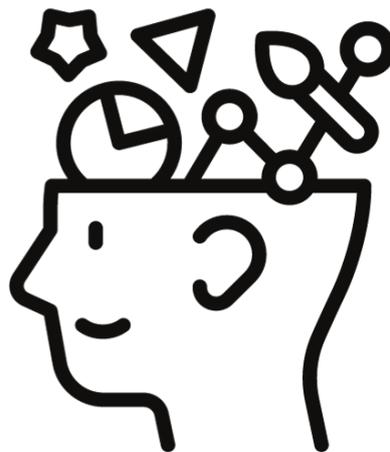


youthIES

Training Pack for Youth Workers



Paquete de formación para animadores juveniles

Módulo: Emprendimiento social

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	4
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN A LA INICIATIVA EMPRESARIAL SOCIAL	5
1.1 Definición del espíritu empresarial social	5
1.2 El papel de las empresas sociales en la sociedad.....	6
1.3 Raíces históricas y desarrollo	8
CAPÍTULO II: Creación y ampliación de empresas sociales	9
2.1. Identificación y definición de los problemas sociales	9
2.2. Ideación e innovación en el espíritu empresarial social	10
2.3. Desarrollo de modelos de negocio para el emprendimiento social	11
CAPÍTULO III: Retos y consideraciones éticas.....	12
3.1. Dilemas éticos de la iniciativa empresarial social	12
3.2. Equilibrio entre beneficios e impacto social.....	12
3.3. Marco jurídico y reglamentario	14
RESUMEN/CONCLUSIONES.....	15

INTRODUCCIÓN

Bienvenido al módulo de emprendimiento social del proyecto YouthIES. En este módulo nos embarcaremos en el apasionante mundo del emprendimiento social, que desempeña un papel vital en la transformación de la economía por la que está trabajando la Unión Europea y el mundo en su conjunto.

El emprendimiento social en la economía del siglo XXI es una forma altruista de emprendimiento que, a diferencia de los modelos del siglo pasado, sitúa al emprendedor en el centro de la economía y lo considera un motor esencial para la transformación social y la innovación.

En pocas palabras, la iniciativa empresarial se convierte en una empresa social cuando transforma el capital social de forma que afecte positivamente a la sociedad. Los emprendedores sociales reconocen los problemas sociales inmediatos, pero también tratan de comprender el contexto más amplio, sin olvidar la generación de beneficios para el mantenimiento y la sostenibilidad financiera de la empresa.

Se trata de un modelo económico muy interesante, además de ser el modelo por el que apuestan las economías occidentales para el desarrollo sostenible de sus sociedades.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al final de este módulo, los trabajadores en el ámbito de la juventud serán capaces de:

- Comprender y presentar el concepto de emprendimiento social.
- Comprender el impacto positivo de este modelo de negocio.
- Ofrecer a los jóvenes una breve visión histórica de su origen y desarrollo.
- Dar pautas para la identificación de problemas sociales
- Generar soluciones innovadoras a estos problemas.
- Orientar a los jóvenes en la definición de modelos de emprendimiento social.
- Comprender los dilemas éticos de la iniciativa empresarial social.
- Comprender las directrices para el balance de beneficios.
- Comprender el marco jurídico de la iniciativa empresarial.

REFERENCIAS A LAS POLÍTICAS DE LA UE

Estatuto de las Empresas Sociales y Solidarias:

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0317_ES.pdf

Fondos de Emprendimiento social europeos

<https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/european-social-entrepreneurship-funds.html>

Programas y fondos de la UE: La UE ha creado varios programas y fondos para apoyar el emprendimiento social. El Programa para el Empleo y la Innovación Social (EaSI) y el Fondo Social Europeo (FSE) son ejemplos de instrumentos que apoyan iniciativas de emprendimiento social a escala europea:

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=1081>

CAPÍTULO I : INTRODUCCIÓN AL EMPRESARIADO SOCIAL

1.1 Definición del espíritu empresarial social

El emprendimiento social es una forma de abordar problemas sociales o medioambientales aplicando principios empresariales para crear soluciones sostenibles. Puede llevarlo a cabo un emprendedor o una empresa tradicional en la que se comercializan productos o servicios.

