

Emprendimiento y responsabilidad social en las organizaciones dirigidas a la actividad en materia de servicios sociales: estudio de casos en la Región de Murcia, España

María Teresa Pérez Daruiz*, Antonio Juan Briones Peñalver**

Resumen

Las organizaciones dedicadas a la *actividad* en servicios sociales adquieren cada vez mayor importancia en todos los países. Son entidades que proponen modelos alternativos de sociedad con propuestas innovadoras y aminorando carencias sociales a favor de la paz. Son impulsadas por los gobiernos, y adecuadas para el emprendimiento en valores con principios de gestión basados en la responsabilidad. El trabajo revisa el carácter del emprendimiento social, sus buenas prácticas en las organizaciones con actividades sociales, comparándolas con las dimensiones de la responsabilidad social. Lleva a cabo un estudio de casos múltiple en organizaciones no lucrativas sobre los indicadores académicos que también fueron planteados por expertos o agentes sociales, poniéndolo en evidencia en tres casos: asociaciones, centros especiales de empleo y empresas de inserción de la Región de Murcia (España). Investiga a las organizaciones, analizando hipótesis sobre las asociaciones de dependencia y aportando resultados estadísticos para su caracterización.

Palabras clave: emprendedor, emprendedor social, organizaciones no lucrativas (ONL), responsabilidad social.

Social Responsibility and Entrepreneurship in Organizations Dedicated to the Provision of Social Services: Case Studies in the Region of Murcia, Spain

Abstract

Organizations dedicated to social services provision acquire increasingly greater importance in all countries. Such entities propose alternative models for society with innovative proposals aimed at reducing social gaps in the cause of peace. They are promoted by governments and adapted for enterprises, using values supported by management theories based on responsibility. This work reviews the character of social enterprises along with their good practices in organizations with social activities while comparing them with the dimensions of social responsibility. It involves a study of multiple cases at nonprofit organizations with respect to academic indicators that were also proposed by experts or social agents, specifically looking at three cases: associations, special centers for employment, and insertion companies in the region of Murcia (Spain). The research deals with the organizations while analyzing hypotheses about dependent associations and providing statistical results for their characterization.

Keywords: entrepreneur, social entrepreneur, nonprofit organizations (NPO), social responsibility.

Empreendedorismo e responsabilidade social nas organizações dedicadas à atividade na área de serviços sociais: estudo de casos na Região de Murcia, Espanha

Resumo

As organizações dedicadas à atividade em serviços sociais adquirem cada vez maior importância em todos os países. São entidades que propõem modelos alternativos de sociedade com propostas inovadoras que diminuem carências sociais a favor da paz. São impulsionadas pelos governos e adequadas para o empreendedorismo em valores com princípios de gestão baseados na responsabilidade. Este trabalho revisa o caráter do empreendedorismo social, suas boas práticas nas organizações com atividades sociais, comparando com as dimensões da responsabilidade social. Realiza um estudo de casos múltiplos em organizações sem fins lucrativos sobre os indicadores académicos que também foram abordados por especialistas ou agentes sociais, pondo em evidência em três casos: associações, centros especiais de emprego e empresas de inserção da Região de Murcia (Espanha). Investiga as organizações analisando hipóteses sobre as associações de dependência e contribuindo com resultados estatísticos para sua caracterização.

Palavras-chave: empreendedor, empreendedor social, organizações sem fins lucrativos (OSFL), responsabilidade social.

* Magíster en Administración y Dirección de Entidades de Economía Social.

Correo electrónico: ingenieria.novapel@telefonica.net

** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Doctor con acreditación europea en Gestión de Empresas, Universidad Politécnica de Cartagena.

Correo electrónico: aj.briones@upct.es

Recibido: 20 de noviembre del 2014

Aprobado: 9 de marzo del 2015

Cómo citar este artículo: Pérez-Daruiz, M. T. y Briones-Peñalver, A. J. (2014). Emprendimiento y responsabilidad social en las organizaciones dirigidas a la actividad en materia de servicios sociales: estudio de casos en la Región de Murcia, España. *Cooperativismo & Desarrollo*, 104(22), 69-81. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v22i104.973>

Introducción

El reto de conceptualización de la economía social lleva a analizar el grado de visibilidad de las empresas sociales, cada vez con mayor relevancia en las organizaciones dirigidas a la actividad en materia de servicios sociales y su aporte a la economía solidaria. Este tipo de organizaciones goza de confianza en una gran mayoría de países del mundo, también desde el punto de vista internacional (Chaves y Demoustier, 2013), atendiendo su grado de conocimiento y percepción por la sociedad (Ávila, 2013), pero en muchos casos las definiciones están carentes de consenso (Monzón y Chaves, 2012). Estas entidades, en materia de servicios sociales, proponen modelos alternativos de sociedad, fomentan el debate, adelantan propuestas innovadoras, suplen carencias sociales, protegen la calidad de vida, aportan voces diferentes y actúan como grupos de presión. Existe la concepción arraigada de que empresas sociales y emprendimiento social provienen de los mismos contextos sociales, políticos y culturales (Defourny y Nyssens, 2012), y que existen oportunidades para simultáneamente conjugar el espíritu emprendedor y la prosecución de un bien común. La idea principal que caracteriza a las entidades no lucrativas es la forma de distribución de los excedentes o beneficios, basada en el principio de no distribución de beneficios a las personas que las han creado (Ávila, 2013). Además, estas organizaciones son especialmente adecuadas para el logro de los fines que persigue el emprendedor social, en cuanto a sus valores basados en la democracia, el trabajo, la solidaridad y la cooperación. Ello hace que se impulse este tipo de emprendimiento en el actual contexto socioeconómico europeo (Enciso, Gómez y Mugarra, 2012, p. 58).

Por otro lado, la vocación emprendedora de los jóvenes españoles se sitúa por debajo de la media de sus homólogos europeos, por lo que se precisa la difusión de las bondades de esta forma de emprendimiento.

En este contexto, el objetivo de este trabajo es reflexionar sobre las dimensiones del emprendimiento social, además de estudiar las buenas prácticas de este movimiento emprendedor en las organizaciones con actividades sociales. Para ello, se hará una breve introducción del problema, se contextualizará teóricamente al Tercer Sector de Acción Social para llevar a cabo un estudio de casos múltiple en las organizaciones con actividad en materia de servicios sociales en la Región de Murcia (España), que conforme pasa el tiempo, adquieren mayor importancia.

