



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Emprendimiento social y desempeño organizativo

Palacios-Marques, Daniel. Universidad Politécnica de Valencia
Roger-Monzó, Vanessa. ESIC Business&Marketing School
Martí-Sánchez Myriam. ESIC Business&Marketing School
Gujarro-García, María. ESIC Business&Marketing School

Introducción

- **La Economía Social** se muestra como la opción que ofrece mejor respuesta en **períodos de crisis** si se compara con las dificultades que está atravesando **el sector público y privado capitalista** (Bretos y Morandeira, 2016:122).
- Las causas de esta situación se encuentran, principalmente, en la **menor dependencia** de estas empresas con respecto a los **mercados financieros** y, por tanto, en la menor influencia que sufren como consecuencia de **la crisis financiera**. (Birchall, 2013:1).
- En este contexto, las empresas de **Economía Social** poseen un papel esencial para impulsar un **crecimiento sostenible**.

Introducción

La economía global en el siglo XXI no está resultando como se esperaba. De hecho, son varios los autores defensores del actual modelo de globalización los que inciden en que **los fallos político-institucionales** han ralentizado **el crecimiento de empresas e innovaciones** y han **obstaculizado una mayor liberalización** de la economía frente a los autores detractores del modelo que opinan que la causa radica tanto en un **exceso de desregulación y liberalización** de la economía como en **una elevada competencia empresarial** del caos producida desde 2008 (Stiglitz, 2011; Santos, Barroso y Guzmán, 2013).

Introducción

Para algunos autores, los valores en los que se asienta el sistema económico global quedan caracterizados por el **paradigma competitivo** (Guzmán, 2005).

La competencia y el afán de lucro han condicionado el comportamiento de las instituciones internacionales, como el FMI, que fomentan la lógica de esos valores estableciendo las reglas de la oferta y la demanda entre las que se desenvuelven las empresas cuyo objetivo es **maximizar beneficios**.

Este tipo de sistema es conocido como “capitalismo darwinista”, donde **sólo sobreviven los más fuertes**. De esta forma, son las regiones más desarrolladas, las mejores y más grandes empresas e individuos de altas rentas los que consiguen beneficiarse de la competencia global y **cada vez más territorios, empresas e individuos sufren desempleo, ingresos reducidos, exclusión social y pobreza**

Introducción

- **La globalización y su paradigma competitivo** han dado lugar al desarrollo un **paradigma complementario y fronterizo** con el anterior (Santos, Barroso y Guzman, 2013), el de **la economía del emprendimiento** y opuesto al paradigma de la “economía de la gestión” (Audrestch y Thurik, 2000).
- Los autores destacan el importante papel que desempeña el emprendimiento en el capitalismo global y lo definen como **cualquier actividad que desarrolla un individuo por su propia iniciativa, creando y consolidando empresas a partir de la detección y explotación de oportunidades** (Shane y Venkataraman, 2000).
- Si además la motivación del emprendedor es el **altruismo**, el **emprendimiento es social** (Leadbetter, 1997; Yunus, 2009:5, 2011)

Introducción

- **Los emprendedores sociales** utilizan **el altruismo** para generar un **valor social**, atendiendo a **necesidades sociales** como la **pobreza**, la **exclusión social**, el **desempleo de personas discapacitadas** o el **deterioro medioambiental**.



- Esta investigación quiere exponer **la importancia del emprendimiento social en el desempeño organizativo** de una empresa.
- El objetivo general de este estudio consiste en **evidenciar empíricamente** la importancia de las **competencias distintivas del marketing** como factor mediador entre el **emprendimiento social** y el **desempeño organizativo**.
- Comprobar **la relación entre las tres variables definidas**: el emprendimiento social, las competencias distintivas en marketing y el desempeño organizativo.

Economía Social

- el **23 de marzo de 2011** se aprobó, por parte del Congreso de Diputados español, **la Ley de Economía Social** definida como “*el conjunto de actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que persiguen **el interés colectivo de sus integrantes**, bien el interés general económico o social, o ambos*”.
- La definición de **economía social** establecida en el informe de **CIRIEC** se considera como la más reciente y la que goza de mayor prestigio institucional, y que se ha desarrollado a partir de un extenso acuerdo teórico. En dicha definición, **la economía social se estructura en torno a dos vertientes: de mercado**, es decir, el ámbito en el que trabajan las **entidades más tradicionales** y **de no mercado**, ámbito en el que operan las organizaciones sin ánimo de lucro (Monzón y Chaves, 2012)

