

# YOUNG *go*

ENCOURAGING SOCIAL  
ENTREPRENEURSHIP  
AMONG EUROPEAN  
YOUTH

ESTUDIO SOBRE  
EMPREDIMIENTO SOCIAL  
JUVENIL EN EUROPA



# ÍNDICE

1. Introducción - pág. 4	
2. El emprendimiento social en la UE - pág. 6	
2.1. De la Economía social al emprendimiento social.....	6
2.2. Tipos de empresa social.....	8
2.3. Políticas de la Unión Europea en el marco de la Economía social: estrategia Europa 2020.....	10
2.4. Los resultados del emprendimiento social.....	12
2.5. El apoyo al emprendimiento social.....	21
3. El emprendimiento social en los países del proyecto YounGO - pág. 27	
3.1. España.....	28
3.2. Grecia.....	30
3.3. Rumanía.....	34
3.4. Eslovaquia.....	36
3.5. Italia.....	38
3.6. Bulgaria.....	40
3.7. Lituania.....	45
4. Experiencias inspiradoras para combatir el desempleo juvenil - pág. 47	
4.1. ¿Qué estrategias inspiradoras para el fomento del emprendimiento social?.....	48
4.2. YounGO, una apuesta innovadora por la empleabilidad juvenil.....	49
4.3. Hacia unas experiencias inspiradoras para aumentar la empleabilidad de los jóvenes.....	54
5. Retos para el emprendimiento social - pág. 60	
6. Nuevos horizontes en el empleo joven: apuesta por el emprendimiento social - pág. 66	
7. Bibliografía - pág. 69	



# 1. INTRODUCCIÓN

La sociedad está cambiando y con ella lo hacen todos los aspectos que la rodean. La Economía social en general, y el emprendimiento social en particular, son dos pequeños testigos de estos cambios globales. Un estudio sobre el emprendimiento social como estrategia para superar el desempleo juvenil no es un simple trabajo de búsqueda de respuestas a la mera curiosidad académica, sino que también es una labor que nos lleva a la raíz misma de cómo cambia la sociedad y cómo buscamos esas prácticas innovadoras que nos acerquen a un nuevo modelo económico. Este estudio del emprendimiento social lo hacemos en el marco del programa **YounGO: encouraging social entrepreneurship among European youth**. Este programa está dirigido a jóvenes de diversos países para fomentar el emprendimiento social en sus comunidades a través de la formación-capacitación y el intercambio de metodologías innovadoras. El programa fue impulsado por Jovesolides España y Red Creativa a finales del año 2015, con una duración de 18 meses. Los objetivos principales que establece el programa son el fortalecimiento de las capacidades de los trabajadores juveniles, la promoción del emprendimiento social entre los jóvenes y la difusión de la innovación social.

El programa cuenta con el patrocinio de *Asociatia Central European pentru Integreare Socioprofesionala (ACTA)* de Rumanía, *EUROCULTURA* de Italia, *Institute of entrepreneurship development (IED)* de Grecia, *Social Innovation Fund* de Lituania, *National Management School* de Bulgaria, *Slovak University of Technology in Bratislava (STUBA)* de Eslovaquia. Este proyecto está financiado por la Unión Europea a través del programa Erasmus Plus y forma parte de la acción clave europea que busca promover el desarrollo de capacidades para la juventud en materia de empleo.

Como parte del programa, se pretende tomar en consideración el análisis de las políticas públicas de promoción del emprendimiento social en el ámbito laboral, valorando las mismas como aplicación de la estrategia de la lucha contra la pobreza y la desigualdad de la juventud de Europa. Partimos de la valoración del emprendimiento social como una práctica que genera no sólo resultados socialmente deseables sino también como una fuente para el desarrollo económico y la creación de empleo. Por ello esta publicación busca no solo realizar un estudio de las políticas públicas, sino dar visibilidad a iniciativas y programas de emprendimiento social, respondiendo así a un objetivo múltiple:

- **Contextualizar la situación del emprendimiento social en Europa**
- **Conocer los desafíos del emprendimiento social.**
- **Conocer experiencias relacionadas con el emprendimiento social: RedCreativa y YounGO,**
- **Documentar nuevas metodologías que generen impacto social: SoluciónCreativa de Problemas Sociales (SCPS) y Twist Thinking.**

A lo largo de las siguientes páginas, el presente Estudio sobre el emprendimiento social como estrategia para superar el desempleo juvenil realiza un análisis comparado del emprendimiento social en los siete países participantes en el programa, al tiempo que se plantea responder a la necesidad de dar protagonismo a iniciativas de emprendimiento social. Desde el punto de vista metodológico, este estudio identifica los marcos legales y los resultados socioeconómicos de la aplicación de medidas de emprendimiento social obtenidos en los distintos países objeto de estudio. Se establece una metodología de estudio comparada que permite poner de relieve los factores de éxito de las políticas públicas llevadas a cabo a la vista de los resultados y experiencias de los actores involucrados, tanto en su recepción como en su gestión. Esta estrategia comparada nos permite definir las buenas prácticas en emprendimiento social, identificar las claves de las políticas públicas generadoras de buenas experiencias y aportar recomendaciones para la implementación de estrategias parecidas en otros contextos.

La publicación se estructura en cuatro bloques principales. En el primero establecemos un marco general sobre la construcción de una definición de emprendimiento social a nivel europeo que permita acotar el objeto de estudio en base a un conjunto de elementos característicos del mismo. El segundo bloque establece el análisis comparado de la legislación y las políticas públicas de emprendimiento desarrolladas por cada país objeto de estudio y los resultados socioeconómicos que generan. Posteriormente, en el bloque tercero, describimos una serie de buenas prácticas en emprendimiento social, junto con una muestra de experiencias reales que ponen en valor aspectos relevantes de las mismas. Por último, mostramos los desafíos a los que se enfrenta el emprendimiento social hoy día.



## 2. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LA UE

En el marco de la Unión Europea el emprendimiento social ha suscitado un gran interés tanto a nivel académico como en el desarrollo de iniciativas por parte de las instituciones europeas. Todo esto, unido a las distintas tradiciones de los países miembro, ha generado una incipiente bibliografía sobre la materia. Esto significa que nos encontramos ante una pluralidad de definiciones, motivadas tanto por diferencias regionales como por corrientes de estudio. Esto genera la necesidad de establecer un conjunto de los elementos característicos del emprendimiento social que permitan definirlo de manera que abarque las diversas realidades sociales y políticas que encontramos tanto en los países europeos de este estudio.

### 2.1. DE LA ECONOMÍA SOCIAL AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Tradicionalmente el ámbito de la Economía se ha dividido en dos grandes sectores, el público (o Economía pública) y el privado (o Economía capitalista). No obstante, la realidad es más compleja que esta división dicotómica de la realidad. Bajo la expresión de Economía social se denomina a un "tercer sector económico situado entre el sector privado y el sector público, debido a que las entidades que lo integran se crean por iniciativa privada, pero responden a intereses colectivos o sociales" (Carreras, 2008: 14).

El término Economía social nace en la primera mitad del siglo XIX en Francia. A lo largo del siglo lo emplean autores franceses como Charles Dunoyer, Frédéric Le Play, Charles Gide o León Walras. En el siglo XIX, el término Economía social está ligado a un debate académico, intelectual y político. Así la Economía social, para los autores que lo emplean, "no designa sólo un tipo de organizaciones, las cooperativas y las mutuales, creadas por los trabajadores, sino también un cuestionamiento de la 'economía de los economistas', un enfoque que integra la problemática social al estudio de la economía" (Bastidas-Delgado y Riche, 2001: 3). El concepto actual de Economía social tiene su precedente más directo en la obra de León Walras. Este autor la identifica tanto con una parte de la Economía como con un campo de actividad en el que proliferan las cooperativas, las mutualidades y las asociaciones (Monzón, 2006: 12).



Por tanto, el nacimiento de la Economía social como campo está identificado con dos factores: el ejercicio de reafirmación de las organizaciones que lo componen y el ámbito social de intervención. Si en el siglo XIX las organizaciones consideradas como el núcleo de la Economía social fueron cooperativas y mutualidades, con el desarrollo de las organizaciones no gubernamentales serán estas últimas las que se incorporen a este proceso. Dado su carácter social y su intervención por naturaleza en la sociedad, este papel llevará a cierta colisión entre la Economía social y la Economía pública para distinguirse la una de la otra. La Economía pública es el estudio de las políticas públicas de un gobierno, es decir, el estudio de la intervención del Estado sobre la realidad social desde el punto de vista de la eficiencia y la equidad económica. Por el contrario, la Economía social se refiere a las intervenciones desde la sociedad civil para

lograr también un impacto social relevante. Si bien en ambos casos se procura un cambio positivo en la sociedad, generalmente ligado a cubrir los fallos del mercado y las desigualdades en el acceso, y en ambos casos la fuente de financiación puede ser pública o de otro tipo, es el carácter público de la entidad que lleva a cabo la intervención la que diferencia a ambos. Así, para la definición de la Economía social es crucial el agente, es decir, la empresa social.

La definición de CIRIEC España de la Economía social se basa en los actores. Así, para este centro de investigación la Economía social "comprende las empresas que actúan en el mercado con el fin de producir, asegurar, financiar o distribuir bienes o servicios, pero en los que la repartición de beneficios no está directamente relacionada con el capital aportado por cada miembro" (Barea, 1990: 110). Además, en las empresas sociales las decisiones no se toman teniendo en cuenta el capital de cada socio, sino que la importancia de todos los componentes es la misma a la hora de tomar las decisiones, independientemente del capital aportado por cada uno (Barea, 1990: 110).

La Red Europea de Investigación (EMES) ha generado una definición que incorpora algunos de los elementos anteriores pero que la adapta a las nuevas realidades sociales. Para esta red una empresa social es "una organización creada con la meta explícita de beneficiar a la comunidad, iniciada por un colectivo de ciudadanos en la que el interés material de los inversores de capital está sujeto a límites" (Defourny y Nyssens, 2006: 5). Las empresas sociales, además, ponen especial valor en su autonomía y en el riesgo económico derivado de su continua actividad socioeconómica. Otro de los elementos definitorios es el conjunto de indicadores agrupados en tres dimensiones que establece EMES (Defourny y Nyssens, 2012: 15):

Dimensión económica y empresarial de la empresa social. Se caracteriza por:

- a) actividad continua que produce bienes y/o vende servicios;
- b) nivel significativo de riesgo económico;
- c) mínima cantidad de trabajo remunerado;

Dimensión social de la empresa social. Se caracteriza por:

- d) objetivo explícito para beneficiar a la comunidad;
- e) iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos o una organización de la sociedad civil;
- f) distribución de beneficios limitada;

Gobierno participativo de las empresas sociales. Se caracteriza por:

- g) alto grado de autonomía;
- h) facultad de decisión no basada en la propiedad de capital;
- i) naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad.

Este marco permite aglutinar al ámbito cooperativo y al asociacionismo no lucrativo, como apuntan Pérez, Etxezarreta y Guridi (2009). De acuerdo con Pérez de Mendiguren (2014: 54), "comparadas con las asociaciones tradicionales, las empresas sociales tienden a poner más énfasis en el riesgo económico asociado a las actividades productivas que las caracterizan, mientras que, a diferencia de las cooperativas tradicionales (centradas en el interés de sus cooperativistas), las empresas sociales suelen estar más orientadas al conjunto de la comunidad

una tipología de actores comparables en función de los sujetos de Derecho que la legislación estatal de cada país reconoce como formas jurídicas de la Economía social. Esta consideración del emprendimiento social como parte de la Economía social es compartida por otros autores (Defourny y Nyssens, 2012; Monzón, 2013; Priede, López-Cózar y Rodríguez, 2014). De esta forma podemos establecer un marco para la comparación entre los distintos países, que sea inclusivo y que nos permita abordar las diversas realidades sociales, económicas, políticas y jurídicas bajo el mismo patrón comparativo.

## 2.2. TIPOS DE EMPRESA SOCIAL

Como hemos visto en el apartado anterior, el emprendimiento social se define por el tipo de acción que se emprende, mientras que la Economía social atiende tanto al tipo de acción como al tipo de organizaciones. Desde el siglo XIX son cada vez más los tipos diferentes de entidades que se incorporan dentro del panorama de la Economía social. Este crecimiento a lo largo del tiempo ha ido incorporando las nuevas realidades sociales. Esto conforma un amplio espectro de organizaciones, más aún si consideramos la variedad de países del entorno europeo. A continuación ofrecemos una descripción las entidades más representativas de la Economía social (CEPES, 2017):

- **Las cooperativas.** Son una forma de organización empresarial basada en una estructura y funcionamiento democráticos en la que los trabajadores aportan su fuerza de trabajo y son propietarios de los medios de producción. Su actividad se desarrolla atendiendo a los principios cooperativos: la adhesión voluntaria y abierta de los socios, la gestión democrática, la participación económica de los socios, la educación, formación e información y el interés por la comunidad.
- **Las sociedades laborales.** Son empresas en las que el capital social pertenece mayoritariamente a los trabajadores, de manera que hay cierta correspondencia entre la propiedad y la fuerza de trabajo. Suelen asemejarse a cualquier otra sociedad mercantil, pero tienen un fundamento democrático en la toma de la decisión motivado por su estructura de propiedad.
- **Las mutualidades.** Son sociedades de personas, sin ánimo de lucro, de estructura y gestión democrática, que ejercen una actividad aseguradora de carácter voluntario, complementaria del sistema de previsión de la Seguridad Social.
- **Los centros especiales de empleo y empresas de inserción.** Son empresas que compatibilizan la viabilidad económica y su participación en el mercado con su compromiso social hacia colectivos con menores oportunidades en el mercado de trabajo. Su plantilla está constituida por una proporción elevada sobre el conjunto de su plantilla de personas con discapacidad u otros colectivos con problemas de inserción laboral.
- **Las cofradías de pescadores y similares.** Son corporaciones de derecho público sectoriales, sin ánimo de lucro, representativas de intereses económicos de armadores de buques de pesca o de trabajadores del sector extractivo, que actúan como órganos de consulta y colaboración de las administraciones competentes en materias afines, cuya gestión se desarrolla con el fin de satisfacer las necesidades e intereses de sus socios, con el compromiso de contribuir al desarrollo local, la cohesión social y la sostenibilidad.
- **Las fundaciones.** Son organizaciones constituidas sin fin de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado su patrimonio de modo duradero a la realización de un fin de

y a poner mayor énfasis en el interés general". De esta manera, confluyen las empresas sociales de corte más tradicional, que han sido las que han estado ligadas con la Economía social, con las nuevas iniciativas. En esta misma línea se pronuncian Priede, López-Cózar, Platero, Arco y Díaz-Ridao (2015) al subrayar el papel de la empresa social como actor de la Economía social, y como alternativa factible y adaptable al nuevo paradigma de la Economía del bien común, al combinar la consecución de objetivos económicos, medioambientales y sociales.

No obstante, en el presente estudio abordamos la cuestión del emprendimiento social y cabe plantearse si esto es exactamente lo mismo a empresa social. En la línea expresada anteriormente, Gatica et al. (2012: 36) plantean el emprendimiento social como aquellas acciones, procesos o actividades llevadas a cabo cuyo objetivo principal es la consecución de un fin social o valor social en una comunidad o territorio determinado, de tal modo que generen soluciones (innovadoras o no) a un problema social. Otros autores como Defourny y Nyssens (2012) enfatizan la creación de valor social como el objetivo perseguido, si bien no se excluye el ánimo de lucro, por lo que se incluyen tanto organizaciones sin ánimo de lucro, como empresas con ánimo de lucro. En esta línea consideramos que el emprendimiento social es la actividad realizada por sujetos de la Economía social con una actividad socialmente innovadora, que revierte sus beneficios en la consecución de sus fines sociales, que actúan en el mercado y cuyo modelo de organización y régimen de propiedad está condicionado por los principios de democracia, responsabilidad, participación y justicia social, que definen los actores en derecho que consideramos empresas sociales. Por tanto, vemos que el emprendimiento social es lo que llevan a cabo las empresas sociales, es decir, acciones, procesos o actividades con un fin social. De esta manera se desliga el concepto de emprendimiento de una fórmula jurídica definida como empresa social aun cuando dichas empresas sociales no estén realmente llevando a cabo el propósito para el que fueron concebidas. Por tanto, al emplear el término de emprendimiento social, que es más genérico que el de empresa social, nos estamos refiriendo a la acción de emprender y el modo en que dicho emprendimiento se realiza.

El emprendimiento social hace referencia así tanto a un tipo de empresa en la que su objetivo principal es cumplir un objetivo social como el propio tipo de objetivo marcado. La lógica del emprendimiento social no encaja ni en el paradigma de las empresas públicas del sector estatal ni en el de las empresas privadas tradicionales. El emprendimiento social incluye tanto a organizaciones sin ánimo de lucro que utilizan modelos de negocio para alcanzar su misión como a organizaciones con ánimo de lucro cuyo propósito principal es de carácter social. Los emprendimientos sociales se diferencian de los emprendimientos comerciales en que su objetivo social o medioambiental siempre se encuentran en el centro de sus operaciones.

Un aspecto particular dentro del emprendimiento social lo constituye el emprendimiento social juvenil. En este ámbito confluyen dos cuestiones al mismo tiempo. Por un lado, tenemos los aspectos relacionados con el emprendimiento social en sí y la innovación, faceta en la que el colectivo joven puede aportar nuevas ideas y formas de trabajar. Por otro lado, este emprendimiento social se encuentra con el escollo añadido de la necesidad de capacitación y empoderamiento de la juventud de cara a que pueda producirse de manera efectiva. "El Emprendimiento Social Juvenil es una acción en la que los/las jóvenes, alrededor de una motivación social, se organizan para llevar a cabo iniciativas de transformación social. Las personas jóvenes son protagonistas en estas acciones y pueden contar con el apoyo de agentes sociales que se implican de diversas formas. Además, las personas adultas pueden ejercer también un rol orientador. Esta forma de emprendimiento contribuye positivamente al desarrollo de los/las jóvenes."

Estos conceptos implícitos en distintas definiciones del emprendimiento social son recogidos por los distintos países que conforman la muestra objeto de este estudio como elementos definitorios de los actores de la Economía social en Europa. De este modo, podemos establecer

interés general.

- **La empresa de trabajo asociado o empresa autogestionada.** Son empresas privadas que tienen como función satisfacer las aspiraciones comunes establecidas por sus socios, donde estos son quienes a su vez deben colaborar en su realización. Las aportaciones de estos socios van desde capital hasta organizar y trabajar en la empresa. La empresa asociativa normalmente se identifica como una empresa donde los trabajadores son los mismos socios, sin embargo, no se limita exclusivamente a esta modalidad. La empresa de trabajo asociado puede abarcar tanto un modelo de propiedad colectiva como uno de propiedad individual basada en la asociación de propietarios.
- **Organización no gubernamental.** Son organizaciones que no son parte de las esferas gubernamentales ni son empresas cuyo fin fundamental es el lucro. Están formadas a cargo de ciudadanos comunes que comparten una visión y misión común, pudiendo obtener financiación del Gobierno, de otras ONG (como fundaciones), o de individuos (sus asociados o donantes) o empresas particulares. Las áreas a las que se dedican las ONG son muy diversas. de organizaciones que se dedican a una amplia gama de actividades y se encuentran en diferentes partes del mundo. Algunas pueden tener carácter benéfico, mientras que otras se acogen a una exención de impuestos basada en el reconocimiento de sus fines sociales, y otras pueden ser frentes de intereses políticos, religiosos o de otra índole.

## 2.3. POLÍTICAS DE LA UNIÓN EUROPEA EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA SOCIAL: ESTRATEGIA EUROPA 2020

El principal trabajo armonizador para establecer un concepto de emprendimiento social común para todos los países lo encontramos en las instituciones europeas. Partiendo de la definición que ofrece la Comisión Europea (2011) en la Iniciativa en favor del emprendimiento social, se entiende como empresa social aquella cuyo objetivo principal es el impacto social antes que la generación de beneficios para sus propietarios y accionistas. Así, el interés común es la razón de ser de la acción comercial, que se traduce a menudo en un alto nivel de innovación social, transparencia y responsabilidad social. Sus beneficios se reinvierten principalmente en la realización de sus objetivos sociales y su modo de organización o régimen de propiedad se basa en principios democráticos o participativos orientados a la justicia social. Por tanto, en una empresa social su objetivo prioritario es el impacto social antes que la generación de beneficios económicos para el accionariado o capital inversor, el empleo de sus superávits va destinado fundamentalmente para el logro de sus objetivos sociales y la gestión empresarial es responsable, transparente e innovadora. Por tanto, las instituciones europeas han optado con esta definición una de tipo inclusivo que abarque tanto el tipo de organización que la lleva a cabo como los medios de que se sirve y los fines a los que obedece.

La Economía social no es un fenómeno nuevo en el espacio europeo, ya que el propio Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea (CEE, 1957) reconocía a uno de los actores de la Economía social, las cooperativas, como parte de la comunidad empresarial. Esta consideración ha evolucionado durante las últimas décadas, hasta ser asumida por el Parlamento Europeo (2009) junto a otros fenómenos como el asociacionismo, el mutualismo o las fundaciones en la consideración de actores relevantes en la Economía europea. Este reconocimiento de la Economía social y de las distintas figuras que actúan en ella destaca su papel como generadores de empleo. Así, ha pasado de una esfera residual a un modelo de

gestión empresarial que debe ser fomentado por las instituciones europeas (Nogales, 2017). Por ello, la Economía social también se considera una herramienta para contrarrestar los efectos de la crisis económica, tal y como señala el Parlamento Europeo (2013) en su resolución sobre la contribución de las cooperativas a la salida de la crisis. A esta declaración se une el informe del Parlamento Europeo (2015) sobre lo que ha supuesto el emprendimiento social e innovación social en la lucha contra el desempleo. En este mismo sentido se ha pronunciado el Comité de las Regiones (2015), que destaca la contribución de la Economía social a la cohesión social, económica y territorial instando a la Comisión Europea a establecer marcos regulatorios y mecanismos de acceso a la financiación que promuevan el desarrollo de la Economía social.

Otro elemento sustancial es la presencia institucional que ha cobrado la Economía social en Europa, al ser incluida como un interlocutor social y contar en el Parlamento Europeo con un inter-grupo específico, que mantiene una línea de trabajo permanente para elaborar propuestas que respondan a las demandas del sector. Entre las principales peticiones que sostiene la Economía Social Europea (2015) se encuentra un plan de acción europeo que es un instrumento para reforzar la coherencia entre las políticas de las distintas instituciones europeas, Estados Miembros y administraciones regionales y locales. El refuerzo de la coherencia entre las distintas políticas es fundamental para maximizar la contribución de la Economía Social a los objetivos de desarrollo de la UE, particularmente a los que se incluyen en la estrategia Europa 2020. Este plan de acción también ha sido solicitado por el Parlamento Europeo (2016) a la Comisión Europea como parte de la estrategia de mercado único para alcanzar un crecimiento sostenible e inclusivo. Para incorporar a la Economía social como parte de la estrategia Europa 2020, desde el Comité Económico y Social Europeo (2012) también se ha valorado la contribución que supone establecer un marco regulatorio de la Economía social para promoverla.

Otra de las instituciones europeas que ha dado un respaldo a la Economía social es la Comisión Europea a través de las políticas impulsadas. Subrayamos la Iniciativa en favor del emprendimiento social (Comisión Europea, 2011) que establece distintas medidas dirigidas a mejorar el acceso a la financiación privada y los recursos europeos, visibilizar el emprendimiento social promoviendo el conocimiento y facilitando la adquisición de competencias y el desarrollo de un entorno con formas jurídicas adaptadas simplificando el acceso a la financiación estatal y la contratación pública. El objetivo es impulsar las empresas sociales y la Economía social en general, para aportar respuestas innovadoras a los actuales desafíos económicos, sociales y, en algunos casos, medioambientales mediante el desarrollo de puestos de trabajo sostenibles y difíciles de deslocalizar, la integración social, la mejora de los servicios sociales locales y la cohesión territorial.

Por otra parte, las tres conferencias europeas sobre Economía social, celebradas en Roma en 2014, Luxemburgo en 2015 y Bratislava en 2016, han elaborado conclusiones en las que se resalta la importancia de la Economía social y se establece una hoja de ruta a seguir en este sentido. Así, los Estados instan a reforzar la iniciativa de emprendimiento social y establecer un Plan de Acción Europeo para la Economía Social. Esta última propuesta, que se suma a la petición del Parlamento Europeo y del Comité Económico y Social Europeo, reseñadas anteriormente, ha sido asumida por las Comisaría europeas responsables de empleo y de mercado interior y emprendimiento, para abordar en 2017 la puesta en marcha de una política europea de Economía social.

Podemos concluir que el desarrollo del emprendimiento en la Economía social europea tiene un importante valor por cuanto contribuye al crecimiento inteligente estableciendo una Economía del conocimiento y la innovación. Respecto al crecimiento sostenible, su fundamento es la solidaridad con el entorno, para lo que mantienen un crecimiento integrador, tanto por los resultados en la lucha contra el desempleo y la inestabilidad laboral, como frente a la exclusión

social y laboral de grupos en situación de vulnerabilidad (Comité Económico y Social Europeo, 2012). Por tanto, el papel que juegan las políticas sobre Economía social en la Unión Europea tiene un recorrido paralelo al desarrollo de la estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e innovador (Comisión Europea, 2010), en cuanto que aumenta la cohesión territorial y facilita la búsqueda de soluciones innovadoras ante la pobreza y la exclusión.

## 2.4. LOS RESULTADOS DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En apartados anteriores hemos analizado en qué consiste el emprendimiento social. Esto nos ha permitido ver, en toda su complejidad, que es un sector de actividad con múltiples ramificaciones y que recibe una atención desigual en diversos autores, no habiendo todavía, a nivel internacional, un conjunto delimitado claramente de prácticas que esté consensuado, existiendo éste con mayor claridad para el ámbito europeo. Así, las estadísticas de los diversos países tratan esta cuestión de manera desigual sin que exista un cuerpo de datos estandarizado que nos permita comparar fehacientemente la cuestión. Así, las legislaciones de los países definen las figuras jurídicas del emprendimiento social de manera distinta y esto nos presenta problemas de medición.