Marco teórico

El fenómeno emprendedor (*entrepreneurship*) está relacionado con la creación de empresas y su desarrollo, determinante del crecimiento económico, creación de valor y del bienestar social (Ruiz-Navarro, 2003, p. 155). Además, Ruiz-Navarro (2003) indica que el emprendedor es quien se aprovecha de ello invirtiendo, explorando el cambio y la innovación, creando nuevos modelos de hacer negocios. Molina (2010, p. 40) señala que “la función del emprendedor será básicamente, según Schumpeter, *la dirección y realización de esas innovaciones*”. Así puede observarse, en esta concepción del *entrepreneurship*, una clara orientación hacia el comportamiento directivo (Ripolles y Menguzzato, 2003, p. 233), que está directamente relacionado con la persona que posee actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo (Salinas y Osorio, 2012, p. 132). Emprender suele asociarse con individuos motivados y capacitados para realizar proyectos con creatividad y liderazgo que dan como resultado una empresa (Nuevo, 2003, p. 191). Por tanto, es un proceso para innovar, que se inicia detectando una oportunidad, y genera un proyecto para el emprendedor, capaz de asumir un riesgo, creando una competencia que la hace ventaja competitiva sostenible (Bueno, 2003, p. 257).

Las empresas sociales son cada vez más visibles obteniendo reconocimiento de la sociedad (Díaz, Marcuello y Marcuello, 2012), y en especial atención a las empresas de participación, y al papel que pueden desempeñar los emprendedores sobre las mismas (Lejarriaga y Martín, 2013). En este sentido, el emprendimiento social es un proceso que incluye un uso innovador de los recursos (Mair y Martí, 2006).

Las competencias emprendedoras no solo deben ayudar a los sujetos a desarrollar con éxito una iniciativa empresarial, sino también a cultivar valores y prácticas sociales asentados en principios democráticos. El programa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define el emprendizaje social como “*la actividad empresarial que tiene por objetivo hacer frente a los problemas de la sociedad*” (Lepoutre, Justo, Terjesen y Bosma, 2011, p. 697).

Además, la innovación es reconocida como un elemento diferenciador que permite alcanzar ventajas competitivas en las empresas, ya sea en bienes y servicios como en procesos de gestión, incluyéndose entre

ellos los aplicados en la responsabilidad social empresarial (RSE) que cada vez se están aplicando en mayor medida en un número creciente de empresas (Mendoza, De Nieves y Briones, 2010; Briones, 2014).

En este sentido, el espíritu del emprendedor social y colectivo puede ser una conjunción de todas las capacidades o atribuciones de la persona emprendedora, con ciertas connotaciones referidas a la economía social, como se refleja en la tabla 1.

Tabla 1
Capacidades o atribuciones de la persona emprendedora

| Espíritu emprendedor | | Espíritu del emprendedor social y colectivo | |
|-------------------------------|---------------------|---|---------------------------------------|
| Iniciativa Acción | Estrategias | Acción social | Estrategias de desarrollo colectivas |
| Innovación- Diferenciación | | Innovación social | Responsabilidad, calidad, cooperación |
| Capacidades | Asunción de riesgos | Riesgos diversos no solo del capital de la empresa social | |
| Cultura Cambio | Flexibilidad | Cambios colectivos | Adaptación a las circunstancias |
| Autonomía | Proyección exterior | Riesgo compartido | Proyección social o a las personas |

Nota. Elaboración propia

En este caso, existe una aproximación al ámbito social desde la perspectiva de los valores de la iniciativa emprendedora, donde compromiso y autonomía son cuestiones características y razones para el desarrollo de proyectos empresariales de ámbito social y colectivo. En el caso de los emprendedores cooperativos, Molina (2010, p. 41) enumera cinco dimensiones del emprendedor en una decisión: 1) psicológica para eliminar la dificultad hacia el logro, 2) sociodemográfica relativa a factores de edad, género o responsabilidades familiares, 3) entorno u orientada hacia la cultura en la zona, 4) laboral debido a la baja empleabilidad o ausencia de perspectivas o mejoras, y 5) social de redes sociales.

Las experiencias del emprendimiento empresarial analizadas ponen en evidencia que la economía social/solidaria comprende nuevas formas de organizar el trabajo y la empresa, que se comprometen con la comunidad, crean empleo, generan riqueza, bienestar y calidad de vida de la población en riesgo de exclusión social (Salinas y Osorio, 2012, p. 149). La consideración de emprendedor social trasciende en estos días debido a la difícil coyuntura que padecen colectivos y el conjunto de las regiones y territorios de España. En este

sentido, el objetivo de las políticas de responsabilidad social (en adelante RSC) está vinculado con el movimiento emprendedor y las necesidades de los grupos de interés o grupos sociales e individuos hacia los que se dirigen sus actividades y tienen influencia recíproca. La responsabilidad social no es cuestión reservada a las empresas capitalistas, sino que resulta aplicable a las organizaciones no lucrativas (ONL), al sector público y a los agentes sociales. Las ONL tienen una responsabilidad contraída con su entorno que deben asumir y cuya función no se deriva directamente de su figura jurídica. Asumir responsabilidad social y favorecer al movimiento emprendedor implican cumplir con principios del buen gobierno y con el fomento de la cultura emprendedora, desarrollando “buenas prácticas” en sus procesos de gestión en todos los ámbitos.

La responsabilidad social (RSC) en las organizaciones no lucrativas (ONL) es considerada una práctica de gobierno en las organizaciones y empresas de economía social. Su contribución se valora en términos de solidaridad, cohesión social y vertebración del territorio en los que se ubican y operan estas empresas. Mantienen un compromiso proactivo en la defensa de los derechos humanos, la preservación del medioambiente y el desarrollo sostenible. Por ello, las empresas de economía social se relacionan con la responsabilidad social, a través de un conjunto de valores y principios comunes tanto en el marco de su gestión responsable como en los negocios hacia los que se enfocan sus actividades, que son de orden social y colectivo (Briones y Morales, 2011).

Cualquier concepto de responsabilidad social, por su complejidad y amplitud, se muestra difícil de concretar o delimitar en palabras y acciones. De ahí que las características de cada concepto y de cada definición encontrada en la literatura evidencian cuatro especificidades que, según Martínez, Juanatey y Silva (2010, pp. 14-15), son:

1. pluralidad que implica satisfacer a sus accionistas y grupos de interés, facilitando el proceso de toma de decisiones, legitimando la acción de la empresa;
2. distribución o especificidad distributiva, que implica observar la responsabilidad social como algo aplicado a toda la cadena productiva;
3. sustentabilidad o relación entre ambiente y sociedad, planteando estrategias para el desarrollo sostenible, permitiendo la prevención de riesgos futuros y reduciendo los impactos ambientales; y
4. transparencia, comunicación de la información.

Áñez, Hernández, Silvestri y Gómez (2008) determinaron que existen elementos comunes en las definiciones de RSC relacionados con el compromiso que significan las prácticas de negocios tolerables y el desempeño ambiental, entre otros. Estos elementos son: compromiso de las empresas, decisión voluntaria, beneficios para la sociedad y públicos de interés, conducta ética, desempeño ambiental y adaptabilidad (figura 1).