El factor definitorio es que el objetivo principal es resolver los problemas a los que se enfrenta la sociedad: hambre, desigualdades, exclusión social, educación, salud o cambio climático, entre muchos otros. Los productos o servicios tendrán que aportar una solución a alguna de estas circunstancias.

La principal diferencia con una política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es que esta última la llevan a cabo empresas cuyo enfoque o modelo de negocio no es de carácter social. Es decir, se trataría de empresas que no necesariamente ofrecen soluciones a problemas sociales, sino que simplemente aportan parte de sus beneficios a causas sociales.

Un emprendedor social es un agente de cambio que ve oportunidades, necesidades y ausencias, e intenta generar mejoras en su entorno. Además, es innovadora, se fija objetivos y trabaja para alcanzarlos.

El emprendedor social es una persona con iniciativa, honradez, autocontrol, perseverancia, asunción de riesgos, responsabilidad, tolerancia a la incertidumbre, oportunidad, decisión y orientación a objetivos. Y también ve oportunidades donde otros ven problemas.

El capital necesario para una empresa es:

- Económicos: importantes para el fortalecimiento de cualquier proyecto.
- Cognitivo: conocimiento del problema.
- Social: todas las redes y organismos de ayuda para asociarse y hacer crecer las empresas.
- Simbólico: valores de la iniciativa empresarial que están en consonancia con los socios para que se reconozca la iniciativa empresarial.

Las empresas sociales no vienen solas, sino en red, ya que así es como se benefician todos los implicados en el proyecto. Por eso es importante pensar colectivamente. El éxito de una iniciativa empresarial se mide por los beneficios, mientras que en una social lo más importante es el impacto en la comunidad. Obviamente, la parte económica es importante para que el proyecto sea sostenible y genere beneficios positivos, pero la importancia radica en la contribución social que tiene.

Una empresa social debe ocuparse de:

- El impacto: identificar los problemas de la población y cuál será el beneficio que tendrá.
- Ser sostenible: la intención de una empresa social es mantenerse en el tiempo.
- Rentable: no debemos olvidar la parte económica de nuestra supervivencia.

Las empresas sociales pueden alinearse con la economía social y solidaria siendo inclusivas, buscando relaciones laborales justas y solidarias; situando a la persona en el centro del modelo de negocio; maximizando el beneficio social de las personas, así como garantizando la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas.

Se pueden distinguir dos tipos de iniciativa empresarial social si nos fijamos en el origen de su financiación. Es decir, de dónde procede el dinero para poder llevarlas a cabo.

En este sentido, podemos diferenciar entre estos dos:

Dependientes: Son proyectos financiados por instituciones ajenas al emprendedor o a la empresa. Pueden ser públicas o privadas y se encargan de subvencionar las acciones antes de recibir ningún retorno.

Independientes: Se autofinancian por la propia empresa a través de las acciones realizadas.

En definitiva, el emprendimiento social persigue obtener un rendimiento económico derivado de las acciones o propuestas planteadas para solucionar un problema social. Nunca debemos perder de vista la responsabilidad con la sociedad que persigue nuestro proyecto.

1.2 El papel de las empresas sociales en la sociedad

El papel de la economía social en la Unión Europea es extremadamente importante. Representa el 10% de la economía europea. Emplea a más de 11 millones de trabajadores, lo que representa el 4,5% de la mano de obra de la Unión Europea.

Representa el 7,5% de la población activa en Finlandia, el 5,7% en el Reino Unido, el 5,4% en Eslovenia, el 4,1% en Bélgica, etc. Una de cada cuatro nuevas empresas creadas cada año en la Unión Europea e incluso una de cada tres en Finlandia es una empresa social.