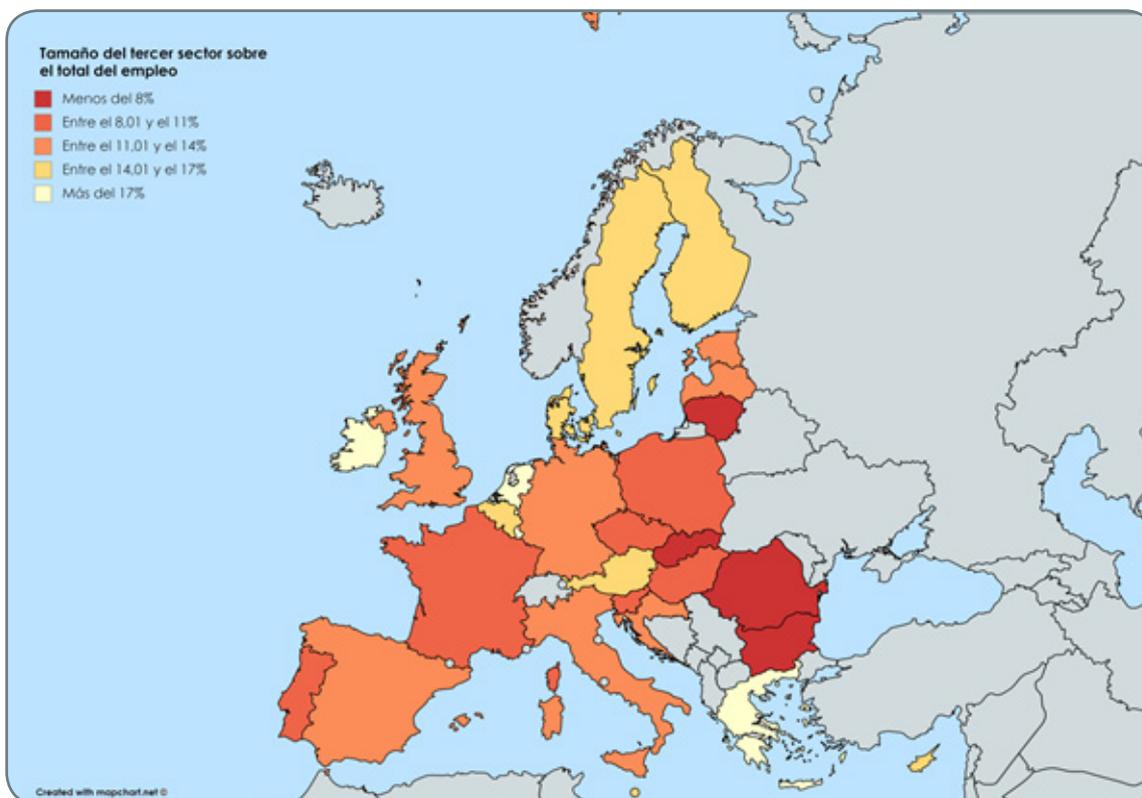


No obstante, esto no significa que no podamos hacer un esfuerzo por conocer la cuestión con los datos de que se dispone. En este apartado reunimos toda la información de diversas fuentes para intentar ofrecer al lector una imagen global del emprendimiento social en Europa así como de los principales condicionantes que encontramos.

### 2.4.1. APROXIMACIÓN GLOBAL AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

La primera tarea para conocer el estado del emprendimiento social es tener una idea aproximada de qué volumen ocupa el emprendimiento social sobre el conjunto de la actividad económica del país. En el siguiente mapa ofrecemos un cuadro del tamaño del tercer sector por países en el año 2014, el último para el que se dispone de datos consolidados que permita comparar entre la mayor parte de los países europeos. El siguiente mapa representa en tonos más oscuros aquéllos países donde el tercer sector esté menos presente y su presencia sobre el conjunto del empleo total del país sea menor. A continuación, en tonos de color cada vez más claros, se van presentando los lugares en los que el tamaño del tercer sector es más importante.

Gráfico 1. **Tamaño del tercer sector sobre el empleo total en la UE (2014)**



Fuente: *Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016)*

En el mapa anterior ofrecemos una imagen general del tercer sector en la Unión Europea. La representación a través de un mapa nos permite observar tendencias espaciales y ver si hay impactos cruzados regionales. Una primera conclusión que se puede observar del mapa es que en los países del centro y este de Europa hay una tendencia a una presencia muy baja del emprendimiento social. No obstante, en cuanto a Europa occidental, no observamos una tendencia geográfica clara que diferencie por zonas, pues el mayor emprendimiento social está localizado en Grecia, Irlanda y Países Bajos.

Tabla 1. **Tamaño del tercer sector sobre el total de empleo por país (2014)**

PAÍS	TERCER SECTOR
Europa occidental	
Luxemburgo	20,90%
Países Bajos	20,90%
Irlanda	17,20%
Bélgica	17,00%
Austria	15,20%
Alemania	14,00%
Reino Unido	14,00%
Francia	10,00%

PAÍS	TERCER SECTOR
<b>Sur de Europa</b>	
Grecia	17,70%
Chipre	16,50%
Malta	14,50%
España	13,30%
Italia	13,10%
Portugal	9,40%
Reino Unido	14,00%
Francia	10,00%
<b>Escandinavia</b>	
Suecia	16,60%
Dinamarca	15,10%
Finlandia	14,30%
<b>Europa central y oriental</b>	
Croacia	13,30%
Estonia	11,70%
Letonia	11,20%
Polonia	11,00%
Eslovenia	10,50%
Hungría	9,90%
República Checa	8,60%
Eslovaquia	7,90%
Bulgaria	7,80%
Rumanía	6,90%
Lituania	6,80%
<b>Media Unión Europea</b>	<b>12,9%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016)*

En la tabla anterior reforzamos los datos ofrecidos en el mapa pero de manera más clara. Con el dato numérico podemos ver la enorme diferencia de las realidades europeas con respecto al emprendimiento social. Así, observamos que el sector del emprendimiento social es muy bajo, entre el 6 y el 8% por ciento, en países como Lituania, Rumanía, Bulgaria y Eslovaquia, mientras que supera el 20% en Luxemburgo y Países Bajos. Comparando por áreas, observamos las mismas tendencias que habíamos señalado en datos anteriores con fuentes distintas. Así, vemos que Europa occidental se sitúa a la cabeza en el empleo de personas provenientes de la Economía social, seguido posteriormente por Europa del sur y los países escandinavos, situándose ya más lejos los países de Europa central y oriental.

Otro factor relevante a la hora de analizar el emprendimiento social es la estructura de los empleos que se generan por parte de las empresas sociales. Aquí observamos realidades muy dispares también en función del país del que se trate. En la siguiente tabla ofrecemos la

estructura del empleo en el seno de las organizaciones sin ánimo de lucro para el año 2014. En esta tabla distinguimos entre el trabajo remunerado a tiempo completo y cuál de éste se realiza por cooperativas, el trabajo voluntario, y cuánto de éste corresponde a cooperativas, y por último el total de empleos generados.

Tabla 2. **Estructura de empleos en instituciones sin ánimo de lucro (2014)**

PAÍS	REMUNERADO (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	DEL CUAL SON COOPERATIVAS	VOLUNTARIADO (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	DEL CUAL SON COOPERATIVAS	TOTAL (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)
<b>Europa Occidental</b>					
Austria	160.545	5.580	233.961	8.132	394.506
Bélgica	451.951	1.219	129.639	350	581.590
Francia	1.535.368	38.632	680.000	17.110	2.215.368
Alemania	2.397.618	74.723	1.307.580	40.752	3.705.199
Irlanda	181.885	3.900	48.794	1.046	230.679
Luxemburgo	22.657	174	18.070	139	40.727
Países Bajos	858.045	16.565	488.632	9.433	1.346.677
Reino Unido	1.671.866	21.240	1.422.360	18.070	3.094.226
<b>Sur de Europa</b>					
Chipre	23.341	456	18.615	364	41.956
Grecia	244.370	1.348	194.891	1.075	439.261
Italia	938.135	101.554	597.390	64.668	1.535.525
Malta	10.527	23	8.396	18	18.923
Portugal	175.092	4.625	55.680	1.471	230.772
España	722.223	58.176	348.830	28.099	1.071.053
<b>Escandinavia</b>					
Dinamarca	137.358	6.368	114.187	5.294	251.545
Finlandia	73.018	8.469	85.165	9.878	158.182
Suecia	194.128	15.913	355.741	29.162	549.869
<b>Europa central y oriental</b>					
Bulgaria	18.960	3.717	7.909	1.550	26.869
Croacia	70.512	-	29.412	-	99.924
República Checa	101.901	5.236	26.413	1.357	128.314
Estonia	20.652	887	8.614	370	29.266
Hungría	89.620	7.711	16.992	1.462	106.612
Letonia	34.170	40	14.253	17	48.422
Lituania	7.415	807	3.093	337	10.508
Polonia	212.900	22.842	172.700	18.529	385.600
Rumanía	28.107	3.094	36.576	4.026	64.683
Eslovaquia	19.943	2.348	7.637	899	27.580
Eslovenia	42.972	309	17.924	129	60.896
<b>Total</b>	<b>10.529.332</b>	<b>405.955</b>	<b>6.593.090</b>	<b>263.734</b>	<b>17.122.423</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

En la tabla anterior podemos ver los resultados de la estructura de empleos del emprendimiento social para distintos países con respecto a las organizaciones sin ánimo de lucro. Esta tabla ilustra realidades muy diferentes. Así, en casos como en Francia podemos ver un sector de la Economía social que se funda principalmente en empleo remunerado, que tiene luego el apoyo de voluntarios pero donde la proporción de trabajo remunerado es superior, mientras que en otros países la relación es la inversa, como son los casos de Rumanía o Austria, donde la presencia de voluntarios es mucho más acusada.

Por su parte, la Economía social también incluye a organizaciones con ánimo de lucro, aunque sus fines sean sociales. En la tabla 3 representamos la estructura de empleos que corresponde a las cooperativas y mutuas para cada uno de los países europeos. Asimismo, ofrecemos una suma total del tercer sector que agrupa a estas cooperativas con las organizaciones sin ánimo de lucro que exponíamos anteriormente. En todos los casos los datos que se ofrecen son aquéllos para un empleo a tiempo completo o equivalente, así como el resultado que corresponde al total para el tercer sector.

Tabla 3. Estructura de empleos en cooperativas, mutuas y voluntariado (2014)

PAÍS	COOPERATIVAS Y MUTUAS (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	VOLUNTARIADO DIRECTO (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	TOTAL TERCER SECTOR
<b>Europa Occidental</b>			
Austria	31.000	200.141	625.646
Bélgica	6.774	185.867	774.230
Francia	214.622	139.572	2.569.562
Alemania	415.129	1.479.321	5.599.649
Irlanda	21.664	76.636	328.979
Luxemburgo	967	9.664	51.357
Países Bajos	92.027	281.756	1.720.459
Reino Unido	118.000	1.062.630	4.274.856
<b>Sur de Europa</b>			
Chipre	2.534	15.238	59.727
Grecia	7.492	180.156	626.909
Italia	564.191	812.383	2.912.099
Malta	125	7.327	26.375
Portugal	25.696	166.405	422.873
España	323.199	914.613	2.308.864
<b>Escandinavia</b>			
Dinamarca	35.379	123.637	410.560
Finlandia	47.050	145.159	350.391
Suecia	88.408	155.830	794.107
<b>Europa central y oriental</b>			
Bulgaria	20.650	183.595	231.114
Croacia	-	107.770	207.694
República Checa	29.089	269.964	427.367
Estonia	4.925	38.931	73.122
Hungría	42.841	255.532	404.985
Letonia	220	50.334	98.977
Lituania	4.486	74.919	89.913

PAÍS	COOPERATIVAS Y MUTUAS (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	VOLUNTARIADO DIRECTO (TRABAJO A TIEMPO COMPLETO)	TOTAL TERCER SECTOR
Polonia	126.900	1.243.900	1.756.400
Rumanía	17.187	515.288	597.157
Eslovaquia	13.045	146.491	187.116
Eslovenia	1.714	33.813	96.424
<b>Total Unión Europea</b>	<b>2.255.308</b>	<b>8.962.520</b>	<b>28.340.251</b>

Fuente: elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

En la tabla anterior podemos ver unos resultados sobre la composición del emprendimiento social más claros que con respecto a las instituciones sin ánimo de lucro. En primer lugar podemos observar que el peso del voluntariado recae justo en las organizaciones de tipo voluntario, equilibrando las cifras propias de las instituciones sin ánimo de lucro. También vemos que su importancia global es mucho mayor, superando ampliamente al peso de las cooperativas y mutuas.

Para poder ver esto de una manera más clara, en la tabla 4 reflejamos dichos resultados en porcentajes, de manera que se puedan comparar entre países. Así reflejamos el total de empleo generado en el país y cuánto de este empleo corresponde a los distintos sectores de la Economía social en porcentaje. De esta manera la tabla puede leerse en horizontal, para comparar los datos de un país, o en vertical, para comparar entre países.

Tabla 3. Estructura de empleos en cooperativas, mutuas y voluntariado (2014)

PAÍS	TOTAL 2014	PAGADO	VOVOLUNTARIOS	TOTAL	COOPERATIVAS	VOLUNTARIADO DIRECTO	TERCER SECTOR
	EMPLEO						
<b>Europa Occidental</b>							
Austria	4.112.700	3,90%	5,70%	9,60%	0,80%	4,90%	15,20%
Bélgica	4.543.500	9,90%	2,90%	12,80%	0,10%	4,10%	17,00%
Francia	25.802.200	6,00%	2,60%	8,60%	0,80%	0,50%	10,00%
Alemania	39.871.300	6,00%	3,30%	9,30%	1,00%	3,70%	14,00%
Irlanda	1.913.900	9,50%	2,50%	12,10%	1,10%	4,00%	17,20%
Luxemburgo	245.600	9,20%	7,40%	16,60%	0,40%	3,90%	20,90%
Países Bajos	8.236.100	10,40%	5,90%	16,40%	1,10%	3,40%	20,90%
Reino unido	30.641.800	5,50%	4,60%	10,10%	0,40%	3,50%	14,00%
<b>Sur de Europa</b>							
Chipre	362.700	6,40%	5,10%	11,60%	0,70%	4,20%	16,50%
Grecia	3.536.200	6,90%	5,50%	12,40%	0,20%	5,10%	17,70%
Italia	22.278.900	4,20%	2,70%	6,90%	2,50%	3,60%	13,10%
Malta	181.400	5,80%	4,60%	10,40%	0,10%	4,00%	14,50%
Portugal	4.499.500	3,90%	1,20%	5,10%	0,60%	3,70%	9,40%
España	17.344.200	4,20%	2,00%	6,20%	1,90%	5,30%	13,30%

PAÍS	TOTAL 2014	PAGADO	VOVOLUNTARIOS	TOTAL	COOPERATI- VAS	VOLUNTARIA- DO DIRECTO	TERCER SEC- TOR
	EMPLEO						
<b>Escandinavia</b>							
Dinamarca	2.714.100	5,10%	4,20%	9,30%	1,30%	4,60%	15,10%
Finlandia	2.447.200	3,00%	3,50%	6,50%	1,90%	5,90%	14,30%
Suecia	4.772.100	4,10%	7,50%	11,50%	1,90%	3,30%	16,60%
<b>Europa central y oriental</b>							
Bulgaria	2.981.400	0,60%	0,30%	0,90%	0,70%	6,20%	7,80%
Croacia	1.565.700	4,50%	1,90%	6,40%	0,00%	6,90%	13,30%
República Checa	4.974.300	2,00%	0,50%	2,60%	0,60%	5,40%	8,60%
Estonia	624.800	3,30%	1,40%	4,70%	0,80%	6,20%	11,70%
Hungría	4.100.800	2,20%	0,40%	2,60%	1,00%	6,20%	9,90%
Letonia	884.600	3,90%	1,60%	5,50%	0,00%	5,70%	11,20%
Lituania	1.319.000	0,60%	0,20%	0,80%	0,30%	5,70%	6,80%
Polonia	16.033.200	1,30%	1,10%	2,40%	0,80%	7,80%	11,00%
Rumanía	8.613.700	0,30%	0,40%	0,80%	0,20%	6,00%	6,90%
Eslovaquia	2.363.100	0,80%	0,30%	1,20%	0,60%	6,20%	7,90%
Eslovenia	916.800	4,70%	2,00%	6,60%	0,20%	3,70%	10,50%
<b>Total Unión Europea</b>	<b>220.507.400</b>	<b>4,80%</b>	<b>3,00%</b>	<b>7,80%</b>	<b>1,00%</b>	<b>4,10%</b>	<b>12,90%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

## 2.4.2. DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

El fenómeno del emprendimiento social puede estar ligado a múltiples factores. Podríamos encontrarnos ante un fenómeno en el que haya variables intervinientes tal y como hemos visto al revisar la bibliografía especializada. El desarrollo del emprendimiento social puede estar altamente relacionado con otros fenómenos como la riqueza, la cultura empresarial del país o el gasto social. De acuerdo a las descripciones que hemos visto de otros autores, las explicaciones ofrecidas al emprendimiento social son múltiples y sus entornos de desarrollo también variados. En este apartado hemos querido ver con qué factores suele estar asociado en mayor medida el emprendimiento social.

Para ello hemos considerado una serie de variables con las que el emprendimiento social podría estar relacionado para después, al analizar las buenas prácticas y los resultados de nuestra encuesta, comprobar en qué medida la confluencia de estos factores pueden ayudar al mayor y mejor desarrollo del emprendimiento social. En la siguiente tabla 5 mostramos así la importancia del tercer sector en números de empleos en la Economía global, junto a variables que podrían ser relevantes. Las variables que hemos considerado para este estudio son el desempleo, el coeficiente Gini que mide la desigualdad en las sociedades, el gasto social y la cultura empresarial de un país medida en el número de empresas que se dedican a sectores no financieros por cada 1.000 habitantes.

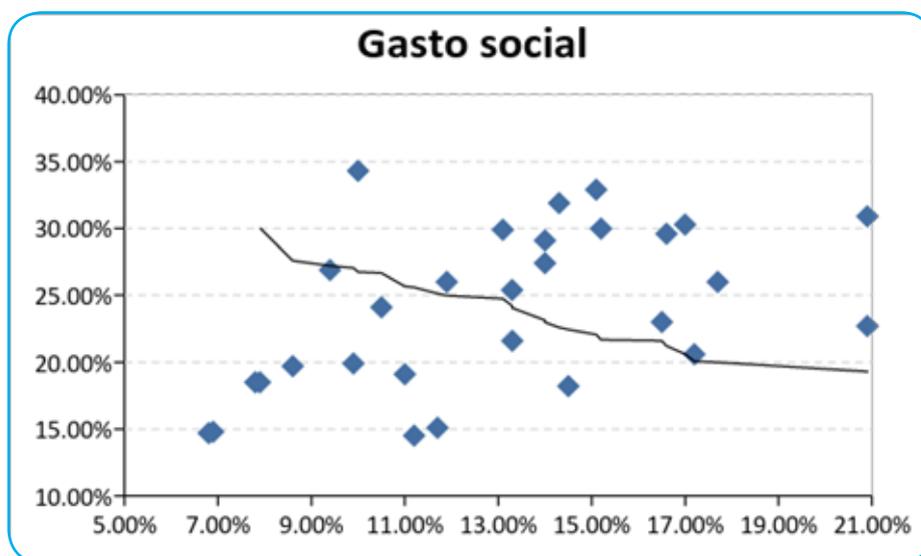
Tabla 5. Factores sobre el volumen de importancia del emprendimiento social

PAÍS	TERCER SECTOR	DESEMPLEO	GINI	GASTO SOCIAL	EMPRESAS EN SECT. NO FINANC. POR CADA MIL HABITANTES
<b>Europa occidental</b>					
Luxemburgo	20,90%	5,90%	28,7	22,70%	55,75
Países Bajos	20,90%	7,40%	26,2	30,90%	62,4
Irlanda	17,20%	11,30%	31,1	20,60%	50,37
Bélgica	17,00%	8,50%	25,9	30,30%	52,81
Austria	15,20%	5,60%	27,6	30,00%	37,51
Alemania	14,00%	5,00%	30,7	29,10%	30,76
Reino Unido	14,00%	6,10%	31,6	27,40%	28,39
Francia	10,00%	10,30%	29,2	34,30%	47,95
<b>Sur de Europa</b>					
Grecia	17,70%	26,50%	34,5	26,00%	64,48
Chipre	16,50%	16,10%	34,8	23,00%	55,42
Malta	14,50%	5,80%	27,7	18,20%	61,01
España	13,30%	24,50%	34,7	25,40%	51,18
Italia	13,10%	12,70%	32,4	29,90%	61,11
Portugal	9,40%	14,10%	34,5	26,90%	75,36
<b>Escandinavia</b>					
Suecia	16,60%	8,00%	25,4	29,60%	69,07
Dinamarca	15,10%	6,60%	27,7	32,90%	37,59
Finlandia	14,30%	8,70%	25,6	31,90%	41,9
<b>Europa central y oriental</b>					
Croacia	13,30%	17,30%	30,2	21,60%	34,87
Estonia	11,70%	7,40%	35,6	15,10%	48,7
Letonia	11,20%	10,80%	35,5	14,50%	50,6
Polonia	11,00%	9,00%	30,8	19,10%	40,77
Eslovenia	10,50%	9,70%	25	24,10%	63,06
Hungría	9,90%	7,70%	28,6	19,90%	52,21
República Checa	8,60%	6,10%	25,1	19,70%	94,49
Eslovaquia	7,90%	13,20%	26,1	18,50%	73,91
Bulgaria	7,80%	11,40%	35,4	18,50%	44,41
Rumania	6,90%	6,80%	35	14,80%	22,94
Lituania	6,80%	10,70%	35	14,70%	59,77

Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

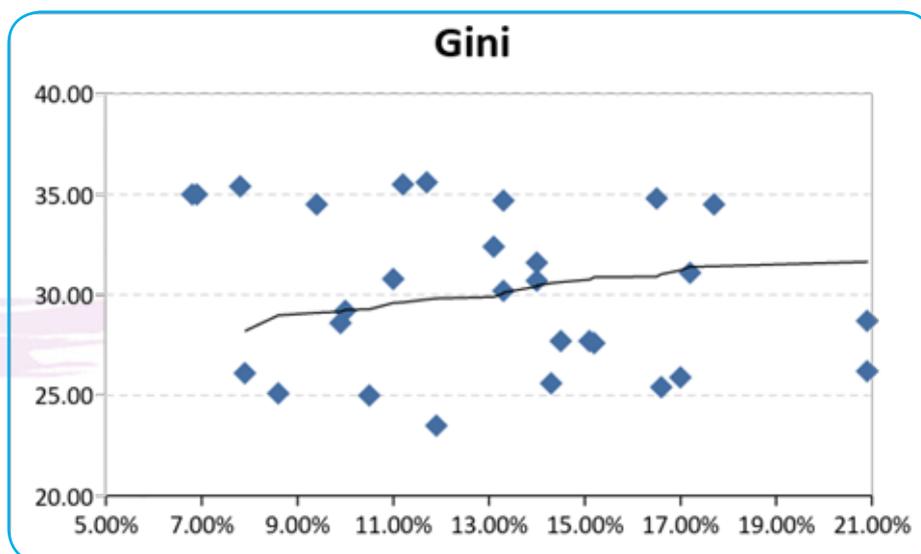
Estos datos muestran de una manera sintética lo señalado anteriormente y, además, empiezan a apuntar a ciertas relaciones entre el grado de emprendimiento social de un país y algunos de sus índices macroeconómicos. Para un análisis más claro y visual de las relaciones, nos vamos a servir de proyecciones gráficas. Hemos realizado cálculos para todas las variables que se han mostrado en la tabla anterior y hemos detectado que son dos los elementos más relevantes, el coeficiente de desigualdad de Gini y el gasto social, que pueden verse en los gráficos 2 y 3 a continuación. En el eje de las abscisas representamos el volumen de emprendimiento social, de manera que, cuanto más a la derecha, mayor emprendimiento social. En las ordenadas representamos tanto el coeficiente Gini de desigualdad como el volumen de gasto social, de manera que cuanto más arriba más elevado es éste.

**Gráfico 2. Volumen de emprendimiento social en función del gasto social**



Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

**Gráfico 3. Volumen de emprendimiento social en función del coeficiente Gini**



Fuente: Elaboración propia a partir de Salamon y Sokolowski (2016) y Eurostat

Los datos anteriores nos sugieren dos conclusiones interesantes. En primer lugar, a medida que aumenta la igualdad en las sociedades, observamos un crecimiento paralelo de la actividad de los sectores de la Economía social. Dicho de otra manera, las sociedades en las que la desigualdad es menor son aquellas sociedades en las que hay una mayor presencia de emprendimiento social. Cabría preguntarse qué factor influye en cuál. De un lado, la existencia de sociedades más igualitarias podría favorecer las iniciativas de autoempleo y emprendimiento social. Por otra parte, la mayor presencia de iniciativas de emprendimiento social podrían dar sus frutos y contribuir a una mayor igualdad en las poblaciones, mostrando que los objetivos sociales para los que fueron concebidas dan finalmente sus frutos. Esto es un hallazgo interesante que requiere una atención más pormenorizada y que quizá muestre efectos de retroalimentación mutua.

En segundo lugar, en términos de políticas públicas, observamos otro resultado interesante. A medida que se incrementa el gasto social de un Estado aumenta el porcentaje de población que se dedica a la Economía social. Dicho con otras palabras, aquellos Estados en los que la inversión en gasto social es más importante muestran en mayor medida un sector del emprendimiento social más relevante sobre el conjunto de la población empleada. Esto podría indicar que el gasto social del Estado es un sustento necesario para el desarrollo del emprendimiento social y que, puesto en relación con las conclusiones sobre el gráfico 4, esto a su vez ofrecería mayores indicios de progreso social para el país, haciendo que dicha inversión propiciara una menor desigualdad social.

## 2.5. EL APOYO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En apartados anteriores hemos atendido a las estadísticas globales que nos ofrecen las dispersas fuentes estadísticas de cada uno de los países así como los estudios internacionales realizados en materia de emprendimiento social. A pesar de los esfuerzos armonizadores de la Unión Europea, el emprendimiento social sigue siendo un ámbito de fuerte influencia de los Estados miembro. Por eso, abordaremos en este apartado primero las cuestiones generales aplicables a todos los países europeos para, en una segunda parte, concentrarnos en los países del proyecto para que el lector pueda visualizar con programas concretos en qué se traducen éstos.

En este apartado los datos corresponden al análisis cuantitativo y cualitativo de un cuestionario realizado por nuestro equipo de investigación a informantes clave de cada país objeto de estudio para conocer el apoyo al emprendimiento social. De esta manera, a través de la descripción de Bulgaria, Eslovaquia, España, Grecia, Italia, Lituania, Portugal y Rumanía pretendemos ilustrar las realidades que se esconden detrás de los fríos números que hemos presentado anteriormente. Con ello, mediante el ejemplo con éstos países pretendemos ilustrar modos de abordar la organización, apoyo y financiación del emprendimiento social.



