambos tipos de organizaciones se mueven bajo objetivos diferentes a la maximización del beneficio, en las “Not-for-profit” los beneficios pueden ser distribuidos hasta cierto límite entre los propietarios o miembros de la organización, mientras que las “Nonprofit” se caracterizan por la imposibilidad de repartir los beneficios. Por su parte, la locución “for-profit” hace referencia al objetivo de maximización del beneficio. Aclarada estas diferencias, a lo largo del artículo se utilizarán los términos en inglés a modo de simplificación.

a su misión (Kerlin, 2006). Una segunda corriente de este debate, basada en una visión más amplia del emprendimiento, puede remontarse a B. Drayton y hasta Ashoka, la organización que éste fundó en 1980. Ashoka se centra en los perfiles de personas muy específicas, llamados en principio “emprendedores públicos”, capaces de producir innovaciones sociales en varios campos, más que en las formas de organización que pueden establecer. Varias fundaciones relacionadas con la “filantropía de riesgo”, como la Fundación Schwab y la Fundación Skoll, han asumido la idea de que la innovación social es fundamental para el emprendimiento social y apoyan a emprendedores sociales.

El debate sobre el concepto de empresa social y emprendimiento social se ha extendido a varios tipos de instituciones. Las principales universidades han desarrollado programas de investigación y formación. Se han establecido redes internacionales de investigación, como la Red Europea de Investigación EMES, que reúne desde 1996 a centros de investigación de la mayoría de países de la UE-15; o la Social Enterprise Knowledge Network (SEKN), que se formó en 2001 por destacadas escuelas de negocios de Iberoamérica y la Harvard Business School. Varias fundaciones han establecido programas de apoyo y formación para empresas sociales o emprendedores sociales. Por último, aunque no menos importante, varios países europeos han aprobado nuevas leyes para promover las empresas sociales (Roelants, 2009; Galera y Borzaga, 2009).

Sin embargo, resulta sorprendente que los debates a ambos lados del Atlántico se llevaran a cabo con trayectorias paralelas, con muy pocas conexiones entre ellos hasta los años 2004-2005. Desde un punto de vista científico, los primeros puentes se tendieron por Nicholls (2006), Mair et al. (2006) y Steyaert y Hjorth (2006). Kerlin (2006, 2009) también realizó interesantes intentos para comparar el concepto de empresa social en diferentes partes del mundo.

En este contexto, el primer objetivo de este documento es profundizar en este diálogo transatlántico sobre el concepto de empresa social, tal y como están plasmados en sus respectivos contextos europeo y norteamericano, así como subrayar los diferentes desarrollos que actualmente tienden a experimentar. Sin embargo, lo que realmente parece estar en juego, más allá de los debates conceptuales, es el lugar y la función de la empresa social dentro de la economía global y su interacción con el mercado, la sociedad civil y las políticas públicas. Desde esta perspectiva, nuestro segundo objetivo es mostrar que uno de los mejores caminos para plantear cuestiones y sugerir otras líneas de investigación (que no aparecen claramente cuando nos ceñimos a contextos nacionales o regionales específicos), es anclar a las empresas sociales y el emprendimiento social en sus propios contextos específicos, con miras a conseguir un mejor entendimiento mutuo entre las escuelas europea y norteamericana de pensamiento.

Nuestro análisis se estructura de la siguiente manera: en la primera parte describimos las distintas escuelas de pensamiento en las que se originaron estos conceptos y sus respectivos contextos. En la segunda parte analizamos cuidadosamente el enfoque de EMES, que radica en la tradición histórica europea del tercer sector. Este análisis prepara el terreno para la tercera parte, en la que analizamos las convergencias y divergencias conceptuales entre las distintas escuelas, así como sus implicaciones en el debate sobre el estado de la cuestión. En la última sección observamos de qué modo las diferentes escuelas han condicionado el debate en distintas partes del mundo.

2.- La aparición de la empresa social en diversos contextos

En primer lugar examinaremos cómo se desarrollaron las conceptualizaciones de empresa social y emprendimiento social en los Estados Unidos; estaremos entonces en mejor posición para resaltar las especificidades de los enfoques europeos sobre las mismas nociones.

2.1. Dos escuelas principales de pensamiento en EE.UU.

Cuando observamos el panorama en EE.UU., es llamativa la diversidad de conceptos que se han utilizado desde principios de la década de 1980 para describir los comportamientos emprendedores con objetivos sociales que se han desarrollado en el país, principalmente, pero no exclusivamente, dentro del sector nonprofit: “empresa nonprofit”, “emprendimiento nonprofit”, “iniciativa con fin social”, “innovación social”, “negocio con fines sociales”, “empresa de patrimonio comunitario”, “emprendimiento público”, “empresa social”... Aunque los estudiosos del sector Nonprofit hicieron uso de varios de esos términos, el debate conceptual ha sido conformado principalmente por investigadores pertenecientes a escuelas de negocios. Para clasificar las diferentes concepciones, Dees y Anderson (2006) propusieron distinguir las dos escuelas principales de pensamiento ya descritas brevemente arriba. La primera escuela de pensamiento sobre la empresa social alude a la utilización de actividades comerciales por parte de organizaciones nonprofit como apoyo a su misión. Organizaciones como Ashoka alimentaron una segunda escuela principal, denominada escuela de pensamiento de “innovación social”.

La escuela de pensamiento “generación de ingresos”

La primera escuela de pensamiento sentó las bases de las concepciones de empresa social definidos principalmente por estrategias de generación de ingresos. El grueso de sus publicaciones se basaba principalmente en el interés de las organizaciones nonprofit por resultar más comerciales (Young y Salamon, 2002) y podrían describirse como “prescriptivas”: muchas de estas publicaciones llegaron de firmas de consultoría y se centraron en estrategias para emprender un negocio que pudiera generar ingresos en apoyo de la misión social de una organización nonprofit y que pudiera ayudar a diversificar su base financiera (Skloot, 1987). A finales de la década de 1990, la Social Enterprise Alliance, uno de los principales actores en este ámbito, definió la empresa social como “cualquier negocio de generación de ingresos o estrategia emprendida por una organización nonprofit para generar ingresos para apoyar su misión caritativa”.

Desde esta perspectiva, es sencillo denominar a esta primera escuela la escuela de pensamiento “generación de ingresos”. Sin embargo, dentro de esto último, sugerimos establecer una distinción

entre una primera versión, centrada en las organizaciones nonprofit y que llamamos “enfoque comercialnonprofit”, por un lado, y una versión más amplia, que abarca todas las formas de iniciativas comerciales, y que podría llamarse “enfoque del negocio orientado a la misión”, por otro lado. Este último enfoque se refiere al ámbito de la empresa con fines sociales, abarcando todas las organizaciones que negocian con un fin social, incluyendo las empresas con ánimo de lucro (Austin et al., 2006).

También cabe destacar que algunos autores, como Emerson y Twersky (1996), pronto proporcionaron un análisis que pasaba de una única orientación al mercado a una visión más amplia de métodos de negocio como un medio para conseguir mayor eficacia (y no solo una mejor financiación) para las organizaciones del sector social. Algunos autores fueron incluso más lejos y comenzaron a considerar diversas actividades emprendidas por firmas con ánimo de lucro para afirmar su responsabilidad social corporativa como parte de toda la gama de iniciativas que forman el amplio espectro del emprendimiento social (Boschee, 1995; Austin, 2000). Por supuesto, esto suscita algunos asuntos conceptuales fundamentales, como el siguiente: ¿cualquier actividad que genere valor social puede considerarse como expresión de emprendimiento social, incluso si su actividad es marginal en la estrategia global de la firma?

En gran parte, el concepto de negocio social tal y como fue promovido por Muhammad Yunus (2010) puede relacionarse con el “enfoque del negocio orientado a la misión”, aunque también implica condiciones más fuertes: “Un negocio social es una empresa sin pérdidas y sin dividendos diseñada para abordar un objetivo social” (Yunus, 2010). Este concepto fue desarrollado principalmente para describir un modelo de negocio centrado en la provisión de bienes o servicios para clientes (muy) pobres, que constituyen un nuevo segmento del mercado (a menudo denominado “la base de la pirámide”) en países en vías de desarrollo. Se supone que este negocio social tiene que cubrir todos sus costos a través de los recursos del mercado. Es propiedad de inversores (a menudo grandes inversores) que, al menos en la versión de Yunus, no reciben ningún dividendo, y los beneficios se reinvierten totalmente para apoyar la misión social. El caso citado más a menudo es la empresa conjunta Grameen-Danone, que proporciona, a precios muy bajos, yogur altamente nutritivo a poblaciones vulnerables en Bangladesh.

La escuela de pensamiento “innovación social”

La segunda escuela pone el énfasis en el perfil y el comportamiento de los emprendedores sociales desde una perspectiva Schumpeteriana, como la desarrollada por el trabajo pionero de Young (1986). En este sentido, los emprendedores en el sector nonprofit son “creadores de cambios” debido a que realizan “nuevas combinaciones” en al menos una de las siguientes modalidades: nuevos servicios, nueva calidad de los servicios, nuevos métodos de producción, nuevos factores de producción, nuevas formas de organización o nuevos mercados. El emprendimiento social puede por lo tanto ser una cuestión de resultados en lugar de solo una cuestión de ingresos. Por otra parte, a menudo se destaca la naturaleza sistémica de la innovación producida y su impacto en un amplio plano social.