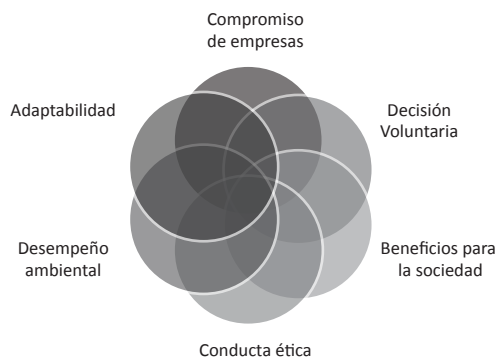


Figura 1. Elementos de la responsabilidad social. Elaboración propia a partir de Áñez et al. (2008)

Las empresas de economía social que implementan RSC están conformadas por un cúmulo de acciones de integración voluntaria de responsabilidades económicas, éticas y legales concernientes a las situaciones sociales y del medio ambiente en el quehacer de las operaciones comerciales y las relaciones con los *stakeholders* (Briones y Morales, 2011). Entre los *stakeholders* más relevantes están los propios empleados, los clientes y los proveedores de la organización, además de inversores y propietarios (Celma, Coenders y Martínez-García, 2014). De igual forma, estos últimos autores establecen que las dimensiones de la RSC ayudan a crear un proceso dirigido a aplicar estrategias para realizar inversiones participativas dentro de la comunidad.

Contextualización del Tercer Sector de Acción Social o entidades del sector no lucrativo en España

En España, la imagen del sector no lucrativo fluctúa entre un alto nivel de confianza, frente al resto de instituciones, y el desconocimiento sobre la gestión de los fondos que realizan. Cada día es mayor la relevancia

y la influencia de las organizaciones no lucrativas en la sociedad. Según algunas encuestas, son las organizaciones que gozan de mayor confianza en una gran mayoría de países del mundo.

El Tercer Sector de Acción Social presenta ciertas peculiaridades que condicionan su funcionamiento (Herrera, Larrán y Martínez-Martínez, 2013). Algunas de ellas son: la ausencia de intereses privados, que es lo que les confiere su naturaleza “no lucrativa”, o su capacidad de actuación como instrumentos de democratización social; pero también presenta inconvenientes, como la ausencia de derechos de propiedad, el escaso control sobre el desempeño, o el alto nivel de dependencia de los fondos públicos, entre otros (Sajardo y Chaves, 2006).

Otras características comunes que perfilan el sector de una manera rigurosa y distintiva, según Sajardo y Chaves (2006), son las siguientes: 1) entidades privadas; 2) organizadas formalmente (con personalidad jurídica propia); 3) con autonomía de decisión; 4) con libertad de adhesión; 5) con una eventual distribución de beneficios no vinculada al capital aportado; 6) ejercen una actividad económica en sí misma considerada; 7) son organizaciones democráticas. En este caso, no se debe confundir nunca el emprendimiento social con otros conceptos como caridad, provisión de servicios sociales o activismo social (Choi y Majumdar, 2014).

Desde la perspectiva económica, los enfoques más relevantes de las ONL son: el enfoque de la economía social de tradición europea y el enfoque del Tercer Sector, de tradición anglosajona (Defourny y Nyssens, 2012). Un sistema de clasificación según la International Clasificación of Non Profit Organizations (ICNPO) de Naciones Unidas o las que realizan algunas administraciones públicas, las cuales tratan de ordenar a estas entidades por campos de actividad, lo que permite realizar comparaciones en el ámbito internacional.

La siguiente es la clasificación internacional de las ONL (ICNPO): 1) cultura, deporte y ocio; 2) educación e investigación; 3) salud; 4) servicios sociales; 5) medio ambiente; 6) desarrollo comunitario y vivienda; 7) derechos civiles, asesoramiento legal y política; 8) intermediarios filantrópicos y promoción del voluntariado; 9) actividades internacionales; 10) religión; 11) asociaciones profesionales, empresariales y sindicatos; 12) otros.

Además, existen otras clasificaciones como la de Etxezarreta y Bakaikoa (2011, p. 42), que segmenta el Tercer Sector de Acción Social en tres familias diferenciadas de la siguiente manera: 1) ligada al mundo del

asociacionismo y constituida por voluntarios; 2) conformada por fundaciones que prestan una variedad de servicios de responsabilidad pública, y 3) vinculada al cooperativismo ligado al sector industrial y financiero.

Marco empírico

Planteamiento de hipótesis de investigación

En términos generales, se puede decir que el emprendimiento social es un proceso que incluye un uso innovador de los recursos y en el que se aprovechan las oportunidades para solventar un problema social o catalizar el cambio social necesario para que el problema se reduzca o desaparezca (Mair y Martí, 2006). La innovación aumenta cuando la empresa es responsable, y ese incremento se traduce en un mayor éxito competitivo, potenciando el efecto que por sí misma ya ejerce la RSE en la competitividad de la entidad (Vázquez y Sánchez, 2013).

Así pues, el emprendedor social muestra características como las siguientes (Peredo y McLean, 2006): 1) se enfoca hacia la creación de valor social; 2) muestra capacidad para aprovechar las oportunidades y crea una visión; 3) es innovador, desde la invención pura hasta la adaptación novedosa de algo, en su creación y distribución de valor social; 4) está dispuesto a aceptar un mayor nivel de riesgo en la creación y distribución de valor social; 5) suele tener suficiente ingenio como para no dejarse intimidar por la escasez de recursos para la puesta en marcha de su aventura social.

El espíritu emprendedor es una cualidad que poseen las personas que ven oportunidades donde otros no, y que trata de aprovechar esas oportunidades a través de diversas modalidades de organización, sin tener en cuenta los recursos. Desde una perspectiva más general, la Comisión de las Comunidades Europeas, en el *Libro verde: el espíritu empresarial en Europa* (2003), la define como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico o social. La literatura describe a los emprendedores como individuos orientados para la acción, enérgicos, tolerantes a las situaciones y adversidades, poseedores de una elevada autoconfianza, con un fuerte control personal, motivación y necesidad de realización. En este sentido, el espíritu del emprendedor social y colectivo puede ser una conjunción de todas las capacidades

o atribuciones de la persona emprendedora, por lo que su fomento y desarrollo deben ir dirigidos hacia una intervención que contribuya al cambio social. Estas afirmaciones vienen a justificar las siguientes hipótesis:

- H¹: fomentar capacidades emprendedoras permite reforzar el espíritu emprendedor social y colectivo.
- H²: el espíritu del emprendedor social está directamente relacionado con las estrategias de desarrollo colectivas y las políticas de acción social.
- H³: cambios colectivos, adaptación a las circunstancias, riesgo compartido y proyección social del emprendedor social son características marcadas de las actividades y órganos de gestión en las organizaciones no lucrativas (ONL).