## 2.5.1. APOYO ECONÓMICO Y LEGISLATIVO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

El emprendimiento social puede tener apoyo desde diversos ámbitos. Como empresas sociales, operan en el mercado y, por tanto, dependen de las fuerzas tradicionales del mercado, oferta (otros competidores) y demanda (potenciales clientes), además de las condiciones sociales en las que se desenvuelvan. El desarrollo de una comunidad se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad, y esto varía no sólo de país a país, sino incluso dentro del propio país. Son potencialidades endógenas de cada territorio los factores económicos y no económicos, decisivos en el proceso de desarrollo económico local. Dentro de los factores no económicos cabe destacar los recursos sociales, culturales, históricos, e institucionales de una comunidad.

El emprendimiento social tiene por meta la transformación de la Economía y de la sociedad en múltiples niveles, orientada a superar las dificultades y retos existentes, buscando mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados. El objetivo es un aprovechamiento más eficiente y sostenible de los recursos endógenos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio

Todos estos factores económicos y no económicos mencionados son diferentes en cada país y afectan decisivamente al desarrollo del emprendimiento social. Como hemos ido viendo a lo largo de este estudio, el desarrollo de la legislación y con ella de medidas en las que la Economía social pueda florecer más, ha sido desigual. Dedicaremos el próximo capítulo 3 a ver esta cuestión con más detalle, pero baste mencionar aquí que será el marco normativo el que en muchas ocasiones influya decisivamente en otras decisiones, como son las alternativas disponibles para los actores.

Así, por ejemplo, la disponibilidad de distintas plataformas financieras no depende sólo de una voluntad gubernamental, sino del desarrollo de culturas empresariales que acojan la innovación con los brazos abiertos y que existan culturas administrativas que no resulten obstructivas ante las novedades planteadas. Así, en los avances recientes se presentan ante el emprendedor social nuevas oportunidades de financiación más allá de las fórmulas clásicas. Éstas podrían resumirse brevemente en el crédito, la venta, aportaciones solidarias y aportaciones públicas. El crédito consiste en la concesión por parte de una entidad financiera de una cantidad económica a un interés dado. En la venta de un producto, que produce una plusvalía que luego se revierte de manera social, la viabilidad del proyecto pasa por el ajuste entre la oferta, precio del producto y la demanda que éste tenga en la población. En las aportaciones solidarias distinguimos entre aquéllas que son de tipo altruista, es decir, que no van acompañadas de la compra de un bien o servicio, y aquéllas que pretenden proveer al participante de cierta cobertura o un servicio aunque el precio sea moderado. Por último, las aportaciones públicas son inversiones por parte de las administraciones públicas en programas que son ejecutados por agentes de la empresa social. Pueden tomar la forma de subvenciones o premios.

La primera variación de las fórmulas anteriores es el microcrédito. Éste consiste en la extensión de préstamos muy pequeños a prestatarios de bajos recursos que típicamente carecen de un respaldo o aval financiero, un empleo fijo o un historial de crédito verificable. Una variación de dichas fórmulas de microcrédito son las líneas de crédito abiertas por las bancas de tipo solidario, que ofrecen sus créditos a tipos de interés bajos, en ocasiones sin interés lucrativo.

Otra fórmula adoptada es el capital riesgo. Se trata de un instrumento financiero que consisten

la participación de manera temporal y minoritaria en el capital social de una empresa. El inversor pone a disposición del proyecto empresarial recursos económicos, convirtiéndose en socio-accionista de la empresa financiada, participando, por tanto, de modo directo en los riesgos y resultados de la aventura empresarial.

La siguiente de las fórmulas es el micromecenazgo, crowdfunding o financiación colectiva. Éste es un mecanismo colaborativo de financiación de proyectos. Para su desarrollo se prescinde de la intermediación financiera, de manera que los fondos llegan directamente al productor. Se ponen en contacto promotores de proyectos que demandan fondos mediante la emisión de valores y participaciones sociales o mediante la solicitud de préstamos, con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento. En dicha actividad sobresalen dos características: la unión masiva de inversores que financian con cantidades reducidas pequeños proyectos de alto potencial y el carácter arriesgado de dicha inversión. El micromecenazgo persigue la financiación de una causa o negocio, de manera que pueden tener o no ánimo de lucro. Los backers del proyecto son una suerte de prestamistas independientes que simplemente simpatizan con la causa o persiguen un crédito, bien o servicio ofrecido por el prestatario. Gran parte del éxito de esta forma de financiación descansa en la publicidad que se da al proyecto. Por ello, las plataformas de financiación colectiva más importantes en la actualidad tienen soporte en Internet, por su alcance multitudinario y su bajo coste.

## 2.5.2. EJEMPLOS CONCRETOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

De los datos de la encuesta realizada a distintos informantes clave en los países del proyecto YounGO se desprende la existencia de diversos ritmos y estrategias sobre la regulación del emprendimiento social en cada país. Si bien se observa una evolución dispar en el grado de desarrollo de la legislación estatal en materia de emprendimiento social, también existen diferencias sobre las medidas estatales de promoción y financiación del emprendimiento (tablas 6 y 7). Tan sólo en Portugal y en Grecia existen leyes específicas sobre emprendimiento social, siendo el portugués el único caso en el que hay desarrollado un programa público de promoción para el emprendimiento. No obstante, siguen siendo los fondos privados los más importantes para iniciar un emprendimiento social, aunque para la segunda fase para garantizar la sostenibilidad económica de las empresas destaca la labor de Portugal Inovação Social.

En Grecia, pese a tener un marco legislativo desarrollado sobre emprendimiento, se considera que no se invierte presupuesto en programas públicos de promoción. Las iniciativas de emprendimiento social se financian principalmente por fuentes privadas y especialmente por Fundaciones. Las vías de financiación más extendidas son, entre otras, los fondos de la Fundación privada, fondos de la Unión Europea para el emprendimiento social y fondos del Ministerio de Trabajo.

En Rumanía no hay una legislación específica aunque sí un marco jurídico desarrollado a través de normativas bajo el paraguas de la legislación de Economía social existente. Sin embargo, hay disparidad de opiniones en cuanto a las medidas de promoción y financiación del emprendimiento. En algunos casos se contempla que hay presupuesto destinado a esta línea y en otros que no se invierte este presupuesto o que el presupuesto destinado es insuficiente para la promoción real del emprendimiento social en el país. Esto es debido a que las medidas públicas de promoción del emprendimiento social están dirigidas a la reducción del desempleo y la inserción laboral de colectivos desfavorecidos y no a la promoción del emprendimiento

social como concepto más amplio.

Las principales líneas de financiación con las que, en la actualidad, se encuentran las empresas de Economía social del país son los fondos europeos, los diferentes concursos, crowdfunding y patrocinio y la financiación de organizaciones sin ánimo de lucro. Aunque existen fondos públicos, estos son muy escasos y muchas veces los requisitos resultan muy excluyentes para el sector de la Economía social. En el caso español no existe una regulación actual específica sobre emprendimiento social, aunque sí un marco legal sobre Economía social. En este sentido, se regula el emprendimiento por ley y existe un presupuesto para programas públicos de promoción del mismo, pero no existen políticas públicas de emprendimiento social propiamente dicho. En España el concepto asentado legalmente es el de Economía social y el emprendimiento social y las empresas sociales son fenómenos emergentes o subsumidos en el ámbito de la Economía social. La falta de promoción del emprendimiento social es una de las variables que influye en el bajo índice de emprendimientos sociales en el país<sup>1</sup>. En la actualidad, las vías de financiación públicas del emprendimiento social en España son escasas, tan sólo de destaca la financiación pública de Enisa para Pymes y Emprendedores que no es específica para la Economía social. Otras líneas de financiación tienen que ver con la autofinanciación, el crowdfunding o las donaciones. Así destacan programas de multinacionales como Momentum Project de BBVA, aceleradoras e incubadoras como Unltd y Ship2B, plataformas de crowdfunding como La Bolsa Social y fundaciones como Ashoka e inversores de impacto de Vivergi.

Eslovaquia representa un caso peculiar en la muestra de países estudiados. La aceptación del concepto de Economía social en la legislación se contempla como la inclusión de grupos vulnerables dentro de las empresas y se dota de un presupuesto para llevar a cabo el estímulo de las empresas para incorporar personas trabajadoras y ser consideradas como empresas sociales. Por lo tanto, no existe una promoción real del emprendimiento social bajo el enfoque del presente estudio. En el caso eslovaco, las empresas de Economía social son aquéllas que incluyen dentro de su plantilla a grupos de la población con mayores dificultades de empleabilidad con el fin de disminuir el desempleo entre la población y compensar así la brecha social de los colectivos menos favorecidos.

En Italia, el reconocimiento de la Economía social ha sido algo tardío. De la mano de programas europeos, el Ministerio de Trabajo y Política Social ha lanzado el Programa Operativo "Inclusión" financiado mediante el Fondo Social Europeo. Su objetivo es colaborar en conseguir los objetivos en materia de reducción de la pobreza. La inversión prevista incluye un plan que supondrá una inversión pública en la Economía social.

En Bulgaria, el emprendimiento social, no es un modelo de negocios que sea muy reconocido en el país, aunque se están haciendo esfuerzos públicos para contrarrestar esta situación. El concepto de empresa social no está plenamente integrado en las políticas, las leyes y el debate público en Bulgaria. No obstante, una iniciativa pública ha introducido el Concepto Nacional de Economía Social, que presenta las prioridades para la promoción y el desarrollo de la Economía social en el país. Así, merced a estos programas de la mano de la financiación pública hay cierto apoyo a la Economía social, que tiene que encontrar su mayor refugio en la iniciativa privada para prosperar.

El fenómeno del emprendimiento social en Lituania es bastante nuevo, lo que lleva a que las empresas lituanas estén más orientadas al mercado que a los objetivos sociales. El Gobierno ha dado algunos pasos en la definición del emprendimiento social, pero sigue habiendo

<sup>1</sup>Según los datos de Especial Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre Emprendimiento Social (2016), España ha avanzado en la creación de iniciativas sociales del 2009 al 2015, pasando del 0,3% al 0,9%. Sin embargo, este índice es bajo respecto a la media europea de 2,98%. La tasa que mide la actividad de las iniciativas sociales que están estaban en funcionamiento en 2015 en España se encuentra en la colada los países con economías impulsadas por la innovación (entre los cuales se la agrupa), con un índice del 1,6% cuando la media mundial es de 3,7%.

fricciones entre la nueva cultura empresarial y las fórmulas más clásicas. Las iniciativas de emprendimiento social vienen apoyadas y promovidas fundamentalmente por proyectos financiados por la Unión Europea.

Tabla 6. **Desarrollo de la legislación en materia de emprendimiento social.**

	ESPAÑA	PORTUGAL	RUMANÍA	GRECIA	ESLOVAQUIA	ITALIA	BULGARIA	LITUANIA
Existe una ley específica de emprendimiento social		X		X				
El emprendimiento social se incluye en la legislación sobre Economía social			XXXX	X	X			
El emprendimiento social se aborda en la legislación de organizaciones no lucrativas								
No se ha regulado sobre emprendimiento social	XX					X		
Existe sólo un marco legal para la Política Nacional de Emprendimiento							X	X

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Las tablas 6 y 7 son una radiografía del grado de desarrollo del emprendimiento social en los países objeto de estudio según los expertos consultados. Para cada una de las situaciones relevantes les pedimos que describieran la situación que mejor refleja la situación de su país. Cuantas más cruces se reflejan en la tabla, mayor fue la intensidad de la respuesta y el grado de coincidencia al respecto entre los entrevistados.

Tabla 7. **Afirmación que mejor define la situación de cada país.**

	ESPAÑA	PORTUGAL	RUMANÍA	GRECIA	ESLOVAQUIA	ITALIA	BULGARIA	LITUANIA
No existe regulación específica ni inversión en programas de emprendimiento								
Existe legislación sobre emprendimiento, pero no se invierte presupuesto en programas públicos de promoción			XX	XX				
No existe una regulación específica, aunque se invierte presupuesto en programas de promoción del emprendimiento							X	X
Se regula el emprendimiento por ley y existe un presupuesto para programas públicos de promoción	XX	X	XX		X	X		

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada

Las distintas velocidades en la regulación del emprendimiento social no vienen siempre asociadas a velocidades similares en la dedicación de recursos y políticas de promoción del emprendimiento social. En países como España, donde no hay un marco legislativo concreto sobre emprendimiento social, las políticas públicas dedican escasos recursos a la promoción del emprendimiento con carácter social. Sin embargo, en Rumanía la legislación en materia de emprendimiento social está desarrollada pero no ha supuesto un mayor esfuerzo en la dedicación de recursos propios para el emprendimiento social de manera específica. En este caso, la promoción pública del emprendimiento social se nutre de los recursos dedicados a la generación de emprendimiento económico.

En Grecia, donde el desarrollo legislativo sobre emprendimiento social está más avanzado, las inversiones públicas en la promoción del emprendimiento social no acompañan a la importancia dada a nivel legislativo. Eslovaquia tiene un marco legislativo en el que se contempla el concepto de Economía social como un estímulo de las empresas a incorporar a personas trabajadoras con mayores dificultades de empleabilidad. En la actualidad, existe un debate abierto sobre el concepto de Economía social y emprendimiento y se plantea la preparación de una nueva legislación para el emprendimiento social. La limitada comprensión de la definición como empresas sociales está en debate y se proyecta la preparación de una nueva legislación donde se incluya el concepto de emprendimiento social. En la actualidad, las iniciativas de emprendimiento social están fomentadas por los gobiernos locales que financian iniciativas contempladas como "emprendimiento social". La única excepción es Portugal donde el desarrollo legislativo si se ha visto acompañado y respaldado por una mayor inversión en recursos y políticas públicas de promoción al emprendimiento social.

Por otro lado, se observa que en los países que han desarrollado un marco legislativo de regulación del emprendimiento social como son Portugal, y Grecia, éstos han sido promovidos principalmente por el poder público (gobiernos) para generar emprendimiento social en la población. Tan sólo en el caso de Grecia y Eslovaquia se considera la aplicación nacional de políticas supranacionales un factor importante.

Tabla 8. Origen de las políticas públicas de emprendimiento social por país.

	ESPAÑA	PORTUGAL	RUMANÍA	GRECIA	ESLOVAQUIA	ITALIA	BULGARIA	LITUANIA
Iniciativa del poder público para generar emprendimiento social en la población		X	XXX	XX	X	X	X	
Respuesta del poder público a las demandas de un sector	X							
Aplicación a nivel nacional de políticas supranacionales				X	X		X	X

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada



### 3. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN LOS PAÍSES DEL PROYECTO YOUNGO

A lo largo del presente capítulo hacemos un recorrido por los distintos países objeto de estudio, para realizar una reseña sobre el contexto en el que se ha desarrollado la Economía social a nivel nacional, junto con un sucinto análisis del marco regulatorio. En éste análisis se han abordado tres cuestiones principales: la existencia de legislaciones estatales específicas sobre emprendimiento o Economía social, la definición que en las mismas se realiza por parte de los poderes públicos a la de hora de regular este fenómeno, los tipos de figuras jurídicas que se reconocen como actores principales de la Economía social en cada país, y las instituciones relevantes para la promoción de las políticas públicas que hayan sido creadas, así como principales órganos de diálogo y participación social que se establezcan por medio de dichas regulaciones. En este apartado abordaremos este marco legal que envuelve a las políticas públicas de emprendimiento social así como iniciativas surgidas en este contexto.

### 3.1. ESPAÑA

España es uno de los pocos países donde encontramos una regulación específica del emprendimiento, la Ley 14/2013, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

Este texto tiene por objeto "apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica, tanto en los momentos iniciales a comenzar la actividad, como en su posterior desarrollo, crecimiento e internacionalización". El concepto de emprendedor que especifica es amplio, al definirlo como aquella persona que desarrolla una actividad económica productiva, pudiendo aplicarse a cualquier tipo de emprendimiento. En cualquier caso, esta ley supone un hito por cuanto regula cuestiones tan distintas como la incorporación de medidas en el sistema educativo para fomentar habilidades y competencias en el emprendimiento, la creación de nuevas figuras jurídicas -Sociedad Limitada de Formación Sucesiva (SLFS)- con el objetivo es abaratar el coste inicial de constituir una sociedad, o medidas para apoyar la financiación de los emprendedores.



De forma más específica, y con carácter previo, España aprobó la Ley 5/2011 de Economía Social. El objetivo de esta ley es dotar de un marco jurídico común a todas las entidades que componen la Economía social y establecer medidas que la fomenten. El texto define la Economía social como "el conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que [...] persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos". Además especifica cuáles son las formas jurídicas que engloba la Economía social, contemplando además de las cooperativas, mutualidades, fundaciones y asociaciones que lleven a cabo actividad económica, otras figuras específicas como son las sociedades laborales, empresas de inserción (Ley 12/2001), centros especiales de empleo (reglamentados en Real Decreto 2273/1985), cofradías de pescadores, sociedades agrarias de transformación y las entidades singulares creadas por normas específicas. En cualquier caso, deja abierta la puerta a aquellas entidades que respondan a los principios orientadores de la Economía social, que concreta en la primacía de las personas y del fin social sobre el capital, la aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y al fin social objeto de la entidad, la promoción de la solidaridad interna y con la sociedad, y la independencia respecto de los poderes públicos. Con esta ley, el Gobierno se compromete a promover el sector, incluso con recursos presupuestarios.

Además debemos destacar que en la Constitución de 1978, se precisa que los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción (art. 129.2 CE). Reseñamos esto, por cuanto el cooperativismo es uno de los fenómenos que más peso tiene en la Economía social española, si bien se encuentra regulado en gran parte por un nivel subestatal (las comunidades autónomas), lo que genera un mapa de regulaciones más amplio, que excede el estudio comparado de Estados.

El nivel de institucionalización de la Economía social en España es otra de las cuestiones relevantes, como consecuencia del importante peso de la Economía social en las balanzas económicas, así como en el nivel de empleo generado. Esto lleva a situar las políticas de Economía social con rango de dirección general en la estructura de gobierno. Además como órgano de consulta en el diseño de las políticas existe un Consejo para el Fomento de la Economía Social, compuesto por representantes de los distintos niveles de gobierno junto a representantes de las principales entidades del sector. Finalmente destaca como actor político la Confederación Empresarial Española de la Economía Social -CEPES- considerada como la máxima institución representativa de la Economía Social en España, y plataforma de diálogo institucional con los poderes públicos.

## 3.1.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

Al abordar las políticas públicas de Economía social en España vamos a enfocarnos en las relaciones entre los poderes públicos y la Economía social reconocidas a nivel internacional como un referente de éxito. No podemos dejar pasar por alto este ejemplo en el que la participación de la sociedad civil organizada en la elaboración de políticas y en su ejecución alcanza uno de los niveles de mayor desarrollo, especialmente en algunas regiones como Andalucía y País Vasco, donde merece una especial atención el reconocimiento de la Economía social en sus Estatutos de autonomía (Barco, 2011).

Para comenzar debemos señalar que las políticas públicas de esta materia se desarrollan no sólo a nivel estatal, sino también a través de las Comunidades Autónomas que tienen un nivel competencial alto, con capacidad tanto normativa como ejecutiva. De hecho, parte del reconocimiento a la red de actores es consecuencia de los distintos niveles de gobierno (local, regional, estatal y europeo).

Para tratar la colaboración público-privada en el ámbito de la Economía social, señalemos que las políticas institucionales sitúan a los responsables con rango de dirección general tanto a nivel estatal como en la mayoría de comunidades autónomas, reflejo del peso que esta política tiene en la configuración de las agendas y programa de gobierno, pese a no contar con una comisión específica en las cámaras legislativas. Por otra parte, los procesos de construcción de la identidad de la Economía social y su vertebración en un estado descentralizado como España, ha cristalizado en un reconocimiento como actor institucional tanto en el escenario socioeconómico como en el diálogo social. Fruto de ello es la existencia de CEPES, señalada anteriormente, que agrupa al conjunto del sector (excepto fundaciones y cooperativas de crédito), y está formada por las federaciones estatales que reúnen a los distintos actores (cooperativas de trabajo, cooperativas agrarias, sociedades laborales, empresas de inserción, e incluso redes de Economía solidaria). Además existe una vertebración a nivel regional en el mismo sentido, que agrupa las distintas familias de actores o grupos de empresas sociales como la Corporación Mondragón.

Como órgano consultivo y asesor para las actividades relacionadas con la Economía social a nivel estatal encontramos el referido Consejo para el Fomento de la Economía Social, en cuya composición están reflejados distintos ministerios, las comunidades autónomas, una representación del nivel municipal, representantes del movimiento asociativo de la Economía social, y personas de reconocido prestigio. Estos espacios de interlocución han sido incluso relegados a un segundo plano en algunos casos, como Andalucía, donde la plataforma regional CEPES actúa como interlocutor social al máximo nivel, siendo responsable de los documentos

de trabajo del diálogo social.

Estos ejemplos pretenden dar cuenta de cómo, pese a la complejidad del sistema político español, los distintos niveles de gobierno (local, regional, estatal y supraestatal) han acogido la Economía social como parte de la agenda política. Como señala Chaves (2007) "la capacidad de generación de beneficios colectivos de la Economía Social [...]ha sido precisamente la base argumental principal que ha legitimado el involucrar a las empresas y entidades de la Economía Social en un creciente número de políticas de diversa naturaleza (de ahí su carácter transversal) e incluso la edificación de políticas públicas específicamente dirigidas a fomentar este sector social". Como muestra más patente, la propia ley estatal contempla la inclusión de la Economía social en diversas políticas sectoriales (políticas activas de empleo, desarrollo rural, de servicios sociales a personas dependientes y de integración social) y la integración del emprendimiento social en las estrategias para la mejora de la productividad y la competitividad empresarial (Chaves y Savall, 2013).

### 3.1.2. LOS ACTORES SOCIALES

España aprobó la Ley 5/2011 de Economía Social para regular todas las entidades que componen la Economía social. El texto define cuáles son las formas jurídicas que engloba la Economía social, contemplando además de las cooperativas, mutualidades, fundaciones y asociaciones que lleven a cabo actividad económica, otras figuras específicas como son las sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales de empleo, cofradías de pescadores, sociedades agrarias de transformación y las entidades singulares creadas por normas específicas. En cualquier caso, deja abierta la puerta a entidades que respondan a los principios orientadores de la Economía social. Se establece como órgano de consulta en el diseño de las políticas un Consejo para el Fomento de la Economía Social, compuesto por representantes de los distintos niveles de gobierno junto a representantes de las principales entidades del sector. Finalmente destaca como actor político la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) considerada como la máxima institución representativa de la Economía Social en España, y plataforma de diálogo institucional con los poderes públicos.

El conjunto de organizaciones e instituciones que representan a la Economía social y que pueden participar en el diálogo con las administraciones públicas tienen un alto grado de independencia pero no un reconocimiento a nivel político. Las demandas más específicas del sector de la Economía social es la creación de una legislación concreta que regule el emprendimiento social, el reconocimiento de la figura de emprendedor/a social y más incentivos fiscales para la promoción del emprendimiento social y que estos aspectos no queden englobados en las leyes generales sobre emprendimiento.

## 3.2. GRECIA

La tradición de emprendimiento social en Grecia, al igual que en el resto de Europa, está directamente relacionada con las cooperativas que se establecieron en el país en diferentes períodos de tiempo. En consecuencia, las empresas sociales tienen como común denominador la cooperación principalmente entre grupos de mujeres y en el ámbito de la elaboración de productos agrícolas. Grecia ha sido uno de los países europeos más afectados por la crisis económica, y paralelamente uno de los ejemplos de aplicación desde las instituciones públicas de las políticas europeas para la promoción de la Economía social. En este sentido, la Ley 4019/2011 sobre la Economía social, el emprendimiento social y otras disposiciones, es la primera norma que introduce el concepto y establece una regulación de la Economía social en la legislación

del país heleno. El texto identifica como actores de la Economía social aquellos que establecen entre otros elementos un sistema democrático de toma de decisiones. Además crea una nueva figura jurídica de empresa cooperativa social (Koin.S.Ep. - KinonikiSineteristikiEpihirisi), que responde a las necesidades de articulación del emprendimiento social, al establecerla como una cooperativa con una causa social y capacidad de actuación empresarial, lo que permite además abarcar un amplio conjunto de actividades de la misma.

Esta nueva figura jurídica se clasifica en tres categorías, según el propósito: a) de integración (Koin.S.Ep. Entaxis), que buscan la inclusión socioeconómica de las personas pertenecientes a grupos vulnerables de la población -personas con discapacidad, jóvenes delincuentes, toxicómanos, etc.- principalmente a través de la integración laboral; b) de asistencia social (Koin.S.Ep. KinonikiFrontidas), teniendo por objeto la prestación de servicios en el ámbito social a colectivos específicos como ancianos, bebés, niños, personas con discapacidad o enfermedad crónica; y c) de fines productivos/colectivos (Koin.S.Ep. Silogikou y ParagogikouSkopou), teniendo como objetivo la producción de bienes o la prestación de servicios dirigidos a satisfacer necesidades colectivas (cultura, medio ambiente, educación, explotación de los productos locales, servicios de interés común, mantenimiento de oficios tradicionales, etc.). Esta última categoría busca impulsar el empleo y la cohesión social, fomentando el desarrollo local/regional y los intereses locales y colectivos.



Como apunte, entre los requisitos de este tipo de empresas sociales (de asistencia social y de fines productivos/colectivos) encontramos el hecho de reúnan al menos cinco personas para crear la cooperativa social, y que la principal población beneficiaria de su actividad incluya personas con discapacidad, residentes en comunidades rurales o remotas, personas mayores, jóvenes, o desempleadas, u otros grupos, como ex-toxicómanos, etc. El mapa de formas de empresa social se completa con las cooperativas agro-turísticas de mujeres, reguladas en virtud de la Ley 1541/1985, y con las cooperativas sociales de responsabilidad limitada (Koi.SPE) que establecen un marco

de trabajo para la integración social de las personas con problemas de salud mental, reguladas en la Ley 2716/1999.

La representación del sector de la Economía social recae en distintas organizaciones, siendo algunas de carácter regional, y de forma generalista en la Unión Panhelénica de Economía Social y la Federación Panhelénica de Cooperativas Sociales. Por otra parte, fruto de la reciente regulación del sector, se crea el Servicio especial para la Inclusión Social y Economía Social -EYKEKO-, integrado en el Ministerio de Trabajo, Seguridad Social y Bienestar.

