

## AVALIACIÓN DO MARCO LEGAL PARA O EMPRENDEMENTO SOCIAL EN AMÉRICA E EUROPA

Cristina LÓPEZ-CÓZAR NAVARRO\*

Universidade Politécnica de Madrid

Tiziana PRIEDE BERGAMINI e Ángel RODRÍGUEZ LÓPEZ

Universidade Europea de Madrid

**RESUMO** : O emprendemento social é un movemento que comezou en Norteamérica durante os anos 1980 do pasado século, mentres que en Europa a orixe é paralela ao xurdimento da chamada economía social. O emprendedor social solidario é un tipo de emprendedor que identifica unha oportunidade de negocio que trata de solventar un problema social mediante unha solución innovadora e creativa, baseada nunha boa idea e na elaboración dun proxecto empresarial. Non é o mesmo que unha obra benéfica ou a filantropía, e non se limita a actividades sen ánimo de lucro, pero pode ser o tipo de modelo empresarial motivado pola necesidade de axudar a outros e levar a cabo un cambio social. É dicir, a chave para o enfoque do emprendemento social, como dixemos, está na creación dun valor social sostible. A expansión do emprendemento social precisa da creación dun marco legal favorable para fomentar esta actividade económica especial. Como resposta ás necesidades dos emprendedores sociais, algúns países instituíron estruturas legais capaces de combinar unha empresa orientada a xerar beneficios coa procura dun obxectivo social. Este artigo analiza o actual contexto legal que rixe as empresas solidarias nos diferentes países de América e Europa, e describe as principais denominacións legais que mellor cumpren coas necesidades dos novos emprendedores sociais.

**PALABRAS CHAVE.** Emprendemento social, marco legal, denominacións legais, Europa, América.

**ABSTRACT:** Social entrepreneurship is a movement that began in North America during the eighties of the past century, while in Europe the origin is parallel to the birth of the so-called social economy. The social entrepreneur is a type of entrepreneur who identifies a business opportunity that is based on solving a social problem through an innovative and creative solution, based on a good idea and developing a business project. It is not charity or philanthropy, and is not necessarily non-profit activities, but may be any kind of business model motivated by the need to help others and carry out social change. That is, the key to social entrepreneurs focus, as noted, in the creation of sustainable social value. The development of social entrepreneurship requires the creation of a favorable legal framework for promoting this special economic activity. In response to the needs of social entrepreneurs, some countries have developed legal structures able to combine for profit oriented business with the pursuit of a social objective. This paper analyzes the current legal context governing the performance of social enterprise in different countries in America and Europe, describing the main legal forms that meet the needs of the new social entrepreneurs.

**KEYWORDS.** Social entrepreneurship, legal framework, legal forms, Europe, America.

### 1. INTRODUCCIÓN

Como un primeiro achegamento, o emprendedor social é un tipo de emprendedor que identifica unha oportunidade de negocio que trata de resolver un problema social (como pode ser, por exemplo, o analfabetismo ou o desemprego) mediante unha solución innovadora e creativa, baseada nunha boa idea e na elaboración dun proxecto empresarial. Non é soamente unha obra benéfica ou altruísmo, senón a creación dun modelo empresarial motivado polo desexo de axudar aos outros e levar a cabo un cambio na sociedade. Polo

---

\* Cristina López-Cózar Navarro, Universidad Politécnica de Madrid. Av. Complutense s/n. Ciudad Universitaria. 28040 Madrid. [cristina.lopezcozar@upm.es](mailto:cristina.lopezcozar@upm.es). Tiziana Priede Bergamini Universidad Europea de Madrid, [tiziana.priede@uem.es](mailto:tiziana.priede@uem.es). Ángel Rodríguez López, Universidad Europea de Madrid, [angel.rodriguez@uem.es](mailto:angel.rodriguez@uem.es)

tanto, a empresa social solidaria ten como fin dar respostas eficientes aos problemas sociais e medioambientais, como motivación para a súa creación, e fortalecer unha orde social e económica que sexa máis consolidada e equilibrada. Así, a chave para os emprendedores sociais está na creación dun valor social sostible (Priede et al., 2014). Nos derradeiros anos, o interese polo emprendemento social aumentou considerablemente como reflexo da importante expansión que estas iniciativas están experimentando nos diferentes países do mundo (Short et al., 2009; Santos, 2012). Como consecuencia, os ensaios académicos sobre esta temática, coa excepción dalgúns casos concretos, comezaron a publicarse no século XXI, e, dende entón, o interese académico neste campo foi aumentando substancialmente (Noruzi et al., 2010; Huybrechts e Nicholls, 2012; Monzón, 2013; Santos, 2013); por exemplo, Short et al. (2009) concluíu que o interese na literatura sobre emprendemento social aumentou un 750 por cento durante o período de 18 anos da mostra da súa propia investigación. Algúns estudos adócense á análise da diferenza entre emprendemento social e emprendemento comercial (Roberts e Woods, 2005; Austin et al., 2006); outros analizan as características dos emprendedores sociais (Peredo e Chrisman, 2006; Melián et al., 2011; Mueller et al., 2013), namentres que outros definen unha tipoloxía de modelos de emprendemento social (Peredo e McLean, 2006; Zahra et al., 2009; Mair et al., 2012). Porén, os artigos sobre cuestións legais dispoñibles actualmente aos emprendedores sociais son máis escasos, e a necesidade dun sistema legal capaz de responder ás súas necesidades específicas e así facilitar o funcionamento das súas actividades económicas, pereceunos relevante e forma o principal obxectivo deste traballo, ao igual que para Santos (2012), que promulgaba, entre outras ideas, a necesidade de crear unha infraestrutura legal para este sistema e poñela en funcionamento. Seguindo esta mesma liña e baseados nun estudo levado a cabo en Francia, Ducci et al. (2002) confirmaron o aumento das empresas sociais nese país, pero sinalaron que os emprendedores sociais se enfrontaban con numerosos problemas entre os cales subliñaban a falta dun marco legal adecuado. Por outra banda, Pärenson (2011) tamén menciona que debido ás estruturas híbridas e ás diferenzas doutras denominacións, as empresas sociais atopan moitos problemas de tipo legal. En resumo, podemos atopar moitas empresas sociais no mundo, e o número delas aumenta cada ano porque a mocidade considera que este tipo de emprendemento acomoda os seus intereses sociais e, ao mesmo tempo, constitúe unha forma de vida. Malia a súa importancia, a definición legal e un amplo recoñecemento por parte dos sistemas lexislativos aínda seguen a ser inadecuados na meirande parte dos países e hai moito traballo por facer neste campo (Priede et al., 2014). Así, este artigo persegue profundar no marco lexislativo que actualmente rexe as actividades dos emprendedores sociais nos diferentes países, describindo as principais denominacións legais que cumpren coas súas necesidades. O artigo está estruturado da seguinte maneira: o próximo apartado analiza o concepto de emprendemento social, na sección terceira, explícase a situación en Europa, América do Norte e América Latina, e, finalmente, rematamos coa sección cuarta onde se presentan as conclusións.