Aunque no exista normativa legal para garantizar la transparencia, los códigos de conducta ética o buenas prácticas, estos sirven de mecanismos de comunicación y actuación que marcan las pautas de gestión interna y externa, la eficiencia, y además son un sistema de control para el éxito de su misión al incrementar la participación y la responsabilidad en la sociedad. Algunas iniciativas de indudable valor en la normalización de la gestión ética de las empresas es la norma promovida por el Foro para la evaluación de la gestión ética (Forética) y la norma SG-21, publicada en 2002; estas establecen los requisitos que debe reunir un “sistema de gestión ética y socialmente responsable” en la empresa, abordando aspectos como las funciones y responsabilidades de la alta dirección, las relaciones con los clientes, los proveedores y los empleados, así como los impactos de la actividad en el entorno social y medioambiental.

En el caso que nos ocupa, las organizaciones no lucrativas (ONL) se desarrollan en un marco centrado en la gestión ética y socialmente responsable, lo cual asume como valores primordiales la defensa de la dignidad de las personas y el respeto de los derechos fundamentales. Por tanto, si el eje central para el gestión ética y socialmente responsable en materia de responsabilidad social es la *coherencia entre las finalidades y el devenir diario* de las organizaciones, coherencia necesaria para la construcción de confianza desde la sociedad (Vidal, 2005), se seleccionaron las áreas de interés más relevantes que permiten inferir sobre el modo en que estas organizaciones formalizan las políticas y sus sistemas de gestión. Sajardo y Chaves (2006) indican que estas organizaciones no solo deben estar autogobernadas, sino ejercer tal gobierno de una forma participada y democrática, y tener entre sus motivaciones para la acción la transformación social.

En cuanto a su comportamiento responsable, ético y transparente, las dimensiones de la RSC llevan a la práctica el fomento, apoyo y difusión del movimiento emprendedor y socialmente responsable. Además, la gestión responsable de las relaciones con los *stakeholders* incide positivamente sobre el grado de competitividad empresarial y su *performance* (Herrera et al., 2013).

Por consiguiente, existen razones para estudiar el comportamiento ético, moral, democrático y responsable de las entidades del Tercer Sector de Acción Social, fundamentándose en la existencia de un código ético, los procesos de comunicación, la dirección responsable, la transparencia y el buen gobierno, que influyen significativamente hacia una gestión clara, transparente y responsable con la sociedad y el medioambiente. Ello nos lleva a formular las siguientes hipótesis:

- H⁴: el comportamiento responsable de las ONL está relacionado con la existencia de un código ético y, a su vez, con el espíritu del emprendedor social y colectivo.
- H⁵: la comunicación y la transparencia se asocian de forma significativa y positiva en aquellas ONL que trabajan con ética, en equipos de trabajo, en red, que se orientan a la calidad, la innovación, y se adaptan a los cambios de la sociedad.
- H⁶: los valores de la cultura organizativa en las ONL influyen de forma positiva y significativa en los procesos de toma de decisión en la empresa.
- H⁷: los resultados de la dirección responsable de las ONL se asocian de forma significativa a la aplicación de medidas de responsabilidad social.

Estudio de casos

Organizaciones dirigidas a la actividad en materia de servicios sociales: organizaciones no lucrativas de la Región de Murcia (España)

En el Tercer Sector conviven diversas entidades de economía social. El presente estudio se centrará en el Tercer Sector de Acción Social. Este está formado por entidades privadas de carácter voluntario, solidario y sin ánimo de lucro que, surgidas de la libre iniciativa ciudadana, funcionan de forma autónoma, y tratan, por medio de acciones de interés general y particular, de impulsar el reconocimiento y el ejercicio de los derechos sociales, bienestar social, de lograr la cohesión y la inclusión social en todas sus dimensiones, y de evitar

que determinados colectivos sociales queden excluidos de unos niveles suficientes de bienestar. En este estudio de casos, se abordarán las organizaciones no lucrativas (en adelante, ONL) ubicadas en la Región de Murcia (España), siendo estas muy representativas del territorio murciano. Se identifican con la denominación de: asociaciones de acción social, empresas de inserción y centros especiales de empleo. En la tabla 2 se brinda una definición del fin social de los casos estudiados.

Tabla 2
Casos de organizaciones no lucrativas (ONL)

| ONL de acción social | Descripción |
|------------------------------|---|
| Asociaciones | Las asociaciones sin fines de lucro son organizaciones constituidas por personas que pretenden desarrollar actividades lícitas de bienestar común y sin buscar un beneficio económico. |
| Empresas de inserción | Las empresas de inserción laboral (EI) son empresas cuyo objetivo es servir de instrumento para la inserción laboral de los sectores excluidos de la sociedad. |
| Centros especiales de empleo | Los centros especiales de empleo (CEE) son empresas cuyo objetivo principal es el de proporcionar a los trabajadores con alguna discapacidad la realización de un trabajo productivo y remunerado, adecuado a sus características personales y que facilite la integración laboral de estos en el mercado ordinario de trabajo, por lo que se consideran una de las formas más integradoras, participando regularmente en las operaciones de mercado. |

Nota. Elaboración propia

Los agentes sociales que intervienen en la acción social de estas organizaciones son expertos que permitieron identificar la conducta de las ONL, cuyos indicadores son analizados en el estudio de casos y se compilan en la tabla 3.

Tabla 3
Indicadores por agrupación de variables estudiadas

| | |
|---|--|
| Caracterización de las ONL de acción social | 1. Actividad principal 2. Antigüedad 3. Localización 4. Personalidad jurídica 5. Tipo de organización del tercer sector 6. Misión y visión 7. Medios de obtención de financiamientos 8. Captación y promoción 9. Función principal que desarrollan 10. Seguimiento y control de los procesos normativos |
|---|--|

(continúa)