### 3.2.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

Es fundamental en el abordaje de las políticas públicas griegas valorar el impacto que la crisis económica de 2008 ha tenido en el país heleno. Si bien las tasas de desempleo que ha alcanzado durante los últimos años pueden asimilarse a las de otros países del sur de Europa, las condiciones económicas establecidas al gobierno desde el exterior han sido unas de las más asfixiantes. Estas circunstancias se han convertido en el escenario emprendedor en una limitación para acceder a financiación –tanto pública como privada- por parte de los emprendedores sociales, causada entre otros factores por las limitaciones derivadas del programa de ajuste fiscal.

Pese a ello, se debe destacar que las altas tasas de desempleo han sido también detonante de un aumento del emprendimiento heleno, principalmente entre población joven. Sin duda la combinación de este aumento de las iniciativas sociales como respuesta a la crisis, junto con el estímulo generado desde las instituciones europeas para generar una transformación del sistema económico y productivo ha dibujado un marco proclive al desarrollo de políticas de emprendimiento.

En la Ley sobre Economía social y emprendimiento encontramos distintas medidas dirigidas a construir en Grecia un ecosistema emprendedor, aunque destaca el retraso en su desarrollo, habiéndose puesto en marcha inicialmente distintas líneas destinadas a proveer de financiación a las entidades de Economía social (tanto en fase inicial como consolidadas). En cualquier caso, han sido insuficientes los instrumentos de financiación creados y el desarrollo del emprendimiento ha sido posible principalmente gracias al esfuerzo y coordinación de las propias entidades de Economía social.

Con la puesta en marcha en el año 2013 del Plan Estratégico para el Desarrollo del Emprendimiento Social, se pretende dar un paso importante para hacer realidad determinadas propuestas. Este plan tiene como ejes la creación de un sistema de apoyo al emprendimiento social, el acceso al capital inicial y la ayuda financiera a corto y largo plazo, la supresión de los obstáculos administrativos y legales, la promoción del aprendizaje mutuo y el fortalecimiento de la capacidad de los empresarios sociales, la difusión de información y la sensibilización social sobre el emprendimiento, el impulso a acciones transnacionales, la identificación y documentación de prácticas sobre el desarrollo del emprendimiento social en Grecia. También destaca en el plan la propuesta de desarrollo de acciones regionales, que pretenden acercar las medidas a las necesidades y características específicas de distintas zonas del país, a través del apoyo al emprendimiento social de los planes estratégicos regionales y la creación de mecanismos periféricos para apoyar el desarrollo y la promoción de las empresas sociales. En cualquier caso este plan tiene un punto débil, ya que solo está dirigido a Koin.S.Ep., de esta forma se restringe el acceso a las herramientas de financiación mencionadas en el artículo 9 de la Ley 4019/2011 del resto de actores de la Economía social.

Para el desarrollo del Plan Estratégico, el ejecutivo heleno puso en marcha el denominado mecanismo central, con el que se establecía una estructura de apoyo técnico para el ecosistema de emprendimiento social. Esto ha supuesto una transición hacia un modelo en el que los fondos públicos están financiando la creación de espacios de trabajo compartido (coworking, incubadoras), acciones de apoyo y asesoramiento (coaching y mentoring), programas específicos de formación, etc. El resultado de este giro en la estrategia del ejecutivo ha propiciado un aumento del emprendimiento social en Grecia.

### 3.2.2. LOS ACTORES SOCIALES

En los últimos años, el gobierno griego ha comenzado a hacer esfuerzos para promover el desarrollo de la empresa social en Grecia. Este desarrollo positivo se ha visto impulsado en gran medida por el estímulo de la Comisión Europea (de arriba abajo), pero también de las iniciativas de la sociedad civil (de abajo a arriba), que han surgido para hacer frente a las crecientes necesidades sociales como resultado de la crisis.

En la realidad fragmentada de la Economía social en Grecia, la reciente legislación adoptada para apoyar el desarrollo de la Economía social ha creado una nueva forma jurídica para las empresas sociales que abarca una amplia gama de propósitos y actividades, y agregó un nuevo actor y regulador, el Ministerio. Después de la adopción de la ley de Economía social y

emprendimiento social en 2011, la política pública ha tratado de centrarse en la creación de un ecosistema para que las empresas sociales operen y prosperen, pero sólo un pequeño número de acciones se han materializado hasta el momento. Existen críticas a la ley de que "introduce una definición de Economía Social que llena de deficiencias y no cubre en absoluto la expansión de la Economía Social tal como se aborda el discurso académico y político dominante en Europa y no introduce ninguna definición de "Empresa Social".

De acuerdo con la Ley 4019/2011, el Ministerio de Trabajo, Seguridad Social y Bienestar es responsable de diseñar, coordinar, monitorear y evaluar todas las políticas e iniciativas necesarias para desarrollar y fortalecer la Economía social. Por lo tanto, lanzó dos iniciativas para desarrollar un marco de políticas y un plan de acción para el desarrollo de las empresas sociales.

La Comisión Europea y el Ministerio de Trabajo, Seguridad Social y Bienestar de Grecia nombraron un grupo de expertos europeos y griegos para ayudar en el diseño y la aplicación de una estrategia y un plan de acción integral para desarrollar un ecosistema para fomentar la Economía social y el emprendimiento social. En enero de 2013, el grupo de expertos recomendó un paquete de doce acciones piloto prioritarias, dirigidas a las empresas sociales de cualquier forma jurídica, y principios de apoyo señalados como un enfoque de abajo hacia arriba, participación y compromiso de la comunidad de empresas sociales y las principales partes interesadas. Las acciones centran en la creación de capacidad, comenzando con acciones piloto para ganar experiencia, compromiso con el aprendizaje sistemático y la mejora de la práctica, y el aprendizaje organizado de los compañeros en otros países europeos. Recomendó cuatro áreas de acción prioritaria:

- Un ecosistema propicio para la Economía Social
- Apoyo financiero directo para iniciar y desarrollar una empresa social
- Acceso a la financiación para consolidar y ampliar las empresas sociales
- Buena gobernanza y fortalecimiento de la capacidad del sector público

A continuación, el servicio responsable del Ministerio (EYKEKO) propuso un Plan Estratégico para el Desarrollo del Emprendimiento Social publicado en marzo de 2013. El plan presenta unos ejes prioritarios para apoyar el desarrollo de las empresas sociales, pero sólo en la forma jurídica de empresa cooperativa social (Un Koin.S.Ep.), como se describe a continuación:

- La creación de un sistema de apoyo al desarrollo de las empresas sociales;
- La provisión del capital inicial necesario para las empresas sociales;
- La concesión de ayuda financiera a corto y largo plazo al funcionamiento de las empresas sociales;
- La supresión de los obstáculos administrativos y jurídicos, así como la creación de un entorno favorable al desarrollo de las empresas sociales mediante la creación de un marco jurídico integrado para las adquisiciones públicas de empresas sociales;
- La promoción del aprendizaje mutuo y la creación de capacidad de empresarios sociales, administraciones nacionales y regionales;
- La puesta en marcha de una campaña de información a la sociedad sobre Emprendimiento Social así como la creación de plataformas de información con el

objetivo de motivar a la comunidad en el tema del Emprendimiento Social con el fin último de generar pactos locales entre empresas sociales y el mercado privado y público;

- La realización de acciones transnacionales utilizando de la mejor manera la experiencia europea e internacional en el desarrollo del Emprendimiento Social y,
- La creación de un observatorio con el objetivo de hacer un mapa exhaustivo de las empresas sociales en Grecia con el fin de identificar buenas prácticas y recopilar datos fiables sobre emprendimiento social.

A mediados de 2014, ninguno de los dos planes había sido implementado. Sin embargo, el Ministerio, en el segundo semestre de 2013, firmó un contrato de servicios con la Red de Gestores de Proyectos en Grecia (EEDG) para establecer una estructura central de apoyo técnico para el eco-sistema empresarial social (denominado mecanismo central). Sus tareas incluyen el desarrollo de herramientas y programas de formación para emprendedores, guías de tutoría para la puesta en marcha y el desarrollo de empresa cooperativa social Koin.S.Ep., el apoyo a campañas de sensibilización y en la difusión de información relevante y el desarrollo de la cooperación transnacional. Algunas de las empresas sociales tienen como objetivo integrar a las personas desfavorecidas en la comunidad social. Otras cooperativas sociales hacen hincapié en la atención social de los grupos vulnerables, como las personas mayores, las personas con discapacidad, etc. Finalmente, algunas de las cooperativas sociales se centran en la producción de productos y servicios. El propósito común de todas estas cooperativas es ayudar en el mantenimiento de los valores culturales, la tradición, el proceso educativo y el medio ambiente.

Las empresas sociales tienen especiales dificultades para encontrar apoyos para salir al mercado. Muchas veces carecen de la promoción o el marketing adecuado para sus productos y se enfrentan a dificultades para recaudar fondos. Las demandas más recurrentes son:

- La creación de una plataforma de aprendizaje que proporcione también tutoría y la creación de redes de apoyo.
- El trabajo en red parecer ser la clave, ya que las empresas de Economía social necesitan tutorización y aprender de buenas prácticas.
- Una legislación más precisa que abarque todas las áreas del emprendimiento social.
- El pago de menos impuestos, pues se señala como el mayor hándicap en este periodo de tiempo para el emprendimiento social.

### 3.3. RUMANÍA

El panorama de la Economía social en Rumanía tiene un breve recorrido de apenas 20 años. La incipiente vertebración del tejido cooperativo y el impulso dado desde las instituciones europeas a la Economía social ha permitido establecer un marco jurídico sobre el que operar, y que pese a no poseer una ley específica sobre emprendimiento social, sí que contempla normativas sobre la regulación y funcionamiento de las organizaciones de Economía social (cooperativas, asociaciones y fundaciones, organizaciones de ayuda mutua), o que regulan determinados ámbitos como los servicios sociales y el empleo (medidas de inserción en el empleo de las personas con discapacidad o de grupos desfavorecidos, como la subcontratación, los procedimientos de contratación externa, etc.).

Como parte del Programa Nacional de Reforma 2011-2013 se incluyó la adopción del marco jurídico de la Economía social. Sobre esta base y a la luz de la resolución del Parlamento Europeo de 19 de febrero de 2009 sobre la Economía Social, se redactó la Ley 219/2015 de Economía Social. En el texto se define la Economía social como aquella que representa todas las actividades organizadas con independencia del sector público, cuya finalidad es servir al interés general, los intereses de una comunidad y/o tener intereses personales de propiedad, mediante el aumento de la empleabilidad de las personas pertenecientes a un grupo vulnerable y/o la producción y suministro de bienes, servicios y/u obras. Además añade que se basa en la iniciativa privada, voluntaria y solidaria con un alto grado de autonomía y responsabilidad, y una distribución limitada de los beneficios a los accionistas.

Con carácter previo, Rumanía estableció en la Ley de Bienestar 292/2011 una primera definición de Economía social, según la cual es un sector que incluye actividades económicas que, con carácter subsidiario y a condición de mantener el rendimiento económico incluyen objeto social. Es destacable como este texto, establece la Economía social como parte de las medidas para el bienestar en cuanto que considera un proceso multidimensional, en el que la inclusión social junto a las actividades de Economía social están dirigidas a crear o asegurar puestos de trabajo para las personas de determinados colectivos desfavorecidos.

En cuanto a los actores principales de la Economía social rumana, la propia ley establece que son a) cooperativas, b) uniones de crédito, c) asociaciones y fundaciones, d) sindicatos de empleados, e) uniones de pensionistas, f) las empresas agrícolas, g) otras categorías de personas jurídicas. Esta amplia relación de actores se ve delimitada en todos los tipos a aquellos que obtengan la certificación estatal de Economía social, siendo esta concedida a las entidades que compartan los principios de la Economía social establecidos por la propia ley.

La ley sobre Economía social, también establece a nivel institucional la creación del Departamento de Economía Social, integrado en el Instituto Nacional de Empleo -Ministerio de Trabajo, Familia y Protección Social-, al cual se asignan competencias relativas a la coordinación de las políticas de Economía social, cuya implementación comparte con las nuevas agencias de Economía social. Como espacio de participación de la sociedad civil, se propone también en la ley la Comisión Nacional, formada por catorce miembros, representantes en su mayoría del gobierno o designados por el mismo, además de representantes de entidades de Economía social. A nivel de representación colectiva de los actores cabe reseñar también la Federación de ONG de Servicios Sociales (FONSS) y la Red de Empresas de Inserción Social (RISE), entre otros actores que representan al sector.



### 3.3.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

En el caso rumano, ponemos el foco sobre las políticas emanadas de la ley de Economía social. Esta incluye, entre otras cosas, una serie de facilidades para empresas que emplean a personas de grupos desfavorecidos y medidas de apoyo proporcionadas por las autoridades centrales y locales para esta categoría especial de empleadores que actúan de manera socialmente responsable y/o en el interés general de la comunidad. Por tanto podemos afirmar que se orientan a la reducción del desempleo. Además es importante destacar el consenso alcanzado, ya que la ley fue aprobada por unanimidad de los distintos grupos parlamentarios,

tras un proceso de elaboración en el que participó activamente la Coalición para la Economía Social, integrada entre otras por asociaciones, fundaciones, cooperativas de consumidores, asociaciones de empleadores, cooperativas agrícolas y sindicatos.

Como parte del despliegue, consecuencia sin duda de una toma de conciencia por parte de responsables políticos y legisladores, se vislumbran también avances en la regulación de medidas que permitan impulsar la Economía social desde la contratación pública, o mejorar las condiciones de tributación. Estos pasos en los que el país sigue la estela de otros estados europeos, son síntomas de una mejora del entorno, que permitiría una mayor presencia de la Economía social en el sistema económico de la actual Rumanía.

### 3.3.2. LOS ACTORES SOCIALES

En primer lugar, el Ministerio de Trabajo y sus Agencias gestionan la aplicación de la Ley de Economía Social y la concesión de marcas sociales. Algunas coaliciones y federaciones de entidades de la Economía social forman el núcleo de los profesionales que están en constante diálogo con los legisladores junto con ONGs, asociaciones y fundaciones, y son independientes y reconocidas por los legisladores como expertos en el campo de la Economía social. Entre ellas están la Red Rumana de Empresas de Integración Laboral, la Federación de Pensiones Mutuas (una forma de cooperativas de ahorro y crédito), el Sindicato Nacional de Empleados de Ayuda Mutua en Rumania, la Federación Nacional PRO-AGRO, el Instituto de Economía Social. Hasta ahora, los actores mencionados anteriormente estuvieron muy involucrados en la formulación de las normas de aplicación de la Ley de Economía Social, registrando un éxito moderado en la integración de sus solicitudes en la versión final.

En la actualidad las principales demandas de los actores sociales son la existencia de un mayor apoyo financiero por parte del Estado, la concesión de microcréditos a estas iniciativas y el acceso a fondos nacionales para llevar a cabo las iniciativas. La Administración Pública no está muy involucrada en la financiación del emprendimiento social tal y como los actores sociales demandan.

## 3.4. ESLOVAQUIA

El hito más significativo en el proceso de desarrollo de la Economía social en Eslovaquia vino en el año 1989, que representa la transición a la Economía de mercado y permitió el emprendimiento dentro del mercado libre y la participación pública para los ciudadanos de la entonces República de Checoslovaquia. La introducción oficial del Instituto de Empresa Social en la legislación eslovaca permitió una modificación de la Ley Nº 5/2004 Coll. Sobre los servicios de empleo, que fue adoptado en abril de 2008 y entró en vigor el 01.09.2008. La enmienda crea la posibilidad legal de establecer empresas sociales en el país. La enmienda fue elaborada por el Ministerio de Trabajo, Asuntos Sociales y Familia de la República Eslovaca, en términos de mejorar las condiciones para el desarrollo de la Economía social y el emprendimiento social.

El país centroeuropeo es uno de los ejemplos donde menos desarrollada se encuentra la Economía social. La transformación de una Economía planificada a una Economía de mercado, centró la atención de los responsables políticos en reducir los índices de desempleo a través de procesos de privatización, lo que generó un auge del modelo de empresa privada tradicional, en detrimento de alternativas sociales. En este escenario, a la escasa concienciación de las instituciones por promover la Economía social, entendida en el concepto europeo de la misma, se une la baja reputación que los emprendimientos sociales tienen entre la sociedad, consecuencia principalmente de experiencias fallidas.

Con estos antecedentes, la escasa regulación existente sobre la Economía social, se encuentra en el marco de la Ley de Servicios de Empleo 5/2004, la cual le dedica su apartado 50b a la empresa social. A la hora de definir la empresa social, la identifica como aquella cuyo fin es apoyar y ayudar a los empleados a encontrar un empleo en el mercado laboral, una compañía abierta y social que coopera con las autoridades, personas físicas o jurídicas que promueven o integran a solicitantes de empleo desfavorecidos en el mercado laboral.

## 3.4.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

Como señalan Polák y Schinglerová (2014), la política eslovaca de emprendimiento social está enfocada en lograr empleo para el mayor número de personas desfavorecidas, facilitando el aumento del número de empleadores. La objeción que se plantea a esta dinámica es la ausencia del necesario cumplimiento de los criterios que establecen quienes son actores de la Economía social, y en particular los relacionados con su creación y funcionamiento sostenible posterior. En lugar de atender a la forma de organizarse los empleadores, o de sus objetivos sociales, Eslovaquia considera la creación de puestos de trabajo para solicitantes de empleo provenientes de grupos desfavorecidos. Es una forma de concebir la empresa social como promotora de la integración a través del acceso al mercado de trabajo. Para alinear la política eslovaca con las directrices europeas, Polák plantea la regulación legislativa que permita la transformación de empresas en cooperativas, manteniendo los empleos.

Como referencia debe tenerse en cuenta que actualmente a efectos de la consideración como empresa social se establecen como requisitos: a) emplear al menos un 30% de solicitantes de empleo desfavorecidos, b) proporcionar apoyo y asistencia a los trabajadores que antes de acceder al empleo estaban en desventaja, c) dedicar al menos un 30% de los beneficios netos a mejorar las condiciones de trabajo o generar nuevos puestos, y d) inscribirse en el registro de empresas sociales. En cualquier caso, el reconocimiento recae en la Administración Pública, quien requiere para la inscripción de una extensa documentación (plan de negocio, resultados económicos, memorias de actividades, estadísticas de control, etc.).

## 3.4.2. LOS ACTORES SOCIALES

El enfoque de Economía social en Eslovaquia es un enfoque de arriba abajo, es decir, las iniciativas de emprendimiento social vienen fomentadas por el gobierno. Los gobiernos locales, que tienen la competencia de gestión de la financiación, son los principales interlocutores en el diálogo con el gobierno en el ámbito de la legislación y el financiamiento del emprendimiento social. Hasta ahora el debate público se orienta hacia el cambio de la legislación vigente. El Ministerio de Trabajo, Asuntos Sociales y Familia de la República Eslovaca está preparando una enmienda a la ley que debe ser válida en enero de 2018.



En base a la clasificación de las empresas sociales, hay tres grupos principales de la población eslovaca: desempleados de larga duración, ciudadanos discapacitados y personas dependientes de un determinado tipo de servicio social. La normativa va encaminada a fomentar su incorporación para apoyar la integración en el mercado de trabajo y mejorar la calidad de vida (Korimová, 2016). Las principales razones del desempleo juvenil en la República Eslovaca

incluyen el aumento de la edad media de la población y el cambio de la edad de jubilación y el elevado número de graduados universitarios se compara con las demandas del mercado, lo que los hace menos aplicables en el mercado de trabajo. Con la tasa creciente de desempleo juvenil, el emprendimiento, especialmente en el área de emprendimiento social, es el punto de partida para la situación de muchos jóvenes de Eslovaquia.

Por otro lado, las universidades son actores involucrados en el proceso de formulación de políticas públicas de emprendimiento social. Estas instituciones reciben fondos destinados al área de investigación de la Economía social y a la educación y la formación a lo largo de la vida. La investigación y la educación son las dos áreas en las que las Universidades están trabajando para el fomento de la Economía social en el país. La investigación se orienta a los modelos de emprendimiento social, al impacto económico y al impacto social, especialmente en las regiones menos desarrolladas y la educación se encamina a los aspectos empresariales ya la innovación prestando énfasis en la sostenibilidad. Las opiniones de los expertos son reconocidas y utilizadas por el gobierno, así como por otros interlocutores sociales y el público que participan en el diálogo. Los representantes de los círculos académicos están involucrados en una amplia gama de iniciativas que comienzan en el proceso legislativo para la formulación de las estrategias a diferentes niveles.

### 3.5. ITALIA

En Italia, las primeras empresas sociales surgieron a finales de la década de 1970, principalmente de los esfuerzos de pequeños grupos de voluntarios y trabajadores descontentos con la oferta pública y la provisión del mercado de servicios de atención social y comunitaria. Estas nuevas iniciativas tenían el objetivo de satisfacer las necesidades de grupos de personas que habían sido ignoradas por el sistema de bienestar público. En esta situación, grupos de ciudadanos, que dependían en gran medida de los voluntarios, intentaron reducir la brecha entre la oferta y la demanda de servicios sociales mediante la creación de nuevos servicios y nuevas formas organizativas. Muchas de esas iniciativas fueron establecidas como cooperativas.

Las cooperativas sociales italianas fueron reconocidas en 1991 a través de la introducción de la Ley 381, como resultado de la capacidad organizativa y de cabildeo de las nuevas cooperativas, su indiscutible orientación social y el apoyo brindado por el movimiento cooperativo. La Ley 381 no sólo reconoció una nueva forma de cooperativa sino que introdujo también un nuevo tipo de empresa con un propósito distintivo, concretamente "la satisfacción del interés general de la comunidad en la promoción humana". En términos concretos, la Ley 381 reconoce dos tipos de cooperativa social: las que gestionan el bienestar social y los servicios educativos (cooperativas sociales del tipo A) y las que realizan otras actividades agrícolas, manufactureras o comerciales o proveen servicios para la integración laboral de las personas desfavorecidas (cooperativas sociales del tipo B). Las cooperativas del tipo A son empresariales en naturaleza, aunque pueden operar solamente en los servicios sociales. Las cooperativas del tipo B se centran en proveer ocupación a los 'trabajadores desfavorecidos', quienes deben constituir al menos el 30 por ciento de sus empleados. A través



de los años, las cooperativas sociales se han convertido en interlocutores fundamentales en el sistema de bienestar italiano y en un importante sector de la Economía italiana. Posteriormente se aprobó una ley sobre la empresa social (Ley 118/2005).

Italia es un Estado con un fuerte componente regional y municipal. Dichas regiones y municipios tienen a su vez competencias en la materia. Así, varias regiones o municipios aprobaron leyes o reglamentos de Economía social. Entre ellos destacan Trento, Venizia, Roma, Lazio, Liguria, Marche, Emilia Romagna, Val Venosta et FriuliVeniziaGuilia. Siete regiones adoptaron, o están adoptando, leyes sobre grupos de compras solidarias (GAS). Un grupo de trabajo fue constituido recientemente para trabajar en una ley nacional<sup>2</sup>.

El empresariado social ha sido formalmente introducido en Italia por el Decreto Ley nº 155 de 2006 ("Ley de Empresas Sociales") que introdujo una definición legal. Según la ley, una empresa social se define como una empresa privada sin ánimo de lucro Organización que realiza de manera permanente y principal una actividad económica dirigida a la producción y distribución de bienes y servicios socialmente orientados.

### 3.5.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

De acuerdo con Bassi, Ecchia y Guerra (2016), el concepto de "innovación social" per se no parece haber encontrado todavía un lugar en el discurso público y político en Italia. En consecuencia, es difícil identificar un enfoque de inversión social en las diversas medidas de política social adoptadas en los últimos años en Italia. La definición de la UE puede considerarse una referencia también para el contexto italiano pues es la definición utilizada en el plan nacional de investigación de 2015.

El Ministerio de Trabajo y Política Social ha lanzado el Programa Operativo "Inclusión" financiado en parte a través del Fondo Social Europeo para el período 2014-2020. El objetivo del plan lanzado es que éste contribuya sustancialmente a la consecución de los objetivos de la UE y nacionales en materia de reducción de la pobreza. La inversión prevista incluye un plan experimental de apoyo a la renta mínima, una mejora de la calidad y normas en la prestación de servicios sociales. A su vez hay medidas específicas dirigidas a minorías discriminadas, como son los colectivos romaníes y las personas sin hogar para que puedan abrirse paso hacia una vida autónoma. El Programa Operativo "Inclusión" tiene un presupuesto de 1.238 millones de euros. Entre las áreas prioritarias está la implementación de nuevos sistemas y modelos de intervención social. Esto incluye la definición de normas de calidad para los servicios públicos dirigidos a grupos desfavorecidos, como los romaníes. También apoyará iniciativas de Economía social y ayudará a superar la actual fragmentación en la prestación de servicios de salud y sociales. El Programa Operativo pretende abordar la inclusión social y la calidad de los servicios sociales en Italia. Su objetivo es reducir la fragmentación del suministro y crear una nueva base de datos nacional para la prestación de servicios sociales. Según Bassi, Ecchia y Guerra (2016) se espera que su apoyo a proyectos innovadores en la Economía social proporcione modelos para mejorar los servicios a nivel nacional y regional. Como se indica en el propio se ofrecen acciones sistémicas y acciones de innovación social en tres líneas:

1. acciones dirigidas a fortalecer a actores no institucionales en los procesos de innovación social, como las empresas socialmente responsables, las empresas sociales, el tercer sector y la sociedad civil;

<sup>2</sup>Para un análisis detallado de las iniciativas, *Economiasociale* (2017).

2. proyectos piloto dirigidos a objetivos específicos, identificados por el Gobierno italiano sobre la base de indicaciones de la Unión Europea, como prioritarios;
3. acciones sistémicas dirigidas a promover una mayor eficacia de la administración en términos de intervenciones sociales, tales como: apoyar la implementación de un sistema de información de servicios.

Desde la aprobación de la Ley 381, que introdujo la forma legal de cooperativa social, estas organizaciones han registrado una tasa promedio de crecimiento anual entre el 10 y el 20 por ciento. En 2008, 13.938 cooperativas sociales representaban el 19,5 por ciento del número total de cooperativas y el 0,3 por ciento de total de empresas italianas. Estas cooperativas empleaban a 340.000 trabajadores (de los cuales 300.000 tenían contratos permanentes). Entre 40.000 y 45.000 trabajadores desfavorecidos fueron integrados (por ejemplo, 7 por ciento del total de personas con discapacidades que buscaban trabajo). Las cooperativas sociales ofrecieron entre el 40 y el 50 por ciento de todos los servicios sociales, con una facturación (el valor de los bienes y servicios que vende una compañía en un período particular) ascendente a 9.000 millones de euros. Aunque impresionante, este desarrollo de las cooperativas sociales no ha evitado que otros tipos de organizaciones del tercer sector desarrollen actividades empresariales sociales.