Y al responder mediante la innovación social a necesidades aún no cubiertas, las empresas sociales forman parte del crecimiento inteligente. Al tener en cuenta su impacto medioambiental y nacer con una visión a largo plazo, generan un crecimiento sostenible. Además, al hacer especial hincapié en las personas y la cohesión social, las empresas sociales están en el centro del crecimiento integrador, creando puestos de trabajo sostenibles para mujeres, jóvenes y personas mayores.

Entre otros, el papel del empresariado social en la sociedad incluye:

- Es una empresa que persigue el bienestar de las comunidades y de la sociedad en su conjunto.
- Soluciones innovadoras a los problemas sociales.
- El equipo directivo es responsable y está comprometido.
- Buscan soluciones sostenibles que puedan mantenerse económicamente a largo plazo.
- Implicar a la comunidad en el proceso de diseño y aplicación de soluciones.

- El impacto es mensurable. Se centran en los resultados para medir tanto el impacto social como el económico.
- Fomenta la colaboración entre diversos agentes, como empresas, organizaciones sin ánimo de lucro, gobiernos y sociedad civil.
- Busca capacitar a las comunidades para dotarlas de habilidades, recursos y oportunidades.
- Promueven la inclusión abordando las desigualdades y trabajando para crear oportunidades para los más vulnerables.
- Tratan de equilibrar la rentabilidad económica con el impacto social, es decir, buscan la rentabilidad social.

Contribuyen a la concienciación social movilizando a la sociedad para que participe en la solución de estos problemas.

1.3 Raíces históricas y desarrollo

El término "empresariado social" o "empresario social" no es un término de este siglo. Todo comienza con los orígenes de la economía social, en el siglo XIX, que se define como aquella actividad económica en la que las personas que trabajan para una empresa no sólo buscan cumplir objetivos financieros sino también cumplirlos sin explotar ni destruir el medio ambiente y que sea una experiencia laboral gratificante.

A lo largo de la historia de la humanidad ha habido emprendedores con una capacidad innata para dejar huella en sus comunidades. Sin embargo, es imposible dejar de lado a dos pioneros como Bill Drayton y Muhammad Yunus.

William Drayton (nacido en 1943 en Nueva York) es un empresario social estadounidense, conocido sobre todo por ser el fundador de Ashoka, la mayor asociación mundial de empresarios sociales. Siempre se le ha relacionado con el "movimiento por los derechos civiles".

Se le conoce como el padre del emprendimiento social, ya que fue él quien acuñó el término Emprendedor Social para referirse a las personas que se enfrentan de forma innovadora, con toda su energía, pasión y tenacidad a resolver los problemas más importantes de nuestras sociedades.

Hace 30 años fundó Ashoka, una comunidad de casi 3.000 emprendedores sociales innovadores de 70 países que impulsa las ideas más importantes e innovadoras para la transformación social. Ashoka apoya a los emprendedores sociales para que lancen sus innovaciones, las difundan por todo el mundo y colaboren entre sí para lograr el mayor impacto social posible.

Hace 30 años fundó Ashoka, una comunidad de casi 3.000 emprendedores sociales innovadores de 70 países que impulsa las ideas más importantes e innovadoras para la transformación social. Ashoka apoya a los emprendedores sociales para que lancen sus innovaciones, las difundan por todo el mundo y colaboren entre sí para lograr el mayor impacto social posible.

Muhammad ilustra perfectamente la labor de los emprendedores sociales: cómo una idea innovadora (dar créditos a mujeres pobres) puede contribuir a generar un cambio social de importancia y magnitud mundiales. En los años setenta, el profesor Yunus desarrolló en Bangladesh un modelo de microcréditos que ha cambiado la forma de luchar contra la pobreza en todo el mundo. Millones de personas se benefician del microcrédito; más de 6,6 millones de mujeres y hombres son clientes del Grameen Bank.

