

Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral

Autores: Joan Ramón Sanchis Palacio¹
Amparo Melián Navarro²

RESUMEN:

El emprendedor social prioriza la lucha contra la exclusión sociolaboral mediante el desarrollo de proyectos empresariales en los que se unen la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) con la utilidad social (herramienta al servicio de la inserción sociolaboral). El objetivo del trabajo es definir la figura del emprendedor social, diferenciándolo del resto de emprendedores, y delimitar su ámbito de actuación en torno al concepto de inserción sociolaboral. Se analizan también las empresas a través de las cuales el emprendedor social realiza su función, en especial aquellas que forman parte de la denominada Nueva Economía Social. Con ello, queremos crear un marco teórico que permita, por una parte, resaltar la importante función social que desempeña esta figura en el campo del emprendedurismo, y por otra, iniciar futuros estudios empíricos a través de los cuales delimitar de manera más precisa el perfil profesional, laboral y formativo del emprendedor social.

- 1) ¿Cuáles son las características del emprendedor social?
- 2) ¿Qué factores influyen en el desempleo actual?
- 3) ¿Cómo surge la figura del empresario o emprendedor social?
- 4) ¿Qué debe incluir un proyecto empresarial?
- 5) ¿Cuáles son los motores del emprendedurismo?
- 6) ¿Cómo influye la nueva economía social de las últimas décadas del siglo XX?
- 7) ¿Cómo definen la figura del emprendedor social, según Dees, Emerson y Economy? ¿Y para Burt?
- 8) ¿Qué criterios sociales establecen Laville y Nyssens para definir el concepto de emprendedor social?
- 9) Teniendo en cuenta estos criterios, ¿qué objetivos deben perseguir las empresas sociales?
- 10) ¿Qué formar pueden tomar las empresas sociales y cuál es el factor común a todas ellas?

¹ Profesor Titular de Universidad Universitat de Valencia.

² Catedrática de Escuela Universitaria Universidad Miguel Hernández de Elche.

1. Introducción

La exclusión sociolaboral es una de las consecuencias del desempleo que afecta a aquellos colectivos que presentan mayores dificultades para acceder al mercado de trabajo. Si en situaciones de estabilidad e incluso de crecimiento económico, la exclusión es patente, en situaciones de crisis económica se acentúa aún más.

A través de las empresas tradicionales (empresas de capitales) no es posible resolver el problema de la exclusión, ya que éstas desarrollan sus negocios mediante criterios de viabilidad puramente financieros y de mercado y, por lo tanto, o no tienen en cuenta o tienen en cuenta de forma muy limitada o parcial la inclusión de fines sociales como es la incorporación de personas con riesgo de exclusión (jóvenes, mujeres, discapacitados, etc.).

Es en este contexto en el que surge la figura del empresario o emprendedor social y de las empresas creadas y desarrolladas por éste. El empresario social es capaz de crear e implantar un proyecto empresarial en el que se unen la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) propia de cualquier empresa con la utilidad social (herramienta social al servicio de la inserción sociolaboral). Sin embargo, en la literatura sobre emprendedurismo y creación de empresas no existe aún (o apenas existe) un reconocimiento explícito al papel desempeñado por el empresario social, si no que incluso en muchos casos no se reconoce la existencia de esta figura o se la enmarca dentro de la figura genérica del empresario o emprendedor sin establecer distinción alguna³. Por otra parte, el concepto de empresario social, emprendedurismo social o empresa social incluye una gran diversidad de realidades, lo que hace difícil su definición, aunque existe una cierta coincidencia en asociar estos conceptos a la Economía Social o Tercer Sector (Quintao, 2007). En este sentido, la empresa social incluye figuras tan distintas como las Empresas de Inserción, los Centros Especiales de Empleo, las Cooperativas de Trabajo Asociado, las Sociedades Laborales, etc.

Los motores del emprendedurismo son, confirmados por la experiencia, por un lado, la existencia de expectativas y, por otro, la necesidad o la huida hacia delante (García Gutiérrez *et al.*, 2008). En momentos de crisis económicas con importantes colectivos en régimen de exclusión, las empresas de Economía Social destacan como instrumentos de inserción sociolaboral. Además la experiencia demuestra que la motivación en los emprendedores sociales y en las personas participantes en el proyecto permite siendo la realidad una, que la propia voluntad de acometerlos pueda convertir en favorables algunas cosas u hechos que no lo eran anticipadamente (García-Gutiérrez, *et. al.*, 2006).