## **2. EMPRENDEMENTO SOCIAL**

Dees (1998) foi o primeiro en definir o concepto de emprendemento social. Propuxo unha definición complexa baseada no papel do emprendedor como un axente de cambio no sector social e recalcou tres aspectos principais: a innovación, o compromiso e a alta responsabilidade para con o proxecto. En base a este primeiro achegamento, moitos autores contribuíron para ampliar esta definición, por exemplo, Bolton and Thompson (2003) propuxo o acrónimo FACETS para explicar as principais características dos emprendedores sociais: F de “enfoque” (focus en inglés); A de “vantaxe” (advantage en inglés), C de “creatividade”, E de “ego”, T de “equipo” (team en inglés), e S de “social”. Por outra banda, Mort et al. (2003) define o emprendemento social en torno a catro ideas chave: o valor da súa misión social, o resultado con implicacións de certa complexidade, a capacidade de

recoñecer unha oportunidade para crear un valor económico e social, e a súa capacidade de innovación e de toma de decisións asumindo riscos. Borstein (2004) define o emprendedor social como un pioneiro cunha idea potente, capaz de combinar unha mentalidade aberta e creatividade para resolver problemas, é unha persoa que ten un sentido ético moi acusado e un compromiso cunha actitude de cambio, identificando así o seu perfil co dun heroe moderno. Para Mair e Martí (2004), o emprendedor social é o creador dun innovador modelo empresarial, capaz de ofrecer produtos e servizos orientados a prover de solucións eficaces os problemas sociais e ambientais. Á súa vez, Light (2006) amosa que se trata dun termo popular, pero a miúdo confuso, que se usa para describir os diferentes conceptos, e propón que consiste en calquera individuo, grupo, rede, organización ou alianza, que procure un cambio sostible a grande escala, nado de ideas innovadoras sobre o modo de abordar os problemas sociais, onde destaca a posibilidade de que o emprendedor sexa un colectivo e non necesariamente un individuo. Asemade, Zahra et al. (2009) considera que o emprendemento social desenvolve actividades para descubrir e explotar oportunidades para crear un valor social, fundando novas empresas ou xestionando organizacións xa existentes dun xeito completamente diferente. Por tanto, malia que ata agora non hai unha definición legal ou aceptada globalmente para o emprendedor social (Noruzi et al., 2010; Dacin et al., 2011), a literatura amosa un certo grao de consenso con respecto ao seu concepto e a maioría das definicións baseáanse no procura dun obxectivo social por encima da riqueza persoal ou a dos accionistas, así como a adopción de innovadoras e creativas formas de tratar os problemas, no canto de repetir prácticas ou experiencias xa coñecidas. Porén, neste punto hai que clarexar que o emprendemento social non equivale á filantropía nin é unha actividade benéfica, e malia non ser o seu principal obxectivo, son empresas con ánimo de lucro e, como tal, teñen cabemento en calquera negocio, tanto no sector remunerado como no voluntario (Roberts e Wood, 2005; Mair e Martí, 2006). Así, seguindo unha primeira aproximación de Zahra et al. (2009) para referirse a varias combinacións de riqueza económica e social, pódese entender como a procura dunha misión social ou da chamada "riqueza total", onde é necesario obter beneficios para sustentar a actividade. Por tanto, con referencia aos dous aspectos principais de emprendemento social que vimos de comentar, á primacía de resultados sociais e ambientais por enriba da maximización dos beneficios, e á innovación e creatividade aplicadas a novas solucións para problemas sociais, engádese un novo elemento para definir o concepto, que é a orientación ao mercado (Huybrechts e Nicholls, 2012). Nesta mesma liña e conforme a un informe da OCDE (Noya, 2010) as principais ideas expostas no concepto de emprendemento social son as seguintes: pódese tratar dun individuo ou dun grupo; a súa actividade combina valores económicos e sociais; pode pertencer ao sector público, privado ou social; e, finalmente, con relación ao alcance, as necesidades sociais poden ser locais ou globais. En resumo, consiste nun modelo de negocio motivado non tanto polo beneficio, senón pola intención de resolver algún problema social desatendido, por tanto, o obxectivo que perseguen os emprendedores sociais é o de crear un valor social. Baixo esta premisa e fronte o empeoramento actual dos problemas sociais por todo o mundo, a cooperación entre os diferentes actores (os sectores público, privado e social e os cidadáns en xeral) é indispensable para crear sinerxías y para facilitar e fomentar a innovación (Fernández et al., 2012; Schwartz, 2012; Priede et al., 2014).