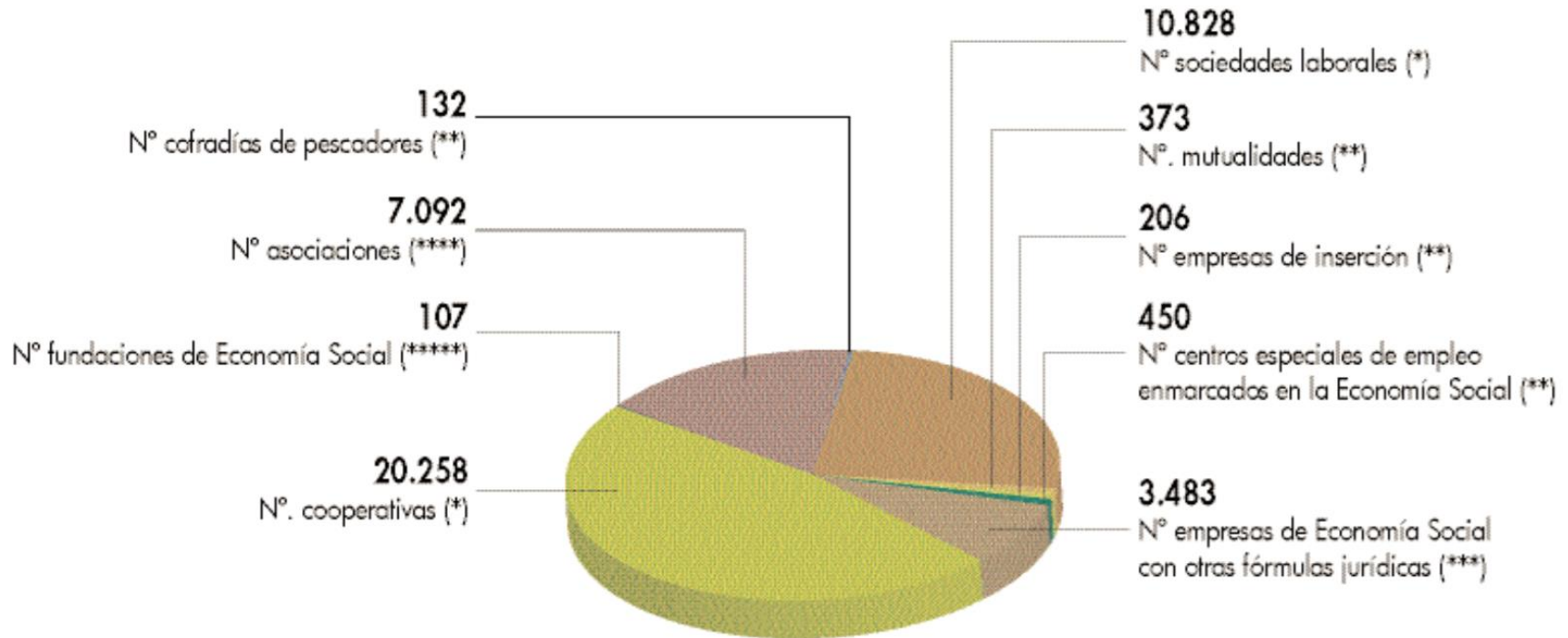
Economía Social

- **Desde el prisma científico**, la definición más dominante del Tercer Sector con enfoque de Economía Social es la que presenta CIRIEC-España y sus asociados que la definen como **un conjunto de empresas privadas con autonomía de decisión y libertad de adhesión** que han sido creadas para **satisfacer las necesidades de sus socios** a través del mercado y en las que **la toma de decisiones** no están ligado **directamente con el aporte de capital de cada socio**, correspondiendo **un voto a cada uno de ellos**.
- En la Economía Social se incluyen sociedades no financieras, instituciones de crédito, empresas de seguros y grupos empresariales de la Economía Social (Monzón y Chaves, 2008:549; Pérez de Uralde y Radrigán, 2006; Balas, 2011).

Datos sobre Economía Social

Datos España

42.929 entidades de economía social



(*) Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Dirección General de Autónomos, Economía Social y Responsabilidad Social de la Empresa.

(**) Fuente: CEPES. Datos facilitados por CNEPS (mutualidades), por FAEDEI (empresas de inserción), por FEACEM (centros especiales de empleo enmarcados en la Economía Social), por FNCP (cofradías de pescadores) y REAS.

(***) Fuente: GRUP CLADE, FUNDACIÓN ESPRIU, ATLANTIS, REAS, UNIDE, UECOE, AEDIS, GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR y Corporación MONDRAGON.