(viene)

| | |
|--|---|
| Valores y principios éticos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Compromisos éticos 2. Código ético que prohíba prácticas ilegales 3. Código ético que estimule la coherencia entre los valores y los principios éticos 4. Actuación con los grupos de interés 5. Código ético del personal 6. Resolución de conflictos y denuncias 7. Sistemas formales para la evaluación de sus integrantes 8. Respeto a los derechos humanos 9. Comunicación regular con grupos que realizan su propia labor social 10. Las informaciones sobre la situación económico-financiera son auditadas por terceros 11. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales son auditadas por terceros |
| Comunicación y transparencia | <ol style="list-style-type: none"> 1. Publicación de las cuentas anuales e informe de auditoría 2. Realización de auditoría de no obligatoriedad 3. Publicación del modelo de financiación 4. Incorporación de indicadores de responsabilidad social |
| Fines de la comunicación social | <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivación 2. Concienciación 3. Conexión con los protagonistas 4. Información |
| Políticas e iniciativas hacia el cuidado del medio ambiental | <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación 2. Políticas explícitas 3. Campañas internas para la reducción del consumo de agua y energía 4. Campañas internas para el consumo consciente y el reciclado 5. Programa de control de residuos 6. Contratación a proveedores que tengan buena conducta ambiental |
| Competencias clave de la organización | <ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo en equipo 2. Pensamiento analítico 3. Trabajo en red 4. Capacidad de aprendizaje 5. Orientación a la calidad/servicio 6. Iniciativa / Innovación 7. Flexibilidad |
| Las capacidades emprendedores en la intervención de la acción social | <ol style="list-style-type: none"> 1. Resolución de conflictos 2. Diagnóstico propio 3. Trabajo en equipo 4. Planificación en las líneas de actuación 5. Iniciativas emprendedoras 6. Fomento y flexibilidad al cambio |
| Valores y fomento del espíritu emprendedor | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilización/formación 2. El fomento de actitudes hacia la iniciativa empresarial 3. El impulso de acciones de formación empresarial 4. La promoción de ideas innovadoras, con interacción entre agentes |
| Políticas de sostenibilidad | <ol style="list-style-type: none"> 1. Consumo sostenible 2. Inversión socialmente responsable 3. Empleo y bienestar social 4. Medio ambiente |

| | |
|--|--|
| Valores de la cultura organizacional | <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomento del empleo 2. Profesionalidad/formación 3. Comportamiento transparente 4. Rendición de cuentas |
| Dirección responsable (Pregunta 29) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Opiniones con los grupos de interés 2. Atender sugerencias 3. Políticas de alianza y colaboración con otros 4. Trabajo en equipo 5. Acuerdos de cooperación 6. Gestión ambiental |
| Resultados de la dirección responsable | <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento del tamaño 2. Mejora de los resultados 3. Incremento de la productividad 4. Reconocimiento de los empleados y otros 5. Mayor rentabilidad 6. Impacto social |
| Toma de decisiones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso y participación 2. Realización resultados y balance social 3. Debate y consenso 4. Apoyo en aplicaciones informáticas |
| Las nuevas tecnologías | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento y mejora producto/servicio 2. Apoyo en la toma de decisiones 3. Atención a los beneficiarios 4. Control y actualización de la información 5. Mejor control de los resultados del impacto social 6. Mejor control de los resultados financieros |

Nota. Elaboración propia

En la tabla 4, se alude a la actividad principal de los tres casos de ONL de acción social que participaron en la investigación.

Tabla 4
Actividad de las organizaciones del estudio de casos

| Caso 1 |
|--|
| 1. Astrade es la Asociación para la atención a personas con autismo y con trastornos del desarrollo de la Región de Murcia. |
| 2. Colectivos para la promoción social "El Candil" es una asociación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo la promoción y el desarrollo de la persona en todas sus facetas dentro de la comunidad (barrio, pedanía, pueblo) en la que vive. |
| 3. Asociación traperos de Emaús de la Región de Murcia es una iniciativa de solidaridad y de lucha contra la exclusión social, que ofrece apoyo y acompañamiento. |
| 4. Murcia acoge es una asociación de solidaridad con el inmigrante, cuyo objetivo principal es el de fomentar la acogida y la promoción de las personas migrantes, así como sensibilizar la sociedad de acogida transmitiendo una imagen real de la inmigración, alejada de estereotipos y tópicos, con voluntad de conseguir mayor equidad, justicia y paz. |
| 5. Solidarios para el desarrollo es una organización de la sociedad civil cuyos objetivos prioritarios son: el voluntariado social, la cooperación con los pueblos empobrecidos del sur y la sensibilización de la sociedad civil en temas de justicia social |

(continúa)

(viene)

Caso 2

1. Apices es una asociación para la inserción sociolaboral y la rehabilitación integral de personas afectadas por una enfermedad mental.
2. Asociación Rascasa es una asociación sin ánimo de lucro, que cuenta con tres áreas de actuación: dinamización, formación e inserción, desde las que se desarrollan programas y proyectos que dan cobertura a las necesidades de los usuarios.
3. Cruz Roja Española es una organización humanitaria comprometida con las personas que más lo necesitan; está integrada en la sociedad y colabora en la defensa de los derechos humanos, la participación social y la igualdad de oportunidades.
4. Cefis es un colectivo de profesionales que aporta sus conocimientos y técnicas en los procesos de estudio, formación e intervención social, que pretende el desarrollo integral de la persona, contribuyendo así a su integración participativa en su entorno social.

Caso 3

1. Federación de asociaciones murcianas de discapacitados físicos es una organización no gubernamental, de carácter social, sin ánimo de lucro y declarada de utilidad pública, que pretende servir de cauce a las inquietudes de las asociaciones de personas con discapacidad física u orgánica de la Región de Murcia.
2. Asociación para la integración de personas con discapacidad intelectual CEOM: esta asociación fue constituida el 31 de enero de 1990, por un grupo de padres/madres de chicos/as con discapacidad intelectual. La asociación CEOM cuenta con un centro especial de empleo, que ofrece la posibilidad de desarrollar sus capacidades laborales en un entorno favorable y mediante una actividad productiva.
3. Asido Cartagena es una asociación especializada y solidaria que ofrece apoyos a las personas con síndrome de down y sus familias.
4. Feaps Región de Murcia es la Federación de organizaciones en favor de personas con discapacidad intelectual y parálisis cerebral de la Región de Murcia. Ha sido declarada de utilidad pública y sin ánimo de lucro. Representa al movimiento familiar Feaps en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
5. Afibrocar: Asociación de fibromialgia y síndrome de fatiga crónica de Cartagena y comarca.

Nota. Elaboración propia

Resultados estadísticos exploratorios y contraste de hipótesis

En la tabla 5 se presenta un resumen de los resultados que proceden de indicadores descriptivos (media, mediana y moda), agrupados según el tipo de caso analizado. Partiendo de los valores calculados con el programa SPSS, se enuncian algunas interpretaciones.

En la tabla 6 se muestran datos descriptivos de los principales indicadores del estudio agrupados para los tres casos, que están asociados a las hipótesis formuladas.