Dees (1998:4) propuso la definición más conocida del emprendedor social en esta escuela de pensamiento. Este autor ve al emprendedor como “aquel que desarrolla el papel de agente de cambio en el sector social adoptando una misión para crear y apoyar valores sociales, reconociendo y persiguiendo sin cesar nuevas oportunidades para llevar a cabo esta misión, comprometiéndose en un proceso de innovación continua, adaptación y aprendizaje, actuando con audacia sin estar limitado por los recursos disponibles en el momento y, finalmente, exhibiendo un elevado sentido de responsabilidad hacia los destinatarios servidos y para los resultados creados”. Estas personas excepcionales son a menudo descritas hoy en día como los héroes de los tiempos modernos (Bornstein, 2004).

Aunque muchas iniciativas de emprendedores sociales dan como resultado el establecimiento de organizaciones nonprofit varios trabajos recientes de la escuela de pensamiento de innovación social tienden a subrayar fronteras borrosas y la existencia de oportunidades para la innovación social emprendedora dentro del sector con ánimo de lucro privado, así como en la esfera pública.

Además, no deben exagerarse las divergencias entre las escuelas de “innovación social” y “generación de ingresos”. La visión del emprendimiento social como un negocio orientado a la misión es cada vez más común entre las escuelas de negocios y fundaciones, que fomentan ahora métodos de negocio más amplios, no solo estrategias de generación de ingresos, como vía hacia la innovación social. Varios trabajos destacan una visión de “balance doble (o triple)”, que puede ser adoptada por todos los tipos de empresa, así como la creación de un “valor combinado” en un gran esfuerzo por equilibrar realmente e integrar mejor los fines sociales y económicos y las estrategias (Emerson, 2006).

2.2. Los orígenes de la empresa social en Europa

En Europa, el concepto de “empresa social” como tal apareció por primera vez en Italia, donde fue promovido mediante un periódico publicado en 1990 titulado *Impresa sociale*. En los últimos años de la década de 1980 habían surgido en este país nuevas iniciativas semejantes a cooperativas para responder a necesidades no satisfechas, especialmente en el ámbito de la integración laboral, así como en el de los servicios personales. Como la legislación existente no permitía a las asociaciones desarrollar actividades económicas, el Parlamento italiano aprobó una ley en 1991 que creaba una nueva forma legal, concretamente la “cooperativa social”, que demostró estar muy bien adaptada a estas empresas sociales pioneras.

El notable desarrollo de estas últimas inspiró asimismo a otros países durante las siguientes dos décadas, tanto dentro como fuera de Europa (por ejemplo, en Corea del Sur). De hecho, otros países europeos introdujeron nuevas formas legales que reflejaban el enfoque empresarial adoptado por este número cada vez mayor de organizaciones “sin ánimo de lucro”, aunque el término “empresa social” no siempre se utilizara como tal en la legislación (Defourny y Nyssens, 2008). En Francia, Portugal, España y Grecia, estas nuevas formas legales fueron de tipo cooperativo. Algunos otros países como Bélgica, el Reino Unido e Italia (con una segunda ley aprobada en 2006) eligieron modelos de empresa social más abiertos, no inspirados exclusivamente en la tradición cooperativa. Por supuesto, existe una gran

diversidad más allá de esta dicotomía básica. Por ejemplo, las formas legales de Francia e Italia podrían ser caracterizadas como “formas de múltiples partes interesadas”, ya que reúnen a diferentes partes interesadas (empleados, usuarios, voluntarios...) para trabajar conjuntamente en un proyecto con un fin social determinado. La ley belga sobre “empresas con fines sociales” y la ley italiana sobre empresas sociales definen una categoría que cruza las fronteras de todas las formas legales y que puede ser adoptada por diversos tipos de organizaciones (no solo cooperativas y organizaciones nonprofit, sino también por organizaciones de propietarios inversores, por ejemplo), dado que definen una intención social explícita y no se dedican al enriquecimiento de sus miembros.

En el Reino Unido, el Parlamento aprobó una ley que creaba la “empresa de interés comunitario” en 2004; dos años antes, el gobierno británico también promovió una definición de empresa social como “un negocio con objetivos principalmente sociales cuyos excedentes se reinvierten principalmente para este fin en el negocio o en la comunidad, en lugar de estar dirigida por la necesidad de maximizar los beneficios para los accionistas y propietarios” (DTI, 2002).

En muchos países europeos, además de la creación de nuevas formas o marcos legales, en la década de 1990 se produjo el desarrollo de programas públicos específicos enfocados hacia el ámbito de la integración laboral. Resulta evidente que las empresas sociales pueden funcionar en un amplio espectro de actividades, ya que el “fin social” que persiguen puede referirse a muchos ámbitos diferentes. Sin embargo, desde mediados de la década de 1990, en toda Europa ha dominado un tipo principal de empresa social, concretamente la “empresa social de integración laboral” (Work Integration Social Enterprise - WISE). El principal objetivo de este tipo de empresa es ayudar a personas desempleadas de baja cualificación, que están en riesgo de exclusión permanente del mercado de trabajo, e integrar a estas personas en el trabajo y la sociedad mediante una actividad productiva (Nyssens, 2006). Este predominio de las WISE en el panorama de la empresa social ha llevado incluso, en varios casos, a que el concepto de empresa social sea sistemáticamente asociado con estas iniciativas para la creación de empleo.

A pesar de que se desarrollaron iniciativas de campo por toda Europa, con las cooperativas sociales italianas como modelo inspirador a principios de la década de 1990, el concepto de empresa social como tal no se expande realmente durante estos años. En la esfera académica, los principales esfuerzos analíticos se emprendieron a partir de la segunda mitad de la década de 1990 en adelante, tanto a nivel conceptual como empírico, especialmente por la Red Europea de Investigación EMES³, que reunió principalmente a estudiosos de ciencias sociales. Además, ya en 1996, es decir, antes de que se lanzaran la mayoría de las políticas públicas europeas para empresas sociales, un grupo de investigadores procedentes de todos los Estados miembros de la UE emprendió un importante programa de investigación fundado por la Comisión Europea. Este grupo desarrolló progresivamente un enfoque, que ampliaremos en la siguiente sección, para identificar organizaciones con probabilidad de ser denominadas “empresas sociales” en cada uno de los quince países que formaban la UE en ese momento.

3.- EMES son las siglas de “Emergence des Entreprises Sociales en Europe”, es decir, el título en francés del extenso proyecto de investigación realizado desde 1996 hasta el año 2000 por la red. El acrónimo EMES posteriormente se mantuvo cuando la red decidió convertirse en una asociación científica internacional formal. Véase www.emes.net

3.- El enfoque EMES de empresa social

En Europa, la Red Europea de Investigación EMES desarrolló los primeros hitos teóricos y empíricos del análisis de la empresa social (Borzaga y Defourmy, 2001). El enfoque EMES deriva de un extenso diálogo entre varias disciplinas (economía, sociología, ciencias políticas y dirección), así como entre las diferentes tradiciones y sensibilidades nacionales presentes en la Unión Europea. Por otra parte, guiado por un proyecto que era al mismo tiempo teórico y empírico, prefirió desde el principio la identificación y clarificación de los indicadores por encima de una definición concisa y elegante.

3.1. Tres grupos de indicadores para tres dimensiones diferentes

Estos indicadores nunca se pensaron para representar el grupo de condiciones que una organización debe cumplir para ser calificada como una empresa social. En lugar de constituir criterios prescriptivos, describen un “tipo ideal” en términos de Weber, es decir, una construcción abstracta que permite a los investigadores posicionarse dentro de la “galaxia” de las empresas sociales. En otras palabras, constituyen una herramienta, un tanto análoga a una brújula, que ayuda a los analistas a situar la posición de las entidades observadas en relación a otras, e identificar eventualmente subgrupos de empresas sociales que desean estudiar con mayor profundidad. Estos indicadores permiten identificar nuevas empresas sociales, pero también pueden dirigirse a designar como empresas sociales a antiguas organizaciones reestructuradas mediante nuevas dinámicas internas.

Hasta ahora, los indicadores se han presentado en dos subgrupos: una lista de cuatro indicadores económicos y una lista de cinco indicadores sociales (Defourmy, 2001: 16-18). Sin embargo, desde una perspectiva comparada con las escuelas de pensamiento de los EE.UU., parece más apropiado presentar estos nueve indicadores en tres subgrupos en lugar de en dos, lo que permite resaltar formas particulares de gobierno específicas para el tipo ideal de empresa social de EMES. Al hacer esto, podremos reconocer más fácilmente muchas de las características usuales de las organizaciones de la economía social que se han perfilado aquí, con el fin de resaltar nuevas dinámicas empresariales dentro del tercer sector (Defourmy y Nyssens, 2010).