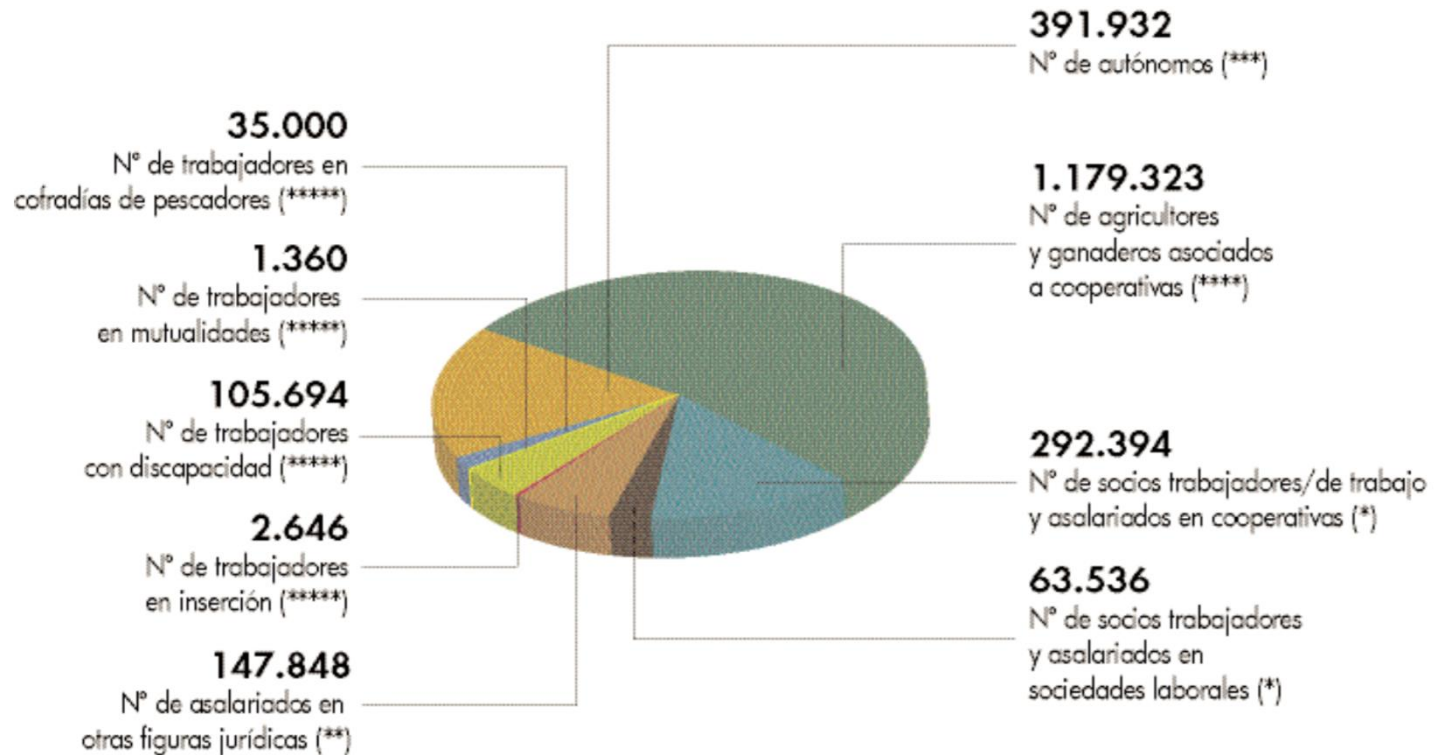
(****) Fuente: CERMI, REAS Y AEDIS.

(*****) Fuente: UNIDE, REAS, FUNDACIÓN ESPRIÚ, GRUP CLADE, CEPES- Navarra y Corporación MONDRAGON.

Datos sobre Economía Social

Datos España

2.219.733 empleos directos e indirectos



(*) Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Dirección General de Autónomos, Economía Social y Responsabilidad Social de la Empresa.

(**) Fuente: Datos facilitados por ONCE, ILUNION, FAEDEI, FUNDACIÓN ESPRIÚ, UNIDE, FNCP, CEPES-Navarra, REAS, CONCOVI, GRUPO ATLANTIS.

(***) Fuente: Datos facilitados por CEPES ANDALUCÍA, UECOE, CEPES EXTREMADURA, UNACOMAR, REAS y GRUP CLADE.