Tabla 5

Interpretación estadística de los casos

| | |
|--------|---|
| Caso 1 | El 50% de las asociaciones cumplen con criterios de comunicación y transparencia, mientras que el resto de los casos los cumplen en su totalidad. Estas organizaciones no tienen una posición clara en cuanto a la actuación con los grupos de interés y a los aspectos sociales y ambientales, no siendo auditadas por terceros. Las políticas e iniciativas de cuidado hacia el medio ambiente forman parte importante de su gestión medioambiental, en función del valor de sus resultados, aun cuando no cuenten con un programa de control de residuos, ni con políticas explícitas de no utilización de materiales que provengan de explotaciones ilegales de recursos naturales. |
| Caso 2 | Las capacidades emprendedoras, los valores y el fomento del espíritu emprendedor, los valores de la cultura organizacional que desarrollan, la dirección responsable, los resultados de la dirección responsable y la toma de decisiones están consideradas como las más importantes y mejor valoradas, comparativamente con el resto de los casos; por tanto, hay una disposición a mejorar estos aspectos y potenciarlos. Presentan los resultados medios más altos en cuanto a los cumplimientos de valores y principios éticos, aun cuando las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales no sean auditadas. Los fines de la comunicación tienen mayor valor medio comparativamente al resto de los casos, producto de sus fines sociales. |
| Caso 3 | Los valores, la innovación, el fomento del espíritu emprendedor y las actitudes de iniciativa empresarial presentan deficiencias. Esto puede ser debido al grupo de colectivo hacia donde va dirigida su acción social. Para la toma de decisiones, estas organizaciones consideran importante la realización de debates y consensos de participación democrática para el apoyo y discusión de la toma de decisiones. |

Nota. Elaboración propia

Tabla 6

Descriptivos de indicadores del estudio de casos

| | Principales indicadores | Media | Media | Media |
|------------------------|---|-------|-------|-------|
| Hipótesis ¹ | Las capacidades emprendedoras en la intervención social | 4,22 | 4,46 | 4,07 |
| | Valores y fomento del espíritu emprendedor | 3,63 | 4,31 | 3,20 |
| Hipótesis ² | Dirección responsable | 4,28 | 4,54 | 4,47 |
| | Valores y fomento del espíritu emprendedor | 3,63 | 4,31 | 3,20 |
| Hipótesis ³ | Competencias clave de la organización | 4,31 | 4,64 | 4,09 |
| | Fines de la comunicación | 0,68 | 0,80 | 0,70 |

(continúa)

(viene)

| | Principales indicadores | Media | Media | Media |
|------------------------|--|-------|-------|-------|
| Hipótesis ⁴ | Políticas de sostenibilidad | 4,00 | 3,94 | 3,60 |
| | Valores y principios éticos | 0,69 | 0,92 | 0,70 |
| | Políticas de sostenibilidad | 4,00 | 3,94 | 3,60 |
| | Valores y fomento del espíritu emprendedor | 3,63 | 4,31 | 3,20 |
| Hipótesis ⁵ | Comunicación y transparencia | 0,67 | 0,69 | 0,70 |
| | Competencias clave de la organización | 4,31 | 4,64 | 4,09 |
| Hipótesis ⁶ | Valores de la cultura organizacional | 4,29 | 4,94 | 4,00 |
| | Toma de decisiones | 3,88 | 4,19 | 4,25 |
| Hipótesis ⁷ | Resultados de la dirección responsable | 4,06 | 4,13 | 4,33 |
| | Políticas de sostenibilidad | 4,00 | 3,94 | 3,60 |

Nota. Elaboración propia

Las dimensiones utilizadas para el contraste de las hipótesis se calcularon a partir de los indicadores recogidos relacionados en tabla 3, y que previamente se recogieron a través del panel de expertos o agentes sociales de las ONL. Para ello, se tuvieron en cuenta los datos mediana, moda y media. Los valores se obtuvieron a partir de escalas Likert de 5 puntos y variables de escala binaria (sí/no).

En la tabla 6 se observa la gran importancia de las dimensiones estudiadas en estas entidades de acción social, y la disposición positiva hacia cada uno de los aspectos analizados. Por tanto, se podría inferir que

para cada caso de estudio existe una tendencia positiva a tener un comportamiento ético y responsable en lo social y medioambiental; presentando casi todas las variables involucradas en las hipótesis de investigación valores intermedios o de mediana relevancia.

Con el fin de analizar la relación de dependencia o independencia entre los indicadores afectados por las hipótesis, se operó analizando a través de tablas de contingencia y utilizando el estadístico basado en Chi-cuadrado. Las tablas 7 y 8 permiten informarse sobre la relación de dependencia o no entre los indicadores estudiados.

Para todos los casos que conforman la presente investigación se concluye, a partir de la prueba de tabla de contingencia, que todas las hipótesis de la investigación se cumplen, ya que existe una dependencia o asociación entre las variables involucradas. Sin embargo, solo son significativas la hipótesis H⁴ en la que “el comportamiento responsable de estas organizaciones está relacionado con la existencia de un código de ético” y la hipótesis H⁵ que relaciona la “comunicación y transparencia con las competencias clave de las organizaciones”.

Cuando se realizó la agrupación por casos de la tabla 9 para cada uno de los indicadores, se observó que existe dependencia entre las variables, mirando el coeficiente de contingencia, porque es superior a 0,5; sin embargo, no existe dependencia estadística o significativa. Aun así, se puede afirmar –debido al valor alto del coeficiente de contingencia– que existe una elevada asociación de los indicadores.

Tabla 7

Tabla de contingencia hipótesis de emprendimiento (H¹ a H³)

| Hipótesis | Chi-cuadrado de Pearson | Coefficiente de conting. | Sig. aprox. | Indicadores | Cumplimiento de la dependencia |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------|---|--------------------------------|
| Hipótesis ¹ | 72,917 ^a | ,911 | ,448 | H ^E : Capacidades emprendedoras H ^E : Valores del espíritu emprendedor | Sí / Sin significatividad |
| Hipótesis ² | 70,000 ^a | ,907 | ,283 | H ^F : Valores del espíritu emprendedor H ^F : Dirección responsable | Sí / Sin significatividad |
| Hipótesis ³ | 15,625 ^a | ,714 | ,209 | H ^G : Competencias clave H ^G : Fines de la comunicación | Sí / Sin significatividad |

Nota. ^ap < 0,01; Sig. al 99%; ^bp < 0,05; Sig. al 95%; ^cp < 0,10; Sig. al 90%. Elaboración propia