### 3.5.2. LOS ACTORES SOCIALES

El escenario italiano de emprendimiento social es extremadamente variado, con organizaciones de voluntarios, asociaciones, cooperativas tradicionales, instituciones caritativas y de asistencia social que representan a algunas de las organizaciones que integran el universo de las empresas sociales en Italia. Una de las estrategias principales adoptadas por las empresas sociales es agruparse en organizaciones de segundo nivel (por ejemplo, consorcios y federaciones) como forma de integración y promover asociaciones con diferentes interlocutores locales. Según Bassi, Ecchia y Guerra (2016) desde sus primeros años de desarrollo, muchas cooperativas sociales han satisfecho la creciente demanda de servicios mediante la implementación de nuevas iniciativas en vez de aumentar el tamaño de las cooperativas. Este enfoque persigue una estrategia de especialización y cosecha las ventajas del gran tamaño mediante la agrupación en consorcios locales. Es, por tanto, la forma principal de colaboración entre cooperativas que se unen para lograr objetivos comerciales y productivos y beneficiarse de las ventajas de las operaciones a pequeña y gran escalas.

## 3.6. BULGARIA

La puesta en escena del problema del emprendimiento social en Bulgaria viene determinada por los contextos económicos y culturales del país. El concepto de emprendimiento social es relativamente joven tanto en la teoría como en la práctica. Actualmente en la legislación búlgara no hay una regulación legal de las actividades de la empresa social o el emprendimiento social como tales propiamente dichos. Hay una regulación jurídica fragmentada de sectores individuales (prestadores de servicios sociales, empresas especializadas para personas con discapacidad), donde los sujetos dedicados a actividades están cubiertos por empresas sociales, pero este enfoque es un efecto bastante negativo sobre el desarrollo de una política estatal coherente para apoyar a la Economía social y las empresas sociales, lo que en última instancia refleja su sostenibilidad y eficiencia. Cabe señalar que las oportunidades de desarrollo del sector de la Economía social en Bulgaria están relacionadas principalmente con la introducción de una definición de empresa social y una reglamentación legal clara del procedimiento para adquirir

el estatuto y el funcionamiento de las empresas sociales (Terziev et al., 2016a).

En Bulgaria, el emprendimiento social, tal y como se establece en las definiciones europeas, no es un modelo de negocios popular para contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad a pesar de su potencial mundial y el amplio reconocimiento de la sostenibilidad. Una de las razones de esto es la falta de conciencia de este modelo social. El concepto fue introducido por primera vez en 2002 por el centro búlgaro para el Derecho sin fines de lucro. Este proyecto trajo la primera introducción intencionada del término "empresa social" en Bulgaria entre las organizaciones no gubernamentales y las comunidades locales. Por otra parte, el concepto de empresa social no está plenamente integrado en las políticas, las leyes y el debate público en Bulgaria. En la legislación búlgara no existe una definición jurídica de empresa social, ni hay reglas que regulen su estatus, forma y actividades.



## 3.6.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

En 2011, el gobierno búlgaro adoptó un documento de política, llamado Concepto Nacional de Economía Social, que representa la visión y las prioridades para la promoción y el desarrollo de la Economía social en el país. Este concepto refleja el compromiso social del Estado de establecer y fortalecer un entorno propicio para la implementación y desarrollo de modelos y prácticas en el campo de la Economía social en Bulgaria. El Concepto Nacional de Economía social es la base sobre la cual se implementarán acciones concretas dirigidas a los emprendedores sociales. Según el Concepto Nacional de Economía Social, la Economía social es la "parte de la Economía real y de la sociedad civil en la que los individuos y/o las personas jurídicas, las asociaciones de voluntarios u otras entidades organizadas hacen negocios en interés público con el objetivo de reinvertir los beneficios para alcanzar objetivos sociales". Los objetivos de estas acciones son (Terziev et al., 2016b):

- atraer y apoyar el desarrollo de empresas y asociaciones de Economía social;
- apoyar la implementación exitosa de medidas nacionales de inclusión social;
- mantener la autonomía personal como base democrática del origen y funcionamiento de las entidades como base del concepto de Economía social
- integrar el principio de participación voluntaria en las medidas del Estado sobre el modelo de este concepto en respuesta a incentivos gubernamentales.

El Concepto Nacional de Economía Social sigue las prioridades de la Estrategia "Europa 2020" para promover la Economía social para lograr la sostenibilidad, el crecimiento económico y la calidad de vida (en su mayoría hacia grupos desfavorecidos). Concepto Nacional de Economía Social es un documento por el cual se presentan visión y prioridades para promover el desarrollo de la Economía social en Bulgaria. Representa así la posición activa del Estado formada como resultado de los esfuerzos conjuntos de una amplia gama de partes interesadas (Terziev et al., 2016c). El objetivo es formar un sector resistente para ayudar a superar la exclusión social de grupos de personas con discapacidad. Concepto nacional se basa en la comprensión de la Economía social, que se refleja en los documentos de la Unión Europea

y otros documentos internacionales. Se aplica un enfoque basado en las mejores prácticas nacionales e internacionales en esta área, clasificado y analizado bajo un grupo de trabajo interinstitucional de expertos con amplia participación de representantes de instituciones estatales e internacionales, ONG.

Como comentábamos anteriormente, Bulgaria carece de una legislación específica como tal sobre el emprendimiento social. Independientemente del hecho de que la legislación búlgara no tenga una definición jurídica del término “empresa social”, los estudios muestran que en el país existen empresas sociales activas. Como principal campo de actividad de estas empresas se destacan los diferentes tipos de servicios sociales públicos, profesionales de la salud y educación. A través de empresas sociales, entidades con fines no lucrativos logran un efecto social particular en individuos de grupos vulnerables para mejorar su calidad de vida y superar su aislamiento social

Además del marco político que supone para las empresas sociales el Concepto Nacional de Economía Social, su aplicación se llevará a cabo mediante un conjunto de medidas incluidas en planes anuales de ejecución. Las actividades previstas para la aplicación de estas medidas están en consonancia con el Concepto Nacional y las acciones conjuntas coordinadas de las partes interesadas. Algunas de ellas son ejecutadas de forma independiente por instituciones públicas y otras junto a actores estratégicos como ONG, socios sociales, asociaciones de empleadores y otros. El plan identifica a las principales instituciones estatales, definidas en términos de su competencia, indica los plazos de ejecución de las actividades y fuentes de financiación. Los planes son aprobados por el Consejo Nacional para la Cooperación Tripartita, y luego adoptados por el Consejo de Ministros. Así, el Plan de Acción para la Economía social 2014-2015 apoya la aplicación del Concepto Nacional de Economía Social y establece una serie de acciones prioritarias destinadas a facilitar el desarrollo de la Economía social (incluidas las empresas sociales) en Bulgaria. El objetivo del Plan de Acción sobre Economía Social para 2016-2017 es el desarrollo y la promoción de la Economía social y el espíritu empresarial. El plan establece una serie de campañas de sensibilización y foros para aumentar la visibilidad de las empresas sociales en Bulgaria y la presentación de las mejores prácticas en este ámbito. El documento estratégico prevé el desarrollo de una metodología para evaluar el impacto social de las empresas sociales para elevar el nivel de vida. Se introducirán instrumentos de vigilancia y seguimiento de la contribución de las empresas sociales para mejorar la calidad de vida. En el Programa Operativo “Desarrollo de los Recursos Humanos” (2014-2020), la Economía social y el espíritu empresarial social se presentan como una prioridad de inversión separada, por lo que se hace hincapié en la contribución de iniciativas y medidas que aumentarán las oportunidades para consolidar la Economía del sector social. Por su parte, la organización, coordinación y control sobre el desarrollo y la aplicación de políticas y medidas en el ámbito de la Economía social están asignados al Ministro de Trabajo y Política Social, como iniciador del desarrollo del Concepto Nacional y por tanto compromiso con la aplicación del concepto.

El Concepto Nacional de Economía Social requiere el apoyo financiero de las medidas incluidas en los planes para su implementación. La financiación parte de las medidas previstas dentro del presupuesto por programas (presupuesto estatal del Ministerio y los presupuestos municipales), y dependiendo de las actividades previstas se espera atraer financiación de otras fuentes (programas operativos de la Unión Europea, etc.).

La concienciación y el reconocimiento de las empresas sociales entre el gobierno, las empresas y las partes interesadas en Bulgaria ha mejorado en los últimos años, como resultado de la implantación del Concepto Nacional de Economía Social en 2011. La definición de las empresas sociales como empresas productoras de bienes y servicios para la Economía de mercado pero asignando parte de sus recursos a la consecución de objetivos sociales y económicos ha permitido integrar a este sector de la Economía social en la Economía general del país con un mayor reconocimiento.

### 3.6.2. LOS ACTORES SOCIALES

De acuerdo con Terziev et al. (2016c), el Concepto Nacional de Economía Social de la República de Bulgaria considera las siguientes formas jurídicas a través de las cuales se desarrolla el emprendimiento social:

1. Organizaciones sin ánimo de lucro que hacen negocios con un fuerte efecto social hacia los miembros de los grupos vulnerables en el sentido más amplio: mejorar sus niveles de vida, empleo, prestación de servicios y/u otras formas de apoyo directo.
2. Empresas propiedad de organizaciones sin fines de lucro cuando los ingresos de las operaciones de la empresa se utilizan para fines sociales.
3. Empresas sociales de acuerdo con la Ley de Integración de Personas con Discapacidad que toman la forma de cooperativas o empresas especializadas de y para personas con discapacidad siguiendo los principios de gobernabilidad transparente y democrática.
4. Cooperativas, pero sólo si cumplen los criterios de las empresas sociales.

A pesar de ello, no hay una forma jurídica específica para la empresa social en Bulgaria. En consecuencia, las empresas sociales adoptan una variedad de formas jurídicas, siendo las tres más comunes las entidades jurídicas sin fines de lucro (NPLE) como son asociaciones y fundaciones, las cooperativas para personas con discapacidad y empresas especializadas para personas con discapacidad. Las empresas sociales pueden clasificarse dependiendo de sus principales características (Terziev et al., 2016b: 66):

Dependiendo del área en la que trabajan, son:

- empresas sociales como proveedores de servicios sociales y de salud;
- empresas sociales como las organizaciones de formación y educativas;
- empresas sociales como empleadores de personas de grupos marginados o personas con discapacidad;
- empresas sociales que se ocupan de la producción y el comercio.

Dependiendo de los grupos objetivo, las empresas sociales están orientadas a:

- personas socialmente desfavorecidas;
- personas con discapacidades físicas o mentales;
- niños y familias en riesgo;
- jóvenes que no están integrados en la sociedad (como los huérfanos);
- minorías étnicas;
- mujeres víctimas de violencia;
- ancianos.

Dependiendo de los objetivos de la empresa social, son:

- de desarrollo económico - mediante la creación de empleo y la creación de riqueza de los grupos destinatarios;
- de integración laboral de personas desfavorecidas o discapacitadas, grupos

marginados;

- de orientación al negocio y emprendimiento;
- de protección social.

Como ya se ha mencionado, la mayoría de las empresas sociales en Bulgaria actualmente están relacionadas con las actividades de las organizaciones no gubernamentales. Las organizaciones no gubernamentales prestan servicios a sus miembros o grupos destinatarios a los que van dirigidos sus esfuerzos. Los servicios pueden ser educativos, consultivos, de asesoramiento para personas de grupos sociales vulnerables, servicios sociales o de salud, asistencia social, servicios médicos básicos, etc.

En la práctica hay organizaciones que realizan una actividad lucrativa y luego utilizan los beneficios de este negocio para financiar actividades en cumplimiento de la misión social de la organización. Otro tipo de organizaciones pertenecientes a empresas sociales proporcionan puestos de trabajo a personas pertenecientes a grupos sociales en riesgo de exclusión, generalmente personas con discapacidades. En los últimos años, particularmente alentadas por la financiación proporcionada por la UE y las organizaciones donantes, se encuentran las ONG que crean empleo y desarrollo de la mano de obra. Se puede identificar a una serie de ONG, cuya principal tarea es justamente esta: crear nuevos puestos de trabajo para determinados grupos sociales que se orientan hacia ellos. A menudo, este modelo se asocia con los denominados "empleos protectores", en los que las empresas sociales emplean a personas con discapacidades. Otro modelo de empresa social es una organización que actúa como intermediarios entre el grupo objetivo, en su mayoría personas con discapacidad, y el mercado. Estas organizaciones crean hábitos de trabajo, ambiente de trabajo y oportunidades para que las personas con discapacidades trabajen, y luego negocian la venta de manufacturas.

En los últimos años se han realizado esfuerzos legislativos y administrativos dirigidos a crear oportunidades para una mayor penetración de las empresas comerciales en el ámbito del emprendimiento social. Algunas empresas privadas, registradas bajo la Ley de Comercio, buscan, además de maximizar los beneficios, proporcionar a grupos en riesgo de exclusión social o con discapacidades. En Bulgaria existe un tipo de empresas sociales, conocidas como de "orientación social" pues están orientadas a los negocios, es decir, su objetivo es el beneficio, pero al mismo tiempo tienen un propósito social. De hecho, tienen la historia más larga de estar en Bulgaria, pero rara vez se clasifican como empresa social.

Para lograr los compromisos del Concepto Nacional de Economía Social se desarrollan criterios de identificación de empresas y organizaciones de la Economía social que podrían servir de base para la creación de un entorno favorable (administrativo y legal) para el desarrollo de las empresas sociales (acceso a la financiación, cláusulas sociales en los contratos públicos, exenciones fiscales, etc.). El Concepto Nacional sirve como un estándar para apoyar el desarrollo de la Economía social y animar a todos los participantes a promover el espíritu de solidaridad social. Dentro de esta idea de promoción el Estado búlgaro introduce la marca "un producto de una empresa social" en un logotipo y un procedimiento para las entidades adjudicatarias, cuyos resultados corresponden a los indicadores establecidos en este concepto. El propósito de la creación de la marca y su aplicación es atraer la atención del público hacia la causa por la cual operan estas empresas con el fin de atraer la participación del consumidor masivo hacia bienes y servicios de tipo solidario. Las empresas de Economía social con la marca asignada son consideradas usuarios de recursos públicos y deben proporcionar información estadística al respecto (Terziev et al., 2016c: 61)

## 3.7. LITUANIA

El fenómeno del emprendimiento social en Lituania es bastante nuevo, pero ya hay trabajo realizado en este campo. El Gobierno dio los primeros pasos en la definición del emprendimiento social para tener una definición de carácter global, pero sigue habiendo fricciones entre la nueva cultura empresarial y las fórmulas más clásicas. En consonancia con Laužikas y Černikovaitė (2011:397), se observan discrepancias que aparecen en los niveles macro y micro. En el marco del sistema nacional lituano de innovación, las prioridades presupuestarias de la República de Lituania contradicen los objetivos establecidos a nivel de la UE: las empresas lituanas están más orientadas al apoyo financiero que a los objetivos sociales. Sin perjuicio de un efecto temporal de la reducción de los costes y la reactivación de los flujos de efectivo, tal enfoque podría poner en peligro el desempeño de la empresa a largo plazo. Como las iniciativas de emprendimiento social son apoyadas y promovidas por proyectos financiados por la Unión Europea, los científicos lituanos han identificado que la demanda de las empresas sociales en Lituania irá en consonancia a la disponibilidad de financiación europea (Moskvina, 2013).



Lituania, como una ex-República Unión Soviética, tiene sus propias tradiciones de integración laboral de las personas con discapacidad a través del trabajo. Como parte de la Economía central planificada, las cooperativas tenían una presencia considerable en algunos países soviéticos. Las empresas de trabajo y formación profesional para discapacitados (discapacitados visuales, sordos) que se establecieron a finales de 1960 también funcionaron con bastante éxito en Lituania independiente. Esas firmas fueron de las primeras que obtuvieron el estatus de empresas sociales cuando la Ley de Empresas Sociales entró en vigor en 2004 (Ley Lituana de Empresas Sociales 2004).

La Ley de Empresas Sociales de Lituania establece la siguiente definición de empresa social: La empresa social es una entidad jurídica de cualquier forma (empresa individual, sociedad anónima, institución pública) que cumple las siguientes condiciones:

- los trabajadores pertenecientes a los grupos destinatarios constituyen no menos del 40% del personal total y el número de tales empleados no es inferior a 4;
- se desarrollen las actividades de desarrollo de las competencias profesionales y sociales y de integración social;
- los ingresos procedentes de las actividades no financiadas de las empresas sociales comprenden no más del 20%.

### 3.7.1. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN

Se han puesto en marcha algunas grandes iniciativas exitosas. El Fondo de Innovación Social fue uno de los pioneros que actuó en el ámbito del emprendimiento social mediante la ejecución de proyectos financiados por la Unión Europea. Las vías de actuación fueron variadas. Así, se realizaron investigaciones en este campo, informando a la sociedad sobre las posibilidades de

emprendimiento social, mediante la formación de jóvenes y otros grupos destinatarios sobre el emprendimiento social. El Fondo de Innovación Social es uno de los causantes del cambio en este campo en Lituania lo que revirtió la situación en un corto período de tiempo en Lituania, propiciando cambios drásticos pero positivos.

Los científicos lituanos propusieron un modelo que consiste en la lógica de la creación de valor, la arquitectura interior y el contexto (Šalkauskas, Dzemyda, 2015), argumentando que hay falta de investigación en el área y que existen varios modelos por implementar (Laužikas y Černikovaitė, 2011). Sin embargo, el principal factor impulsor del cambio no son las autoridades públicas, sino que es el propio empresario social (Adomaviciute et al., 2012), pero la preocupación por el desarrollo de las iniciativas de emprendimiento social debe provenir de distintas partes interesadas, buscando beneficios a largo plazo y obteniendo sinergias.

Aunque se afirma que el espíritu empresarial social es un fenómeno insuficientemente investigado en Lituania, ya se han realizado algunos trabajos científicos al respecto. El principal problema señalado en estos estudios es que “las investigaciones sobre la actividad de las empresas sociales muestran que la Ley de Empresas Sociales anima insuficientemente a los empresarios a tomar iniciativas” (Simanavičienė, 2007), como se indica en los resultados de la investigación llevada a cabo en 2007 y aún presente hoy día, en 2017. Los beneficios que el emprendimiento social trae a la sociedad están claramente indicados en la bibliografía especializada y las estadísticas de los países extranjeros las confirman, así como el hecho de que la Unión Europea presta mayor atención al emprendimiento social (Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Lituania, 2012). No obstante, la falta de información, la falta de un acuerdo compartido sobre las definiciones del emprendimiento social y las cuestiones de un marco legal insuficiente plantean una pregunta sobre si el marco de desarrollo de la Economía social en Lituania es suficiente.

### 3.7.2. LOS ACTORES SOCIALES

El empleo de grupos vulnerables es un objetivo clave de las empresas sociales en Lituania. El análisis de los mecanismos de integración del trabajo en las empresas sociales lituanas demostró que en la estructura de los servicios de empleo para los grupos vulnerables de la población se puede definir como una creación permanente de empleo subvencionado para las personas con discapacidad.

Según Moskvina (2013: 52), las evidencias de la investigación no permiten llegar a la conclusión de que las empresas sociales en Lituania contribuyan a una competencia de mercado más eficiente. En primer lugar, el número de las empresas sociales y los campos de sus actividades suponen un margen muy reducido en la estructura de la Economía lituana. En segundo término, la forma de apoyo estatal que reciben en muchos casos los eleva por encima de la competencia, proporcionando ventajas competitivas. Además, existe un pequeño espacio para que las empresas sociales compitan con las instituciones y organizaciones estatales y municipales en el campo de los servicios sociales y comunitarios, ya que la proporción de proveedores privados y no gubernamentales es menor.

En general, las empresas sociales lituanas reinvierten el beneficio a las necesidades de la empresa, aunque una parte de las empresas con baja productividad no obtiene ganancias ni obtiene ganancias menores, por lo que la cuestión del rendimiento del capital no es relevante para ellas. Con pocas excepciones no existe un mecanismo arraigado para rendir cuentas de las empresas sociales. Sólo las empresas sociales que operan en estrecha colaboración con las ONG que representan a las personas con discapacidad llevan a cabo esa práctica. Los

principios de la gestión democrática también se descuidan muy a menudo.

Una clara orientación hacia actividades de integración laboral y una gama muy estrecha de actividades vocacionales para ofrecer a los grupos desfavorecidos sugieren que el nivel de innovación es bajo en las empresas sociales lituanas. Aunque se pueden enumerar algunos ejemplos sobresalientes como las empresas sociales que proporcionan actividades de investigación o telemarketing, cabe mencionar que sólo unas pocas empresas sociales prestan servicios sociales a los miembros de las comunidades locales, mientras que la proporción de las empresas que buscan satisfacer las necesidades de determinados grupos de la sociedad (discapacitados, ancianos, padres solitarios, comunidades de migrantes, etc.) o para mejorar las condiciones dentro de la comunidad local es mayor, aunque no suficiente. Otra característica distintiva de las empresas sociales lituanas es la ausencia de trabajo voluntario. Las razones principales son la falta de tradición y la pobre base legislativa para el trabajo voluntario, así como la reticencia de las empresas sociales.

## 4. EXPERIENCIAS INSPIRADORAS PARA COMBATIR EL DESEMPLEO JUVENIL

Un estudio sobre el emprendimiento social como estrategia para superar el desempleo juvenil no tiene por objeto sólo responder a las preguntas académicas, sino que también es una labor que nos lleva a la búsqueda esas prácticas innovadoras que nos acerquen a un nuevo modelo económico. Comentábamos anteriormente, podemos entender el emprendimiento social como aquellas acciones, procesos o actividades llevadas a cabo cuyo objetivo principal es la consecución de un fin o valor social en una comunidad, de tal modo que generen soluciones (innovadoras o no) a un problema social. El emprendimiento social genera soluciones mediante productos/servicios o en el propio modelo de negocio que dan respuesta al problema de partida. Por tanto, en los emprendimientos sociales encontramos presentes los siguientes elementos:

- La fuerza impulsora de la actividad es la misión social.
- El objetivo es generar impactos sociales positivos en una comunidad o territorio.
- Se atiende a necesidades no cubiertas o sólo parcialmente por otras alternativas.
- Tiene un enfoque emprendedor importante y cuenta con conocimientos y herramientas del mundo empresarial.
- Surge a partir de cualquier sector de la sociedad (gubernamental, público, privado, civil o sin fines de lucro) y puede tener diversas formas legales que dependerán, del contexto del país en el que surja y de la conveniencia de una forma jurídica u otra.

Dentro de todo emprendimiento social algunas experiencias destacan por su carácter innovador o a veces por su sencillez y efectividad. En este capítulo vamos a explorar estas iniciativas, viendo qué elementos hacen a un emprendimiento social una buena práctica inspiradora y analizando algunas de estas mismas iniciativas atendiendo a las realidades múltiples de los países objeto de este estudio.

## 4.1. ¿QUÉ ESTRATEGIAS INSPIRADORAS PARA EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL?

Entendemos como una experiencia inspiradora de emprendimiento social toda aquella experiencia emprendedora, programa o proyecto que se guía por principios y objetivos sociales, utiliza determinados procedimientos que se adecuan a los principios de la Economía social y arrojan resultados positivos, son eficaces y útiles, para la solución de los problemas concretos detectados en los colectivos o en los territorios a los que se dirige. Por lo tanto una experiencia inspiradora de emprendimiento social debe tener en consideración los criterios de calidad y eficiencia, no únicamente en la gestión de procedimientos, sino principalmente en la satisfacción de las necesidades o solución de problemas de un colectivo o territorio concreto.

El emprendimiento social emerge como respuesta a una situación social que es necesario modificar o mejorar. Ante una necesidad relevante a nivel social, el emprendedor social busca darle una respuesta que encaja dentro de los principios y valores que responden a una visión de la organización que emprende y que se enmarca en el contexto de la Economía social. La buena práctica de emprendimiento social incorpora estrategias de sostenibilidad económica, social y, en algunos casos, medioambiental para propiciar su supervivencia a lo largo del tiempo. A este factor de buen hacer se añade su capacidad de inspirar nuevos modelos para futuras experiencias bien porque sistematizan los procesos y los resultados de las acciones que o bien porque, mediante una evaluación continua y un proceso de innovación en la acción, dan pie para una implementación en otros contextos y coadyuvan a una mejora continua.

Recoger e identificar experiencias inspiradoras de emprendimiento social permite conocer modelos que actualmente están desarrollándose en los países que implican al proyecto YounGO y que tendrían capacidad de ser replicados. En primer lugar, queremos mostrar el impacto que estas experiencias inspiradoras han producido en sus territorios. Por otro lado, recoger experiencias de emprendimiento social exitosas pone en valor el trabajo, el conocimiento adquirido y los aprendizajes que permiten generar conocimiento válido empíricamente, transferible y útil. De esta manera, se visualizan procedimientos que pueden servir de modelos para otras organizaciones y aplicarlos de manera más amplia replicando el modelo o adaptando y trasladándolo a otros contextos para promover nuevas ideas, sugerir adaptaciones y proporcionar una orientación sobre la forma de intervención en las comunidades. Estas prácticas inspiradoras de emprendimiento social pueden servir para mejorar la calidad de vida de los habitantes, así como aumentar la empleabilidad de colectivos muy afectados como es el colectivo joven. En definitiva, dar a conocer experiencias inspiradoras de emprendimiento social pueden ser un estímulo para:

- Compartir y transferir el conocimiento y la experiencia a través del aprendizaje entre los agentes implicados de la Economía social.
- Aumentar el grado de conciencia de los decisores políticos de todos los ámbitos, las instituciones públicas, las organizaciones de cualquier tipo, el sector empresarial y el público general sobre las posibles soluciones a problemas de tipo social, económico y ambiental.
- Mejorar la política pública basándose en lo que funciona y aprovechar estas experiencias para acortar las distancias entre países, producidas por las distintas velocidades en el desarrollo de políticas públicas que favorecen el emprendimiento social.