El objetivo del presente trabajo es identificar la figura del empresario social, diferenciándolo del resto de empresarios y emprendedores y delimitando su ámbito de actuación en torno al concepto de inserción sociolaboral. Se pretende clarificar el concepto objeto de estudio, definiendo sus principales características, su perfil y sus funciones en el marco de la inserción sociolaboral ofreciendo un modelo teórico de actuación.

Para ello, el trabajo se ha estructurado en cuatro apartados, incluido este primero de introducción. En el segundo apartado se realiza una aproximación teórica al concepto de emprendedor social, delimitando sus principales características a través de las perspectivas o enfoques más destacados. En el tercer apartado se analiza el perfil del empresario social, destacando su papel en las empresas sociales y, en especial, en la inserción sociolaboral. Por último, en el cuarto apartado se presentan las conclusiones del trabajo.

³ Obviamente son emprendedores en sentido amplio porque mueven recursos desde un área previa difusa hacia otra de mayor productividad, identifican oportunidades y aplican soluciones a problemas detectados. etc.

2. Delimitación teórica del concepto de emprendedor social

El estudio sobre el emprendedor social, emprendimiento social o empresas sociales se enmarca en la mayoría de los casos y en términos generales, dentro del ámbito de la Economía Social⁴ y, más en particular, en la denominada Nueva Economía Social o Solidaria (Laville, 2000).

Aunque las empresas sociales son ya tradicionales y se ubican en el Siglo XIX unidas a los movimientos protagonizados por las clases populares y obreras en plena revolución industrial, de donde surgieron las primeras cooperativas de consumidores y usuarios y las cooperativas obreras, de producción o de trabajo asociado; éstas han cobrado protagonismo renovado durante las últimas décadas del Siglo XX, en especial la de los años 80, con el surgimiento de nuevas formas organizativas a iniciativa de la sociedad civil y de los propios colectivos que sufren la exclusión sociolaboral. Sin embargo, a diferencia de las formas tradicionales, la nueva Economía Social irrumpió en sectores que han surgido de los nuevos retos socio-económicos (los servicios de proximidad o servicios sociales, la responsabilidad social corporativa y protección del medio ambiente, el desarrollo local y rural o la cooperación al desarrollo, entre otros) y tratan de compatibilizar el fin social por el que surgen con la eficacia y eficiencia empresarial necesarias para su subsistencia en el mercado donde compiten con las formas empresariales capitalistas. En definitiva, y según De Pablo (2005), el emprendedurismo social es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

Precisamente, la conexión entre lo social y lo económico da lugar a las primeras definiciones del concepto de emprendedor social en el ámbito anglosajón (EE.UU y Reino Unido). Así, (Dees, Emerson y Economy (2001a; 2001b)) definen el emprendedor social como un agente de cambio que busca la creación y sostenibilidad de valor social (y no sólo valor privado), el reconocimiento y seguimiento de nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social, el compromiso con un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje y la exhibición de un elevado sentido de transparencia y rendición de cuentas a sus interesados y de verificación de sus resultados. Por su parte, (Burt (2008)) lo define como un líder que identifica una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la humanidad, que descarga sobre esa injusticia su inspiración, acción directa, creatividad, coraje y fortaleza, y que busca crear un nuevo equilibrio estable que asegure beneficios permanentes para el grupo meta y la sociedad entera.