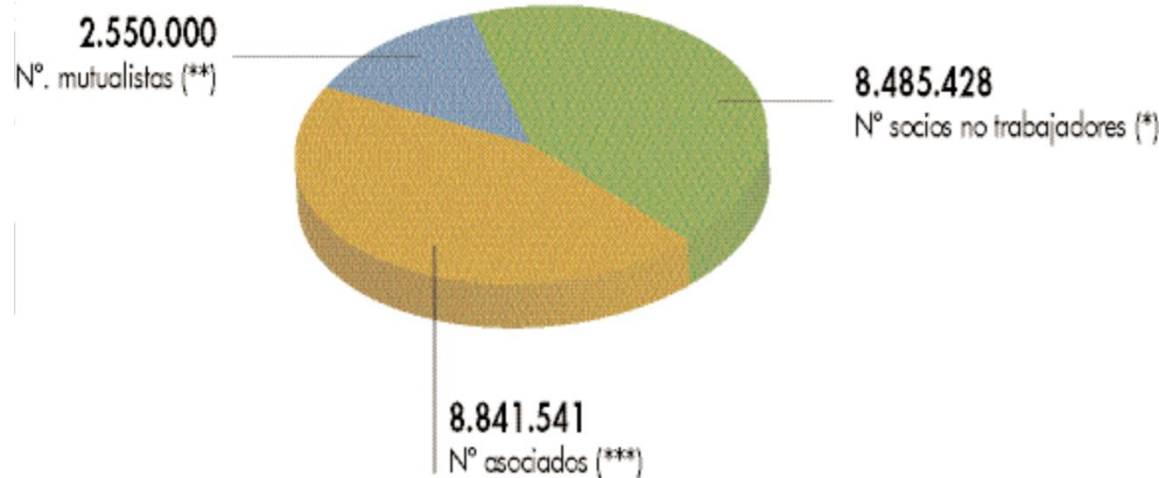
(****) Fuente: COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ESPAÑA.

(*****) Fuente: Datos facilitados por los socios de CEPES.

Datos sobre Economía Social

Datos España

19.876.969 personas asociadas a la Economía Social



(*) Fuente: CEPES. Datos facilitados por los socios de CEPES.

(**) Fuente: CEPES. Datos facilitados por CNEPS.

(***) Fuente: FUNDACIÓN ESPRIÚ, CERMI, GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR, REAS, CONF. DE COOPERATIVES DE LA COMUNITAT VALENCIANA, ONCE y CONF. DE COOPERATIVES DE CATALUNYA.

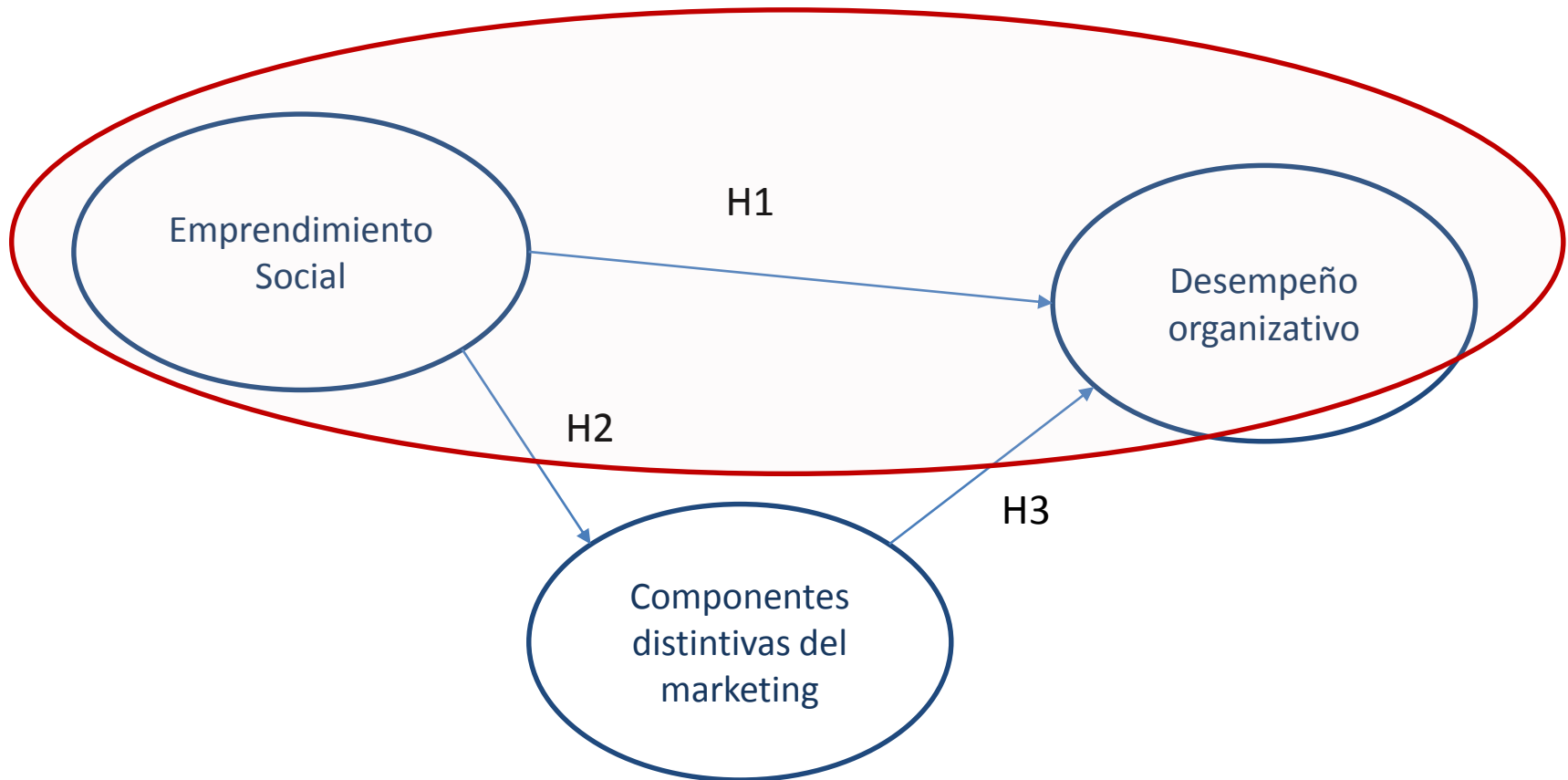
Empresas y empleos de nueva creación (año 2014 y 2015*)