## 4.2. YOUNGO, UNA APUESTA INNOVADORA POR LA EMPLEABILIDAD JUVENIL



La primera de las experiencias inspiradoras que presentamos es la misma que alumbró este estudio. YounGO es un proyecto colaborativo que fomenta el fortalecimiento de capacidades y competencias de la gente joven. Reúne a siete organizaciones sociales y académicas que trabajan en el ámbito de la juventud en el marco europeo, concretamente en España, Rumania, Italia, Grecia, Lituania, Bulgaria y Eslovaquia. Su objetivo es mejorar su trabajo y dedicación en el campo del emprendimiento social y la participación juvenil haciendo especial hincapié en los siguientes elementos:

- Aprender y crear nuevas metodologías para el emprendimiento social con el objetivo de generar nuevas oportunidades en la población joven.
- Formar a entidades y jóvenes implicados en una metodología de trabajo que fomenta la mentalidad y las capacidades emprendedoras de la juventud europea con un enfoque social.
- Promocionar e implementar iniciativas y proyectos creativos liderados por jóvenes que fomenten el empleo y autoempleo, generando a su vez un valor añadido y beneficio en su entorno social más cercano desde la adquisición de nuevas competencias y habilidades para su empleabilidad.
- Reforzar la cooperación entre entidades sociales, académicas y empresas, para el intercambio y la implementación de prácticas innovadoras que fomenten el emprendimiento social en la juventud.

### 4.2.1. JOVESOLIDES Y LA RED CREATIVA



**Jovesolides España** es el promotor del proyecto. Su labor se centra en la promoción de la innovación y el emprendimiento social entre los jóvenes. En el marco del proyecto YounGO, Jovesolides ha sido la entidad coordinadora de todas las acciones enmarcadas en la promoción y fortalecimiento de capacidades en torno al emprendimiento social juvenil. Jovesolides ha sido la entidad gestora de esta red europea de socios, al mismo tiempo que ha sido la promotora de la creación de la Red CreActiva, donde coordina esta suma de esfuerzos, proyecciones y acciones.



La **Red CreActiva** es un espacio de encuentro para compartir y transferir conocimiento y nuevas prácticas en materia de emprendimiento e innovación social mediante metodologías innovadoras que permitan a entidades y personas jóvenes promover un impacto social positivo. En la Red CreActiva confluyen entidades sociales, colectivos, administraciones, plataformas y ONGs que quieren compartir y coordinar sus acciones en el marco del emprendimiento e innovación social como estrategia para fomentar la empleabilidad juvenil, la creatividad y alternativas socioeconómicas de

participación social, desde una visión inclusiva y participativa. En el seno de la red se produce el intercambio de buenas prácticas, el desarrollo de conocimiento, además del trabajo sinérgico siempre con miras a generar impactos positivos en el entorno.

A la Red CreActiva se han sumado gente emprendedora, empresas sociales, asociaciones, colectivos, organizaciones no gubernamentales, ayuntamientos y personas particulares interesadas por el Emprendimiento y la Innovación Social. De esta manera se constituye una red abierta particulares interesados en el emprendimiento e innovación Social con el objetivo de compartir las acciones realizadas y las experiencias para generar alternativas socioeconómicas de participación social que fomenten el empleo joven y la creatividad.

La Red CreActiva es un espacio donde poder poner en común no solo lo aprendido, las experiencias, sino también la proyección del emprendimiento e innovación social. Para ello se basa en una serie de principios y valores que la inspiran:

- Creatividad e innovación social. La red cree en la aplicación de la innovación social en los procesos de aprendizaje, de creación, construcción colectiva, valorando su potencial para desarrollo de capacidades y búsqueda de nuevas formas de hacer y de pensar.
- Intercambio y aprendizaje continuo. La red CreActiva fomenta la generación de espacios para compartir, dinamizar y fomentar el emprendimiento social e innovación. Creemos en la formación y construcción colectiva como herramientas clave materializadas en nuestras mesas de incidencia, laboratorios, encuentros y foros participativos.
- Trabajo en red e internacionalización. El trabajo de la red se centra en la suma de habilidades, capacidades trabajando desde la sinergia entre las entidades que la conforman, buscando objetivos comunes. La red se inicia en España pero el objetivo es involucrar también a entidades, administraciones, asociaciones, etc. vinculadas o interesadas en temática de emprendimiento e innovación social de otros países europeos y de otros continentes, para consolidar así su presencia a nivel internacional.
- Multidisciplinaridad y diversidad. La red se quiere consolidar como un grupo multidisciplinar donde identificar fortalezas, complementar esfuerzos y tener presencia y la visión de diversos agentes sociales que desde la diversidad cooperen para fines comunes.
- Participación. Como red CreActiva es una estructura abierta a compartir el conocimiento, a la participación, colaboración, contribución y construcción colectiva de resultados desde la sinergia y trabajo en equipo de entidades, ONGs, administraciones, empresas, particulares que demuestren su motivación por ser parte de esta estructura red.
- Liderazgo comprometido. La red apuesta por la capacidad de las personas para aportar valor a lo que hacen, generando nuevas formas de combatir la pobreza desde el impulso del emprendimiento como forma de creer en los retos personales. Apoyamos por tanto a las personas en sus propias metas.
- Sensibilización y conciencia social. La Red promociona, genera, diversifica y da difusión a buenas prácticas de emprendimiento social e innovación que promocionen especialmente la empleabilidad de la juventud en riesgo, comenzando por el contexto más cercano pero pudiendo ser experiencias replicables más allá. El objetivo es crear eco de las acciones, propuestas y avances emprendidos, así como compartir lo aprendido en colectividad con los agentes decisores en política y sociedad que puedan tomar medidas favorables a la juventud con retos sociales.
- Transformación social. Desde esta red se pretende contribuir a un cambio global buscando consolidar formas de hacer más sostenibles, justas, equitativas, creativas, basadas en el talento humano y el trabajo cooperativo.

## 4.2.2. LOS SOCIOS DEL PROYECTO

El proyecto YounGO, creado por Red Creativa y la organización Jovesolides cuenta con la financiación de la Unión Europea desde el programa de Erasmus+, Además de las entidades promotoras, participan un total de siete entidades sociales: Eurocultura, desde Italia; el Institut of EntrepreneurshipDevelopment, de Grecia; SlovakUniversity of Technology in Bratislava (STUBA), desde Eslovaquia; Social InnovationFund, de Lituania; NationalManagmentSchool, desde Bulgaria, y Asociatia Centrul Europeanpentru Integrare Socioprofesionala ACTA Center, de Rumania.



**EUROCULTURA** es la organización italiana que compone el equipo del proyecto. Esta entidad promueve la investigación, capacitación y asesorías, y la mejora de la empleabilidad de la población joven, las mujeres y los trabajadores/as en riesgo de exclusión social; y en este proyecto desarrollará acciones de formación y difusión de metodologías innovadoras del emprendimiento social juvenil en Italia.



El **Institute of entrepreneurship development (IED)** es el socio griego. Esta organización fomenta la generación de ambientes y espacios que propicien la iniciativa empresarial, la investigación y el espíritu emprendedor. En este proyecto ha realizado acciones de formación y difusión de metodologías innovadora en emprendimiento social juvenil en Grecia.



La **SlovakUniversity of Technology in Bratislava (STUBA)** es la organización eslovaca que compone el partenariado. Esta Universidad apoya la iniciativa empresarial mediante la aplicación de herramientas de innovación social. En este proyecto ha emprendido acciones de formación, investigación y difusión de metodologías innovadoras en emprendimiento social juvenil en Eslovaquia.



El **Social Innovation Fund** es el socio en Lituania. Ofrece apoyo a diversos colectivos de personas adultas, especialmente a mujeres, desde su conocimiento en diseño, organización y desarrollo de actividades de aprendizaje para la empleabilidad. En este proyecto su tarea ha sido el desarrollo de acciones de formación y difusión de metodologías innovadora en emprendimiento social juvenil en Lituania.



La **National Management School** de Bulgaria es otro de los socios del proyecto. En su trabajo cotidiano esta institución educativa promueve la iniciativa empresarial y gestiona formación extracurricular y de estudios de post-grado, orientación profesional, formación de recursos humanos y formación permanente. En el marco de este proyecto ha llevado a cabo acciones de formación y difusión de metodologías innovadora en emprendimiento social juvenil en Bulgaria.



Por último, **Asociatia Centrul Europeanpentru Integrare Socioprofesionala (ACTA)** es el socio rumano del proyecto. Esta organización promueve la aplicación de nuevas tecnologías innovadoras para fomentar el espíritu emprendedor para la inclusión social. Además de proporcionar información sobre la realidad de su país, hecho que han realizado todas las organizaciones socias, en este proyecto ha desarrollado acciones de formación y difusión de metodologías innovadoras en emprendimiento social juvenil en Rumania.

### 4.2.3. LAS ACCIONES DEL PROYECTO

A lo largo de este proyecto se han realizado múltiples acciones en un rango amplio de opciones, que van desde este mismo estudio a talleres con jóvenes, a un foro de encuentro o el desarrollo de metodologías innovadoras para fomentar el emprendimiento social entre los jóvenes.

#### 4.2.3.1. YOUNGO FORUM

A finales de marzo Jovesolidés celebró el *YounGOForum*, un encuentro que reunió a los socios del proyecto YounGo. El objetivo principal de éste fue darles a conocer las principales tendencias en emprendimiento e innovación social a nivel mundial, aproximarse al tejido emprendedor de la Comunidad Valenciana y evaluar la evolución del proyecto. Los primeros días de la reunión las personas participantes asistieron al III Foro Internacional de Innovación Social, un escenario para observar las últimas tendencias en innovación social, y también para entrar en contacto con otros proyectos innovadores que se están ejecutando en el resto del mundo. En este encuentro participaron dos representantes por país de cada entidad social más un joven de los que han participado en los laboratorios.



Durante el encuentro se dedicó un espacio importante de tiempo a la evaluación del punto actual en el que se encuentra el proyecto, y se repasaron las principales claves del mismo, teniendo muy presente que el fin primordial de esta cooperación europea es resolver el reto del desempleo juvenil. Por ello en el proyecto se hace especial hincapié en agitar el talento de la gente joven, así como facilitarles metodologías que les permitan cambiar para mejorar el mundo.

En la reunión, que se extendió 5 días, del 29 de marzo al 3 de abril se recogieron ideas para multiplicar el impacto del material intelectual generado durante el proyecto, como es la guía metodológica y de estudio del emprendimiento social, el vídeo realizado por cada país participante y la creación de un espacio web. Además se dieron a conocer prácticas inspiradoras ejecutadas en la Comunidad Valenciana. Conocieron de cerca Socialnest y Wayko, ambos dos espacios de coworking especializados en albergar proyectos de carácter social.

Desde Socialnest se impulsan empresas sostenibles interesadas en tener un impacto social, y con su trabajo diario intentar dar respuesta a todas las dudas de la persona emprendedora que comienza a trabajar su proyecto. Desde Wayco se mantiene un espacio multidisciplinar, referente en la ciudad, y que es punto de encuentro de profesionales y pymes de distintos sectores, y en el que interactúan y colaboran para hacer crecer sus proyectos.

#### 4.2.3.2. TALLERES

Durante el transcurso del proyecto se ha formado a más de 120 jóvenes en emprendimiento social a través de la metodología Solución Creativa de Problemas sociales (SCPS), diseñada por Jovesolidés. Se trata de la aplicación de una disciplina sencilla que se trabaja desde la comunicación colectiva y es accesible para cualquier persona. Su fin último es la generación

de ideas para el cambio. También se trabaja la empatía para crear proyectos inclusivos y se rompen los estereotipos que limitan la creatividad. Los jóvenes acuden a estos talleres con o sin proyecto social, pero con un gran entusiasmo por aprender y participar en los cambios que puedan mejorar su entorno. Los laboratorios pretenden ser un espacio para favorecer el redescubrimiento personal y el talento que cada persona tiene". La idea es convertirse en una fórmula que quite los miedos para lanzarse a emprender.



Los talleres suelen estar organizados para grupos de 20 plazas a jóvenes que quieran aprender técnicas de creatividad, metodologías innovadoras, y las más novedosas técnicas de comunicación audiovisual para poner en marcha una idea. El rango de edad que se trabaja es el de jóvenes de 18 a 30 años, con inquietudes o ideas sociales, inspirados en ser agentes activos del cambio social. Durante los talleres se anima a jóvenes a generar alternativas y propuestas personales dirigidas a generar un impacto positivo en su localidad. Se publican las tres mejores ideas en el cuaderno de Buenas Prácticas YounGO, de carácter europeo. También se busca aportar a jóvenes la oportunidad de emprender socialmente, mediante técnicas y herramientas innovadoras y actuales desde espacios de colaboración, así como promover la inquietud y las habilidades de cambio, liderazgo y creatividad en los jóvenes.

Junto a estos talleres con jóvenes se ha realizado una formación para 20 profesionales del ámbito social, empresarial o de la administración pública en técnicas de creatividad e innovación social para poner en marcha con metodologías de innovadoras iniciativas que generen impacto social. Este taller iba dirigido a entidades sociales, administración pública, o agrupaciones que quieran desarrollar esta actividad de formación-acción en su equipo humano y con motivación por el cambio, por aprender y compartir la innovación social como proceso colectivo para generar impactos positivos. Durante el taller se fomentó la cultura de la innovación social en el tercer sector y la administración pública, se facilitó a entidades sociales y administración pública herramientas para superar retos sociales reales desde la innovación y la creatividad, se crearon espacios de colaboración entre profesionales del tercer sector y el funcionariado de la administración pública, buscando sinergias y soluciones a realidades comunes.

Por su parte, estos Labs que sensibilizan a jóvenes en la importancia del emprendimiento social como motor de cambio han tenido sus réplicas en otros países. Desde otros puntos de Europa llegan jóvenes a los labscreactiva de YounGO. Algo que se repite en Rumania, Italia, Grecia, Bulgaria, Lituania, República de Eslovaquia, junto a España los siete países europeos que forman parte del proyecto.

## 4.3. HACIA UNAS EXPERIENCIAS INSPIRADORAS PARA AUMENTAR LA EMPLEABILIDAD DE LOS JÓVENES

Hasta ahora hemos detallado experiencias inspiradoras en el contexto español. En las próximas líneas exploraremos otras experiencias realizadas en otros países europeos y que pueden ser de interés para conocer nuevas realidades que son exportables a otras realidades.

### 4.3.1. ESPAÑA

Descubre es la primera de las experiencias que destacamos para España. Es el punto de encuentro de personas con discapacidad que buscan soluciones para mejorar su calidad de vida, donde encuentran el poder de escoger. Es un marketplace de productos y servicios para esta comunidad. Descubre ofrece a las personas con discapacidad y/o diversidad funcional y las personas mayores una solución transparente, sencilla y eficiente para buscar, comparar y elegir el producto o servicio que necesitan, poniendo en contacto oferta y demanda en su plataforma online. De este modo, personas, familias y colectivos de personas con discapacidad y/o diversidad funcional, ahorran tiempo y dinero. Descubre se constituyó en enero de 2015 y ya cuenta con más de 5.000 usuarios registrados, más de 700 empresas registradas, más 2.500 presupuestos recibidos, más de 60.000 visitas a la web por mes y 310.000 seguidores en redes sociales.

El proyecto WhatsCine surge en el año 2013 con la colaboración de dos organizaciones españolas, WhatsCine y la Universidad Carlos III de Madrid. Ambas instituciones pretenden eliminar la brecha y las grandes dificultades, que algunas personas tienen a la hora de disfrutar del ocio cultural, principalmente del cine y de la televisión. Para poder llevar a cabo estos fines y misión, se ofrece la primera tecnología capaz de acercar el ocio cultural a las personas con discapacidad audiovisual, y de una manera inclusiva, es decir sin interferir con el resto de espectadores. Aplicando esta tecnología, se ha desarrollado una solución de software a medida, única a nivel mundial, que permite integrar en la misma aplicación, gratuita para el usuario, tres sistemas de accesibilidad: audiodescripción, subtítulo adaptado y lengua de signos española. Este software se maneja tan sólo mediante un simple smartphone o tablet. Además, también permite incluir idiomas adicionales y V.O (versiones originales), con lo que se amplían las posibilidades ya descritas, hacia otros fines y funciones diferentes y variadas. Gracias a esta solución, se reduce la brecha digital, fomentando la inclusión, el ocio compartido y el acceso para todos a la cultura en igualdad.

Q'omer, que en quechua significa "hoja verde", es una empresa social de base tecnológica que provee materias primas procedentes de la Biodiversidad Nativa Latinoamericana (Amazonas y Andes) y ofrece asesoría a empresas y centros de investigación para elaborar alimentos y bebidas, cosmética, complementos dietéticos e insumos agrícolas. Su fin es la promoción de la salud pública y el bienestar de la población mediante productos naturales, saludables, seguros y sostenibles, y asegurando a su vez un comercio justo y una sostenibilidad económica, social y medioambiental con los países de origen.

Empresa de base tecnológica altamente especializada, Q'omer facilita soluciones integrales para la elaboración de productos innovadores destinados a la salud y la promoción del bienestar

de las personas. A través de un alto componente de innovación tecnológica, Q'omer B.I. provee de ingredientes bioactivos de excelente calidad y servicios de consultoría técnica. Aplican un modelo de negocio sostenible e inclusivo a través de una cadena de suministro responsable, y un marco ético integrado.

Su misión es contribuir a la salud y el bienestar de las personas a través de un conocimiento científico y técnico en biotecnología, se facilita el acceso a ingredientes naturales, eficaces, saludables, seguros y sostenibles ideales en la elaboración de productos de consumo que mejoran la salud y el bienestar de la población.

La necesidad de aprovisionamiento estratégico se resuelve desde fuentes sostenibles; nuestra cadena garantiza la procedencia y obtención de productos aplicando el criterio de Ciclo de Vida de los productos. Para ello se sirven de un conocimiento altamente cualificado que permite aplicar conocimiento e información científicamente contrastada sobre la presencia y actividad funcional de los Ingredientes bioactivos y productos Naturales. Esto lleva a una inversión importante en desarrollo e innovación agroalimentaria mediante la puesta en marcha de modelos de investigación, desarrollo e innovación desde la biotecnología. Se asegura la presencia de compuestos bioAativos en productos de consumo, así como su actividad biológica positiva sobre la salud y el bienestar.

Por último, esta empresa social mantiene un enfoque ético, promoviendo prácticas de conservación y uso responsable de los recursos naturales con criterios de sostenibilidad ambiental, económica y social. Además se trabaja bajo los criterios del respeto, equidad y conservación con los agricultores y comunidades nativas.

## 4.3.2. GRECIA

La primera de las experiencias griegas se llama Yiam. Es una empresa social ubicada en una ciudad rural cercana a Larissa, que vende productos artesanales. Comercializa productos como mermeladas, salsas, conservas y encurtidos a través de una tienda electrónica que maneja el propietario. La empresa explota una fuente única y de alta calidad de frutas locales con el fin de crear y vender productos exquisitos, teniendo hasta ahora su propia clientela fiel.

La propietaria de Yiam declara que es una "madre graduada y ama de casa". Sostiene que "no hay mejor escuela para la gestión de negocios que la de criar a los niños". Esto le ha ayudado a desarrollar habilidades de comunicación muy útiles, así como desarrollar y hacer crecer su inteligencia emocional. Para esta empresaria social, la Economía doméstica es esencial no sólo en el hogar, sino también en una empresa. "Una buena ama de casa es un empresario perfecto", afirma. Comenzó el proyecto hace 13 años, mediante la cocción de productos que ya hacía en casa para la familia empleando sus propios productos agrícolas. "Nunca vendería algo que no quisiera comer", es uno de sus lemas. De esta manera esta empresa social es una fórmula de autoempleo que se basa en los métodos tradicionales de preparación, pero con una comercialización a nivel global a través de las nuevas tecnologías. Así se preservan los métodos tradicionales de preparación de alimentos, pero adaptados a los mecanismos de comercialización modernos.

Por otra parte, la Cooperativa de Mujeres Sociales Livadi, con el nombre de "O Sofras", fue fundada en 2002 con el fin de destacar y aprovechar la excelente calidad de los productos locales. La ubicación de la asociación se encuentra en la aldea Livadi, cerca de la montaña

Olimpo en Tesalia. En la difícil tarea de fundar la cooperativa, las mujeres-miembros fueron subvencionadas por la OAED y el Ministerio de Desarrollo Rural y Alimentación. La Cooperativa de Mujeres Sociales de Livadi, desde el inicio de sus operaciones hasta hoy día, desarrollan actividades que abarcan todo el espectro de producción, procesamiento y comercialización de productos agrícolas. Así, esta cooperativa da empleo a un colectivo, el de la mujer rural, con problemas de inserción laboral. El fomento del espíritu empresarial social se considera una de las soluciones para reducir el desempleo juvenil en Europa y ésta es una de las vías por las que ha optado la Cooperativa Livaldi, que agrupa a un colectivo que no suele organizarse ni estar en posición de empoderamiento.

La crisis económica a la que se enfrenta Grecia, al margen de todas las condiciones negativas que crea, también puede aportar ideas empresariales innovadoras y productivas que tienen su base en la cooperación local. Una de esas ideas fue realizada cuando se fundó la cooperativa social de mujeres "Drymos". Artes y recetas del pasado basadas en la tradición han sido rescatadas por esta iniciativa. Se dedica a la comida, confitería y ropa tradicionales. Esta cooperativa social está compuesta por mujeres del área de Drymos. El resultado es la producción y comercialización de productos tradicionales de alta calidad con un gran éxito en el mercado local así como en el mercado de la mayor ciudad de la prefectura (Larissa). Para la producción de todos los productos, se utilizan materias primas locales que se unen a un producto final utilizando la técnica "única" de las mujeres miembro de la cooperativa social. Los principales productos que la cooperativa está vendiendo son confitería tradicional, tartas tradicionales, bebidas tradicionales, ropa hecha a mano, productos lácteos y hierbas locales. Los principales objetivos de la cooperativa social son:

- Revivir y mantener viejas recetas tradicionales, artes y metodologías de producción.
- Aumentar los ingresos de las mujeres - miembros de la cooperativa.
- Para mantener los edificios históricos y sitios de Drymos.

De esta manera, esta Cooperativa pone sobre la mesa varios objetivos al mismo tiempo. Por un lado, rescata y hace pervivir tradiciones que se hallan en riesgo de desaparecer con la estandarización de procesos propios del proceso de globalización actual. Por el otro, proporciona empleo a un colectivo muy dañado económicamente, que ve así no sólo un espacio de desarrollo económico, sino de empoderamiento.

### 4.3.3. ESLOVAQUIA

Bylinkolaha sido establecido por jóvenes con el objetivo de llevar algo nuevo al mercado eslovaco. Bylinkola se centra actualmente en el desarrollo y la producción de una bebida no tradicional de cola sin alcohol, así como su promoción, distribución y ventas. La idea principal era crear algo especial, sabroso y sano que sería similar pero al mismo tiempo diferente a la bebida tradicional de cola. Los emprendedores mezclaron la bebida tradicional de cola con hierbas y crearon una bebida sabrosa y natural. Mediante Bylinkola se estableció una cooperación entre jóvenes, que llevaron al empleo de estudiantes y otros grupos en riesgo de exclusión. Así, esta iniciativa da empleo a una parte de la población con especialmente afectada por el desempleo.

Los jóvenes empresarios utilizan el potencial y la creatividad de los jóvenes, lo que les ayuda a construir un buen nombre de empresa. El principal objetivo de la actividad empresarial de Bylinkola es la viabilidad, la creación de beneficios sostenibles, la promoción del producto eslovaco casero de alta calidad producido de acuerdo con la receta tradicional e innovadora y

la creación de puestos de trabajo para los jóvenes desfavorecidos mercado. De esta manera esta iniciativa aúna la innovación y la audacia en darle la vuelta a un producto tradicional y establecido con un ambiente joven.

## 4.3.4. ITALIA

En Italia destacamos la Cooperativa Alinsieme, localizada en Vicenza. La Cooperativa Alinsieme da respuestas concretas a los problemas de los jóvenes, sus familias y las comunidades en las que viven. Apoya a niños y jóvenes y fomenta su autonomía. Cuida a la gente y trabaja por mejorar su bienestar. La Cooperativa Alinsieme es un grupo de profesionales que provienen de diferentes orígenes, pero buscan ofrecer servicios eficaces combinando profesionalidad y salarios justos y sostenibles. Algunos de los servicios ofrecidos son:

- Afterschool: espacios educativos para aprender a estudiar metódicamente y de una manera divertidos. Se busca el estudio colectivo como medio para mejorarlo.
- Laboratorio DSA: profesionales muestran caminos para tratar trastornos específicos del aprendizaje.
- Ri\_abilitare: se ofrecen tratamientos de fisioterapia, terapia del habla, psicomotricidad, neurorehabilitación, artoterapia.
- Psicología: se ofrece asesoramiento y apoyo psicológico para ayudar a la gente en cuestiones diversas.
- Centro de Jóvenes Riviera Berica: centro juvenil gestionado bajo acuerdo con el municipio de Vicenza.

En el caso de la Cooperativa Alinsieme, nos encontramos ante un grupo de profesionales que desarrollan un modelo de negocio que busca ser sostenible y profesional, al mismo tiempo que ofrece un amplio catálogo de servicios en la comunidad en la que trabaja.

## 4.3.5. BULGARIA

La Red de Casas Paneras crea y une centros para la construcción de lazos en la comunidad, el apoyo a la creatividad y el emprendimiento social. Tiene la misión de inspirar a las personas y comunidades de todo el mundo a descubrir y desarrollar su potencial creativo y cooperar en todas las edades. Respeta los antecedentes étnicos a través de la panificación colectiva y acompañando las formas de arte y la educación ecológica sostenible.

La visión de la Red de Panaderías basa la cohesión social en la simplicidad: los métodos de panificación colectivos y el conocimiento que se ha probado a lo largo del tiempo y cuyo desarrollo ha demostrado ser formas eficientes y creativas de construir relaciones y mejorar la vida de las personas. De esta manera se busca la realización colectiva donde cada individuo realiza su aportación al conjunto. Para ello destacan que:

- el pan caliente le gusta a todo el mundo;
- la panadería (trabajar con masa) se disfruta como un arte que se asemeja a la escultura;
- la panificación no requiere conocimientos especiales;

- la panificación no se limita al género, edad, profesión o herencia étnica, uniendo a jóvenes y viejos, ricos y pobres, extraños y amigos.

Las Casas de Pan son tanto lugares físicos como programas educativos y de construcción de comunidad dirigidos por personas entrenadas para hospedar en otros lugares (centros comunitarios, escuelas, iglesias, etc.). Así estas casas están presentes tanto en centros culturales comunitarios como en empresas sociales panaderas. En estos encuentros se fomenta el diálogo interreligioso, la cooperación entre las diferentes generaciones y los grupos profesionales y étnicos, ya que todos los participantes amasan juntos alrededor de la misma mesa. Con esta iniciativa, se persigue tanto la sostenibilidad como la generación de beneficios culturales a través de la actividad con gente de todas las edades.