Por su parte, el concepto de emprendedor social en Europa se diseña a partir del estudio de casos de empresas sociales mediante investigaciones empíricas. En este sentido, Laville y Nyssens (2006), para definir el concepto de emprendedor social, establecen una serie de criterios sociales y económicos que han de compatibilizar las empresas que surgen de estas iniciativas. Los criterios sociales son los siguientes: el emprendedurismo social es el resultado de las iniciativas locales de grupos de ciudadanos (sociedad civil), el poder de decisión no está basado en el capital aportado sino en los principios de gestión democrática (por ejemplo, en las cooperativas de trabajo asociado, el principio un socio un voto), una dinámica participativa que implica activamente a todos los agentes que intervienen en la empresa (trabajadores, colaboradores, clientes), la limitación de la distribución de los beneficios (rechazo del principio de maximización del beneficio) y tener un objetivo explícito de servicio a una comunidad local determinada o colectivo. Estos criterios sociales serán compatibles con los siguientes criterios económicos: una actividad continua de producción de bienes y/o servicios, un elevado grado de autonomía frente a los poderes públicos y a los grupos privados de poder, la presencia de un nivel significativo de riesgo económico (viabilidad económica del negocio) y un nivel mínimo de empleo remunerado.

⁴ También denominado Tercer Sector en el campo anglosajón y que incluye tanto entidades sin ánimo de lucro (*Non profit*) como empresas lucrativas (cooperativas y sociedades laborales) (Chaves y Monzón, 2001; Evers y Laville, 2004).

En última instancia, lo que se deduce de estos criterios es que las empresas sociales han de perseguir un triple objetivo: social, económico y sociopolítico. El objetivo social será la inserción sociolaboral de colectivos con elevado riesgo de exclusión o, en general, la prestación de un servicio de calidad a determinados colectivos sociales; el objetivo económico será la realización de una determinada actividad económica o negocio en unos niveles de eficacia y de eficiencia suficientes que garanticen la viabilidad de la empresa; y el objetivo sociopolítico consistirá en obtener los otros dos objetivos anteriores mediante un procedimiento que contemple la inclusión social y la participación activa de todos los agentes implicados en la empresa (incluidos aquellos colectivos hacia los cuales se dirigen los fines sociales de la empresa).

Las primeras investigaciones internacionales sobre el tema se han llevado a cabo durante la década de los años noventa y son el resultado de las políticas de apoyo financiero aprobadas por la Unión Europea⁵ ante un contexto de agravamiento de la exclusión social y del desempleo en Europa. Así, en el estudio realizado por Estivill, Bernier y Valadou (1997), tal como se señala en Quintao (2007), se recogen diferentes casos sobre nuevas formas de empresas con fines sociales en seis países de la Unión Europea: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia e Italia. Por otra parte, el trabajo de Defourny, Fvreau y Laville (1998) amplía el campo de estudio a otros dos países europeos (Reino Unido y Suecia) y a Canadá (Québec). Estos estudios recogen la existencia de una gran diversidad de empresas calificadas como sociales, si bien son las Empresas de Inserción las más significativas⁶.

Ya durante la primera década del Siglo XXI surgen nuevas investigaciones que nos aproximan a la realidad de la empresa social también a través del estudio de casos, tanto en Europa como en otros continentes. Así, la Comisión Europea ha favorecido la constitución de la red de investigación EMES, que integra diferentes centros de investigación procedentes de distintos países de la Unión Europea y que ha realizado varios proyectos de investigación al respecto, entre los cuales destacan el Proyecto ELEXIS⁷ y el Proyecto PERSE⁸ (Quintao, 2007). En general, los estudios realizados demuestran que las empresas sociales se manifiestan a través de diferentes formas organizativas, existen diferencias significativas entre unos países y otros, y su desarrollo se lleva a cabo en distintos campos de la actividad económica (servicios sociales, medio ambiente, desarrollo local, etc.).

Por tanto, de las diferentes investigaciones empíricas realizadas sobre las empresas sociales, se deduce que éstas pueden tomar múltiples formas, siendo las más destacadas las Empresas de Inserción, las organizaciones o entidades no lucrativas y las cooperativas (cooperativas sociales) en sus múltiples formas. Todas ellas tienen en común que no son empresas privadas tradicionales (pues el poder no se basa en la propiedad del capital) ni tampoco son empresas públicas (aunque en muchos casos tienen una fuerte dependencia de la Administración Pública). Entre sus características más importantes se incluyen: su condición de empresa de interés general por su finalidad de servicio a la colectividad y la existencia de estructuras con múltiples partes participantes de las que son miembros a la vez los usuarios, los voluntarios y los trabajadores (Laville y Nyssens, 2001). Son, de acuerdo con Burt (2008), empresas creadas para atender un fin social o mitigar o reducir un fallo del mercado, y que operan con la disciplina financiera, innovación y determinación del sector empresarial. Aunque no cuentan con una legislación clara, sí que quedan recogidas algunas de sus formas organizativas en estructuras jurídicas que son diferentes en cada país: cooperativas sociales en Italia (desde 1991 se les concede un estatuto nacional), sociedades de finalidad social en Bélgica desde 1995, sociedad anónima de responsabilidad limitada de utilidad pública en Austria, cooperativa de solidaridad social en Portugal desde 1998, cooperativa de iniciativa social en España