En este enfoque EMES ligeramente reestructurado, los tres grupos de criterios son:

Dimensiones económicas y empresariales de las empresas sociales

a) Una actividad continua que produce bienes y/o vende servicios

Las empresas sociales, a diferencia de algunas organizaciones nonprofit tradicionales, normalmente no realizan actividades de activismo o redistribución de flujos financieros (como, por ejemplo, muchas fundaciones) como actividad principal, sino que están implicadas directamente en la produc-

ción de bienes o en la provisión de servicios a personas de un modo continuado. De este modo, la actividad productiva representa el motivo, o uno de los motivos principales, para la existencia de empresas sociales.

b) Un nivel significativo de riesgo económico

Quiénes fundan una empresa social asumen total o parcialmente el riesgo inherente a la iniciativa. A diferencia de la mayoría de instituciones públicas, la viabilidad financiera de las empresas sociales depende de los esfuerzos de sus miembros y trabajadores para asegurar los recursos adecuados.

c) Una mínima cantidad de trabajo remunerado

Como en el caso de la mayoría de organizaciones nonprofit tradicionales, las empresas sociales también pueden combinar recursos monetarios y no monetarios, y trabajadores voluntarios y remunerados. Sin embargo, la actividad realizada en las empresas sociales requiere un número mínimo de trabajadores remunerados.

Dimensiones sociales de las empresas sociales

d) Un objetivo explícito para beneficiar a la comunidad

Uno de los principales objetivos de las empresas sociales es servir a la comunidad o a un grupo específico de personas. Desde la misma perspectiva, una característica de las empresas sociales es su deseo de promover un sentido de responsabilidad social a nivel local.

e) Una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la sociedad civil

Las empresas sociales son el resultado de dinámicas colectivas que implican a personas pertenecientes a una comunidad o a un grupo que comparte una necesidad o fin bien definido; esta dimensión colectiva debe mantenerse a lo largo del tiempo de un modo u otro, pero no debe descuidarse la importancia del liderazgo (de una persona o de un pequeño grupo de líderes).

f) Una distribución de beneficios limitada

La primacía del fin social se refleja en la restricción de la distribución de beneficios. Sin embargo, las empresas sociales no solo incluyen organizaciones caracterizadas por una restricción total de no distribución, sino también organizaciones que, como las cooperativas en muchos países, pueden distribuir beneficios, pero solo en una cantidad limitada, lo que permite evitar un comportamiento de maximización de beneficios.

Gobierno participativo de las empresas sociales

g) Un alto grado de autonomía

Las empresas sociales son creadas por un grupo de personas sobre la base de un proyecto autónomo y son gobernadas por estas personas. Pueden depender de subsidios públicos pero no son gestionadas, directa o indirectamente, por autoridades públicas u otras organizaciones (federaciones,

firmas privadas, etc.). Tienen derecho tanto a ocupar su propia posición (“voz”) como a finalizar su actividad (“salida”).

h) Una facultad de decisión no basada en la propiedad de capital

Este criterio generalmente se refiere al principio de “un miembro, un voto” o como mínimo a un proceso de toma de decisiones en el que el poder de voto no está distribuido según las acciones de capital en el órgano de gobierno que tiene el derecho de toma de decisión última.

i) Una naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad

La representación y participación de usuarios o clientes, la influencia de diversas partes interesadas en la toma de decisiones y la gestión participativa constituyen a menudo importantes características de las empresas sociales. En muchos casos, uno de los objetivos de las empresas sociales es conseguir mayor democracia a nivel local mediante la actividad económica.

Como ya se ha subrayado, estos indicadores pueden usarse para identificar empresas sociales totalmente nuevas, pero también pueden dirigirse designar como empresas sociales a antiguas organizaciones reestructuradas mediante nuevas dinámicas internas. El enfoque EMES ha demostrado ser empíricamente fértil; ha constituido la base conceptual para muchas investigaciones de EMES en diferentes industrias, como las de servicios personales o desarrollo local (Borzaga y Defourny, 2001) o integración laboral (Nyssens, 2006; Davister et al., 2004), a veces ampliadas a Europa Central y del Este (Borzaga et al., 2008) o países no comunitarios, como Suiza y Canadá (Gardin et al., 2012).

3.2. Situación de las empresas sociales en la economía global

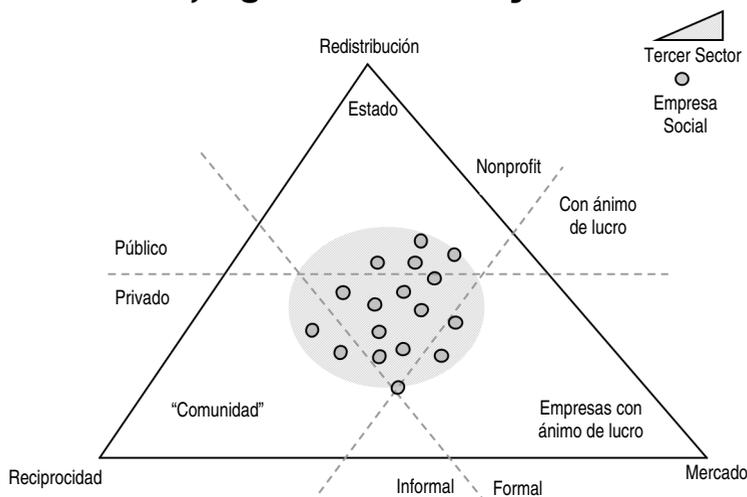
Puede esperarse que las empresas sociales ocupen un lugar especial en el conjunto de la economía. Para percibir su posicionamiento, es necesario ir más allá de las representaciones “bipolares” convencionales del panorama económico, que solo resaltan el lugar central del mercado y el papel regulador del Estado. Desde esta perspectiva, seguiremos a Polanyi (1944) y un enfoque histórico y antropológico. Sin negar la importancia de la motivación del beneficio que caracteriza la economía capitalista, Polanyi también destaca otras prácticas económicas, no orientadas hacia la acumulación de beneficios: redistribución, reciprocidad y administración doméstica. Por otra parte, su análisis forma parte de un enfoque sustantivo que toma una amplia concepción de la economía, la cual, de acuerdo con él, abarca todas las formas de actividades derivadas de la dependencia del hombre de la naturaleza y sus semejantes. Se refiere a la interacción entre el hombre y su entorno, lo que tiene como consecuencia un abastecimiento continuo de medios materiales para satisfacer las necesidades (Polanyi, 1944). Esta concepción contrasta con enfoques más formales y restrictivos de la economía, limitando la actividad económica a elecciones racionales de maximización (de satisfacción, beneficio, etc.) llevadas a cabo en condiciones de escasez. Siguiendo la misma línea, muchos investigadores del tercer sector europeo han defendido que la “combinación de bienestar” está formada por responsabilidades compartidas entre varios tipos de actores (Evers, 1990, 1995; Pestoff, 1998, 2005; Evers y Laville, 2004) y una diversidad de lógicas (Eme, 1991; Laville 1992, 1994). Con esto como base,

algunos autores han propuesto una representación “triangular” que hemos adaptado ligeramente para comprender mejor las relaciones entre estos actores y sus respectivas lógicas de acción (véase la figura 1).

La primera tipología de este triángulo distingue diferentes tipos de actores: el Estado, empresas privadas con ánimo de lucro y comunidades (en las que podemos incluir las domésticas). La segunda tipología integrada en este triángulo resalta los recursos y razones de los que dependen estos actores para desarrollar sus actividades; de hecho, si seguimos el enfoque sustantivo de Polanyi (1944) y otras contribuciones convergentes (Boulding, 1973; Mauss, 1923-1924; Perroux, 1960; Razeto, 1988), la economía debe verse como “plural” y caracterizada por varias formas de intercambio:

- el principio de mercado facilita la coincidencia de la oferta y la demanda de bienes y servicios con el fin de comerciar mediante un ajuste de precio;
- la redistribución es el principio por el cual (parte de) la producción es transferida a una autoridad central, en nuestras sociedades modernas normalmente al Estado, que es responsable de su distribución. Esto presupone la existencia de un mecanismo que define las normas para aumentar impuestos y asignar estos recursos. De este modo, se establece una relación durante un tiempo determinado entre una autoridad central, que impone una obligación, y los agentes sujetos a ella;
- la reciprocidad constituye un principio original de la actividad económica basada en la lógica de la simetría. Para Polanyi (1944), los actores comprometidos en una relación de reciprocidad son voluntariamente complementarios e interdependientes. Los intercambios se basan en el obsequio como hecho social básico; esto insta a realizar un “contrarregalo” socialmente aceptable regulado por normas sociales en lugar de por una igualdad perfecta (Polanyi et al. 1957), lo que adopta la forma de una obligación paradójica por la cual el grupo o individuo que recibe el obsequio tiene una oportunidad para ejercer su libertad. Solo tiene sentido cuando existe un claro deseo de vínculo social entre las partes interesadas. El ciclo de reciprocidad es opuesto al intercambio de mercado porque es una parte integral de las relaciones humanas que pone en juego el deseo de reconocimiento y poder. Sin embargo, es diferente del intercambio redistributivo porque ninguna autoridad central lo impone. Una forma particular de reciprocidad es la que se ejerce dentro de la unidad familiar básica, denominada por Polanyi como “administración doméstica”. Para Polanyi, esta unidad implica la producción autárquica de una unidad institucional (tal como la familia).

Figura 1. La empresa social como una combinación de diversos actores, lógicas de acción y recursos



FUENTE: Basado en Pestoff (1998 & 2005).