### **3. ANÁLISIS DA SITUACIÓN EN EUROPA**

Durante a última década aumentou significativamente o interese e a investigación sobre empresas sociais, co lanzamento de proxectos de investigación como o realizado pola Rede Europea de Investigación (EMES) para crear un marco xeral capaz de identificar as empresas sociais en Europa. O EMES é unha rede formada por centros de investigación universitaria e investigadores, que leva operando dende 1996. Actualmente conta con quince membros institucionais, situados en 11 países europeos, malia que dende 2013 o EMES decidiu abrir a

afiliación a investigadores de todo o mundo. O modelo de investigación realizado polo EMES formou a base para a definición dada pola Unión Europea, que pretende constituir unha descripción das características comúns do emprendemento social presente en case todos os seus Estados Membro. Por tanto, enténdese por unha empresa social aquela para a que o obxectivo social de interese común é a razón que impulsa o comercio, que adoita dar como resultado un elevado nivel de innovación social cuxos beneficios se reinvesten principalmente en financiar ese obxectivo social e cuxo modo de organización ou propiedade baseáanse en principios democráticos, participativos ou de xutiza social (COM, 2011). Nembargantes, malia o feito de que esta definición vén de 2011, o concepto de empresa social xurdiu en Europa a principios dos anos 1990. Concretamente, o primeiro impulso tivo lugar en Italia en 1991, cuando foi aprobada a Ley nº 381 do 8 de novembro, que establece as *Cooperative sociali* (cooperativas sociais), que teñen como fin garantir os intereses xerais da comunidade, a promoción das persoas e a integración social dos cidadáns. Fíxose unha distinción entre as cooperativas adicadas a temas de saúde, servizos sociais e formación (*cooperative social di tipo a*) e aquelas creadas para facilitar o emprego ás persoas máis desfavorecidas, con independencia da súa actividade (*cooperative social di tipo b*). Crearonse dúas novas denominacións legais híbridas para adaptarse ás necesidades das empresas sociais. Italia é un dos países do mundo con maior número deste tipo de organizacións cun importante desenvolvemento no sector social. Seguindo o modelo italiano, outros países europeos tamén empezaron a establecer novas denominacións legais para atender ás necesidades sociais. Así, en 1997, en Portugal xurdiu a *Cooperativa de solidariedade social*, organizacións sen ánimo de lucro que se adican a prover servizos sociais e/ou promover a integración socio-laboral dos grupos máis vulnerables da sociedade (nenos, persoas con discapacidades, etc). En 1999, aparece en Grecia o *Koinonikos Syneterismos Periorismenis Eufthinis* (cooperativa social de responsabilidade limitada); e en España, crearonse as *cooperativas de iniciativa social* como organizacións sen ánimo de lucro adicadas ao benestar, á educación, á integración laboral e aos servizos médicos. Dous anos despois, aparece en Francia a *Société Coopérative d'interêt Collectif* (sociedade cooperativa do interese común) para ofrecer produtos ou servizos de tipo social para a comunidade en xeral ou para algún grupo social en particular. En Francia hai un forte desenvolvemento da economía social, pero adoita asociarse á idea dunha actividade benéfica e non dun concepto de innovación social máis amplo (Defourny e Nyssens, 2008; Galera e Borzaga, 2009; Ruiz de Munain e Martín, 2012; Fernández et al., 2012). Ao mesmo tempo, en 1997, xorde en Bélxica a *Société à finalité sociale* (sociedade con fins sociais); neste caso, non se trata dunha nova denominación legal, pero a lei belga introduce a posibilidade para que as empresas acaden o grao de "empresa con fins sociais", convertíndose así no primeiro país europeo en aplicar este novo modelo. Esta consideración podía identificar non só a cooperativas, senón tamén a calquera outro tipo de empresa, tal como empresas de responsabilidade limitada ou empresas limitadas públicas, de conformidade con determinados requisitos (basicamente socios que non persigan o beneficio, a presenza de obxectivos sociais, e a presentación anual dun informe social que acredite os logros dos seus obxectivos sociais). En resumo, son empresas que desenvolven actividades comerciais, pero ante todo sen ánimo de lucro (Galera e Borzaga, 2009). Nesta mesma liña, e principalmente debido ao grande desenvolvemento experimentado polas cooperativas, en Italia aprobouse a lei nº 118 do 13 de xuño de 2005 e o Decreto Legislativo nº 155 do 24 de marzo de 2006, regulando as empresas sociais. Esta nova lei supuxo un gran cambio no marco legal italiano para as empresas sociais, xa que adoptou unha liña máis aberta e menos restritivas para as cooperativas. Así, baixo a nova lei, toda organización privada, incluídas as empresas de comercio, poder adquirir o carácter de empresa social a condición de que garden algunha relación cun obxectivo social (é dicir, deben adicar a este fin alomenos o 70% dos seus