⁵ Dentro de la Dirección General V sobre Empleo, Relaciones Industriales y Asuntos Sociales.

⁶ Como señala García Maynar (2007, p. 9), "las Empresas de Inserción son la oportunidad de empleo de las personas en riesgo de exclusión".

⁷ L'Entreprise sociale: lutte contre l'exclusion par l'inserción économique et sociale (2002-2003). (La empresa social: lucha contra la exclusión mediante la inserción económica y social)

⁸ Performance socio-économique des entreprises sociales d'insercion par le travail (2001-2004). (Rendimiento socioeconómico de las empresas sociales de inserción por el trabajo)

desde 1999, cooperativa social en Québec y sociedad cooperativa de interés colectivo en Francia desde 2001. En España, las cooperativas de iniciativa social (reguladas por el artículo 106.1. de la Ley 27/1999 General de Cooperativas), también denominadas de integración social, de servicios sociales o de bienestar social, centran su actividad principalmente en la gestión de servicios personales por cuenta de las Administraciones Públicas como el servicio a domicilio o la gestión privada de residencias y otros centros.

Las Empresas de Inserción, Inserción por lo económico o Empresas Sociales de inserción por el trabajo se “constituyen como un subconjunto emblemático de las empresas sociales por el fuerte reconocimiento que ha sido objetivo de las políticas públicas, por su fuerte crecimiento numérico, por ser pioneras, por la relevancia de su papel etc. en una de las principales prioridades de las políticas europeas y el empleo”⁹ (Quintao, 2007; pp. 38-39). Son consideradas por la Ley 44/2007, para la regulación del régimen de las empresas de inserción, como “nuevos modelos de actuación” en materia de inclusión social, prevención de la exclusión del mercado laboral y apoyo a la integración en el empleo de las personas desfavorecidas y como “iniciativas que, mediante la actividad empresarial, acompañadas de actuaciones sociales y de inserción social, hacen posible la inclusión sociolaboral de personas excluidas para su posterior colocación en empresas convencionales o en proyecto de autoempleo” (Sanchis y Campos, 2008). Las Empresas de Inserción son, sin duda, ejemplos paradigmáticos de empresas sociales¹⁰.

Las Entidades No Lucrativas constituyen un campo muy amplio de organizaciones (asociaciones, fundaciones), aunque todas ellas poseen “capacidad para comprender y dar respuesta a las nuevas necesidades y demandas sociales, y competencia para crear empleo a partir del desarrollo de las potencialidades de las personas y la generación de procesos de inserción sociolaboral. Estos nuevos empleos están relacionados con las necesidades de la vida diaria de un buen sector de la población y con la mejora de su calidad de vida (servicios de proximidad, ayuda a jóvenes en dificultad de inserción sociolaboral y servicios de mejora de la calidad de vida)” (Salinas y Rubio, 2001, pp. 82-83)¹⁰. Las Entidades No Lucrativas de Acción Social, con el tiempo, han pasado de realizar funciones de tipo reivindicativo, de defensa de los derechos sociales y de tutela de determinados colectivos, a actividades puramente empresariales (producción y gestión de bienes y servicios), por lo que han tenido que incorporar modelos de gestión basados en la eficacia y la eficiencia empresarial al igual que las empresas de capitales con las que tienen que competir.