Esta visión de la economía global ciertamente enriquece el análisis del tercer sector que, de acuerdo con una tradición europea (Evers y Laville 2004), mancomuna cooperativas, asociaciones, mutualidades y fundaciones de interés general o, en otras palabras, todos los tipos de organizaciones not-for-profit (organizaciones que no son propiedad de accionistas), denominadas “economía social” en varios países europeos. Desde esta perspectiva, el tercer sector ya no puede considerarse como totalmente separado de los sectores privados con ánimo de lucro y los sectores públicos; en su lugar, aparece como un sector intermedio. De acuerdo con Evers (1995), las organizaciones del tercer sector no solo están en relación con la redistribución y el mercado, sino también con la reciprocidad integrada en la esfera comunitaria; esto lleva a reconocer la gran variedad de modos en los que estas organizaciones actúan como híbridas, entrelazando diferentes recursos y conectando con diferentes actores. Esta visión enfatiza la mezcla sinérgica de recursos y razones disponibles para las organizaciones del tercer sector, en lugar de definir fronteras entre sectores. Por esto, en la figura 1, los límites entre los diferentes tipos de actores y lógicas se sugieren mediante líneas punteadas; y son precisamente las áreas de hibridación alrededor de estas líneas punteadas las que pueden aclarar algunas tensiones que experimentan las organizaciones del tercer sector (Defourny y Pestoff, 2008).

Como la mayor parte de empresas sociales pertenecen o tienen su origen en el tercer sector y como además es posible que muchas empresas sociales se sitúen en estas “áreas de conexión”, también experimentan estas tensiones, dando como resultado lo que varios autores, como Emerson (2006), llaman las “fronteras borrosas” del panorama de la empresa social.

El primer tipo de tensión está relacionado con el conflicto entre la racionalidad instrumental del mercado, que tiende a orientarse, por un lado, hacia la maximización y distribución del beneficio y, por otro lado, hacia la primacía de la misión social y los valores democráticos en las empresas sociales. En realidad, muchas empresas sociales están claramente orientadas hacia el mercado, aunque persigan principalmente un objetivo social pueden distribuir parte de sus excedentes entre sus propietarios. Además, algunas de ellas son el resultado de una asociación entre organizaciones del tercer sector y empresas con ánimo de lucro. Estas empresas sociales están claramente situadas alrededor de la frontera borrosa entre las áreas de not-for-profit y for-profit, lo que puede incrementar los riesgos de desvío de la misión asociados con la persecución de objetivos conflictivos.

En otros casos, las empresas sociales pueden aparecer en la zona superior del círculo, especialmente cuando están promovidas por programas estatales que apoyan firmemente, por ejemplo, la integración profesional de desempleados de larga duración o personas sin formación (Nyssens, 2006). Con el incremento de las prácticas de contratación externa por parte de los Estados para la prestación de servicios públicos, están apareciendo tipos de organización nuevos o híbridos que a menudo se caracterizan como empresas sociales. La estricta regulación y supervisión que el Estado impone a estas organizaciones explica por qué éstas se sitúan cerca del sector público. Sin embargo, estas organizaciones también tienen vínculos evidentes con el mercado, dado que las recientes reformas fomentan los principios de mercado y competencia, lo que crea otra fuente de tensiones (Hulgård, 2010). Las asociaciones y los acuerdos contractuales entre el Estado y el sector nonprofit no son nuevos en la provisión de servicios sociales (Salamon, 1987), pero estas reformas realmente afectan a “relaciones” entre los organismos públicos y los proveedores de servicios sociales, y entre estos proveedores y los usuarios finales. La financiación por parte del Estado al proveedor del servicio según los inputs (por ejemplo, el personal) es sustituida por una cantidad que variará en base al output generado por la entidad (output-funding).

Cada vez está más permitida, si no favorecida, la entrada de proveedores con ánimo de lucro en el mercado. Los incentivos a la oferta pueden transformarse en incentivos a la demanda mediante dinero para asistencia o vales, y se espera que el usuario adopte el comportamiento de un consumidor que actúa en un mercado para hacer su elección (Bode et al., 2011).

Finalmente, cuando examinamos el área que conecta las organizaciones formales e informales, pueden observarse trayectorias de empresas sociales pioneras, que inventan informalmente nuevas respuestas a demandas sociales, a menudo confiando en el voluntariado en una primera fase. Su evolución hacia la formalización puede implicar algunos tipos de tensiones como las resultantes, por ejemplo, de la coexistencia de voluntarios fundadores muy comprometidos, por un lado, y personal retribuido dispuesto a trabajar en el marco de un contrato laboral claro, con horario definido, por otro; o de las dificultades para combinar la implicación informal temprana de varias partes interesadas y los posteriores y estrictamente definidos procesos de toma de decisiones. Esta área entre las organizaciones formales e informales también podría ser de interés con miras a analizar el poder heurístico del concepto de empresa social para aprovechar las lógicas socio-económicas de las iniciativas colectivas

integradas en el sector informal en países en vías de desarrollo. De hecho, en estos últimos, grandes sectores de la población que viven al margen de la economía formal están implicados en diferentes tipos de prácticas económicas basadas en principios de autoayuda con el fin de generar ingresos o mejorar sus condiciones de vida. Estas iniciativas son a veces calificadas como “economía solidaria”; este es el caso, por ejemplo, de América Latina (Corragio, 2011; Razeto, 1998).

Estas diferentes tensiones de comportamiento tienden a dotar de una naturaleza híbrida y polivalente a las empresas sociales, que deben actuar bajo la influencia de diferentes lógicas y que dependen de ellas, lo que da lugar, en casos extremos, a una transformación organizativa.

4.- Concepciones europeas desde una perspectiva comparada

Las diferentes concepciones de empresa social coexisten en distinto grado en la mayor parte del mundo, incluyendo Europa; de modo que, por supuesto, no pretendemos que el enfoque EMES sea totalmente representativo del panorama conceptual en Europa. Sin embargo, pensamos que proporciona “lentes” bastante útiles para identificar las principales convergencias y divergencias entre Europa y los Estados Unidos, no solo respecto a las concepciones de empresa social, sino en cuanto al lugar y papel de las políticas públicas (Defourny y Nyssens, 2010).

4.1. La estructura de gobierno

Como hemos visto, las empresas sociales están, en toda Europa, principalmente integradas en la tradición del tercer sector, que a su vez está marcado por una duradera búsqueda de más democracia en la economía. Como resultado, la estructura de gobierno de la empresa social ha atraído mucho más la atención en Europa que en los Estados Unidos, tal y como muestra el enfoque EMES, así como diversas políticas públicas en toda Europa que promocionan las empresas sociales. Además, enfatizar el tema del gobierno no solo refleja una contribución distintiva del enfoque EMES, sino que a ello se suma un número cada vez mayor de trabajos centrados en los desafíos específicos de gobierno a los que se enfrentan las empresas sociales (Spear et al., 2009).

Dado que la estructura de gobierno puede verse como el conjunto de dispositivos organizativos que aseguran la prosecución de la misión de la organización, puede analizarse desde distintas dimensiones.

Autonomía de los órganos de gobierno

En primer lugar, con un enfoque típico europeo, las empresas sociales se caracterizan por un alto grado de autonomía. Según la definición de EMES, generalmente son creadas por un grupo de personas y están gobernadas por ellas en el marco de un proyecto autónomo. Esta condición de autonomía diverge claramente de la concepción de “Social Enterprise Knowledge Network” (lanzada por Harvard en América Latina), según la cual un proyecto a corto plazo con un valor social emprendido por una empresa con ánimo de lucro o un organismo público puede considerarse como una empresa social (Austin y equipo SEKN, 2004: xxv).

Dinámicas participativas

En segundo lugar, la empresa social típica ideal definida por EMES se basa en dinámicas colectivas y en la implicación de diferentes partes interesadas en el gobierno de la organización. Las diferentes categorías de partes interesadas pueden incluir beneficiarios, empleados, voluntarios, autoridades públicas y donantes, entre otras. Pueden implicarse como miembros o en el consejo de la empresa social, creando de ese modo una “propiedad de múltiples partes interesadas” (Bacchiaga y Borzaga, 2003). Esta propiedad de múltiples partes interesadas es incluso reconocida o requerida por la legislación nacional de varios países (Italia, Portugal, Grecia y Francia).⁴ Las partes interesadas también pueden intervenir mediante canales menos formales que la pertenencia como miembros, tal como la representación y participación de usuarios y trabajadores en diferentes comités en la vida diaria de la empresa. De hecho, en muchos casos uno de los fines de las empresas sociales es fomentar la democracia a nivel local mediante la actividad económica. En este sentido, este enfoque de la empresa social está claramente en consonancia tanto con la literatura del tercer sector (economía social), especialmente cuando ésta se centra en el desarrollo comunitario, como con el enfoque de la economía solidaria, para la cual la autogestión se considera un criterio clave de discriminación (Lemaitre, Helmsing, 2012).

Este modo de resaltar dinámicas colectivas contrasta claramente con el énfasis puesto por la escuela de pensamiento de innovación social de EE.UU. sobre el perfil individual del emprendedor social y su papel central. Sin embargo, permítanos señalar que estos dos puntos de vista no son necesariamente incompatibles: la importancia de un liderazgo fuerte por parte de uno o varios de los fundadores también puede encontrarse en verdaderas dinámicas colectivas⁵.