3.928 nuevas empresas

19.633 nuevos empleos

(*) Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Datos referentes a cooperativas y sociedades laborales.

Modelo teórico



Emprendimiento social

El emprendimiento social puede ser definido como **la habilidad de reconocer oportunidades** para crear **valor social** y el proceso de emprendimiento social como **la construcción, evaluación y persecución de oportunidades** para un **cambio social** (Roberts y Woods, 2005:45-51).

Los emprendedores sociales actúan a través de empresas sociales que pueden utilizar **fondos públicos y privados de forma eficiente** (Trexler, 2008: 65) aunque su estructura, estrategia, normas y valores sean diferentes a las organizaciones con ánimo de lucro, **buscan ser rentables para sostenerse y crear valor.**

Emprendimiento Social

- **El emprendimiento social** debe ser una **acción directa** (Martín y Osberg, 2007:28-30), debe tener en cuenta **la oportunidad**, (Thompson, 2008:149), **la constante innovación** y debe **crear valor social sostenible** (Van Styke y Newman, 2006:345; Martín y Osberg, 2007:28-30).
- Algunos autores enmarcan el **emprendimiento social** dentro del modelo de **ventaja competitiva sostenible** (Weerawardena y Sullivan, 2001:53) puesto que lo consideran **un comportamiento** que se desarrolla **dentro de las organizaciones** con o sin ánimo de lucro y/o gubernamentales.
- El modelo de ventaja competitiva sostenible se enmarca dentro de la **teoría de recursos y capacidades** (Teece, 1980:223; Barney, 1986:1231), que entiende **la organización como un conjunto de recursos y capacidades únicas y singulares** y su gestión permite obtener ventajas competitivas sostenibles

Grado de emprendimiento y desempeño organizacional

- Los recursos internos como personales, intangibles, o sociales suelen ser los que **crean ventaja competitiva** ya que contienen el **conocimiento implícito, la inteligencia emocional**, etc., (Kwiatkowski, 2004:205).
- En el caso de los emprendimientos sociales estos recursos pueden ser consecuencia del **altruismo** de la comunidad y de las **redes sociales** (Chell, 2007:5), donde el **capital social** es uno de sus **principales activos** que permite a todo emprendimiento acceder a otras formas de **capital físico, humano o financiero** (Liñán y Santos, 2007:443-453).

Grado de emprendimiento y desempeño organizacional

- **El capital social** es definido como el valor agregado que puede administrarle a un emprendedor **su red de contactos y los lazos de relaciones** que conforma su **red social** y destaca que las redes sociales constituyen un **buen recurso** en la **dirección de negocios** ya que facilitan la acción económica (Ribeiro, Vila y Fornoni, 2005: 169) además de conseguir que los emprendedores sean más **eficiente, conseguir ampliar su campo de acción** y acceder a **oportunidades exclusivas** (Batjargal, 2003).

Grado de emprendimiento y desempeño organizacional

- Los **“agujeros estructurales”** definiéndolos como aquellos que existen cuando se hallan **recursos complementarios** en lugares de una red mal conectada. Aquellos emprendedores que bien posicionados consigan conectarse con más sitios de la red gozaran de **ventajas competitivas** significativas al establecer conexiones más cercanas, obteniendo sinergias de recursos adicionales y construir ventajas a partir de la productividad que resulta de sus situaciones.
- Esto es un complemento a **la perspectiva del análisis schumpeteriano** que planteaba la función empresarial como aquella que revoluciona **el patrón de producción explotando una invención** y por tanto permite al emprendedor actuar de forma inteligente y atrevida para aprovechar estos “agujeros estructurales” y convertirlos en **buenas oportunidades para sus proyectos**.