Tabla 8
 Tabla de contingencia hipótesis de responsabilidad social (H^4 a H^7)

| Hipótesis | Chi-cuadrado de Pearson | Coefficiente de conting. | Sig. aprox. | Indicadores | Cumplimiento de la dependencia |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------|---|--|
| Hipótesis ⁴ | 57,188 ^a | ,829 | ,090 | H ^A : Políticas de sostenibilidad | Sí / Con significatividad con p ^c |
| | | | | H ^A : Valores y principios éticos | |
| Hipótesis ⁵ | 49,791 ^a | ,877 | ,138 | H ^A : Políticas de sostenibilidad | Sí / Sin significatividad |
| | | | | H ^A : Valores y fomento del espíritu emprendedor | |
| Hipótesis ⁶ | 28,750 ^a | ,811 | ,049 | H ^B : Comunicación y transparencia | Sí / Con significatividad con p ^b |
| | | | | H ^B : Competencias clave | |
| Hipótesis ⁷ | 52,083 ^a | ,881 | ,318 | H ^C : Valores de la cultura organizacional | Sí / Sin significatividad |
| | | | | H ^C : Toma de decisiones | |
| Hipótesis ⁷ | 37,875 ^a | ,846 | ,566 | H ^P : Resultados de la dirección responsable | Sí / Sin significatividad |
| | | | | H ^P : Políticas de sostenibilidad | |
| | | | | H ^G : Fines de la comunicación | |

Nota. ^a p < 0,01; Sig. al 99%; ^b p < 0,05; Sig. al 95%; ^c p < 0,10; Sig. al 90%. Elaboración propia

Tabla 9
 Tabla de contingencia por casos

| | Casos | V. Chi cuadrado | Coefficiente de contingencia | Sig. Aprox. | Indicadores |
|------------------------------|------------------------------|---------------------|------------------------------|-------------|--|
| Hipótesis ¹ | Asociaciones | 19,500 ^a | ,874 | ,244 | Capacidad emprendedora / Valores del espíritu emprendedor |
| | Centros especiales de empleo | 10,000 ^b | ,816 | ,350 | |
| | Empresas de inserción | 5,000 ^c | ,745 | ,287 | |
| Hipótesis ² | Asociaciones | 2,400 ^a | ,535 | ,663 | Valores del espíritu emprendedor / Dirección emprendedora |
| | Centros especiales de empleo | 7,500 ^b | ,775 | ,277 | |
| | Empresas de inserción | 4,000 ^c | ,707 | ,135 | |
| Hipótesis ³ | Asociaciones | 6,000 ^a | ,707 | ,199 | Competencias claves / Fines de la comunicación |
| | Centros especiales de empleo | 10,000 ^b | ,816 | ,125 | |
| | Empresas de inserción | 1,333 ^c | ,500 | ,513 | |
| Hipótesis ⁴ | Asociaciones | 18,000 ^a | ,866 | ,263 | Políticas de sostenibilidad / Valores y principios éticos |
| | Centros especiales de empleo | 20,00 ^b | ,894 | ,220 | |
| | Empresas de inserción | 8,000 ^c | ,816 | ,238 | |
| | Asociaciones | 18,000 ^a | ,866 | ,116 | |
| Centros especiales de empleo | 15,000 ^b | ,866 | ,241 | | |
| Hipótesis ⁵ | Asociaciones | 18,000 ^a | ,866 | ,116 | Comunicación y transparencia / Competencias claves |
| | Centros especiales de empleo | 10,000 ^b | ,816 | ,125 | |
| | Empresas de inserción | 5,000 ^c | ,745 | ,287 | |
| Hipótesis ⁶ | Asociaciones | 10,500 ^a | ,798 | ,312 | Valores de la cultura organizacional / Toma de decisiones |
| | Centros especiales de empleo | 15,000 ^b | ,866 | ,241 | |
| | Empresas de inserción | 4,000 ^c | ,707 | ,261 | |
| Hipótesis ⁷ | Asociaciones | 10,000 ^c | ,791 | ,350 | Resultados de la dirección responsable / Políticas de sostenibilidad |
| | Centros especiales de empleo | 20,000 ^b | ,894 | ,220 | |
| | Empresas de inserción | 12,000 ^c | ,9 | ,213 | |

Nota. ^a p < 0,01; Sig. al 99%; ^b p < 0,05; Sig. al 95%; ^c p < 0,10; Sig. al 90%. Elaboración propia

Finalmente, el estudio de casos se llevó a cabo en 15 organizaciones no lucrativas de acción social de la Región de Murcia, con la siguiente distribución, un 40%, asociaciones; 33%, centros especiales de empleo, y 27%, empresas de inserción. Por otro lado, todas consideran que las líneas de acción social son nítidas y transparentes y que su misión no ha sufrido modificaciones desde el momento de su creación. El 20% financia su actividad a través de subvenciones y contratos-programas, lo que indica que este tipo de empresas sigue dependiendo de las aportaciones dinerarias que el Estado proporciona para el cumplimiento de su acción.

En cuanto al capital humano, el 53% de las organizaciones trabaja con voluntariado, personal remunerado y socios, mientras que el restante 47% emplea, además de voluntariado, personal remunerado y socios, a cooperantes y colaboradores. La promoción de las ONL están principalmente enfocadas con un 43% hacia grupos de ayuda mutua, asociaciones de voluntariado, concienciación ciudadana o de reivindicación social.

Conclusiones

La responsabilidad social (RSO) en el entorno de las organizaciones no lucrativas exige compromisos sociales y medioambientales que serán reforzados por los resultados de esta investigación. La transparencia, ética, prácticas continuadas del movimiento emprendedor y el buen gobierno son elementos esenciales para el desarrollo interno y externo de la gestión de este tipo de empresas; por tanto, las políticas y estrategias de funcionamiento que tengan implementadas serán clave para afianzar su comportamiento socialmente responsable y su fomento y difusión de la cultura emprendedora.

Los resultados de responsabilidad social y el emprendimiento social y colectivo son un fiel reflejo de la buena dirección corporativa en ONL. Todas ellas trabajan en la promoción y defensa de la libertad, y la igualdad de todas las personas y los grupos que integran las ONL. Ellas abogan por la plena participación social, la inclusión y la cohesión social, y están comprometidas en la lucha contra la pobreza social y por la erradicación de la marginación y la discriminación social.

Las líneas de acción en la intervención social están alineadas con los fines de la organización, gracias a unos esquemas de comunicación y transparencia que involucran a todas las áreas de la empresa, contribuyendo

a mejorar los recursos y capacidades tanto internas como externas. En definitiva, hay un conjunto de acciones de responsabilidad social en las que participan todos los agentes involucrados, donde asumen la existencia de la organización y trabajan en función de dar sentido a los fines de acción social que se persiguen de una forma transparente y responsable con los colectivos involucrados.