Otra iniciativa es la Fundación Listen Up. Su misión es eliminar las barreras entre los sordos y la sociedad. El puente que están construyendo es una plataforma en línea para la retransmisión de video, conversación de texto y subtítulos en tiempo real sobre servicios de demanda. Esto da a las personas sordas y con dificultades auditivas la oportunidad de comunicarse libremente, de tener acceso a información, educación a la par que fomenta su desarrollo profesional.

El mundo de los sordos es poco conocido por la sociedad en general, pero resulta muy diverso. La cultura sorda, junto con un lenguaje de signos propio, no es muy visible por lo que esta Fundación busca ampliar su conocimiento en la sociedad búlgara. Su objetivo principal es mejorar la vida de las personas sordas en Bulgaria para que tengan una vida buena, satisfactoria y feliz. A este respecto, un aspecto importante de su misión es el esfuerzo por cambiar la actitud y desafiar los conceptos erróneos, las actitudes de la sociedad hacia los sordos, para que se acepten su cultura y lenguaje, así como las actitudes de la comunidad sorda, de manera que las personas sordas ganen confianza para participar plenamente en la vida social. Con su labor pretenden cumplir el objetivo de construir un puente entre las personas sordas y con dificultades auditivas y la sociedad, ofreciendo una gama de servicios innovadores de comunicación e información.

Ideas Factory es otra de las iniciativas búlgaras que destacamos. Esta organización fomenta la auto-expresión como base para la generación de múltiples comunidades empoderadas, creadoras de su propio destino y no como consumidores. Se persigue desarrollar personas que estén dispuestas y sean capaces de tomar decisiones activas sobre su futuro y que creen ese futuro juntos. La misión de la fábrica de ideas es utilizar enfoques innovadores para despertar el potencial de cambio social de cualquier persona que esté dispuesta a convertirse en un "fabricante". Sus herramientas son la educación no formal, la creatividad y la creación de redes de personas impresionantes que pueden cambiar las cosas a su alrededor.

#### 4.3.6. LITUANIA

La primera de las experiencias lituanas que presentamos se llama "GoodMindMagic". Esta ONG está implicada en proyectos sociales orientados al establecimiento de negocios. Esta ONG inventa y coordina proyectos de emprendimiento social. Los proyectos de emprendimiento social más conocidos y duraderos de esta ONG son "día del pan de jengibre coloreado" y "Amigos de la mermelada" y se describen a continuación brevemente:

El "día del pan de jengibre coloreado" es una iniciativa orientada a la organización de eventos desde 2009. El objetivo del proyecto es cambiar la actitud hacia los niños adoptivos. Desde el 2010 una vez al año se organiza el evento "día del pan de jengibre coloreado". Durante este evento los niños (4-12 años de edad) del hospicio se reúnen con sus futuros padres adoptivos. Todos están invitados a la panadería donde juntos decoran pan de jengibre. De esta manera

los niños tienen la oportunidad de socializar y reunirse con los padres adoptivos potenciales. Los niños mayores (14-18 años) de familias de acogida ayudan a organizar estos festivales. Al realizar este trabajo como voluntarios ganan experiencia positiva que es beneficiosa para los demás, a la par que socializan y cuidan a los niños más pequeños. Se anima a los niños mayores a obtener un empleo, a adquirir experiencia laboral, para lo que se crea una empresa de emprendimiento social en la forma de panadería.

Durante el año 2015 este proyecto, se ha ejecutado en 13 ciudades, 30 plazas. Más de 100 voluntarios, 500 niños de acogida y cerca de 33 organizaciones participaron. Los alcaldes de las ciudades y el Presidente de Lituania participaron en los eventos.

La otra experiencia son los "amigos de la mermelada". Organizan eventos desde 2013. El proyecto busca compartir los excedentes de la cosecha con familias numerosas. "Amigos de la mermelada" conecta a familias numerosas con jardineros o dueños de árboles que produzcan frutales y un socio que dota azúcar de mermelada. Todos juntos recolectan el exceso de la cosecha - bayas y frutas para hacer una sabrosa mermelada y venderla para ganar dinero extra, o bien guardar los frascos de mermelada para el invierno. Estas actividades no sólo construyen nuevas comunidades, sino que también ahorran cosecha excesiva de la putrefacción sobre el terreno y proporcionan algunas habilidades y conocimientos adicionales sobre el manejo de las finanzas personales, las empresas familiares y el espíritu empresarial. Junto con las actividades de creación de marca de FriendsJam, aumentan la conciencia y cambian la opinión pública hacia las grandes familias. Durante el año 2015 se ahorraron 1 tonelada de duraznos, 400 kg de manzanas, 250 kg de bayas. 86 niños de familias numerosas estuvieron involucrados.

La tercera de las iniciativas que queremos destacar es Lech Lecha. Esta organización crea una nueva marca de moda circular, que se denomina "moda con significado". Toda la producción se hace de ropa reciclada y de otra materia textil. Cada pieza es siempre única y única. Además, esta marca de moda tiene un fuerte impacto social. El proceso de creación de nuevos trajes involucra a personas necesitadas que luchan con la pobreza, sin hogar y ex drogadictos o adictos al alcohol. Como resultado, nuestro proyecto de emprendimiento social da una oportunidad para que esas personas aumenten la confianza en sí mismas, un sentimiento de pertenencia a la sociedad y vuelvan a entrar en el mercado. Trabajan así tanto para gente como ropa que merece una segunda oportunidad.

El objetivo de Lech Lecha es involucrar a las personas en situación de exclusión social a través de la creación y la publicidad. Trabajan con personas que sufren la pobreza, situaciones sin hogar, soledad, desempleo o que están luchando contra la adicción. Algunos de ellos son jóvenes. Su objetivo es animar a estas personas a expresarse y elevar su autoestima. Se busca volver a permitirles trabajar y ayudarles a regresar al mercado de trabajo. Asimismo se persigue que se conviertan en un ejemplo para otros jóvenes y animarlos a crear sin temor a cambiar las tendencias establecidas. Además se anima a un uso creativo no sólo como un cumplimiento, sino también como una herramienta que mejora la vida pública.

Esta iniciativa de emprendimiento social podría ser evaluada como muy creativa y tiene un fuerte impacto social, ya que se dirige a personas necesitadas. Al involucrarlos en actividades creativas se da una oportunidad para que esas personas aumenten su confianza en sí mismos, un sentimiento de pertenencia a la sociedad y reingresen en el mercado. De esta manera se crea una nueva, positiva, alegre y colorida marca de moda. A través del diseño de la ropa, creando el diálogo en la sociedad sobre la persona como parte perfecta e inmutable de la creación se aborda la pobreza, la falta de vivienda y la exclusión social y el consumo de productos, creando un nuevo producto de lo antiguo.

La siguiente de las iniciativas se denomina "Tres Hermanas". Se trata de un proyecto de responsabilidad social permanente que tiene como objetivo llamar la atención sobre las mujeres

y ayudarlas. "Tres Hermanas" es un espacio social para las mujeres y se encuentra en el centro comercial "GO9" de Vilnius, así como en el centro de moda y negocios de Klaipeda. Proporciona todas las formas de asistencia a una amplia gama de mujeres, incluyendo reuniones con un psicólogo, seminarios de autoayuda y conferencias sobre enriquecimiento personal, así como acceso a una biblioteca. Toda mujer que esté dispuesta a asumir la responsabilidad de su vivir y hacer frente a los cambios está invitada a unirse al proyecto. Hay una boutique de caridad y "cámara del corazón abierto" para mujeres. Todos los fondos recaudados se destinan a financiar y ampliar las actividades. Cualquier mujer puede donar cosas a esta boutique de caridad y cualquier mujer puede donar para el proyecto mediante la compra de cosas con lo que ayuda a mantener las actividades del proyecto en Vilnius así como se generan también fondos de seminarios para mujeres en ciudades más pequeñas, pueblos.

Muchas jóvenes tienen prácticas en este proyecto, así como participan en el programa de voluntariado. Muchas de ellos están considerando convertirse en empresarias sociales. Muchas mujeres jóvenes participan en nuestros talleres.

El proyecto "Tres Hermanas" es muy popular en Lituania. Algunas mujeres famosas lituanas están involucradas en este proyecto). "Tres Hermanas" tiene su propio sitio web y página de Facebook. Este proyecto ayuda a las mujeres a participar en actividades creativas y reducir la exclusión social ayudando a las mujeres a entrar en el mercado de trabajo. La misión de este proyecto es cambiar una estadística que señala la infelicidad de las jóvenes lituanas, educando a las mujeres (niñas, hermanas, madres, esposas, abuelas y maestras) porque las mujeres pueden ser la mayor y más rápida influencia en toda la familia y personas del entorno. Para lograr el objetivo, un equipo profesional organiza seminarios para mujeres en Lituania, educando para identificar el problema, resolverlo, ser felices y compartirlo con los demás.

## 5. RETOS PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

A lo largo del estudio de las fuentes y el trabajo de campo con entrevistas a emprendedores sociales se han ido observando una serie de desafíos a los que se enfrenta el emprendimiento social, especialmente en lo que atañe a los jóvenes. Por ello hemos elaborado una propuesta de retos a los que se enfrentará en los próximos años, divididos en varios bloques. Cada país se encuentra en un estadio diferente de desarrollo, por eso dichos bloques dan respuesta también a las diferentes situaciones que hemos observado a lo largo y ancho de Europa.

### I. EXISTIR Y SUBSISTIR

#### 1. El acceso a la financiación.

El principal problema y elemento que señalan todos los emprendedores sociales es siempre el acceso a la financiación. De la muestra de 17 entrevistas realizadas a entidades sociales y startup de Eslovaquia, Rumanía, Grecia y España, en el 88,2% de los casos se destaca el acceso a la financiación en forma de créditos, avales, subvenciones, etc. como un factor clave para el éxito de los emprendimientos sociales. Sin embargo, en el discurso de los informantes clave se observa una dificultad importante, para los proyectos empresariales de carácter social, el acceder a la financiación. Este difícil acceso a financiación tanto pública como privada

condiciona a las empresas sociales a tener un impacto retardado y/o pequeño, o incluso lleva a que no se llegue siquiera a dar la oportunidad de poner en marcha el emprendimiento social.

En algunos países como España, la financiación pública para empresas sociales es poca y no siempre específica de la economía social, con lo que el factor de impacto social y medioambiental no es valorado como elemento a puntuar en los criterios selectivos donde prima la viabilidad económica de los proyectos. En este sentido, los emprendedores y emprendedoras sociales se encuentran con un modelo muy competitivo en la financiación pública, a la que tienen muy pocas posibilidades de acceso. Por otro lado, las pocas líneas de financiación pública específicas de la economía social van orientadas en su concepción a las grandes entidades del tercer sector como las ONGs, que copan la mayor parte del mercado frente a las pymes de economía social. Otro hándicap importante con el que se encuentran los y las emprendedores/as sociales es el tiempo y esfuerzo en recursos humanos que se debe dedicar para acceder a convocatorias y subvenciones públicas con un dudoso o escaso retorno. Un proceso éste que ralentiza la puesta en marcha de las iniciativas y las hace dependientes de una financiación pública que no está asegurada.

En países como Eslovaquia el gobierno, a través de los gobiernos locales distribuye préstamos y subvenciones específicos para emprendimientos sociales. Pero en líneas generales, son los fondos europeos destinados a la economía social las vías de financiación más destacadas en países como Rumanía y Grecia.

No obstante, en todos los países participantes en el estudio se destaca que el modelo de financiación más recurrente es la autofinanciación y la financiación privada por parte de fundaciones, por ejemplo, y sobre todo la referida a las plataformas de crowdfunding. También se nombran los préstamos a entidades de banca ética y, en menor medida, las plataformas aceleradoras o incubadoras de empresas. Éste último modelo está emergiendo, sobre todo, en los países donde la legislación sobre economía social y emprendimiento social está más desarrollada.

La financiación privada está condicionada al grado de desarrollo de la economía social y la imagen de ésta en cada país. En algunos países, como en España, aún no hay una masa crítica de inversores interesados por proyectos empresariales sociales que facilite una mayor inversión en el sector. Las sociedades no encuentran siempre medios para financiar estos proyectos y en ocasiones el flujo del crédito no es fácil para este tipo de iniciativas pues se carece de referentes nacionales que los avalen. Hoy por hoy, la economía social en la mayor parte de los países estudiados no es un sector con entidad y aceptación social suficiente como para generar un cambio real en las políticas públicas. Aún no se ha dado el salto sustancial de la política paternalista de la subvención a la política desarrollista y generadora de emprendimiento social por parte de la ciudadanía, inversores y empresariado.

## ***2. La sostenibilidad de los negocios.***

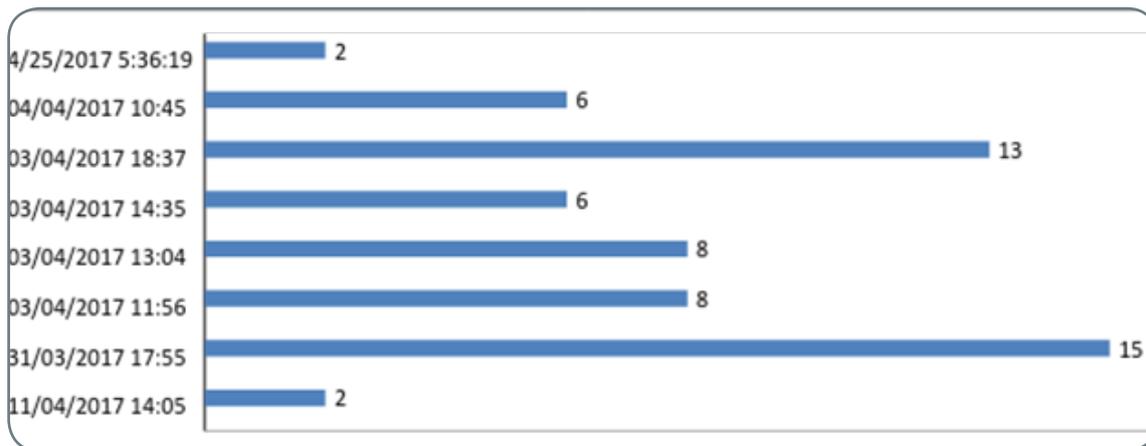
Muchos emprendimientos sociales dependen de la financiación pública para sostenerse. En cierta medida, sin este soporte, no serían alternativas económicamente viables a pesar de que es indudable el valor social que proporcionan. Esto requiere un trabajo de doble concienciación, que va por un lado al reconocimiento de su valor, pero por otro a la adaptación de estos empresarios sociales a crear negocios sostenibles. Es destacable, que 7 de cada 10 de las entidades entrevistadas valoran como una de las características que definen a los emprendimientos sociales el ser un modelo de negocio sostenible económicamente (Gráfico 5). La sostenibilidad económica de las empresas sociales es un factor fundamental del que depende la garantía de la sostenibilidad social.

En esta línea, las entidades sociales y las startup entrevistadas destacan la importancia la

mentorización, el acompañamiento de expertos (en el 76,5% de los casos), el intercambio de experiencias y el asesoramiento en la puesta en marcha (47,1% de los casos) como factores muy importantes para el éxito del emprendimiento social. Las empresas sociales tienden cada vez más a valorar la formación empresarial para lograr la sostenibilidad económica e intentar garantizar la sostenibilidad social de los proyectos.

Gráfico 1. **Factores relevantes para el éxito del emprendimiento social.**

Muestra 17 entrevistas. Respuesta múltiple



Fuente: *Elaboración propia*

Por otro lado, uno de los desafíos del emprendimiento social es demostrar su impacto y los beneficios sociales que genera. Esta mayor visibilidad de los emprendimientos sociales favorecería notablemente la imagen del sector repercutiendo indirectamente en la asunción de políticas públicas más favorables y en el dinamismo de la inversión privada (que apueste por el beneficio económico y social de los emprendimientos sociales). De la misma manera, la certificación de empresas sociales sostenibles socialmente y/o medioambientalmente es un factor que ayuda y mejora la competitividad de los emprendimientos sociales en el mercado.

La sostenibilidad económica viene también determinada por la proyección de la escalabilidad de los proyectos. Debe primar el enfoque empresarial de solucionar el problema social de forma escalable, de manera que pueda comenzarse la intervención a niveles bajos primero, pero que se mantenga siempre la visión de generar a largo plazo un impacto grande tanto en el mercado como en la sociedad. Es por eso, que una de las garantías de éxito es dirigirse a un sector o colectivo amplio de la sociedad que permita la escalabilidad futura de los proyectos.

### **3. Un entorno jurídico administrativo favorable a la innovación y el emprendimiento social.**

La burocracia administrativa referente a los trámites ralentizan los procesos de constitución de las empresas sociales, lo cual les hace perder oportunidades de negocio y capacidad de intervención social en sociedades en continuo cambio y evolución. Hay una demanda latente del sector por un mayor apoyo por parte de la administración pública, pero dicho apoyo no se traduce sólo en la petición de financiación u otro tipo de subsidios. En ocasiones la petición se centra en pedir a las administraciones que no interfieran negativamente y pongan trabas administrativas al desarrollo de su labor de innovación. El reto al que se enfrentan nuestras sociedades es el de la modernización de nuestras estructuras políticas y administrativas para poder dar respuesta a estas nuevas iniciativas que generan un alto valor social e, incluso,

económico.

Muchas de las startup entrevistadas valorarían muy positivamente este cambio de mentalidad que daría pie a la promoción de una discriminación positiva por parte de la administración pública hacia el sector de la economía social. La discriminación positiva no se refiere tan sólo, tal y como se ha mencionado antes, al fortaleciendo la financiación del sector, si no a la aplicación de medidas que favorezcan al empresariado social como; una mayor sensibilización hacia la contratación pública de servicios y/o productos a empresas sociales, la reducción de costes de constitución, la simplificación y rapidez en los trámites, un sistema de cotización en autónomos proporcional a los ingresos en detrimento de las cuotas fijas, créditos para la economía social, etc.

Este cambio de mentalidad de la administración pública y de las políticas públicas hacia el sector de la economía social puede ser potenciado y/o impulsado por los propios emprendimientos sociales en su labor de comunicación y visibilidad de los impactos generados.

## II. MEJORAR

### 1. La creación de empleo de calidad.

La Economía social funciona como una espada de Damocles. Por un lado, da salida a un amplio grado de creatividad e implica a las comunidades con las que trabaja de manera activa, haciéndoles partícipes del proceso de construcción social. Por el otro, se oculta una oscura realidad, que es la sustitución de empleo estable y bien remunerado por una precarización de las condiciones laborales a través de voluntariados extensos bajo la promesa de una futura contratación o el empleo de fórmulas en exceso temporales. El emprendimiento social afronta el reto de defender unas condiciones laborales dignas y que no sea su propia dinámica la que lleve a una precarización de la juventud aún mayor.

Una de las cuestiones que se ponen de relieve en el discurso de las empresas sociales es la diferenciación entre emprendimiento social con impacto social o beneficio público y aquellas empresas que contratan personas en riesgo de exclusión social o colectivos específicos. Hay incentivos fiscales para las empresas que contraten a sectores sociales desfavorecidos y no por ello estas empresas participan de la economía social o pueden ser valoradas como emprendimientos sociales propiamente dichos. En el siguiente gráfico 5, basados en las respuestas de nuestros informantes clave, colocamos una lista de las características más importantes del emprendimiento social.

Gráfico 2. **Características más importantes del emprendimiento social.**  
Muestra 17 entrevistas. Respuesta múltiple



Fuente: Elaboración propia

Según las empresas sociales entrevistadas y las entidades del tercer sector los emprendimientos sociales ya no vienen definidos por su forma legal. Esto significa que la Economía Social no viene asociada estrechamente a un determinado tipo de organización jurídica, si no que se presta más atención al proyecto en sí. No obstante, en primer lugar se valora el impacto social que genera los emprendimientos, de manera que se revitaliza la idea del proyecto. En un contexto como el actual en el que la forma jurídica queda desplazada por el proyecto en concreto, es más relevante el posicionamiento del emprendimiento social que se hace eco de las ventajas y beneficios que aporta a la sociedad a la que sirve. En segundo lugar, se destaca la sostenibilidad económica como imprescindible para la viabilidad de la sostenibilidad social a la que tienden los emprendimientos sociales y que es apuntada como el tercer factor definitorio de las empresas sociales. Por lo tanto, el beneficio social y la sostenibilidad del mismo en el tiempo son los fines de los emprendimientos sociales que precisan de un modelo sostenible económicamente en el ecosistema empresarial para garantizar la supervivencia del proyecto.

Ahora bien, si no todas las empresas que contratan a personas en riesgo de exclusión social son empresas sociales, los informantes clave destacan la importancia de los análisis participativos de la problemática social en la que se quiere intervenir, con los colectivos afectados, ya que incluir al colectivo beneficiario en el proyecto asegura un mayor impacto de la iniciativa empresarial.

En este sentido se apunta hacia la necesidad de diagnóstico de la problemática a intervenir. El buen análisis de la demanda y del problema asegura que se actúe de manera realista y que se trabaje una problemática social real. Al igual que cualquier emprendimiento precisa de un estudio de viabilidad, los emprendimientos sociales además precisan de un estudio del problema social o medioambiental al que van a dirigir sus esfuerzos.

## **2. El reconocimiento social.**

No cabe duda de que las sociedades reconocen de manera simbólica, social, la importancia del voluntariado y del resto de campos de la Economía Social. No obstante, no se han articulado medidas efectivas para que toda esta labor se concrete en un reconocimiento reglado y formal que pueda exhibirse. Además de este tipo de reconocimiento, las sociedades deben hacer una labor de puesta en valor de los beneficios indirectos recibidos a raíz de la Economía social, hecho que tiene que ser puesto en perspectiva en un mercado global en el que la competición económica se centra excesivamente en el precio y decae continuamente una valoración de la calidad, del proceso de elaboración y de los impactos sostenibles para las comunidades locales de las empresas.

La puesta en valor de la economía social es uno de los mayores desafíos para sensibilizar y garantizar un cambio de mentalidad en la sociedad y en las administraciones públicas que fortalezca la idea de que los emprendimientos sociales pueden surgir desde la ciudadanía y el empresariado además del tercer sector. Ya se ha apuntado antes la importancia de las certificaciones específicas medioambientales y sociales de los emprendimientos sociales para otorgar fiabilidad y confianza, la visibilización de los impactos sociales generados por los emprendimientos sociales, el valor diferencial de lo social y ecológico como apuesta en mercado, la sostenibilidad económica de los proyectos y ahora, la certificación y/o reconocimiento de las competencias adquiridas en el ejercicio del voluntariado en el ámbito social, profesionalizando de esta manera a un sector de la juventud que se siente cercano y participa de la economía social.

## **3. La ampliación a nuevos sectores.**

La Economía Social (y con ella el emprendimiento social), al margen de su tradicional componente agrícola, se centra mucho en cuestiones sociales tradicionales del ejercicio del Estado del Bienestar, pero caben otros sectores económicos de explotación no tan tradicional

en los que podrían implementarse ideas innovadoras y socialmente sostenibles.

En los ejemplos de startup seleccionadas como buenas prácticas en los distintos países observamos un gran abanico de iniciativas empresariales enfocadas a distintos sectores de actividad, con distintos enfoques para solucionar los distintos problemas y con una fuerte dosis de innovación. La innovación en los productos o servicios que se ofrecen, para posicionarse en el mercado con un valor diferencial, es uno de los factores de éxito de los emprendimientos sociales destacados por los informantes clave.

Por otro lado, la ya mencionada escalabilidad de los proyectos empresariales como factor determinante de la sostenibilidad económica impone plantearse sectores de actividad vinculados a públicos o colectivos amplios que permitan en un futuro ampliar las líneas de negocio o dirigirse a otros territorios.

### III. PROYECTAR A LA SOCIEDAD

#### ***4. La Economía social como ejemplo para las empresas tradicionales.***

Es preciso que el emprendimiento social sea capaz de proyectarse al resto de la sociedad de una manera creíble. Las iniciativas de la Economía social buscan ser económicamente rentables y viables, pero no es ésta la percepción que hay de ellas muchas veces. Pareciera que hay sectores a los que no cabría aplicar este concepto. Es así un reto saber proyectar una nueva imagen de los emprendimientos sociales como proyectos de sostenibles económicamente y con impacto social que otorgue al ecosistema de economía social una mayor confianza y credibilidad.

Para afrontar este reto es preciso medir o cuantificar el impacto social generado por los emprendimientos sociales. El estudio de impacto social y/o medioambiental tanto directo como indirecto derivado del ejercicio de los emprendimientos sociales es la vía para crear la imagen de un ecosistema de economía social consolidado y con entidad que fidelice y garantice la una mayor atracción de públicos e inversores.

Por otro lado, los emprendimientos sociales debieran tender a la inclusión e integración real de los colectivos beneficiarios en la sociedad. Evitar las actuaciones que generen guetos a los que atender a favor de aquellas que difuminen las diferencias y revitalicen la convivencia y la cohesión social.

Observando estas premisas el sector de la economía social puede ser un motor que impulse acciones de responsabilidad social en las empresas tradicionales que ya empiezan a valorar esta tendencia de la ciudadanía hacia una mayor sensibilización hacia el consumo responsable y ético.

#### ***5. La innovación social como respuesta a entornos cambiantes.***

El desarrollo tecnológico del presente ha acelerado los procesos de cambio a los que tenemos que adaptarnos hoy día. Lo que era innovador hace tres años bien puede haberse quedado obsoleto. Ante estos entornos cambiantes, en un proceso mundial de globalización en el que las empresas compiten, más que nunca son precisos los procesos de implantación de metodologías de innovación social que sepan detectar las necesidades de la sociedad y adelantar las respuestas a sus preguntas antes incluso de que éstas se hayan formulado. En este entorno, el emprendimiento social tiene el reto de saber estar a la vanguardia del cambio, para que pueda así influir en las futuras dinámicas económicas y sociales por venir. La innovación social es, en definitiva, una herramienta útil para todo tipo de actividad económica que requiera de

soluciones imaginativas a los problemas del presente.

El discurso de las empresas sociales o startup entrevistadas pone de manifiesto que la innovación en los productos o servicios que se ofrecen es un factor de éxito para los emprendimientos sociales y sirve para posicionarse en el mercado con un valor diferencial. Hay que tener en cuenta que la innovación no sólo es tecnológica si no que puede ser procedimental, de producto/servicio, de imagen, etc.