beneficios). Por tanto, as empresas que se crearan segundo as leis tradicionais de incorporación, deberían mencionar explicitamente o seu carácter social, incluído o nome da empresa engadindo "*impresa sociale*" (empresa social) (Defourny e Nyssens, 2008, 2012; Monzón et al., 2009). En Finlandia entrou en vigor a Lei para Empresas Sociais nº 1351/2003 no ano 2004, segundo a cal a empresa social dá oportunidades de emprego especialmente aos discapacitados e aos desempregados de longa duración. Así, unha empresa comercial, unha fundación ou calquera outra sociedade rexistrada pode adquirir o estatus de empresa social se cumpren con determinados requisitos recollidos na Lei 1351/2003; finalmente, as autoridades de traballo ou outra corporación ou fundación pode darlle o seu apoio para a súa abertura e consolidación. Do mesmo xeito, Lituania conta cunha lei de empresa social dende 2004; en Eslovenia entrou en vigor a Lei de emprendemento social en 2011, e Rumanía e os Países Baixos aprobaron o borrador de lei sobre empresas sociais en 2012 (Asián et al., 2013; Chaves et al., 2013). Nembargantes, o país europeo coas leis máis desenvolvidas neste tipo de iniciativas sociais é o Reino Unido (Nicholls, 2009). En 2002, o goberno británico quixo fomentar as empresas sociais e creou a "Unidade de Empresa Social" (SEU) para coordinar as accións realizadas en Inglaterra e no País de Gales. Catro anos despois, adoptouse un plan de acción para promover e apoiar o desenvolvemento das empresas sociais en toda a economía británica (Spear et al., 2009). Actualmente, estímase que o sector da empresa social neste país xera arredor de 24.000 millóns de libras esterlinas, e nos últimos 15 anos, para financiar a actividade empresarial neste país foronlle concedidas 250 millóns de libras de fondos públicos, así como fondos privados mediante incentivos fiscais (Fernández et al., 2012). O goberno británico, co obxectivo de apoiar a creación e desenvolvemento de empresas sociais, mellorou as condicións fiscais e regulatorias para estas empresas. Porén, un dos eventos máis significativos que caracterizan o sistema legal británico é a introdución no ano 2005 dunha nova denominación legal para as empresas sociais, que combina a flexibilidade da empresa de responsabilidade limitada cun fin social, as Empresas de Interese Comunitario (CIC - Community Interest Companies). Trátase dun tipo de sociedade limitada deseñada especificamente para quen desexe operar para o beneficio da comunidade e non para beneficio propio. Así, o emprendedor social pode atraer investimentos mediante accións, mentres que os beneficios se reinvesten na organización ou na comunidade. Por outra banda, o Reino Unido tamén está promovendo o desenvolvemento de incubadoras para apoiar a creación de novas empresas sociais. Estas *incubadoras* sociais proporcionan servizos de consultoría ao emprendedor e acceso ás ferramentas necesarias para desenvolver correctamente unha idea empresarial. Neste senso, o pasado abril de 2013, o goberno británico anunciou que destinaría 10 millóns de libras para apoiar dúas novas incubadoras: *Launchpad Hub* e *Social Incubator North*. Finalmente, convén destacar a creación de *The Big Society Capital*, que ofrece apoio e facilita o acceso ao capital e os fondos necesarios para que os emprendedores sociais materialicen a súa idea de negocio, crezan e expandan a súa actividade no mercado. Esta sociedade é unha institución financeira independente cun orzamento de 600 millóns de libras para financiar proxectos sociais no período 2012-2017. Entre estas organizacións sen ánimo de lucro que se poden incluír no proxecto hai organizacións benéficas, empresas sociais, organizacións voluntarias e comunitarias, cooperativas e fondos mutuos. Como amosamos, Europa conta cunha longa tradición no progreso da economía social baseado na cooperativa como o principal axente de desenvolvemento e facilitador da súa consolidación. Bélxica e Italia presentan signos de diferenciación mediante a mellora nas súas lexislacións; porén, as Empresas de Interese Comunitario (CICs) do Reino Unido posúen a nova denominación legal que realmente cumpre coas necesidades dos emprendedores sociais. Sería recomendable que nun prazo medio os outros países de Europa adoptaran o modelo inglés para fomentar unha economía

social alternativa baseada na cooperación e nos beneficios compartidos entre os socios da empresa, como forma de crear unha economía máis xusta.

#### **4. ANÁLISE DA SITUACIÓN EN NORTEAMÉRICA**

Durante os anos 90, Bill Drayton fundou Ashoka nos Estados Unidos, a asociación máis importante no mundo para emprendedores sociais, comezando deste xeito unha das dúas escolas de pensamento en América, a chamada *escuela de pensamento de innovación social* (Young, 1986; Dees e Anderson, 2006). Esta escola céntrase principalmente na figura empresarial social e as súas características como o creador de cambio e xerador dun valor social. Máis adiante, creouse a segunda escola coñecida como a escola de pensamento de rendas por traballo (*earned income school of thought*); comezando coas investigacións do ano 2000, centradas principalmente na administración eficiente das empresas sociais. Esta liña de pensamento propoñía que as organizacións sen ánimo de lucro debería funcionar como negocios que puideran xerar ingresos e así tornarse autosuficientes, de modo que non tiveran que depender dos fondos públicos ou das subvencións. En resumo, as organizacións sen ánimo de lucro poden realizar actividades comerciais para financiar o seu propósito (Young e Salamon, 2002; Thompson, 2010; Defourny e Nyssen, 2012). Durante os últimos dez anos, houbo moita investigación sobre este aspecto, que rematou por expandirse a unha versión máis ampla que incorpora non só ás organizacións sen ánimo de lucro, senón tamén a calquera organización que perseguira algún obxectivo social. Neste contexto, xorde unha nova denominación legal específica para atender ás necesidades dos emprendedores sociais, xa que se considera que este movemento creceu moi rápido nos derradeiros anos e estivo restrixindo polas limitacións dun sistema legal obsoleto con respecto ás necesidades dos emprendedores sociais. De feito, adoitan ter que adoptar a denominación legal de sociedade sen ánimo de lucro ou unha estrutura híbrida, mesturando elementos con e sen ánimo de lucro. Como se constata, en case todos os países as leis que regulan as organizacións sen ánimo de lucro están pensadas para entidades benéficas e como tal a aliviar o sufrimento e non na resolución dos problemas das empresas con ánimo de lucro (Dees, 2012). Neste contexto, ao comenzo de 2013, recoñeceuuse en Estados Unidos unha nova denominación legal chamada Corporación de Beneficio Público (Benefit Corporation), que se estendeu rapidamente por todo o país, e ata o de agora xa se aprobou en dezanove estados e estase considerando en varios outros. Segundo un documento branco sobre a necesidade e as razóns para a Corporación de beneficio público (Clark e Vranka, 2013), trátase da denominación legal máis innovadora, completa e flexible para atender ás necesidades dos emprendedores, investidores e público xeral, xa que ofrece unha clara diferenciación no mercado e unha protección legal completa para os emprendedores e investidores, incrementando así as súas oportunidades de financiamento. As Corporacións de beneficio público son empresas suxeitas aos mesmos estándares legais que rexen as empresas tradicionais, agás en tres temas específicos: o obxectivo corporativo, a responsabilidade e a transparencia. Con respecto ao obxectivo social, estas empresas concretamente teñen que crear un impacto positivo material na sociedade e no seu medio. Con respecto ao segundo aspecto, as decisións adoptadas pola empresa deben cumprir coas necesidades dos socios, tanto interna como externamente, e avaliar o impacto neses grupos, no público xeral e no medio ambiente. Por último, con respecto á transparencia, as Corporacións de beneficio público teñen que facer público un informe sobre as súas actuacións sociais e ambientais mediante unha auditoría completa e fiable dun terceiro independente. Neste último punto da definición, hai que clarexar que a lexislación establece requisitos concretos para definir estes certificadores independentes, xa que se consideran un elemento relevante no deseño desta denominación legal, porén, deixa moita liberdade neste punto e non obriga á Corporación de beneficio público a contratar a ningún certificador en particular, senón que lles permite elixir libremente entre os que existen, como poden ser a Avaliación de Impacto B (B Impact