Las cooperativas se han caracterizado como empresas sociales desde sus inicios. Así, las cooperativas tradicionales han desempeñado un destacado papel social que se ha traducido en ofrecer a sus socios un servicio adaptado a sus necesidades y en unas condiciones especiales: las cooperativas de consumidores y usuarios proporcionan a sus socios los bienes y servicios que necesitan, a la vez que favorecen su participación activa en la gestión cooperativa (como socios consumidores); las cooperativas de trabajo asociado permiten crear empleo de calidad, a la vez que favorecen también la participación activa de sus trabajadores en la gestión cooperativa mediante sistemas democráticos (socios trabajadores); las cooperativas agrarias defienden al pequeño y mediano agricultor del fuerte poder negociador de los grandes grupos de distribución comercial; y las cooperativas de crédito financian a los pequeños y medianos empresarios ofreciéndoles fuentes de financiación adecuadas a sus necesidades (microcréditos y banca ética).

Por otra parte, a partir de la década de los años 70 han surgido nuevas cooperativas, como las cooperativas sociales, que representan una de las formas más innovadoras de empresa social en Europa (Zandonai y Pezzini, 2004). Esta nueva clase de cooperativas desarrolla su trabajo en nuevos sectores económicos o sectores en fuerte crecimiento y dinamismo, con demandas sociales claras (servicios sociales, desarrollo local y rural, medio ambiente, etc.). Las cooperativas sociales o cooperativas de solidaridad social tienen su origen en Italia y fueron definidas por primera vez a

⁹ Para un estudio en profundidad de las Empresas de Inserción puede consultarse, entre otros, a Quintao (2007) y García Maynar y Esteve Arnal (2007).

¹⁰ Estos resultados se han obtenido del proyecto de investigación Okapi desarrollado por los autores sobre un número limitado de casos de empresas de inserción.

principios de los años 80 como cooperativas que ejercen actividades con el objeto de satisfacer los intereses de sus socios y de no socios, intereses que pueden ser morales, asistenciales, sociales, culturales, deportivos o de ocio. A diferencia del resto de clases de cooperativas, no permiten distribuir una parte de sus beneficios entre sus miembros y se consideran como cooperativas mixtas (Fraissee et al., 2001).

Según Salinas y Rubio (2001), las diferentes formas organizativas analizadas pueden convertirse en empresas sociales a través de la evolución de tres ejes o pilares básicos: la vocación social y la inserción en lo local, la tendencia continua a la profesionalización y la gestión empresarial, y la relación de dependencia con la Administración Pública. Las empresas sociales, en la medida en que se van consolidando e incluso creciendo, precisan introducir profesionales de la gestión que se ocupen de los aspectos administrativos, financieros y organizativos, incorporando a sus estructuras prácticas empresariales (tecnología y planeamiento estratégico); sin embargo, este proceso de profesionalización se ha de hacer conservando los fines sociales por los cuales se creó la empresa. La dependencia económica de la Administración Pública existe desde el inicio de la actividad empresarial (cuando la empresa social asume la realización de parte de los servicios que anteriormente realizaba la Administración) y aumenta con el paso del tiempo en la medida en que la principal fuente de ingresos de las empresas sociales procede de la propia Administración Pública.

3. La figura del empresario social y su papel en la inserción sociolaboral

La actividad del emprendedor¹¹ representa actualmente una alternativa para enfrentarse al problema del desempleo y evita las tensiones sociales que pueden provocar otro tipo de medidas como la flexibilidad del mercado de trabajo (Galindo, 2009).

Según MacMillan y Boisot (2004), el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social, de forma que tanto la empresa como la sociedad se benefician de su actividad. Entre estos beneficios se encuentran la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida. Pero sus efectos son aún más amplios, ya que además de contribuir a paliar los efectos del desempleo o de la pobreza, también juegan el papel de agentes de cambio en la sociedad.

Sin embargo, el papel de motor de cambio y de generación de beneficios para la sociedad no es exclusivo del empresario social, dado que se trata de una función propia de cualquier tipo de empresario y, por tanto, puede ser desempeñada por cualquiera que esté dispuesto a sacrificar parte de sus beneficios económicos a cambio de asumir una determinada responsabilidad social corporativa. Así, las funciones o los roles de los empresarios han cambiado sensiblemente, de manera que en la actualidad sus funciones se dirigen a garantizar la supervivencia de la empresa, a liderar personas y a desarrollar un *management* comprometido sobre la base del cambio organizativo permanente (Muñoz Castellanos y Sánchez de Pablo, 2004).