4.- En las “cooperativas sociales” italianas, los trabajadores son miembros de la cooperativa, y los trabajadores discapacitados deben ser miembros de la cooperativa tipo B que los emplea, si esto es compatible con su situación. Los estatutos también pueden requerir la presencia de voluntarios entre los miembros. En las “cooperativas de solidaridad social” portuguesas, usuarios y trabajadores deben ser miembros efectivos. En las “sociedades cooperativas de interés colectivo” francesas deben estar representados al menos tres tipos de partes interesadas: trabajadores, usuarios y al menos una tercera categoría, definida según el proyecto llevado a cabo por la cooperativa. Las “cooperativas sociales” griegas están basadas en una asociación entre personas del “grupo objetivo”, trabajadores del hospital psiquiátrico e instituciones de la comunidad, y estas diferentes categorías de partes interesadas deben estar representadas en el consejo de la organización.

5.- Nicholls (2006) explica que Banks (1972), curiosamente, acuñó por primera vez el término “emprendedor social” mientras se refería a los enfoques de gestión inspirados en valores tales como los promovidos por Robert Owen, un importante utópico ampliamente considerado como el padre del movimiento cooperativo.

Limitación de los derechos de los accionistas

En tercer lugar, uno de los criterios EMES establece que el poder de la toma de decisiones no esté basado en la propiedad de capital, de nuevo reflejando la búsqueda de mayor democracia económica que caracteriza el ámbito de la empresa social en Europa, en línea con la tradición cooperativa. Por lo general, esto significa que la organización aplica el principio de “un miembro, un voto” o, al menos, que los derechos de voto en el órgano de gobierno que tiene el poder de la toma de decisión última no estén distribuidos según las participaciones en el capital. Una vez más, estas normas están reflejadas en la mayoría de marcos legales diseñados para empresas sociales, la mayoría de los cuales requieren la norma de “un miembro, un voto”.⁶

Restricciones a la distribución de beneficios

En cuarto lugar, los derechos de los accionistas también están fuertemente limitados en lo que respecta a la apropiación de beneficios. En realidad, según los criterios EMES, el ámbito de las empresas sociales incluye organizaciones que se caracterizan por una restricción total de no distribución y organizaciones que solo pueden distribuir beneficios en una cantidad limitada, lo que evita un comportamiento para maximizar los beneficios. Los marcos legales europeos también reducen el poder de los accionistas de las empresas sociales prohibiendo⁷ o limitando⁸ la distribución de beneficios. Aquí debe señalarse una convergencia con el “enfoque comercial nonprofit” de EE.UU. (dentro de la escuela de pensamiento “generación de ingresos”), que sitúa explícitamente a la empresa social en el ámbito de las organizaciones nonprofit, es decir, entidades cuyos excedentes se retienen totalmente por la organización para el cumplimiento de su misión social. Esto también está en consonancia con el modo en que Yunus define un negocio social como en el que, según su concepción, los accionistas deben aceptar no recibir ningún dividendo. Por el contrario, para el “enfoque del negocio orientado a la misión”, así como para la “escuela de pensamiento de innovación social”, las empresas sociales pueden adoptar cualquier tipo de marco legal y pueden, por lo tanto, distribuir excedentes a los accionistas. Aquí se puede argumentar que esta distribución de beneficios puede poner en cuestión en algunos casos la primacía de los objetivos sociales: en concepciones muy amplias de empresa social, esto último puede incluir un número creciente de firmas que pretenden tener un doble o triple balance (Savitz, 2006), pero el análisis de las prácticas reales de estas firmas puede revelar que la línea económica domina claramente sobre las demás dimensiones (social y medioambiental).

6.- Este es el caso de la “cooperativa social” italiana, la “cooperativa de solidaridad social” portuguesa, la “cooperativa de iniciativa social” española y la “sociedad cooperativa de interés colectivo” francesa. En la “empresa con fines sociales” belga, ninguna persona individual puede tener más de la décima parte del número total de votos relacionados con las participaciones representadas. La empresa con fines sociales belga también proporciona procedimientos que permiten a cada empleado participar en el gobierno de la empresa mediante la propiedad de participaciones en el capital.

7.- En las “cooperativas de solidaridad social” portuguesas y en las “cooperativas de iniciativa social” españolas está prohibida cualquier distribución de beneficios.

8.- La distribución de beneficios está limitada por estrictas normas en las “cooperativas sociales” italianas y en las “empresas con fines sociales” belgas. La “empresa de interés comunitario” británica incluye un bloqueo de activos que restringe la distribución de beneficios y activos a sus miembros; el dividendo pagable sobre las participaciones está sujeto a límites establecidos por el regulador.

Para resumir estas cuatro dimensiones de la estructura de gobierno, tomaremos prestadas las palabras de Young y Salamon cuando afirman que “en Europa, la noción de empresa social se centra más profundamente en cómo se gobierna una organización y cuál es su propósito más que en si cumple estrictamente la restricción de la no distribución de una organización nonprofit formal” (2002: 433). De hecho, aunque el enfoque EMES de empresa social también incluye esta restricción de no distribución, a través de su criterio de “distribución limitada de beneficios”, va más allá de esto incorporando además otros aspectos que son fundamentales para caracterizar la estructura de gobierno de las empresas sociales y para garantizar su misión social, mientras que las demás escuelas no dan la misma importancia a las características organizativas, herramientas clave indispensables para mantener la primacía de la misión social.⁹ Las características organizativas (límites de tasa de retorno, bloqueo de activos, derechos de las partes interesadas...) requeridas por los diferentes marcos legales de las empresas sociales en diversos países europeos reflejan esta preocupación sobre el gobierno de las empresas sociales. Esto contrasta con la nueva forma legal, denominada “L3C” (Low-Profit Limited Liability Company), que ha sido aprobada recientemente en varios Estados de los EE.UU.: aunque los objetivos sociales deben ser predominantes en la misión de las L3C, la ley no requiere bloqueos de activos ni límites a las tasas de retorno de la inversión. Además, nada se ha dicho sobre los derechos de las partes interesadas. Como subrayó Cooney (2012), la forma L3C sufre la ambigüedad que rodea su régimen regulatorio, y carece de armonización entre su misión social y sus características organizativas, lo que no evita las presiones de las partes interesadas que desean maximizar los beneficios.

4.2. El concepto de riesgo económico

Por lo general, las empresas sociales son vistas como organizaciones caracterizadas por un nivel significativo de riesgo económico.

Según los criterios EMES, esto significa que la viabilidad financiera de las empresas sociales depende de los esfuerzos de sus miembros para asegurar los recursos adecuados para apoyar la misión social de la empresa. Estos recursos pueden tener un carácter híbrido: pueden provenir de actividades comerciales, de subsidios públicos o de recursos voluntarios¹⁰. Aunque la opinión pública tiende a asociar el concepto de riesgo económico con una orientación al mercado, definiciones rigurosas, incluyendo por ejemplo definiciones de la legislación de EE.UU., ven una empresa como una organización o proyecto que comporta algún riesgo pero que no depende necesariamente de los recursos del mercado.

9.- Esta especificidad europea parece ser cada vez más reconocida a nivel de la Unión Europea: en noviembre de 2011, la Comisión Europea organizó una conferencia para preparar una Iniciativa de Empresa Social y la “Comunicación”, que se publicó para servir como base establece explícitamente que “una empresa social es un operador en la economía social cuyo principal objetivo es tener un impacto social en lugar de conseguir un beneficio para sus propietarios o accionistas. Funciona proporcionando bienes y servicios para el mercado de forma emprendedora e innovadora y utiliza sus beneficios principalmente para conseguir objetivos sociales. Está gestionada de un modo abierto y responsable y, especialmente, implica a empleados, consumidores y partes interesadas afectados por sus actividades comerciales”. Un poco más allá, también se afirma que la Comisión utiliza el término “empresa social” (y “negocio social” con el mismo sentido) para referirse a tipos de negocios en los que el objetivo social es la razón para la actividad comercial; los beneficios se reinvierten principalmente para conseguir este objetivo social y el método de organización o propiedad refleja su misión, usando principios democráticos o participativos o centrándose en la justicia social (Comisión Europea 2011).

10.- Para un análisis empírico de la combinación de recursos de las empresas sociales de integración laboral europeas, véase Gardin (2006).

Esta concepción parece ser compartida en gran parte por la escuela de pensamiento de “innovación social”. En realidad, según Dees (1998), la centralidad de la misión social de las empresas sociales implica una combinación muy específica de recursos humanos y financieros, y los emprendedores sociales exploran todos los tipos de recursos, desde donaciones hasta ingresos comerciales. Soportar riesgos económicos no significa necesariamente que la sostenibilidad económica deba conseguirse únicamente mediante una actividad comercial; más bien se refiere al hecho de que quienes fundan la empresa asumen el riesgo de la iniciativa.