Assessment), a Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative), o ISO 2600, a Green American Business Network, etc. Ademais, o Estado non é responsable de determinar se o estándar é ou non aceptable ou se a Corporación de beneficio público cumpriu co seu obxectivo social. Cabe puntualizar que en ocasións, as Corporacións de beneficio público confúndense coas Corporacións Certificadas B (Certified B Corporations) porque teñen un nome parecido. A Avaliación de Impacto B (B Impact Assessment) é unha das axencias a través das que as corporacións de beneficio público poden obter unha certificación de que realmente están cumprindo os seus obxectivos sociais e ambientais. Como se deduce claramente da información contida na súa páxina web, a certificación de tipo B é outorgada a empresas sostibles do mesmo xeito que, por exemplo, os produtores de café poden obter o certificado de Comercio Xusto. Calquera empresa, con independencia da súa denominación legal, pode optar a este certificado que mide uns estritos estándares de medida tanto para empresas sociais como para outras. Actualmente hai máis de 600 empresas coa certificación de tipo B en diferentes sectores de 15 países do mundo. Outra posibilidade legal para os emprendedores sociais nos Estados Unidos é a chamada Low-profit Limited Liability Company (Sociedades limitadas con ánimo de lucro baixo - L3C). Trátase dun tipo de Sociedade de Responsabilidade Limitada (Limited Liability Company - LLC) e é unha mestura entre unha organización con e sen ánimo de lucro. O primeiro estado en legalizar esta denominación foi Vermont en 2008 e aínda non conta coa mesma presenza noutros estados como é o caso da Corporación de beneficio público, porén, estase a traballar para instituíla en todos os estados (Ruiz de Munain e Martín, 2012). Pódese considerar unha estrutura híbrida que combina as vantaxes dunha organización sen ánimo de lucro, como pode ser a fácil organización e o seu carácter de start-up, posibles beneficios e flexibilidade fiscais, coas dunha organización con ánimo de lucro, como unha responsabilidade limitada, financiamento e a capacidade de transferir libremente a súa propiedade (Battilana et al, 2012). Por tanto, ten unha denominación legal de responsabilidade limitada co obxectivo principal de acadar algún resultado social no canto dunha maximización dos beneficios. En resumo, o L3C debe procurar un fin social, non se pode crear para acadar beneficios, pero pode obter beneficios e non debe ter fins políticos (Cooney, 2012). Esta denominación legal foi deseñada para facilitar os Investimentos Dependentes de Programas (Program Related Investments - PRI), realizados por fundacións privadas en empresas con ánimo de lucro, co fin de acadar investimentos con beneficios ao longo dun determinado período de tempo para despois destinar os fondos obtidos a accións de tipo filantrópico. Os beneficios fiscais para as fundacións están suxeitos a un 5% dos seus resultados anuais ou ben para distribuír como becas ou subvencións, ou para investir nos devanditos PRI para actividades relixiosas, científicas, de alfabetización, ou educativas e solidarias, pero nunca para financiar actividades políticas. As fundacións privadas que non cumpran con estes requisitos arriscan unha pena de multas fiscais ou a perda dos seus beneficios fiscais (Galpin e Bell, 2010; Artz et al., 2012). Así, o L3C, non limita o nivel de beneficios dos seus investidores ou o pagamento de dividendos, e procura atraer investimentos de baixo custo das fundacións (PRI), de modo que ofrece a oportunidade a outros investidores, que poden estar ou non motivados polo compromiso social a investir nestas empresas (Cooney, 2012). Por último, cabe destacar que, a diferenza das Corporacións de beneficio público, o L3C non está suxeito á auditoría independente do seu impacto social por un terceiro e teñen liberdade para autorregular as súas actividades sociais e o seu grao de alcance e comunicación (Clark e Vranka, 2013). Por outra banda, Canadá comparte a súa longa tradición corporativa con Europa, de feito as súas empresas sociais teñen raíces na ampla historia de cooperativas e iniciativas comunitarias. As características das empresas sociais canadenses varían segundo a rexión ou provincia, de feito hai diferenzas rexionais significativas en lexislación, financiamento, axencias de apoio e estruturas corporativas como resultado dun desenvolvemento histórico diferenciado na

economía social. Durante os anos 80 naceron en Quebec as Corporacións de Desenvolvemento Económico da Comunidade (Community Economic Development Corporations - CEDs) para loitar contra a exclusión social. Representan un bo exemplo da tradición cooperativista do país. As súas corporacións crearon un novo modelo para contribuír ao desenvolvemento mediante a cooperación entre diferentes socios privados e públicos. Partindo da base do modelo de cooperativa social italiana, en 1997 aprobouse a lexislación específica para cooperativas solidarias (Mendell, 2010; Defourny e Nyssens, 2012). Ao mesmo tempo, creáronse as Emprendedoras sen Fin de Lucro (Enterprising Non-Profits - ENP) como un singular programa de colaboración por todo Canadá co fin de promover e apoiar a expansión da empresa social e o crecemento do sector, baseado en 15 anos de investigación, experiencia e traballo práctico de campo. O programa publicou recentemente á Guía canadense da empresa social (Canadian Social Enterprise Guide - editada en 2006 e revisada en 2010) moi útil para todo novo emprendedor social interesado en aprender aspectos do impacto social positivo que xeran.