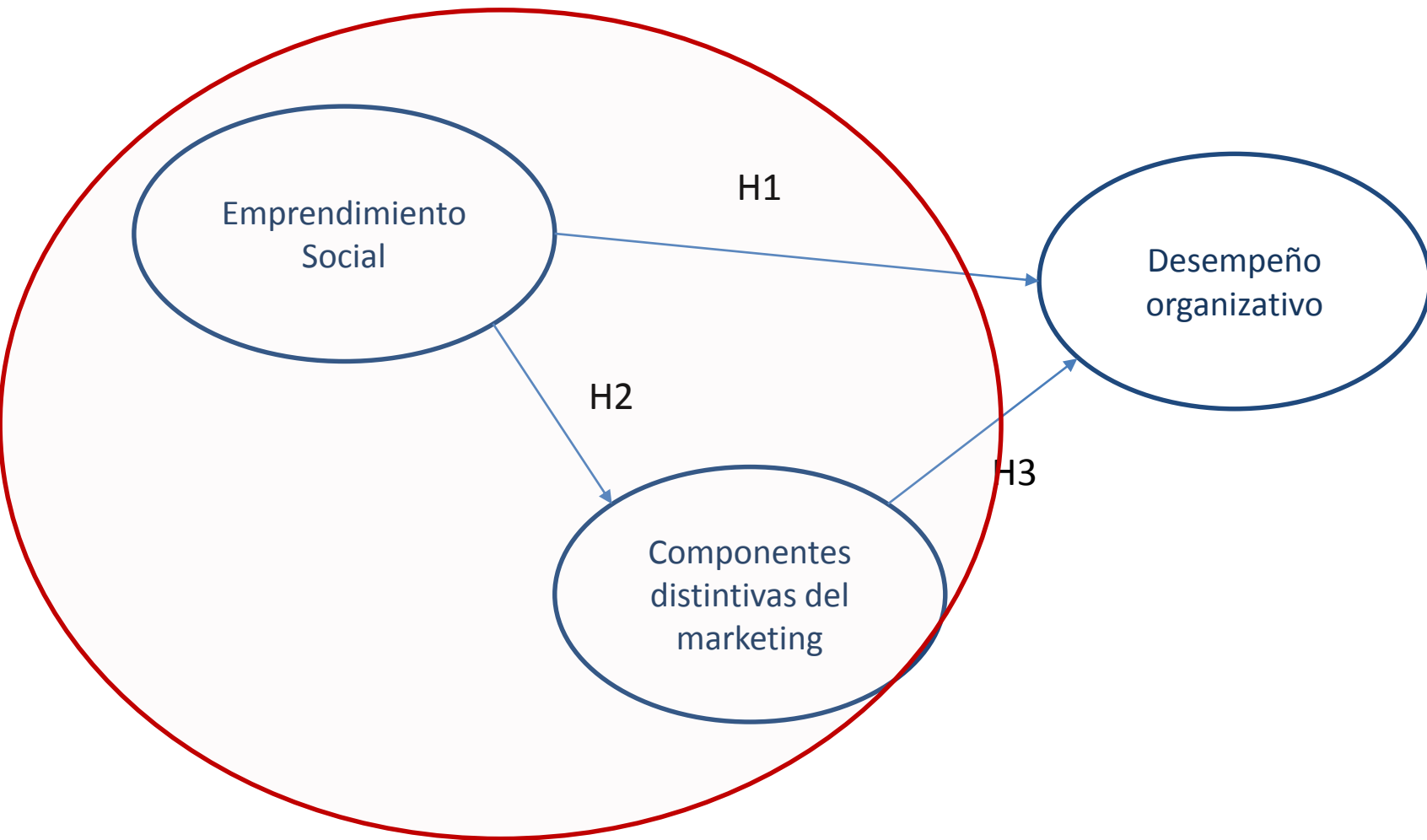
(Ribeiro, Vila y Fornoni, 2005: 176)

Grado de emprendimiento y desempeño organizacional

- En esta línea cuanto más amplia es la red de relaciones más probabilidad hay de lograr **desempeño organizacional**, es decir, ya que acceden más fácilmente a establecer relaciones con sus **clientes, proveedores, distribuidores así como a neutralizar en cierta medida su poder negociador**, además de permitirle acceder a **información clave, privilegiada** y que le **otorga valor**.
- La generación de **rentas** producidas por las **ventajas competitivas** darán como resultado **un mayor desempeño organizativo** y por lo tanto se propone la primera hipótesis de la siguiente forma:

H1: El grado en que una organización introduce el emprendimiento social está positivamente relacionado con el desempeño organizativo.

Modelo teórico



Grado de Emprendimiento - Componentes distintivas...

Estas características del **emprendedor social** generan un ambiente oportuno en **la organización** para la generación **de competencias distintivas del marketing** que generan **ventajas competitivas sostenibles**.

Grado de Emprendimiento - Componentes distintivas...