Por el contrario, para el “enfoque comercial nonprofit” y el “enfoque del negocio orientado a la misión” (que constituyen conjuntamente la escuela de pensamiento “generación de ingresos”), ser una empresa social significa depender principalmente de los recursos del mercado. Para los autores pertenecientes a esta escuela, el riesgo económico tiende a correlacionarse con la cantidad o participación de ingresos generados mediante el comercio. Esta visión es compartida por algunas políticas públicas, que tienden a exigir a las empresas sociales una orientación al mercado. Por ejemplo, en el Reino Unido las empresas sociales son consideradas ante todo como negocios (véase la sección 1.2). La Ley finlandesa sobre la empresa social y el programa de economía social de Irlanda también describen estas organizaciones como empresas orientadas al mercado, y muchas cooperativas sociales italianas están financiadas mediante contratos que han sido aprobados por las autoridades públicas en un mercado más o menos competitivo.¹¹

Pero la divergencia entre la escuela de “innovación social” y la de “generación de ingresos” respecto al riesgo económico no debe exagerarse. La visión del emprendimiento social como un negocio orientado a la misión es cada vez más común entre las escuelas de negocios y fundaciones, que fomentan ahora métodos de negocio más amplios, no solo estrategias de generación de ingresos, como vía hacia la innovación social. Desde esta última perspectiva, volvemos a los esfuerzos realizados por Dees y Anderson (2006) y Emerson (2006), entre otros autores, para resaltar las tendencias convergentes entre las dos escuelas principales de los EE.UU., al menos en algunas partes del debate académico.

4.3. La producción de bienes y servicios y su relación con la misión social

De un modo un tanto clásico, la mayoría de los enfoques utilizan el término empresa para referirse a la producción de bienes y/o servicios. Por consiguiente, las empresas sociales, a diferencia de algunas organizaciones nonprofit, normalmente no están comprometidas con el activismo o por lo menos no es su principal objetivo, ni en la redistribución de flujos financieros (como, por ejemplo, las fundaciones financiadoras de becas) como su actividad principal; en su lugar, están directamente implicadas en la producción de bienes o la provisión de servicios de forma continuada.¹²

11.- Esta orientación al mercado también queda clara en la anteriormente citada Comunicación de la Comisión Europea, que, por cierto, está explícitamente relacionada con el Acta del Mercado Único. Sin embargo, la Comisión reconoce el hecho de que esta orientación al mercado debe considerarse en un sentido amplio, ya que la financiación pública es una importante fuente de ingresos para muchas empresas sociales y la legislación de la UE sobre las ayudas estatales necesita reconsiderarse en varios casos de provisión de servicios sociales o locales por las empresas sociales.

12.- Somos conscientes de la posibilidad de argumentar que las organizaciones nonprofit activistas también pueden describirse, en cierta medida, como proveedores de servicios.

Sin embargo, aparecen diferencias entre las distintas escuelas de pensamiento cuando se considera la naturaleza de su actividad productiva. Cuando hablamos de empresa social en Europa, parece que la producción de bienes y/o servicios generalmente constituye por sí misma el modo en que se persigue la misión social. En otras palabras, la naturaleza de la actividad económica está estrechamente conectada con la misión social: por ejemplo, el proceso de producción implica a personal de baja cualificación si el objetivo es crear trabajo para ese grupo objetivo; si la misión de la empresa social es desarrollar servicios sociales, la actividad económica es realmente proporcionar dichos servicios sociales, etc. Este tipo de enfoque también se encuentra en la escuela de innovación social, que considera que las empresas sociales implementan estrategias innovadoras para hacer frente a las necesidades sociales mediante la provisión de bienes o servicios. Aunque el comportamiento innovador puede referirse únicamente al proceso de producción o al modo en que se proporcionan los bienes o servicios, siempre queda ligado a esto último y, por lo tanto, la provisión de estos bienes o servicios representa la razón, o una de las principales razones, de la existencia de la empresa social.

Por el contrario, para el “enfoque comercial nonprofit”, la actividad comercial a menudo es considerada simplemente como una fuente de ingresos, y la naturaleza de los bienes o servicios comercializados realmente no importa como tal. De modo que, desde esta perspectiva, las empresas sociales pueden desarrollar actividades comerciales que solo están relacionadas con la misión social a través de los recursos financieros que ayudan a asegurar. Más concretamente, es normal para una organización nonprofit estadounidense fundar una entidad empresarial independiente bajo su control, para generar ingresos por ventas. Solo esta última entidad puede entonces clasificarse como una empresa social.

4.4. Canales para la difusión de la innovación social

El papel clave de las políticas públicas

En el contexto europeo, el proceso de institucionalización de las empresas sociales ha estado a menudo estrechamente relacionado con la evolución de las políticas públicas. Como se ha subrayado por autores como DiMaggio y Powell (1983), los objetivos y prácticas de las organizaciones están conformados en parte por su entorno externo, incluyendo las regulaciones bajo las que operan. Sin embargo, esta perspectiva descuida una dinámica esencial de las empresas sociales, concretamente el hecho de que las relaciones que estas empresas tienen con las políticas públicas no son unilaterales: de hecho, las empresas sociales no son solo actores residuales que llenan huecos del mercado o del Estado; sino que también influyen significativamente su entorno institucional y contribuyen a conformar instituciones, incluyendo las políticas públicas.

Por ejemplo, las empresas sociales fueron pioneras en promover la integración de personas excluidas mediante una actividad productiva. Una perspectiva histórica muestra que han contribuido al desarrollo de nuevos esquemas públicos y marcos legales, que a su vez se transformaron en canales para la innovación social. Las condiciones impuestas a las empresas sociales por los diferentes marcos

legales europeos pueden verse como señales a menudo creadas en primer lugar por las propias empresas sociales y además como garantías que permiten a los gobiernos proporcionar apoyo financiero a las empresas sociales. Sin tales garantías (que a menudo implican una restricción de no distribución estricta), el riesgo de que los subsidios públicos solo produjeran más beneficios para ser distribuidos entre los propietarios o gestores sería mayor. A su vez, este apoyo público permite con frecuencia a las empresas sociales evitar estrategias puramente orientadas al mercado, que, en muchos casos, les alejaría de aquellos que no pueden permitirse precios de mercado y sin embargo constituyen su grupo objetivo, de acuerdo con su misión social.

El apoyo de las fundaciones

En otros contextos, como en los Estados Unidos, la ampliación de la innovación social también ha sido una preocupación desde el principio, especialmente para la escuela de pensamiento de "innovación social", históricamente dirigida por Ashoka. Sin embargo, en los EE.UU. normalmente se espera que la innovación social se expanda mediante el crecimiento de la propia empresa¹³ y/o con el apoyo de fundaciones. Estos modos de crecimiento incluyen el capital riesgo social que aporta un efecto potenciador a la iniciativa a través del aumento de medios financieros y habilidades profesionales, así como estrategias de celebración y demostración, mediante algunas historias de éxito, de empresarios sociales (Bornstein, 2004). Las políticas públicas también podrían jugar un papel importante, pero la reciente iniciativa de Obama para crear un Fondo de Innovación Social para estimular los mejores logros del sector nonprofit más bien aparece, en los EE.UU., como una excepción en las últimas décadas.

5.- La propagación del concepto de empresa social por todo el mundo

Los últimos años han presenciado un crecimiento de la influencia mutua de cada lado del Atlántico sobre el otro. Más exactamente, varios autores de las escuelas de negocios europeas, como Mair y Marti (2006), Mair et al. (2006), Nicholls (2006), Hockerts et al. (2010), contribuyeron al debate basándose en el concepto de emprendimiento social, tal y como se arraigó en el contexto de los EE.UU., aunque, por supuesto, aportaron sus propios antecedentes como europeos. Nicholls (2006), por ejemplo, sugiere una secuencia continua para describir el emprendimiento social: desde el activismo voluntario, basado en recursos voluntarios, hasta la innovación social corporativa, definida por el capital de riesgo dirigido a una misión social. Entre estos modelos opuestos pueden encontrarse diferentes organizaciones nonprofit en la secuencia continua, desde aquellas totalmente financiadas por donaciones

13.- Un ejemplo clave, citado a menudo, lo proporciona el Grameen Bank, que tuvo un destacable crecimiento antes de inspirar otras iniciativas de microfinanzas en todo el mundo.

hasta las enteramente autofinanciadas. En su análisis, sólo las últimas merecen la clasificación de “empresa social” en línea con la escuela de pensamiento de “generación de ingresos”.

El debate canadiense sobre la empresa social comparte muchas de las mismas características con su homólogo estadounidense. Sin embargo, encaja mejor en un enfoque colectivo hacia la innovación socioeconómica (Mendell, 2010) y tiene algunos matices europeos. Con mayor precisión, las empresas sociales canadienses están enraizadas en una larga historia de iniciativas cooperativas y comunitarias.

Las corporaciones de desarrollo económico comunitario son un ejemplo emblemático de esta tendencia. Se fundaron a principios de la década de 1980 en barrios urbanos de Quebec para hacer frente a la exclusión social de grupos emergentes en un contexto de crisis económica. Desarrollan nuevos enfoques socioeconómicos hacia el desarrollo local mediante un proceso de “colaboración instituida entre el sector privado, las organizaciones comunitarias y los movimientos sociales y laborales” (Mendell, 2010; Favreau, 1998). Inspirada en el modelo cooperativo social italiano, en 1997 se aprobó la legislación que establecía cooperativas de solidaridad que incluían a ciudadanos como miembros.

Las diferentes escuelas de pensamientos también influyen debates en otras partes del mundo como Asia Oriental (Defourny y Kuan, 2011) o América Latina a través de la Social Enterprise Knowledge Network (SEKN), formada por destacadas escuelas de negocios iberoamericanas y la Harvard Business School.