### **5. ANÁLISE DA SITUACIÓN EN AMÉRICA LATINA**

Nos derradeiros anos houbo numerosas iniciativas en América Latina para aliviar os problemas sociais e económicos. A falta de políticas públicas e o pouco apoio do Estado fomenta a creación de empresas sociais (Borzaga e Fazzi, 2011), para xerar riqueza e emprego, como necesidades fundamentais na meirande parte dos países afectados por unha elevada taxa de desemprego e pobreza estrutural (Giovannini, 2012). Así, hai un amplo campo de oportunidades para os emprendedores sociais en América Latina, que deste modo poden loitar contra a pobreza e a exclusión social ou abordar problemas ambientais dos que hai abondo en todo o continente (Monforte, 2013). A actividade desenvolvida polos emprendedores sociais adoptaron varias denominacións nos diferentes países. Por exemplo, en Costa Rica e Perú chámase sector de economía social; en México, sector social da economía; en Colombia, economía solidaria; e en Venezuela, economía social e participativa ou economía asociativa. En resumo, mediante expresións como economía popular ou economía social e solidaria tratan de referirse a esta actividade (Osta et al., 2005; Giovannini, 2012). Namentres, o desenvolvemento da lexislación foi máis recente: Colombia conta cunha lei de economía solidaria dende 1998, e máis recentemente, en 2011 Ecuador aprobou unha lei de economía popular e solidaria, e México unha lei de economía social e solidaria en 2012 (Chaves et al., 2013). A Rede de Coñecementos sobre Emprendementos Sociais (Social Enterprise Knowledge Network - SEKN) fundouse en 2001 grazas a colaboración entre a Harvard Business School e seis escolas empresariais de diferentes países de América Latina: Costa Rica, México, Chile, Colombia, Brasil e Arxentina, co fin de promover o estudo e a diseminación do coñecemento sobre o emprendemento social. Dous anos despois, incorporáronse institucións en España, Venezuela e Perú. Esta rede define a empresa social como calquera organización, independentemente da estrutura legal que adopten, que realice actividades con algún valor social, o cal coincide en gran medida con outras organizacións e coas anteriores definicións presentadas neste artigo (Leguizamón, 2003). Neste contexto en 2011, xorde en Chile a organización *System B* coa intención de promover un novo sector de empresas sociais en América Latina que combinaban obxectivos sociais e o lucro, ademais de satisfacer os intereses dos accionistas (Ruiz de Munain e Martín, 2012). En 2012, *System B* formaliza un acordo co movemento das Corporacións Certificadas B americanas, promovendo a creación destas empresas en Chile, Brasil, Colombia e Arxentina. En febreiro de 2015, *System B* tiña 157 empresas rexistradas como Corporacións Certificadas B en América Latina, o cal amosa que a expansión deste sector garda unha relación moi próxima ao sistema de Corporacións Certificadas B en Norteamérica, como xa explicamos. En canto ás alternativas de financiamento destas actividades e á expansión do sector, destacan as *Oportunidades para as maiorías* levadas a cabo polo *Banco Interamericano de*



*Desenvolvemento* para os países de América Latina e o Caribe, que ofrecen empréstitos a longo y medio prazo con condicións favorables. Este programa promove concretamente a abertura de negocios que ofrezan solucións innovadoras e creativas para satisfacer as necesidades humanas, e deste xeito mellorar as condicións de vida e contribuír ao progreso social e económico das persoas con ingresos moi baixos (menos de 300\$ por mes). Por outra banda, hai outras iniciativas que se centran na mellora da formación e o desenvolvemento de habilidades directivas dos emprendedores sociais. A Fundación Ashoka or Skoll destaca porque traballa en todo o mundo, ao igual ca *Fundação Dom Cabral* ou o *Serviço Social da Indústria* que crearon o programa *SESI-PR Empreendedorismo Social* en Brasil (Fisac-García et al., 2012). Chile, Brasil e Colombia son tres dos países que encabezan o desenvolvemento do emprendemento social en América Latina promovendo políticas ou programas públicos para apoiar o emprendemento social. En Colombia, o goberno abriu o *Centro de Innovación Social, CIS* para axudar ao goberno no seu compromiso para erradicar a pobreza extrema. Na mesma liña, o goberno de Chile organizou concursos para empresas sociais e adicou fondos para os emprendedores sociais mediante a *Corporación de Fomento (CORFO)*, e está estudando a posibilidade dun borrador de lei que recoñeza as empresas sociais como novas formas de negocio. Brasil conta cunha das economías solidarias máis avanzadas do mundo, formada principalmente cando o país sufriu unha grave recesión. No ano 2003, o movemento formalizouse polo Foro Brasileiro sobre Economía Solidaria. Nese mesmo ano, a Rede de Lexisladores Governamentais sobre Economía Solidaria reuniuse por primeira vez e creouse a Secretaría Nacional de Economía Solidaria do Ministerio de Traballo e Emprego para coordinar e apoiar unha ampla gama de políticas que favoreceran o crecemento do emprendemento social (Monforte, 2013). En resumo, o modelo do *System B* expandiuse con rapidez nos últimos dous anos por todos os países de América Latina como a principal fórmula de emprendemento social. Asemade, independentemente do país, estanse a formar escolas empresariais e outras institucións con programas cun énfase na figura do emprendedor social como o impulsor dunha nova forma de facer negocios.

## 6. CONCLUSIÓNS

Nos derradeiros anos houbo un aumento significativo a nivel global do interese polo emprendemento social, que se fai evidente co desenvolvemento visible deste tipo de iniciativas en moitos países de América e Europa. O obxectivo deste artigo era o de profundar no marco legal que rexe as accións dos emprendedores sociais nos diferentes países. En Europa concretamente, as empresas sociais comezaron a adoptar a estrutura de cooperativas, pero despois en varios países, en especial no Reino Unido, xurdiron denominacións legais para responder de forma máis eficaz ás necesidades destes negocios. Tamén en Norteamérica houbo progresos cun importante movemento para fomentar a economía social. En concreto, foi recentemente cando Estados Unidos comezou a crear denominacións legais diferentes para cumprir coas necesidades dos emprendedores sociais. Nos países de América Latina houbo un importante cambio para favorecer o sector social, encabezado por Brasil, Chile e Colombia a comezos do século XXI. Isto é importante porque crese que este é o camiño para mellorar a situación económica e social na meirande parte dos países de América Latina, e unha forma de resolver case todos os problemas que sofren as poboacións, como a pobreza extrema, a exclusión social, o analfabetismo, etc. A expansión das empresas sociais en América Latina ocorreu de forma paralela aos progresos das mesmas en Estados Unidos, principalmente coas Corporacións Certificadas B, porén aínda non hai unha lexislación específica para recoñecer novas denominacións legais como en Estados Unidos e o Reino Unido. Por tanto, en xeral o emprendemento social baseouse nunha idea de emprendemento colectivo e na tradicións da democracia e cooperativismo; pero recentemente identificouse a necesidade de crear novas denominacións legais adaptadas ás necesidades dos novos emprendedores que procuran resolver problemas

sociais mediante iniciativas empresariais, como é o caso das Corporacións de Beneficio público e Empresas de Interese Comunitario (Community Interest Companies).