- **La orientación al cliente y la capacidad de visión global** de la organización podrían influir en la obtención de **capacidades** para conseguir **información de los clientes y mercados actuales**, para identificar **oportunidades y tendencias** de negocio.
- Además para poder mantener esta competitividad es necesario mantener le **eficacia de los sistemas y recursos** de captación de **información importante**, continua y actualizada tanto del micro como del macro entorno de la empresa para **la toma de decisiones eficientes** en las distintas **políticas de marketing**

Grado de Emprendimiento - Componentes distintivas...

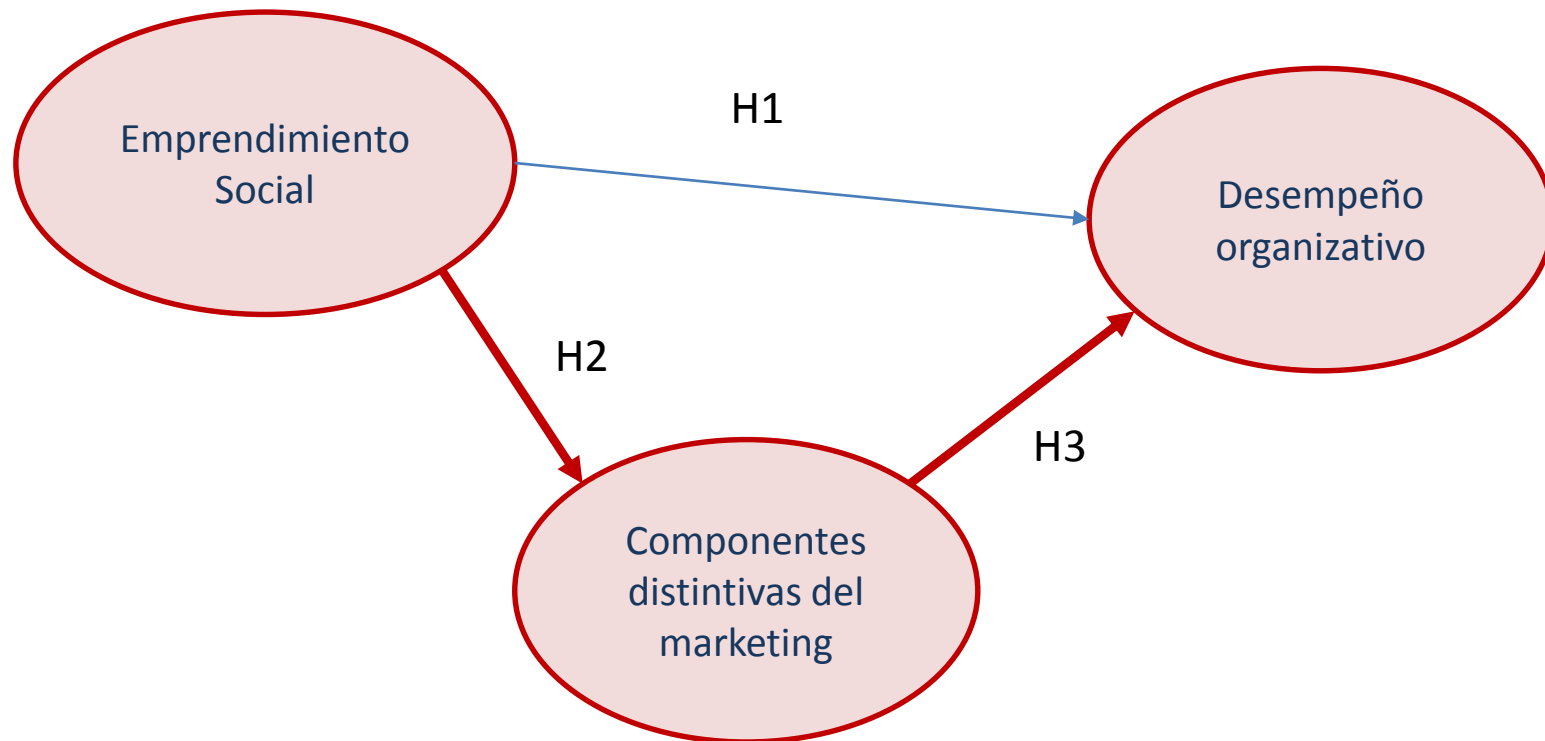
- De este modo, **las capacidades del marketing** favorecen la **comprensión de las demandas** de los clientes, **los canales de distribución** y de **comunicación**, la **política de precios** y la **imagen corporativa** de la empresa, ya que están ligadas con el nivel de eficacia que presenta la empresa.
- En este sentido, que **las organizaciones desarrollen y apliquen** sus **competencias distintivas en marketing** es esencial para obtener **ventajas competitivas**, puesto que los **recursos internos** poseen **las cualidades** para crear **dichas ventajas**.