Lo que diferencia al empresario social del resto de empresarios no es, por tanto, su capacidad para conseguir fines sociales, si no que éstos (los fines sociales) son su propósito primordial; en la empresa social, el fin social está por encima de los fines comerciales o financieros, mientras que en el resto de empresas, son una consecuencia o un efecto secundario y no el fin prioritario. Desde este punto de vista, Yunus (2006) clasifica los empresarios en dos tipos: empresarios sociales basados en el mercado y empresarios sociales no basados en el mercado. La diferencia entre ambas clases de empresarios estriba en si existe o no el ánimo de lucro, de manera que las empresas sociales no basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales sin obtención de lucro o beneficios empresariales (asociaciones, fundaciones) y las empresas sociales

¹¹ Conviene señalar que los conceptos de empresario y de emprendedor son distintos desde el punto de vista terminológico, si bien en nuestro trabajo los vamos a considerar conjuntamente, por cuanto tanto uno como otro contribuyen a la creación y el mantenimiento de empresas sociales, que es lo que nos interesa analizar. Así, Wennekers y Thurik (1999) definen al emprendedor como la persona o grupo de personas que manifiestan el deseo de crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevas formas organizativas, nuevos métodos de producción, etc.) e introducir sus ideas en los mercados.

basadas en el mercado son aquellas que persiguen fines sociales a la vez que buscan beneficios empresariales (cooperativas, sociedades laborales).

Otra diferencia empresario social *versus* resto de empresarios reside en la distinción entre dos tipos de actividad emprendedora, la actividad emprendedora por necesidad y la actividad emprendedora por oportunidad. La primera englobaría a las iniciativas que se crean o ponen en marcha por exclusión, al no hallar los emprendedores una alternativa profesional para desarrollar su actividad laboral. Sin embargo, en la segunda es en la que se enmarcan los emprendedores sociales, donde aunque existan otras alternativas laborales (si no siempre al comienzo de la actividad emprendedora cuando ésta se creó, sí una vez resueltos los problemas de crisis en el mercado de trabajo), los emprendedores sociales no abandonan su actividad sino que por el contrario la eligen a pesar de disponer de alternativas laborales.

Aunque, en general, los estudios sobre emprendedurismo no reconocen la existencia de un empresario o emprendedor social distinto al del empresario en general, sí existe algún trabajo dentro del ámbito de la Economía Social que reconoce dicha existencia, justificada por el hecho de que el empresario social presenta diferencias dignas de mención con respecto al resto de empresarios (Zandonai y Pezzini, 2004): los directivos sociales presentan una escala de valores y de involucración emocional en sus relaciones laborales más consolidadas y estiman la confianza (capacidad de gestionar relaciones entre los participes en la empresa) como el elemento crucial de su profesionalidad; el grado de satisfacción en el trabajo de los empresarios sociales es mayor, a pesar de percibir salarios más bajos, ya que valoran más positivamente la autorrealización, el reconocimiento y las relaciones laborales con los demás; y tienden a permanecer más tiempo en su puesto porque para ellos su trabajo es un estilo de vida y no sólo una opción en su carrera profesional.

El empresario social, normalmente, no se sitúa en la cúspide de la pirámide jerárquica de la empresa (nivel estratégico o superior), si no que ocupa una posición central, al compartir la misión de la empresa y las prácticas laborales con sus colaboradores. El estilo de dirección altamente participativo que caracteriza a este tipo de empresarios y su implicación en el proyecto empresarial en el cual intervienen, desembocan en un fuerte liderazgo organizativo y una cultura empresarial abierta a la creatividad a través de una estructura organizativa plana y descentralizada (Pérez Fernández, 2002; García Gutiérrez, 2002). Todo esto se traduce en un contacto directo entre el empresario y los colectivos hacia los cuales se dirige la acción de la empresa social, esto es, aquellas personas a las que se desea insertar en el mercado de trabajo en particular y en la sociedad en general (Chaves y Sajardo, 2004).