La SEKN define la empresa social como “cualquier tipo de organización o proyecto comprometido en actividades de valor social significativo, o en la producción de bienes y servicios con un propósito social integrado, cualquiera que sea su forma legal” (Austin y equipo SEKN, 2004: xxv). Con mayor exactitud, distingue entre dos tipos de “emprendimiento social” recordando las dos versiones de la escuela de generación de ingresos pero en orden inverso: “Cuando las compañías llevan a cabo acciones tendientes exclusivamente a la creación de valor social, ingresan en el ámbito de las empresas sociales... Paralelamente, muchas OSC (organizaciones de la sociedad civil) han implementado actividades de generación de ingresos no necesariamente relacionadas con sus misiones sociales, a fin de movilizar los fondos necesarios para su supervivencia. Este enfoque también resulta relevante”. (Austin et SEKN team, 2006: 3). Sin embargo, cuando se definen las empresas sociales de un modo más preciso, Berger y Blugerman (2010) en su capítulo sobre “Empresas sociales y negocios inclusivos” consideran las organizaciones nonprofit y las cooperativas como empresas sociales junto al enfoque de la economía social.

En Asia Oriental, el concepto de empresa social está alcanzando rápidamente un éxito cada vez mayor aunque continúa en una fase emergente. Hasta el momento, Corea del Sur es el único país que ha aprobado una ley que define y promueve la empresa social. Según Bidet y Eum (2011), la Ley para la Promoción de Empresas Sociales de 2006 de este país está inspirada por la política británica y la ley italiana de cooperativas sociales de 1991 que distingue entre empresas sociales que pro-

porcionan servicios sociales y empresas sociales de integración laboral (WISE). De forma más general, si añadimos al estudio de Corea del Sur, las investigaciones llevadas a cabo sobre China, Japón y Taiwan en los mismos términos (Chan et al., 2011; Larrata et al., 2011; Yu, 2011), de este conjunto se pueden distinguir cinco importantes “modelos de empresa social” que parecen encontrarse en toda Asia Oriental (Defourny y Kim, 2011): un modelo ampliamente extendido llamado “organizaciones comerciales nonprofit” que es cercano a la escuela de generación de ingresos; un modelo “WISE” y un modelo de “empresa cooperativa nonprofit”, ambos mucho más cercanos a las experiencias europeas y al enfoque EMES; el cuarto es una “empresa social que surge de asociaciones con o nonprofit” que SEKN también identifica en América Latina; y el quinto es una “empresa de desarrollo comunitario” basada en asociaciones de múltiples partes interesadas, que promueve el desarrollo participativo local.

Volviendo a Europa, cuando el PNUD decidió analizar el potencial para promocionar la empresa social en los países de Europa Central y del Este y en la Comunidad de Estados Independientes, estableció una colaboración estrecha con la Red EMES que simplificó su propio enfoque, basado en las experiencias de Europa del Este, para percibir mejor aquellas categorías de iniciativas que probablemente se ven como empresas sociales o en los aledaños de estas últimas (Borzaga et al., 2008). El estudio reveló una gran diversidad de organizaciones que combinaban un comportamiento emprendedor con una orientación al interés general, ambos en diferentes grados. Con respecto a la Figura 1, esta primera tentativa de elaborar un mapa de la empresa social significó más organizaciones fuera de los límites del área central del triángulo. Sin embargo, demostró ser compatible con el enfoque EMES que se basa en una empresa social de “tipo ideal”, en lugar de en una lista de criterios normativos.

Finalmente y muy recientemente, la Comisión Europea (2011) publicó una “comunicación” oficial titulada “Social Business Initiative”, en la que “los conceptos de negocio social y empresa social se toman como equivalentes”, aunque no en el sentido limitado de negocio social promovido por Yunus (2010). Es muy interesante la definición que adopta la Comisión Europea de empresa social, la cual se encuentra claramente en la confluencia de las tres escuelas de pensamiento descritas arriba (secciones 2.1 y 3.1)¹⁴: “Una empresa social es un operador en la economía social (escuela EMES) cuyo principal objetivo es tener un impacto social en lugar de obtener un beneficio para sus propietarios o partes interesadas (las 3 escuelas¹⁵). Funciona proporcionando bienes y servicios para el mercado (escuela de generación de ingresos) de forma emprendedora e innovadora (escuela de innovación social) y utiliza sus beneficios principalmente para conseguir objetivos sociales (las 3 escuelas¹⁶). Está gestionada de un modo abierto y responsable y, especialmente, implica a empleados, consumidores y partes interesadas (escuela EMES) afectados por sus actividades comerciales”.

14- Los comentarios dentro de paréntesis son nuestros.

15- Estos límites a la distribución de beneficios no se encuentran en la mayoría de autores pertenecientes al “enfoque de negocio orientado a la misión” dentro de la “escuela de pensamiento de generación de ingresos”.

16.- Véase la nota anterior.

6.- Conclusión

Aunque no todas las prácticas que abarcan el emprendimiento social y las empresas sociales son nuevas, estos conceptos van en aumento. Como hemos visto, este ámbito se caracteriza por una amplia diversidad desde el punto de vista de los modelos organizativos, los sectores y las áreas geográficas. La diversidad y amplitud del concepto son probablemente algunas de las razones para su éxito.

Ahora el debate se encuentra tanto en la agenda pública como en la privada. Es más, tanto el sector público como el sector privado, cada uno a su forma, están descubriendo o redescubriendo nuevas oportunidades para promocionar, simultáneamente, el espíritu emprendedor y la prosecución del bien común.

La perspectiva que hemos adoptado en este documento sugiere que las distintas concepciones de empresa social y emprendimiento social están profundamente enraizadas en los contextos sociales, económicos, políticos y culturales en que se desarrollan estas dinámicas. Esto implica que no se puede apoyar el desarrollo de la empresa social simplemente exportando los enfoques de Estados Unidos o Europa. A no ser que estén integradas en contextos locales, las empresas sociales sólo serán réplicas de fórmulas que únicamente durarán mientras estén de moda. Sin embargo, las comparaciones internacionales pueden resultar ser una fuente fértil de cuestionamiento mutuo y puede ayudar a identificar los principales desafíos a los que tienen que enfrentarse las empresas sociales.

Cada contexto genera debates específicos. En el contexto de los Estados Unidos, la fuerte dependencia de actores privados puede derivar de una especie de confianza implícitamente compartida en las fuerzas del mercado para resolver una parte cada vez mayor de asuntos sociales en las sociedades modernas. Aunque varios investigadores hagan hincapié en la necesidad de movilizar varios tipos de recursos, no es imposible que la actual oleada de emprendimiento social pueda actuar como un proceso de establecimiento de prioridades y un proceso de selección de desafíos sociales que merecen ser abordados por su potencial en términos de generación de ingresos. Este tipo de cuestionamiento también es cada vez más relevante en el contexto europeo, particularmente en países donde están más desarrolladas las lógicas de privatización y comercialización de servicios sociales. En el contexto europeo, las estrictas regulaciones y la intervención directa de las autoridades públicas en el ámbito de las empresas sociales podría reducir estas últimas a instrumentos para conseguir objetivos específicos con prioridad en la agenda política, con el riesgo de refrenar las dinámicas de innovación social.

7.- Bibliografía

- AUSTIN, J.E. (2000): *The Collaboration Challenge: How Nonprofits and Businesses Succeed through Strategic Alliances*, San Francisco: Jossey-Bass.
- AUSTIN, J.E., LEONARD, B., REFICCO, E. & WEI-SKILLERN, J. (2006): "Social Entrepreneurship: It's for Corporations too". In Nicholls, A. (ed.) *Social Entrepreneurship, New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, 169-80.
- AUSTIN, J.E. & SEKN TEAM (2004): *Social Partnering in Latin America*, Cambridge, Mass.: Harvard University.
- AUSTIN, J.E. & SEKN TEAM (2006): *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*, Banco Interamericano de Desarrollo, David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University, Washington, D.C: Editorial Planeta.
- BACHIEGGA, A. & BORZAGA, C. (2003): "The Economics of the Third Sector". In Anheier, H. K. & Ben-Ner, A. (Eds.), *The Study of the Nonprofit Enterprise, Theories and Approaches*, New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- BANKS, J. (1972): *The Sociology of Social Movements*, London: Macmillan.
- BERGER, G. & BLUGERMAN, L. (2010): "Empresas sociales y negocios inclusivos", in Márquez, P., Reficco, E. & Berger, G. (eds) *Negocios inclusivos: iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamerica*, Banco Interamericano de Desarrollo, David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University, Washington, D.C.: Editorial Planeta.
- BIDET, E. & EUM, H.-S. (2011): "Social Enterprise in South Korea: History and Diversity", *Social Enterprise Journal*, 7:1, 69-85.
- BODE, I., GARDIN, L. & NYSSSENS, M. (2011): "Quasi-marketization in domiciliary care: Varied patterns, similar problems?", *International Journal of Sociology and Social Policy*, 225-35.
- BORNSTEIN, D. (2004): *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, New York: Oxford University Press.
- BORZAGA, C. & DEFOURNY, J. (Eds.) (2001): *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge (paperback edition: 2004).
- BORZAGA, C., GALERA, G. & NOGALES, R. (Eds.) (2008): *Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation*, Bratislava: United Nations Development Programme.
- BOSCHEE, J. (1995): "Social Entrepreneurship", *Across the Board*, March, 20-5.
- BOULDING, K. (1973): *The Economy of Love and Fear*, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- CHAN, K.-T., KUAN, Y.Y. & WANG S.-T. (2011): "Similarities and Divergences: Comparison of Social Enterprises in Hong Kong and Taiwan", *Social Enterprise Journal*, 7:1, 33-49.