En resumo, o emprendemento social condénsase cada vez máis intensamente nos contextos de Europa e América e, gradualmente vai xurdindo máis interese nesta área por parte dos sectores institucional, profesional, empresarial e educativo. Así, as administracións públicas dos diferentes países deben dar resposta a esta nova realidade, ofrecendo marcos legais, financeiros e fiscais para facilitar a implementación, diseminación e a consecuente expansión deste tipo de negocio específico, como forma de contribuír a crear un mundo máis xusto. Esperamos que este artigo amosara unha visión global da situación actual dos marcos legais para os emprendedores sociais nas economías analizadas coa finalidade de motivar outras investigacións académicas ao respecto e atraír a atención dos responsables de crear novas políticas públicas.

## REFERENCES

- ARTZ, N., GRAMLICH, J.; PORTER, T. (2012): "Low-profit Limited Liability Companies (L3Cs)", *Journal of Public Affairs*, 12 (3), pp. 230-238.
- ASIÁN CHAVES, R.; FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. T.; MONTES PINEDA, Ó. (2013): "Más allá de la RSC. Hacia un nuevo paradigma de desarrollo a través de la innovación social", *Revista Prisma Social*, 10, pp. 1-30.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. (2006): "Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?" *Entrepreneurship theory and practice*, 30 (1), pp. 1-22.
- BATTILIANA, J.; LEE, M.; WALKER, J.; DORSEY, C. (2012): "In search of the hybrid ideal", *Stanford Social Innovation Review*, 10 (3), pp. 50-55.
- BOLTON, W.K.; THOMPSON, J.L. (2003): *The entrepreneur in focus: Achieve your potential*. London: Thomson.
- BORNSTEIN, D. S. (2004): *How to change the world: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford: Oxford University Press.
- BORZAGA, C.; FAZZI, L. (2011): *Le imprese sociali*. Roma: Carocci Editore.
- CLARK, W.H.; VRANKA, L. (2013): "The need and rationale for the benefit corporation: why it is the legal form that best addresses the needs of social entrepreneurs, investors, and, ultimately, the public". White paper. PHTRANS/ 1101587.12.
- COMISIÓN EUROPEA (2011): *Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales*, COM (2011), Bruselas.
- COONEY, K. (2012): "Mission Control: Examining the Institutionalization of New Legal Forms of Social Enterprise in Different Strategic Action Fields", in Gidron, B.; Hasenfeld, Y. (eds.): *Social Enterprises: An organizational Perspective*, pp. 198-221. New York: Palgrave-Macmillan.
- CHAVES, R., MONZÓN, J. L., PÉREZ DE URALDE, J. M.; RADRIGÁN, M. (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, pp. 122-150.
- DACIN, M. T.; DACIN, P. A.; TRACEY, P. (2011): "Social entrepreneurship: A critique and future directions", *Organization Science*, 22(5), pp. 1203-1213.
- DEES, J.G. (1998): *The meaning of social entrepreneurship*. Stanford University: Mimeo.
- DEES, J.G.; ANDERSON, B.B. (2006): "Framing a theory of social entrepreneurship Building on two schools on practice and thought". ARNOVA Occasional Paper Series: Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field, 1(3), pp. 39-66.
- DEES, J.G. (2012): "A tale of two cultures: charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship", *Journal of business ethics*, 111(3), pp. 321-334.
- DEFOURNY, J.; NYSENS, M. (2008): "Social enterprise in Europe: Recent trends and developments", *Social Enterprise Journal*, 4(3), pp. 202-228.