En resumen, los retos que se plantean a las empresas sociales requieren que los emprendedores sociales realicen una reflexión sobre lo que les diferencia del resto de la economía productiva para enfatizar sobre los elementos positivos que su actividad trae aparejada y ponerlos en valor. Para ello, es preciso realizar primero un ejercicio de análisis de en qué consiste el emprendimiento social para los actores que operan en la Economía social para, desde esa aproximación, poder ofrecer una vuelta a sus condiciones básicas de existencia.

Por otro lado, se precisa mejorar la imagen del sector y proceder a una sensibilización social. Para ello, es preciso trabajar para cambiar la mentalidad de la administración y del público en general de que la Economía Social se delimita al tercer sector y empezar a forjar la idea de que los emprendimientos sociales son parte de la economía social que nacen desde la ciudadanía y el empresariado. El cambio de mentalidad redundaría en un cambio en la política relativo a potenciar los emprendimientos sociales con legislaciones, normativas y financiación pública.

Asimismo, se precisa una profesionalización de la acción de las empresas sociales en el campo de la medición de la evaluación del impacto social real. Este factor es muy importante para generar confianza y fiabilidad en las empresas sociales, así como para demostrar qué proyectos tienen éxito y buscar vías para que se apoyen más decididamente en el futuro. Sólo una evaluación de impacto con garantías permite poder demostrar fehacientemente la buena labor que se está haciendo, y ello requiere el uso de instrumentos de las Ciencias Sociales e indicadores adecuados que permitan certificar esto mismo. Los premios, reconocimientos y sellos de calidad pueden ser una vía importante que redunde en la sostenibilidad económica de los proyectos, pero suelen ser programas muy costosos de realizar o alcanzar para las pequeñas empresas de emprendimiento social.

## 6. NUEVOS HORIZONTES EN EL EMPLEO JOVEN: APUESTA POR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

La gente joven está a la cabeza en el diseño de respuestas innovadoras a problemas y situaciones que sólo ellos viven. Son ellos los que están más adaptados a concebir y diseñar qué respuestas pueden darse a sus demandas. No obstante, esto no siempre está adecuadamente canalizado en los modelos de negocio tradicionales. Es aquí donde el emprendimiento social hace su incursión y resulta más necesario. La gente joven y sus negocios dinámicos requieren de entornos adecuados para su desarrollo. Empero, el grado de desarrollo de las políticas públicas en materia de Economía social y la promoción del emprendimiento social es muy variado en cada uno de los países que hemos analizado. Hay distintas velocidades y características en los procesos de desarrollo de cada país. Pese a existir distintos grados de consolidación de la Economía social en cada país objeto de estudio, se desvela un proceso de construcción de la

Economía social común a todos ellos, que parte de una introducción incipiente a una amplia consolidación, fenómeno que es a la vez creciente a lo largo en todos los países analizados. Dicho de otro modo, aunque en cada caso se encuentren en una fase de desarrollo diferente, todos siguen una estela común.

Como hemos visto en el apartado 2.4, el fenómeno del emprendimiento social está asociado con una serie de consecuencias positivas para las sociedades en que se implanta. Así, las sociedades que desarrollan en mayor medida el emprendimiento social tienden a ser sociedades menos desiguales. Asimismo, el gasto social y la inversión en cuestiones sociales tiene un reflejo en el desarrollo del sector del emprendimiento social, dando lugar a los efectos positivos que mencionábamos y que se retroalimentan.

Las distintas velocidades que alcanza el proceso tienen relación tanto con circunstancias externas (crisis económica, desempleo, etc.) como con factores internos, como son la propia voluntad política de incluirla Economía social como una prioridad. En los países en los que ha recogido más apoyos políticos se ha acelerado el desarrollo de un marco legal, más si cabe cuando existe un respaldo de instituciones supranacionales (como en el caso de la UE). Es precisamente la regulación del sector (definir legalmente, crear figuras jurídicas, ordenar su funcionamiento, etc.) un necesario primer paso para construir un espacio en el que la sociedad pueda desarrollar sus iniciativas emprendedoras con garantías y sin desconfianza. Dejando de lado objetivos políticos cortoplacistas se pretende fortalecer la estructura de las entidades y generar un tejido asociativo de las mismas. La consolidación del emprendimiento social también pasa por las políticas de institucionalización, a través del reconocimiento de la Economía social como actor en el escenario socioeconómico y en el diálogo social. Además medidas dirigidas a la difusión y promoción del sector, la investigación en torno al mismo y la formación en los valores y competencias que lo sostienen, son un refuerzo a esa consolidación.

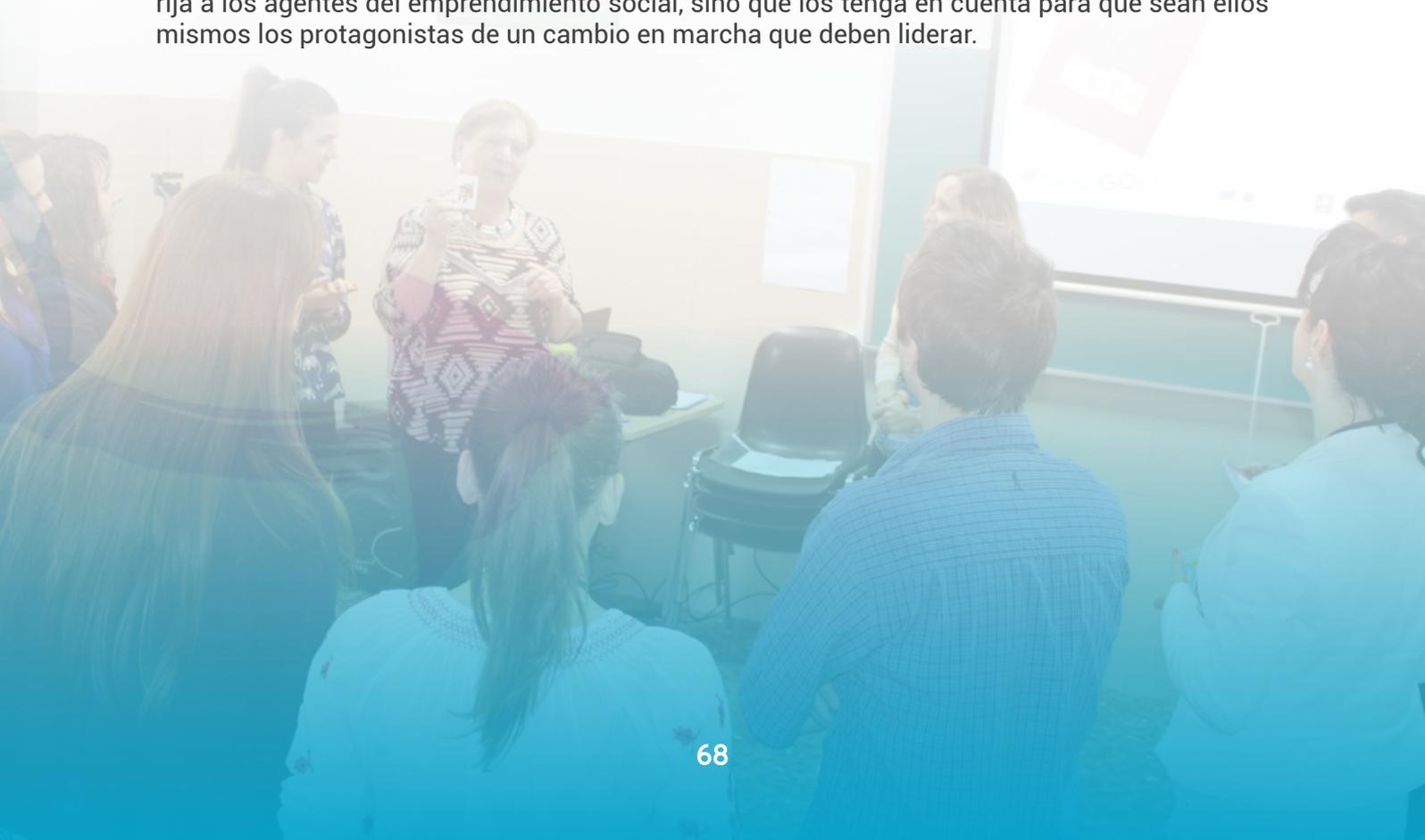
El impacto social y la sostenibilidad económica de los emprendimientos sociales son los elementos definitorios de todo emprendimiento social. Para ello es crucial disponer de políticas públicas de promoción de la Economía social en cuanto a la financiación y a la formación y asesoramiento a emprendedores sociales. Son estos dos elementos dos cuestiones fundamentales a abordar cuando tratamos la cuestión del empleo juvenil, pues la falta de financiación suele ser un escollo inicial. No obstante, la naturaleza innovadora de algunos procesos permite ver algo de luz ante las dificultades económicas que encuentra el emprendimiento social en algunos países. Así, hemos detectado que, en la búsqueda de iniciativas de emprendimiento social, en muchos de los países donde hay una política poco desarrollada o poco implementada de fomento del emprendimiento social, están surgiendo iniciativas privadas que cubren ese vacío institucional. Muchas de las iniciativas trabajan para el fomento del tejido empresarial social bien con financiación, formación, asesoría, etc. Así, si bien todo apunta a que sería recomendable un mayor apoyo institucional, existen visos que muestran que, a pesar de no haber políticas de incentivos, es éste un campo, el del emprendimiento social, que tiene por delante una amplia proyección.

El emprendimiento social se mueve como pez en el agua en el campo de las políticas intersectoriales, cumpliendo al mismo tiempo varios cometidos. Además, navega con bastante maestría las entre organismos a distintos niveles de la administración (estatal, regional, local) remarcando su carácter transversal. Por lo anterior se hace recomendable una mayor visibilidad del sector y la existencia de organismos públicos que coordine las políticas públicas, evitando su dispersión, fragmentación o duplicidades para poder abordar las cuestiones relativas al emprendimiento social de una manera integral. Esta visibilidad pasa primero por la elaboración de estadísticas adecuadas que sepan medir el fenómeno para, luego, poder darle buena respuesta a sus demandas.

Las políticas públicas debendirigirse a mejorar la eficacia y eficiencia de las entidades de Economía social. Se deben impulsar los emprendimientos sociales a través del apoyo público económico y material con líneas de crédito especiales, de un lado, a cuestiones organizacionales, como son la asistencia técnica a través de dispositivos de apoyo que faciliten formación, asesoramiento y espacios de trabajo. Además, la fragmentación de ayudas destinadas a colectivos como la gente joven debería poder tener una salida a través de este tipo de iniciativas que tienen un alto valor añadido, con un reconocimiento doble de la función que el emprendimiento social joven podría suponer.

Por otra parte, como sector dinámico que es, el emprendimiento social no sólo necesita apoyos, lo cual siempre es deseable, sino que en algunas ocasiones lo que hace falta es que se eliminen las barreras a su desarrollo. Hemos visto que algunos países han visto un incremento del emprendimiento social precisamente cuando sus instituciones más fallaban para proporcionar el bienestar social. Es en este espacio en el que los poderes públicos tampoco deben ser un obstáculo para la participación de los agentes sociales. Por ello las legislaciones no sólo deben promover políticas públicas activas, sino que también deben eliminar los obstáculos que impiden su desarrollo para que las trabas burocráticas sean lo menos gravosas posibles. Esto es especialmente claro cuando tratamos el empleo joven e innovador, que a veces se encuentra ante una doble losa, de cargar el carácter juvenil a la par que la falta de comprensión y limitación a sus nuevos modelos de negocio innovadores.

El emprendimiento social como ecosistema también genera una participación dinámica, que demanda de relaciones horizontales con las administraciones públicas. Estos procesos de diálogo entre la sociedad civil y el Estado precisan de un reconocimiento de los actores, de espacios institucionales que visibilicen y de un diseño y gestión de las políticas en red. Enlazando con lo anterior, es recomendable que al abordar las políticas públicas se establezcan legislaciones específicas y se dispongan recursos –humanos, presupuestarios, de equipamientos e infraestructuras- adaptados a las características específicas de los emprendimientos sociales, tanto por su modelo de organización, como por la forma de gestionarse. De esta manera, los poderes públicos podrán abordar con mayores garantías una política eficaz que no sólo se dirija a los agentes del emprendimiento social, sino que los tenga en cuenta para que sean ellos mismos los protagonistas de un cambio en marcha que deben liderar.



## 7. BIBLIOGRAFÍA

*Alianza Cooperativa Internacional (1995): Declaración sobre la Identidad Cooperativa.*

*Alianza Cooperativa Internacional (2009): Ley Marco para las Cooperativas de América Latina. 2009.*

*Alianza Cooperativa Internacional para las Américas (2007): Diagnóstico del Sector Social de la Economía en El Salvador.*

*Anheier, H. K., List, R; Salamon, L. M., Sokolowski, S.W., Toepler, S. (1999): Global Civil Society. Dimensions of the Nonprofit sector, The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies: Baltimore.*

*Arcas Lario, N. AlcónProvencio, F. y López Becerra, E.I. (coord.) (2015). La Economía social y los negocios online Tendencias y claves del éxito. Cajamar Caja Rural.*

*Barco, S. (2011): "Las políticas públicas de Economía social y el diálogo entre los poderes públicos y la sociedad civil. Estudio de casos españoles" en Foro internacional sobre la Economía social y solidaria, Chantier de L'Economie Sociale, octubre 2011.*

*Barea, J. (1990): "Concepto y agentes de la Economía Social" en Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC-España, nº 8, octubre 1990, pp. 109-117.*

*Bassi, A., Ecchia, G. y Guerra, A. (2016): Social Innovation Policies with the Involvement of Social Economy Organizations. Survey Evidence from European Countries, InnoSI Working Papers, Bolonia.*

*Bastidas-Delgado, O. y Richer, M. (2001): "Economía social y economía solidaria: Intento de definición" en Revista Venezolana de Economía Social, año 1 nº 1, mayo, pp. 1-27.*

*Betancur, D. (2010): Economía social y solidaria en América del Sur. Una aproximación. Cuadernos Electrónicos Iberoamericanos, Mutualismo y Economía Social, nº 2, octubre 2010.*

*Carreras Roig, L. (2008): El subsector empresarial no financiero de la economía social. La fiscalidad de las sociedades cooperativas, sociedades laborales y sociedades agrarias de transformación. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.*

*Chamorro, A. y Utting, P (2015): Políticas públicas para la Economía social y solidaria: hacia un entorno favorable. El caso de Nicaragua. Centro Internacional de Formación. Organización internacional del Trabajo. 2015.*

*Chaves, R., Monzón, J.L., Pérez de Uralde, J.M. y Radrigán, M. (2013): "La Economía social en clave internacional. Cuantificación, reconocimiento institucional y visibilidad social en Europa, Iberoamérica y Norte de África". en Revista de estudios cooperativos Revesco, nº 112.*

Chaves, R. y Savall, T. (2013): "La insuficiencia de las actuaciones políticas de fomento de cooperativas y sociedades laborales frente a la crisis en España" en Revista De Estudios CooperativosRevesco, nº 113, pp. 61-91.

Chliova, M., García, R., Iglesias, M., Navarro, C., Rodríguez, E. (2011): Aprendiendo de las empresas sociales. Seis casos de emprendimientos sociales en Europa. Instituto de Innovación Social. Universidad Ramón Llull. ESADE

CEPES (2014): 2º Informe de la Economía Social española en la cooperación al desarrollo, disponible en <http://www.cepes.es> consultado el 1 de julio de 2017.

CEPES (2017): ¿Qué es la Economía social?, disponible en <http://www.cepes.es> consultado el 1 de julio de 2017.

Cicero González, S., Asón Toca, J. M. y Santamaría Renedo, A. (2012): 100 Buenas Prácticas en emprendimiento universitario, Colección de Estudios Red Emprendia, NetBiblo, A Coruña.

Cointegra (2012): Economía Social. Ejemplo privilegiado de Organizaciones Socialmente Responsables, disponible en [http://www.cointegra.org/economia\\_social.pdf](http://www.cointegra.org/economia_social.pdf) consultado el 1 de julio de 2017.

Comisión Europea (2010): Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Comunicación de la Comisión.

Comisión Europea (2011): La iniciativa de emprendimiento social, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de las Regiones. Bruselas

Comisión Europea (2014): A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Greece.

Comisión Europea (2017): Guía de la innovación social.

Comité de las Regiones (2015): Dictamen de iniciativa sobre el papel de la Economía social en la reactivación del crecimiento económico y la lucha contra el desempleo.

Comité Económico y Social Europeo (2012a): La Economía Social en la Unión Europea.

Comité Económico y Social Europeo (2012b): Dictamen sobre la Economía social en América Latina.

Comité Económico y Social Europeo (2012c): Dictamen sobre la iniciativa en favor del emprendimiento social, consultado en 15/03/2017 disponible en <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52012AE1292>.

Comunidad Económica Europea (1957): Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica

Europea, disponible en [https://www.boe.es/legislacion/enlaces/documentos/ue/Trat\\_EC\\_consol.pdf](https://www.boe.es/legislacion/enlaces/documentos/ue/Trat_EC_consol.pdf).

Defourny J. y Nyssens M. (2006): "Defining Social Enterprise" en Nyssens, M. (comp.) (2006): *Social Enterprise, at the Crossroads of Market*, Routledge, Londres y Nueva York.

Defourny, J. y Nyssens, M. (2012): "El enfoque EMEST desde una perspectiva comparada" en *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, CIRIEC-España, nº 75, agosto, pp. 7-34

Dees, G. (2011): *El significado del emprendimiento social*. *Revista Española del Tercer Sector*, núm. 17, 2011.

De Sa, J. (2013): *Aspectos legales y económicos de la Economía social portuguesa*. *Cuadernos Electrónicos Iberoamericanos, Mutualismo y Economía Social*, nº 10, octubre 2013.

*Economiasociale* (2017): Sitio web disponible en el enlace y consultado el 15/06/2017 [http://www.economiasolidale.net/sites/default/files/allegati/2014\\_Istituzioni\\_ElencoLeggi.pdf](http://www.economiasolidale.net/sites/default/files/allegati/2014_Istituzioni_ElencoLeggi.pdf)

Eid, M. y Martínez-Carrasco, F. (2014): "Situación y marco general de las cooperativas en el ámbito internacional" en *Revista de Economía pública, social y cooperativa*, CIRIEC-España, nº 81, agosto 2014, pp 5-32.

Flores, U. y Median, A. (2015): *Economía social: enfoque en Europa y Latinoamérica*. XXIII Congreso de *European Business Ethics Network (EBEN)*-España 2015.

García Müller, A. (1998): "Marco Jurídico de la Economía Solidaria en Latinoamérica" en *Anuario de estudios cooperativos*, nº 1, 1998, pp. 21-46.

García Müller, A. (2011): *Tendencias recientes y desafíos del derecho solidario. Reformas legislativas en el derecho social y solidario iberoamericano*, Fundibes, Valencia.

García Müller, A. (2014): *Derecho cooperativo y de la Economía social y solidaria*. Asociación iberoamericana de derecho cooperativo, mutual y de la Economía social y solidaria.

Gatica S. (2012). *La innovación social en Chile y el rol del estado en su desarrollo*, Escuela de Administración Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.

Guerra, P. (2012): *Las legislaciones sobre Economía social y solidaria en América Latina Entre la autogestión y la visión sectorial*. *Revista de la Facultad de Derecho, Universidad de la República*. Montevideo, Uruguay, no 33. Diciembre 2012.

International Labour Office (2013): *Statistics on Cooperatives*, en 19th International Conference of Labour Statisticians disponible en [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms\\_222036.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms_222036.pdf) consultado el 25 de abril de 2016

- Korimová (2016): *Sociálna ekonomika a sociálnepodnikaniena Slovensku*, Bratislava
- Lamburu, M y Petrescu, C. (2012): *Trends and Challenges for Social Enterprises in Romania. International Review of Social Research, Volume 2, Issue 2, University of Bucharest, June 2012, pp. 163-182.*
- Laužikas, M. y Černikovaitė, M. E. (2011): "The Model of Social Innovations in the Emerging Market of Lithuania" en *Intelektinė ekonomika*, (5 (3), pp. 388-400.
- Lubelcová, G. (2012): *Sociálna ekonomika: koncepty, príležitosti, riziká. Sociológia, volume 44, pp. 83-108. 2012.*
- Mercosur (2008): *Estatuto de Cooperativas de Mercosur.*
- Monzón, J.L.(2006): "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector" en *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC-España, nº 56, noviembre 2006, pp. 9-24.*
- Monzón, J.L.(2013): "Empresas sociales y Economía social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la UE" en *Revista de Economía Mundial, pp. 151-163.*
- Moskvina, J. (2013): "Social enterprises as a tool of social and economic policy. Lithuanian case" en *Entrepreneurship and sustainability issues, Volume 1(1): pp. 45-54.*
- Nasioulas, I. (2011): *Greek Social Economy at the crossroads Law 4019/2011 and the institutionalization challenge. Working paper CIRIEC N° 2011/10. Investigación presentada en 3th CIRIEC International Research Conference on Social Economy.*
- Niels S. Bosma, Thomas Schøtt, Siri A. Terjesen, and Penny Kew (2016): "Special Report on Social Entrepreneurship" en *Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016, Global Entrepreneurship Research Association.*
- Nogales, R. (2017): "La empresa social en Europa y España: evolución, relevancia y desafíos" en *Revista Española del Tercer Sector, CIRIEC-España, nº 35.*
- OECD/European Union (2016). *Inclusive Business Creation. Good Practice Compendium.*
- Organización de Naciones Unidas (2001): *Las cooperativas en el desarrollo social. Informe del Secretario General.*
- Organización Internacional del Trabajo (2002): *Recomendación sobre la promoción de las cooperativas. Núm. 193. Ginebra, 90ª reunión CIT (20 junio 2002).*
- Organización Internacional del Trabajo, OIT (2016): *Promoción del emprendimiento y la innovación social juvenil en América Latina, Estudio Regional.*

Parlamento Europeo (2009): Resolución del Parlamento Europeo, de 19 de febrero de 2009, sobre Economía social (2008/2250(INI)).

Parlamento Europeo (2013): Resolución del Parlamento Europeo, de 2 de julio de 2013, sobre la contribución de las cooperativas a la salida de la crisis (2012/2321(INI)).

Parlamento Europeo (2015): Informe sobre emprendimiento social e innovación social en la lucha contra el desempleo (2014/2236(INI)).

Parlamento Europeo (2016): Informe sobre la estrategia para el mercado único (2015/2354(INI)).

Pčolinská, L. (2014): *Social Economy, Its Perception and Possibilities of Its Development in Conditions of the Slovak Republic. Working paper CIRIEC N° 2014/10.* Investigación presentada en 4th CIRIEC International Research Conference on Social Economy.

Pérez de Mendiguren, J.C., Etxezarreta, E., y Guridi, L. (2009): *Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate.* Papeles de Economía Solidaria, n° 1, junio de 2009.

Pérez de Mendiguren, J. C. (2014): *Debates conceptuales y aspectos organizativos de la Economía solidaria: el caso de REAS Euskadi, Hegoa, Vitoria-Gasteiz.*

Poirier, Y. (2016): *Reconocimiento jurídico y político de la Economía social solidaria (ESS). Panorama general y elementos de orientación.* Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS). Enero 2016

Polák, M. y Schinglerová, A. (2014): *Sociálna ekonomika ako súčasť riešenia problému nezamestnanosti.* Inštitút pre výskum práce a rodiny, Bratislava.

Priede, T., López-Cózar, C. y Rodríguez, A. (2014): "Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países." en *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC-España, n° 80, pp. 5-15.*

Priede, T., López-Cózar, C., Platero, M., Arco, J., y Díaz-Ridao, P. (2015): "El emprendimiento social como impulsor del cambio hacia la Economía del bien común" en *Actas XX Congreso EBEN-España. Fundación Etnor. Valencia.*

Salamon, L.M. y Sokolowski, W. (2016): "The Size and Scope of the European Third Sector" en *TSI Working Paper No. 12, Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), Brussels: Third Sector Impact.*

Salinas, F., Osorio, L. (2012): "Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación" en *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC-España, n° agosto, pp. 128-151.*

*Secretaría General Iberoamericana (2016): Las organizaciones de la sociedad civil iberoamericanas como dispositivos de innovación social. Mapeo de organizaciones y registro de experiencias de innovación social sobre juventud, emprendimiento y educación, Ministerio de Asuntos Exteriores, Madrid.*

*Social EconomyEurope (2015): Libro Blanco: la Economía social... retoma la iniciativa. Propuestas para hacer la Economía Social un pilar de la Unión Europea.*

*Terziev V. K., Bencheva N. A., Tepavicharova M.I., Arabska E. D. (2016a): "Encouragement of social entrepreneurship in Bulgaria" en Academic Publishing House of the Agricultural University, Sofia.*

*Terziev V. K., Bencheva N. A., Stoeva T. O., Arabska E. D. (2016b): "Social enterprises in Bulgaria" en Academic Publishing House of the Agricultural University, Sofia.*

*Terziev V. K., Bencheva N. A., Stoeva T. O., Arabska E. D. (2016c): "Implications on development of social Economy in Bulgaria" en Academic Publishing House of the Agricultural University, Sofia, consultado el 20/05/2017 disponible en [https://www.researchgate.net/profile/Ekaterina\\_Arabska/publication/306262259\\_IMPLICATIONS\\_ON\\_DEVELOPMENT\\_OF\\_SOCIAL\\_ECONOMY\\_IN\\_BULGARIA/links/57b5576e08aede8a665a6781.pdf#page=55](https://www.researchgate.net/profile/Ekaterina_Arabska/publication/306262259_IMPLICATIONS_ON_DEVELOPMENT_OF_SOCIAL_ECONOMY_IN_BULGARIA/links/57b5576e08aede8a665a6781.pdf#page=55)*

*Urrunaga, R., Hiraoka, T. y Risso, A. (2014): Fundamentos de economía pública, Apuntes de Estudio nº 43, Universidad del Pacífico, Lima.*

*Valls, N., Villa, A., Martínez, S. y Hernando A. (2009): Emprendimiento Social Juvenil 18 buenas prácticas. Fundación Bertelsmann, Barcelona.*



# YOUNG *GO*



**jovesólides**  
JOVENES HACIA  
LA SOLIDARIDAD  
Y EL DESARROLLO

*red* creativa

**Jovesólides. Jóvenes hacia la solidaridad y el desarrollo.**

C/Silla, 10, 46980, Paterna (Valencia), España  
Tlfno. 96 363 25 63

[jovesolides.org](http://jovesolides.org) | [redcreativa.org](http://redcreativa.org) | [forodeinnovacionsocial.org](http://forodeinnovacionsocial.org)

**#YOUNGOEU**