Considerando la generalidad de los resultados en el estudio de los tres casos —asociaciones, centros especiales de empleo y empresas de inserción—, se podría pensar que es una gran limitación del estudio contemplar datos cuantitativos de solo 15 organizaciones de acción social, lo cual impide llegar a afirmaciones que estadísticamente tengan validez cuantitativa en cuanto al fomento y difusión del emprendimiento y la responsabilidad social. Sin embargo, los autores de este estudio analizaron los resultados del cuestionario y contrastaron *cualitativamente* las hipótesis, encontrándose con las siguientes evidencias empíricas:

- El desarrollo de capacidades emprendedoras están muy bien consideradas y valoradas principalmente por las empresas de inserción, lo que evidencia una coherencia clara entre la acción y la capacidad para resolver conflictos, diagnóstico propio, trabajo en equipo, orientación hacia la iniciativa emprendedora y de generación de empleo, fomento a la flexibilidad y el cambio.
- En las empresas de inserción existe coherencia clara entre su misión y el fomento y apoyo hacia el espíritu emprendedor, lo que deja ratificado que, en su intervención social, ellas buscan potenciar las actitudes hacia la iniciativa empresarial, las ideas innovadoras, la sensibilización, formación y educación del espíritu emprendedor. Para los centros especiales de empleo, los proyectos emprendedores no son el propósito principal hacia donde las empresas de inserción dirigen su intervención. Sí tiene una extrema importancia en los CEE el desarrollo de capacidades individuales que contribuyan a la integración laboral estable de las personas discapacitadas, legitimando su reconocimiento como un agente social necesario y relevante.
- Todos los casos realizan prácticas de gobierno responsable, ético y transparente. En estas organizaciones se manifiesta en el respeto por todos los actores implicados, por la existencia de unos valores internos y un código de conducta, la actuación responsable y de preocupación con los grupos de interés. Las

políticas e iniciativas hacia el medio ambiente no están claramente implementadas. La toma de decisiones se basa principalmente en el consenso de los participantes de la acción social y en la realización de balances sociales por parte del equipo de trabajo, principalmente en los centros especiales de empleo.

Referencias

- Añez, S., Hernández, R., Silvestri, K. y Gómez O. (2008). Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social corporativa. *Formación Gerencial*, 7(2), 173-185.
- Ávila, R. C. (2013). La economía social en clave internacional. Cuantificación, reconocimiento institucional y visibilidad social en Europa, Iberoamérica y Norte de África. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 112, 122-150.
- Briones, A. J. (2014). Análisis de la responsabilidad social sobre la innovación en los agronegocios de la Región de Murcia. En *Perspectivas Contemporáneas em Recursos Humanos e Empreendedorismo* (pp. 313-326). Portugal: TMS ALGARVE 2014- Management Studies, International Conference.
- Briones, A. J. y Morales, C. (2011). Responsabilidad social empresarial en la economía social: análisis comparativo en sociedades cooperativas y laborales. *Revista Cooperativismo y Desarrollo*, 19(99), 55-74.
- Bueno, E. (2003). El reto de emprender en la sociedad del conocimiento: el capital de emprendizaje como dinamizador de capital intelectual. En Genescá, E. et al. (Coords.). *Creación de empresas. Entrepreneurship*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- Celma, D., Coenders, G. y Martínez-García, E. (2014). Corporate Social Responsibility in Human Resource Management: An Analysis of Common Practices and their Determinants in Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(2), 82-99.
- Chaves, R. y Demoustier, D. (Dir.). (2013). *The Emergence of Social Economy in Public Policy. An International Perspective*. Bruxelles: Peterlang publishers.
- Choi, N. y Majumdar, S. (2014). Social Entrepreneurship as an Essentially Contested Concept: Opening a New Avenue for Systematic Future Research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376.
- Comisión de las comunidades europeas. (2003). *Libro verde: el espíritu empresarial en Europa*. Bruselas: DG Empresa.
- Díaz, M., Marcuello, C. y Marcuello, Ch. (2012). Empresas sociales y evaluación del impacto social. *Ciriec-España*, 75, 179-198.
- Enciso, M., Gómez, L. y Mugarra, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual. *Ciriec-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 54-80.
- Defourny, J. y Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. *Ciriec-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 7-34.
- Etxezarreta, E. y Bakaikoa, B. (2011). La participación de la economía social en el ámbito de la dependencia: una aproximación teórica. *Ciriec-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 71, 25-48.
- Herrera, J., Larrán J. M. y Martínez-Martínez, D. (2013). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. *Cuadernos de Gestión*, 13(2), 39-65.
- Lejarriaga, G., Bel, P. y Martín, S. (2013). El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: análisis del caso de las empresas de trabajo asociado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 112, 36-65.
- Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S. y Bosma, N. S. (2011). Designing a Global Standardized Methodology for Measuring Social Entrepreneurship Activity: The Global Entrepreneurship Monitor Social Entrepreneurship Study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714.
- Mair, J. y Martí, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and the Light. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Martínez, V., Juanatey, O. y Silva, M. da. (2010). Percepciones del concepto de la responsabilidad social corporativa: un estudio exploratorio. *Hologramática*, 3(13): 14-15.
- Mendoza, S., De Nieves, C. y Briones, A. J. (2010). Capacidades empresariales en responsabilidad social y cooperación en los agronegocios de la Región de Murcia. Murcia: Diego Marín Librero-Editor.
- Molina, V. (2010). Emprendimiento desde las entidades sin ánimo de lucro de la economía social financiera. *Revista Cooperativismo & Desarrollo*, 18(97), 34-49.
- Monzón, J. L. y Chaves, R. (2012). *EESC/Ciriec. La economía social en la Unión Europea*. Bruselas: Comité Económico y Social Europeo.
- Nueno, P. (2003). Emprendiendo dentro de una empresa. En E. Genescá et al. (Coords.), *Creación de empresas. Entrepreneurship*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona y Servei de Publicacions.
- Peredo, A. M. y McLean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical review of the Concept. *Journal of World Business*, 41, 56-65.

- Ripollés, M. y Menguzzato, M. (2003). Hacia un enfoque dinámico e integrador para el estudio de la “función empresarial”. En E. Genescá et al. (Coords.). *Creación de empresas. Entrepreneurship*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona y Servei de Publicacions.
- Ruiz-Navarro, J. (2003). El fenómeno emprendedor y la dirección estratégica. En *Creación de empresas: homenaje al profesor José María Veciana Vergés* (pp.155-172). Barcelona: Servei de Publicacions.
- Sajardo, A. y Chaves, R. (1995). El tercer sector desde la teoría económica del Non-Profit Organizations: contenidos y limitaciones. *Spanish Journal of Economics and Finance*, 23(67), 571.
- Sajardo, A. y Chaves Ávila, R. (2006). Balance y tendencias en la investigación sobre tercer sector no lucrativo: especial referencia al caso español. *Ciriec-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 56, 87-116.
- Salinas, F. y Osorio, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Ciriec-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151.
- Vázquez, D. G. y Sánchez, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 38, 14-31.
- Vidal, P. (2005). *La responsabilidad social de las organizaciones no lucrativas*. Centro de Recursos del Observatorio del Tercer Sector. Recuperado de www.tercer-sector.org