Grado de Emprendimiento - Componentes distintivas...

- De este modo se relacionan dos constructos teóricos en la segunda hipótesis:

H2: Existe una relación positiva entre el grado de introducción del emprendimiento social y la creación de competencias distintivas del marketing.

Modelo teórico



Variable mediadora: componentes distintivas...

- De esa forma, **los recursos y capacidades internas** de una empresa poseen mayor efecto en su **desempeño organizativo** que los resultados proporcionados por los **factores externos** de la misma (Martínez, Charterina, y Araujo, 2010:165).
- **Las competencias distintivas en marketing** son las que afectan de manera positiva y en mayor proporción sobre el **desempeño organizativo**, especialmente, si se compara con competencias distintivas de otros ámbitos como las **dirección, organización y recursos humanos**, entre otros (Cruz, 2001).

Variable mediadora: componentes distintivas...

- Como se ha señalado anteriormente, **la influencia del emprendimiento social** sobre el **desempeño organizativo** estaría moderado por otras variables. En este caso, se aspira a demostrar que las **competencias distintivas en marketing** constituye una **variable mediadora** que facilitará la relación entre el **emprendimiento social** y el **desempeño organizativo**

H3: La relación positiva entre el grado de introducción del emprendimiento social y el desempeño se explica a través de la mediación de las competencias distintivas en marketing.

Ficha técnica

Universo	Entidades de la Economía social prestadoras de servicios, tales como cooperativas sociales y de integración social, cooperativas de servicios públicos y empresas sociales prestadoras de servicios sociales
Ámbito geográfico	España.
Diseño muestral	Encuesta personal
Tamaño de la muestra	221 empresas
Trabajo de campo	Enero 2014 hasta Mayo 2014.
Técnicas estadísticas	Análisis de Ecuaciones Estructurales
Programa estadístico	EQS versión 5.7

Fuente: *Elaboración propia*

Resultados

MODELO		Coefficiente en la ecuación	Fiabilidad
SE	→ DO	0,54	0,979

El parámetro estimado es estadísticamente significativo al 95% ($t=9,204 \geq 1,96$). La tabla anterior muestra un ajuste correcto del modelo estructural. Por lo tanto, queda demostrada **la primera hipótesis**.

MODELO		Coefficiente en la ecuación	Fiabilidad
SE	→ CDM	0,845	0,972

El parámetro estimado es estadísticamente significativo al 95% ($t=17,624 \geq 1,96$). La tabla anterior muestra un ajuste correcto del modelo estructural. Por lo tanto, queda demostrada la segunda hipótesis: **existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el grado de introducción del social entrepreneurship en una organización y la creación de competencias distintivas en marketing**.

Resultados

MODELO	Coefficiente γ en la ecuación	Fiabilidad de la ecuación estructural
SE \rightarrow CDM \rightarrow DO	$DO = \gamma CDM + \beta SE + D$ $\gamma = 0,902$ (t=9,285); $\beta = 0,128$ (t=0,139)	0,961
SE \rightarrow CDM	$CDM = \alpha SE + D$ $\alpha = 0,908$ (t=22,064)	0,973

MODELO	Efecto Indirecto	Efecto Directo	Efecto Total
SE \rightarrow CDM \rightarrow DO	$\alpha \gamma = 0,819$	$\beta = 0,128$ no significativo (t=0,139)	0,947

El efecto indirecto (0,819) es mucho mayor que el directo (0,128). Además, el efecto directo no es estadísticamente significativo ($t < 1,96$) mientras que el indirecto sí que lo es.

Después de contrastar esta hipótesis, demostramos que **las competencias distintivas en marketing** actúan como variable mediadora y su inclusión en el modelo explicativo contribuye a un mejor entendimiento de las relaciones entre sus variables antecedentes y el desempeño organizativo.

Conclusiones

- **Los emprendedores sociales** tratan de ensamblar **el fin social** por el que se fundamentan **con la eficacia y eficiencia empresarial** con el fin de ser rentables para sostenerse.
- Se debe favorecer características de **emprendimiento social** como la capacidad detectar **oportunidades**, el **espíritu innovador** y el **compromiso social**, en las organizaciones, ya que generan un ambiente oportuno en la organización para la generación de **competencias distintivas del marketing**.
- Aquellos emprendedores que bien posicionados **consigan conectarse con más sitios de la red** gozaran de **ventajas competitivas** significativas al establecer conexiones más cercanas, obteniendo sinergias de recursos adicionales y construir ventajas a partir de la productividad que resulta de sus situaciones.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

- Aumentar el número de empresas.
- Replicar el estudio de forma anual para obtener conclusiones longitudinales.
- Dentro de la economía social segmentar el tipo de entidad y analizar si hay similitudes o diferencias según la organización.

Muchas Gracias.