- DEFOURNY, J.; NYSENS, M. (2012): "El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, pp. 7-34.
- DÍAZ, M.; MARCUELLO, C.; MARCUELLO, Ch. (2012): "Empresas sociales y evaluación del impacto social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, pp. 179-198.
- DUCCI, G., STANTELLA, C.; VULTERNI, P. (2002): "The social enterprise in Europe: the state of the Art", *International Journal of Mental Health*, 31 (3), pp. 76-91.
- ENCISO, M.; GÓMEZ, L.; MUGARRA, A. (2012): "La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, pp. 55-80.
- FERNÁNDEZ, M.T.; MONTES, O.; ASIÁN, R. (2012): "La innovación social como solución a la crisis: hacia un nuevo paradigma de desarrollo", in: XIII Jornada de Economía Crítica, 1084-1101, Sevilla.
- FISAC-GARCÍA, R.; ALVES DE CARVALHO, N.; MORENO-ROMERO, A.; MORENO-MATEOS, J.; ROJAS, A. (2012): "Iniciativas emprendedoras de lucha contra problemas sociales: distintas aproximaciones geográficas", in: XVI Congreso de Ingeniería de Organización, 1065-1072, Vigo.
- GALERA, G.; BORZAGA, C. (2009): "Social enterprise: an international overview of its conceptual evolution and legal implementation", *Social Enterprise Journal*, 5 (3), pp. 210-228.
- GALPIN, T.; BELL, G. (2010): "Social entrepreneurship and the I3c structure: bridging the gap between non-profit and for-profit ventures", *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(2), pp. 29-39.
- GIOVANNINI, M. (2012): "Social enterprises for development as *buenvivir*", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 6(3), pp. 284-299.
- HUYBRECHTS, B.; NICHOLLS, A. (2012): Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges. In: Volkmann, C. K., Tokarski, K. O. & Ernst, K. (eds.): "Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies". Wiesbaden: Springer Gabler.
- KERLIN, J. A. (2006): "Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences", *Voluntas* 17 (3), pp. 246-262.
- LEGUIZAMÓN, L. (2003): "SEKN. Social Enterprise Knowledge Network Red de conocimientos sobre emprendimientos sociales", *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 31, pp. 15-22.
- LIGHT, P. (2006): "Reshaping Social Entrepreneurship", *Stanford Social Innovation Review*, fall, p. 47-51.
- MAIR, J.; MARTÍ, I. (2004): "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight". Working Paper, IESE Business School, Barcelona.
- MAIR, J.; MARTÍ, I. (2006): "Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, 41, pp. 36-44.
- MAIR, J.; BATTILANA, J.; CARDENAS, J. (2012): "Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models", *Journal of Business Ethics*, 111(3), pp. 353-373.
- MELIÁN, A.; CAMPOS, V.; SANCHIS, J.R. (2011): "Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores", *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 106, pp. 150-172.
- MENDELL, M. (2010): "Reflections on the evolving landscape of social enterprise in North America", *Policy and Society*, 29(3), pp. 243-56.
- MONFORTE, K. (2013): "Social Enterprise in Latin America: Dimensions of collaboration among social entrepreneurs". Workingpaper, University of Massachusetts, Amherst.
- MONZÓN, J. L.; CALVO, R.; CHAVES, R.; FAJARDO, I. G.; VALDE S, F. (2009): "Informe para la elaboración de una Ley de Fomento de la Economía Social". Ministerio de Trabajo e Inmigración, Madrid.
- MONZÓN, J. L. (2013): "Empresas sociales y economía social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la UE", *Revista de Economía mundial*, (35), pp. 151-163.
- MORT G.; WEERAWARDENA J.; CARNEGIE K. (2003): "Social entrepreneurship: towards conceptualization", *International Journal of nonprofit and voluntary sector marketing*, 8 (1), pp. 76-88.
- MUELLER, S.; CHAMBERS, L.; NECK, H. (2013): "The Distinctive Skills of Social Entrepreneurs", *Journal of Enterprising Culture*, 21(03), pp. 301-334.

- NICHOLLS, A. (2009): "We do good things, don't we?: 'Blended Value Accounting' in social entrepreneurship", *Accounting, organizations and society*, 34(6), pp. 755-769.
- NORUZI, M.R.; WESTOVER, J.H.; RAHIMI, G.R. (2010): "An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era", *Asian Social Science*, 6(6), pp. 3-10.
- NOYA, A. (2010): "SMEs, Entrepreneurship and Innovation". Chapter 5 in *Social Entrepreneurship and Social Innovation*, Paris: OECD Publishing.
- OSTA, K.; MENDOZA, E.; GIRALDO, M. (2005): "La actividad cooperativa en Venezuela", *Revista Venezolana de Gerencia*, 31, pp. 424-439.
- PÄRENSEN, T. (2011): "The criteria for a solid impact evaluation in social entrepreneurship", *Society and Business Review*, 6(1), pp. 39-48.
- PEREDO, A.M.; CHRISMAN, J.J. (2006): "Toward a theory of community-based enterprise", *Academy of Management Review*, 31(2), pp. 309-328.
- PEREDO, A. M.; MCLEAN, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept. *Journal of World Business* 41(1), 56-65.
- PRIEDE, T.; LÓPEZ-CÓZAR, C.; RODRÍGUEZ, A. (2014): "Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 80, pp. 5-15.
- PRIEDE, T.; HILLIARD, I.; LÓPEZ-CÓZAR, C. (2014): "Parallel Paths—A Comparison of CSR Firms and Social Enterprises", *Journal of US-China Public Administration*, 11(10), pp. 852-861.
- ROBERTS, D.; WOODS, C. (2005): "Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship", *University of Auckland Business Review*, 7(1), pp. 45-51.
- RUIZ DE MUNAIN, J.; MARTÍN, J. (2012): *Mapa de las inversiones de impacto en España*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.
- SANTOS, N. J. (2012): "A positive theory of social entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, 111(3), pp. 335-351.
- SANTOS, N. J. (2013): "Social entrepreneurship that truly benefits the poor: An integrative justice approach", *Journal of Management for Global Sustainability*, 1 (2), pp. 31-62.
- SCHWARTZ, B. (2012): *Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World*. San Francisco: Wiley/Jossey-Bass.
- SHORT, J. C.; MOSS, T. W.; LUMPKIN, G. T. (2009): "Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities", *Strategic entrepreneurship journal*, 3(2), pp. 161-194.
- SPEAR, R.; CORNFORTH, C.; AIKEN, M. (2009): "The governance challenges of social enterprises: evidence from a UK empirical study", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(2), pp. 247-273.
- THOMPSON, J. (2008): "Social enterprise and social entrepreneurship: Where have we reached?" *Social Enterprise Journal*, 4(2), pp. 149-161.
- TRACEY, P.; PHILLIPS, N.; HOUGH, H. (2005): "Beyond Philanthropy: Community Enterprise as a Basis for Corporate Citizenship", *Journal of Business Ethics*, 58, pp. 327-344.
- YOUNG, D. (1986): "Entrepreneurship and the Behavior of Non-profit Organizations: Elements of a Theory", In Rose-Ackerman, S. (ed.): *The Economics of Non-profit Institutions*, pp. 161-84. New York: Oxford University Press.
- YOUNG, D.; SALAMON, L.M. (2002): "Commercialization, Social Ventures, and For-Profit Competition", In Salamon, L.M. (ed.): *The State of Nonprofit America*, pp. 423-46. Washington DC: Brookings Institution.
- ZAHRA, S. A.; GEDAJOVIC, E.; NEUBAUM, D. O.; SHULMAN, J. M. (2009): "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges", *Journal of Business Venturing*, 24 (5), pp. 519-532.