Así, el directivo social participa en todos los niveles de trabajo y contribuye directamente al proceso de producción de bienes y servicios, a la vez que juega un papel primordial en la gestión de personas, sobre todo en lo que se refiere a la motivación de los trabajadores mediante la confianza y el respeto mutuo. Se trata, por tanto, de organizaciones basadas en la cooperación, definida a través de redes sociales tejidas entre directivos, trabajadores, propietarios y clientes. Las redes o relaciones sociales favorecen las prácticas excelentes de recursos humanos al potenciar diferentes aspectos como el bienestar psicológico, la satisfacción en el trabajo, la confianza, el trabajo en grupo y el compromiso con la organización (Koschatzky, 2002; Moyano Fuentes, Bruque Cámara y Eisenberg, 2007). Entre las diferentes clases de redes sociales (de apoyo, de amistad, de información y de asesoramiento), son las redes de amistad las que motivan a las personas para llevar a cabo innovaciones en la organización, pues aportan un sentido de pertenencia e identidad, tienen una gran capacidad de influencia en las actitudes individuales, en las creencias y en el comportamiento y están basadas en la proximidad y la confianza entre las personas (Ibarra, 1993; Morrison, 2002).

Las redes sociales, a su vez, son un instrumento de gran utilidad para el empresario social, ya que a través de ellas se puede acceder a recursos importantes para el desarrollo de la empresa (Stewart, 1991; Das y Bing-Sheng, 1997; García y Marco, 1999) como la tecnología, la información, recursos materiales, etc. De esta manera, el empresario social busca el apoyo de otros

colectivos que están relacionados con la empresa, sobre todo con aquellos con los que comparten valores, creencias o normas (Kainm y Nurick, 1992; Larson y Starr, 1993; O'Connor y Rice-Hao Ho, 2001; Aldrich *et al.*, 2002). Así, determinados trabajos han demostrado que las redes sociales de contacto y de amistad pueden convertirse en una fuente de oportunidades y de aprendizaje para el empresario o el directivo (Chirmsmany McMullan, 2000; Craig y Lindsay, 2001).

Otro elemento importante de apoyo para los empresarios sociales, son las ayudas que proporcionan las Administraciones Públicas para la creación y el desarrollo de empresas (Summers, 2004). En las empresas sociales, la falta de recursos financieros es, por lo general, el principal obstáculo para su constitución y posterior consolidación; de hecho, es uno de los principales obstáculos en cualquier clase de empresa, sobre todo en las PYMES (Pinillos, 2001; García Gutiérrez y Fernández Guadaño, 2005; García Tabuenca *et al.*, 2008). Por tanto, resulta importante tener un conocimiento más o menos profundo de las políticas públicas dirigidas a la ayuda a las empresas, en especial, a las empresas sociales.¹²

En definitiva, las prácticas del empresario social potencian la innovación social¹², contribuyendo así al desarrollo de las empresas y al crecimiento económico (Audretsch, 2006; Veciana Vergés, 2007), sobre todo en el contexto del desarrollo local (Acs y Storey, 2004; Armington y Acs, 2002), por lo que uno de sus objetivos sociales prioritarios es la inserción sociolaboral de colectivos desfavorecidos o con mayor riesgo de exclusión.

4. Conclusiones

Los emprendedores sociales constituyen una parte importante del proceso de creación de empleo y son un factor estimulador del crecimiento, pues al crear nuevas empresas generan mayor riqueza y bienestar a un país, más si cabe cuando el fin de la empresa o en todo caso uno de los objetivos que se cumplen con su creación, es la inserción de personas en régimen de exclusión u otros colectivos con necesidades sociales específicas y claras. Consiguen la creación de valor social frente a la creación de valor económico propio de otras empresas capitalistas o de otros emprendedores en las que si se genera valor social, éste es una consecuencia derivada del valor económico creado, pero no el fin primordial.

A pesar del destacado papel que desempeña el emprendedor social, especialmente en la inserción sociolaboral, no existe un reconocimiento explícito al mismo dentro de la literatura sobre emprendedurismo y creación de empresas. Sin embargo, tal como hemos querido demostrar en este trabajo, esta clase de emprendedor posee una serie de características específicas que lo diferencian del resto, por lo que queda justificada la realización de un análisis particular del mismo. En este sentido, la definición de un determinado perfil de actuación, a partir de la labor que desempeña en el campo de la inserción, puede ser un primer paso para conseguir su reconocimiento como motor de las iniciativas sociolaborales.