- COONEY, K. (2012): "Mission Control: Examining the Institutionalization of New Legal Forms of Social Enterprise in Different Strategic Action Fields". In Gidron, B. & Hasenfeld, Y. (Ed.), *Social Enterprises: An Organizational Perspective*, New York: Palgrave-Macmillan, 198-221.
- CORRAGIO, J.L. (2011): "Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital". En Acosta, A. & Martínez, E. (Eds.), Quito: Ediciones Abya-Yala.
- DAVISTER, C., DEFOURNY, J. & GRÉGOIRE, O. (2004): "Les entreprises sociales d'insertion dans l'Union européenne : un aperçu général", *RECMA*, 293, 24-50. English version available as an EMES Working Paper, n° 04-04.
- DEES, J.G. (1998): *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Stanford University, mimeo.
- DEES, J.G. & ANDERSON, B.B. (2006): "Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought", *Research on Social Entrepreneurship*, ARNOVA Occasional Paper Series, 1:3, 39-66.
- DEFOURNY, J. (2001): "From Third Sector to Social Enterprise". In Borzaga, C. & Defourny, J. (Eds.) *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge, 1-28.
- DEFOURNY, J. & KIM, S.-Y. (2011): "Emerging Models of Social Enterprise in Eastern Asia: a Cross-Country Analysis", *Social Enterprise Journal*, 7:1, 86-111.
- DEFOURNY, J. & KUAN, Y.Y. (Eds.) (2011): "Social Enterprise in Eastern Asia", *Social Enterprise Journal*, 7:1, special issue.
- DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. (2008): "Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments", *Social Enterprise Journal*, 4:3, 202-28.
- DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. (2010): "Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences", *Journal of Social Entrepreneurship*, 1:1, 32-53.
- DEFOURNY, J. & PESTOFF, V. (Eds.) (2008): "Images and Concepts of the Third Sector in Europe", *EMES Working Papers*, 08-02, EMES European Research Network.
- DIMAGGIO, P.J. & POWELL, W. (1983): "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organisational Fields", *American Sociological Review*, 48, 147-60.
- DTI (2002): *Social Enterprise. A Strategy for Success*, London: Department of Trade and Industry. Available HTTP: www.dti.gov.uk/socialenterprise/strategy.htm.
- EME, B. (1991): "Les services de proximité", *Informations sociales*, August-September, 13, 34-42.
- EMERSON, J. (2006): "Moving Ahead Together: Implications of a Blended Value Framework for the Future of Social Entrepreneurship". In Nicholls, A. (Ed.) *Social Entrepreneurship, New Models of Sustainable Social Change*, New York: Oxford University Press, 391-406.
- EMERSON, J. & TWERSKY, F. (1996): *New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Non-profit Enterprise Creation*, San Francisco: Roberts Foundation.
- EUROPEAN COMMISSION (2011): *Social Business Initiative*, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels.

- EVERS, A. (1990): "Im intermediären Bereich. Soziale Träger und Projekte zwischen Haushalt, Staat und Markt", *Journal für Sozialforschung*, 2, 30, 189-210.
- EVERS, A. (1995): "Part of the welfare mix: The third sector as an intermediate area", *Voluntas*, 6/2, 119-39.
- EVERS, A. & LAVILLE, J.-L. (Eds.) (2004): *The Third Sector in Europe*, Cheltenham: Edward Elgar.
- FAVREAU, L. (1998): "Le développement économique communautaire", in Favreau, L. & Laville, J.-L. (eds), *Insertion et nouvelle économie sociale, un bilan international*, Paris: Desclée de Brouwer.
- GALERA, G. & BORZAGA, C. (2009): "Social Enterprise: an International Overview of its Conceptual Evolution and Legal Implementation", *Social Enterprise Journal*, 5:3, 210-28.
- GARDIN, L. (2006): "A Variety of Resource Mixes inside Social Enterprises". In Nyssens, M. (ed.) *Social Enterprise - At the crossroads of market, public policies and civil society*, London and New York: Routledge, 111-36.
- GARDIN, L., LAVILLE, J.-L. & NYSSSENS, M. (Eds.) (2012): *Entreprise sociale et insertion. Une perspective internationale*, Paris: Desclée de Brouwer.
- HOCKERTS, K., MAIR, J. & ROBINSON, J. (2010): *Values and Opportunities in Social Entrepreneurship*, Basingstoke, UK and New York: Palgrave Macmillan.
- HULGARD, L. (2010): "Social Entrepreneurship". In Hart, K., Laville, J.-L. & Cattani, D. (Eds.), *The Human Economy*, Cambridge, UK: Polity Press, 293-300.
- KERLIN, J. (2006): "Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences", *Voluntas*, 17:3, 247-63.
- KERLIN, J. (2009): *Social Enterprise: a Global Perspective*, Lebanon: University Press of New England.
- LARRATA, R., NAKAGAWA, S. & SAKURAI, M. (2011): "Japanese Social Enterprises: Major Contemporary Issues and Key Challenges", *Social Enterprise Journal*, 7:1, 50-68.
- LAVILLE, J.-L. (1992): *Les services de proximité en Europe*, Paris: Desclée de Brouwer.
- LAVILLE, J.-L. (Ed.) (1994): *L'économie solidaire*, Paris: Desclée de Brouwer.
- LEMAÎTRE, A. & HELMSING, B. (2012): "Solidarity Economy in Brazil: Movement, Discourse and Practice, Analysis through a Polanyian Understanding of the Economy", *Journal of International Development*, forthcoming.
- MAIR, J. & MARTI, I. (2006): "Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction and Delight", *Journal of World Business*, 41, 36-41.
- MAIR, J., ROBINSON, J. & HOCKERTS, K. (Eds.) (2006): *Social Entrepreneurship*, New York: Palgrave Macmillan.
- MÁRQUEZ, P., REFICCO, E. & BERGER, G. (2010): *Negocios inclusivos: iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica*, Banco Interamericano de Desarrollo, David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University, Washington, D.C.: Editorial Planeta.
- MAUSS, M. (1923-1924): "Essai sur le don", published again in *Sociologie et anthropologie*, Paris: Puf, 1950 and 1989.

- MENDELL, M. (2010): "Reflections on the evolving landscape of social enterprise in North America", *Policy & Society*, 243-56.
- NICHOLLS, A. (Ed.) (2006): *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*, New York: Oxford University Press.
- NYSENS, M. (Ed.) (2006): *Social Enterprise - At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, London and New York: Routledge.
- PERROUX, F. (1960): *Économie et société : contrainte, échange, don*, Paris: Presses universitaires de France.
- PESTOFF, V. (1998 & 2005): *Beyond the Market and State. Civil Democracy and Social Enterprises in a Welfare Society*, Aldershot, UK and Brookfield, NJ: Ashgate.
- POLANYI, K. (1944): *The Great Transformation. The political and economic origins of our time*. Boston: Beacon Press.
- POLANYI, K., ARENSBERG, C. & PEARSON, H. (Eds.) (1957): *Trade and market in early empires, Economies in History and Theory*, New York: Free Press.
- RAZETO, L.M. (1992): *Fundamentos de una Teoría Económica Comprensiva*, Santiago: Ediciones PET.
- RAZETO, L.M. (1998): *De la Economía Popular a la Economía de Solidaridad en un Proyecto de Desarrollo Alternativo*, Santiago: Ediciones PET.
- ROELANTS, B. (2009): *Cooperatives and Social Enterprises. Governance and Normative Frameworks*, Brussels: CECOP Publications.
- SALAMON, L. (1987): "Of Market Failure, Voluntary Failure, and Third Party of Government Relations in the Modern Welfare State", *Journal of Voluntary Action Research*, 16:2, 29-49.
- SAVITZ, A. (2006): *The Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies are Achieving Economic, Social, and Environmental Success - And How You Can Too*, San Francisco: Jossey-Bass/Wiley.
- SKLOOT, E. (1987): "Enterprise and Commerce in Non-profit Organizations". In Powell, W.W. (Eds.) *The Non-profit Sector: a Research Handbook*, New Haven, CT: Yale University Press, 380-93.
- SPEAR, R., CORNFORTH, C. & AIKEN, M. (2009): "The Governance Challenges of Social Enterprises: Evidence from a UK Empirical Study", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80:2, 247-73.
- STEYAERT, C. & HJORTH, D. (Eds.) (2006): *Entrepreneurship as Social Change*, Cheltenham: Edward Elgar.
- YOUNG, D. (1986): "Entrepreneurship and the Behavior of Non-profit Organizations: Elements of a Theory". In Rose-Ackerman, S. (Ed.), *The Economics of Non-profit Institutions*, New York: Oxford University Press, 161-84.
- YOUNG, D. & SALAMON, L.M. (2002): "Commercialization, Social Ventures, and For-Profit Competition". In Salamon, L.M. (Ed.), *The State of Nonprofit America*, Washington DC: Brookings Institution, 423-46.
- YU, X. (2011): "Social Enterprise in China: Driving Forces, Development Patterns and Legal Framework", *Social Enterprise Journal*, 7:1, 9-32.
- YUNUS, M. (2010): *Building Social Business. Capitalism that can serve humanity's most pressing needs*, Public Affairs.