Por otra parte, las clases de empresas a través de las que el emprendedor social desempeña su labor son muy diversas, aunque la mayoría se enmarcan dentro de lo que se conoce como Economía Social y, más en particular, la Nueva Economía Social. Esta clase de empresas, por sus valores sociales y principios de gestión basados en la democracia, el trabajo, la solidaridad y la cooperación, son especialmente adecuadas para la consecución de los fines que persigue el emprendedor social. Conocer y estudiar los diferentes tipos de estructuras empresariales a través de las cuales se consiguen los fines sociolaborales, es también un elemento necesario para definir la figura del emprendedor social.

El presente trabajo y sus conclusiones no son más que el marco teórico del empresario y emprendedor social, por lo que sólo representa una primera aproximación a este campo de estudio. Esta limitación se irá resolviendo en estudios posteriores. Así, una vez definida la figura del

¹² "La innovación social tiene por objeto la introducción de cambios relacionados con nuevas formas organizativas y de gestión dentro de la organización y entre sus principales objetivos figuran la inserción sociolaboral de personas, principalmente con mayor riesgo de exclusión" (Sanchis y Campos, 2008; p. 187).

empreendedor social, mediante la realización de nuevos trabajos de investigación posteriores a éste se podría determinar un perfil laboral, formativo y profesional de este tipo de emprendedor, a partir de la realización de un trabajo de campo basado en el estudio de casos de empresas de la Nueva Economía Social. El estudio, por ejemplo, de las empresas de inserción, entidades representativas de la Nueva Economía Social y de gran actualidad por la reciente aprobación de su marco jurídico a nivel estatal, podría servir para determinar, de una manera más exacta, las características definitorias del emprendedor social.

Bibliografía

- Acs, Z. J. y Storey, D. J. (2004): "Introduction: entrepreneurship and economic development", *Regional Studies*, Vol. 38, pp. 871-877.
- Aldrich, H. E., Carter, N. M. y Ruef, M. (2002): "With very little help from their friends: gender and relational composition of nascent entrepreneurs start-up teams"; *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Disponible en <http://www.babson.edu>.
- Armington, C. y Acs, Z. J. (2002): "The determinants of Regional Variation in new Firm Formation", *Regional Studies*, núm. 36, pp. 33-45.
- Audretsch, D. B. (2006) (ed.): *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, Edward Elgar.
- Burt, M. (2008). "El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica". En: Desarrollando nuevos emprendimientos. Centro de Formación de la Cooperación Española. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 18 y 19 de agosto de 2008.
- Chaves, R. y Monzón, J. L. (2001): "Economía Social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas", *Revista CIRIEC-España* núm. 37, pp. 7-34.
- Chaves, R. y Sajardo, A. (2004): "Economía política de los directivos de las empresas de Economía Social", *CIRIEC-España* núm. 48, pp. 31-52.
- Chirsman, J. J. y McMullan, W. (2000): "A preliminary assessment of outsider assistance as a knowledge resource: the longer-term impact of new venture counselling", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 24, núm. 3, pp. 37-53.
- Craig, J. y Lindsay, N. (2001): "Quantifying gut feeling in the opportunity recognition process", *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Disponible en <http://www.babson.edu>.
- Das, T. K. y Bing-Sheng, T. (1997): "Time and entrepreneurial risk behavoir", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 22, núm. 2, pp. 69-88.
- De Pablo López, I. (2005). "El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social". V Seminario sobre creación de empresas y entorno. Universidad Autónoma de Madrid. Trujillo, octubre de 2005.
- Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001a): *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, New York.
- Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001b): *Strategic tools for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, New York.
- Defourny, J. Fvreau, L. y Laville, J. L. (dir.) (1998): *Insertion et nouvelle économie sociale*, Éditions Desclée de Brouwer, París.
- Estivill, J., Bernier, A. y Valadou, C. (1997): *Las empresas sociales en Europa*, Editorial Hacer, Barcelona.
- Evers, A. y Laville, J. L. (2004): "Defining the third sector in Europe", en *The third sector in Europe*, Edward Elgar, UK, pp. 11-42.