Desde entonces, muchos emprendedores sociales han seguido el camino de Drayton o Yunus. En la actualidad, más de 40 millones de personas y entidades de todo el mundo pueden entrar en esta categoría, según datos de B Corporation, la corporación de Estados Unidos que se encarga de certificar que un emprendedor social cumple todas las condiciones para serlo.

CAPÍTULO II : Creación y ampliación de empresas sociales

2.1. Identificar y definir los problemas sociales

Sin embargo, existen muchos tipos diferentes de problemas sociales y, por razones prácticas, podemos clasificarlos en las siguientes categorías:

- Acceso desigual a la educación
- Desempleo juvenil
- Acceso limitado a los servicios sanitarios
- Falta de viviendas asequibles
- Dominación medioambiental
- Desigualdad de género
- Hambre y malnutrición
- Acceso limitado al agua potable
- Desplazamientos y migraciones
- Discriminación y exclusión social

Identificar y abordar las necesidades sociales es un aspecto crucial del emprendimiento social. Tenemos que entender a la población destinataria y sus retos específicos, ya que estas son las causas subyacentes del emprendimiento social.

Interactuar con la comunidad. Para que el análisis de necesidades sea fructífero, es necesario comprometerse con la comunidad afectada por el problema. Podemos interactuar mediante encuestas, grupos locales, entrevistas individuales, etc. Información de primera mano sobre sus experiencias, perspectivas y prioridades.

Colaboración con las partes interesadas. Abordar las necesidades de la sociedad suele requerir la colaboración de diversas partes interesadas. Puede tratarse de organismos públicos, organizaciones sin ánimo de lucro, empresas y organizaciones comunitarias, etc. Debemos crear asociaciones y trabajar juntos para producir soluciones más integrales e impactantes.

Dar prioridad a las soluciones sostenibles: Para que el impacto sea duradero, hay que dar prioridad a las soluciones sostenibles que aborden la raíz de las necesidades de la sociedad. Es decir, la solución debe ser financieramente sostenible a largo plazo y, al mismo tiempo, proporcionar un cambio sostenible en la sociedad.

2.2. Ideación e innovación en el espíritu empresarial social

"Ideación" es el proceso de pensar, producir y comunicar ideas. Este proceso puede darse a nivel individual o a nivel organizativo. Las organizaciones suelen programar sesiones de ideación para potenciar las innovaciones y encontrar soluciones sostenibles y eficaces. Se trata de un proceso dinámico en el que cada participante aporta sus respectivas contribuciones.

Compartir pensamientos, opiniones, creencias y objetivos. Se debate el problema y se propone una solución innovadora en el ámbito del emprendimiento social.

Es un proceso muy enriquecedor, ya que cada miembro puede ver el problema y la solución de forma diferente.

A través de grupos de trabajo que funcionan como un equipo, es posible obtener beneficios y ventajas competitivas que no se lograrían individualmente.

A través de grupos de trabajo que funcionan como un equipo, es posible obtener beneficios y ventajas competitivas que no se lograrían individualmente.

- Soluciones directas: Estrategias directas de resolución de problemas
- Ideas derivadas: se utilizan para mejorar una idea existente.
- Ideas simbióticas: amalgama de ideas incompletas para formar un único plan o solución de emprendimiento social.

El proceso de ideación suele culminar en la innovación en el emprendimiento social, que es crucial para abordar de forma sostenible los problemas identificados. La innovación puede producirse de diferentes maneras:

- Modelos de negocio de fregadoras
- Uso creativo de las tecnologías para abordar problemas sociales
- Establecimiento de colaboraciones y alianzas estratégicas que creen sinergias innovadoras que optimicen los recursos.
- Diseño centrado en el usuario en el que los beneficiarios finales diseñan el proceso para aumentar la eficiencia y la sostenibilidad.
- Búsqueda de financiación innovadora
- Innovación social abierta que promueve la participación activa de la comunidad para generar soluciones creativas y eficaces.

Por lo tanto, la innovación en el empresariado social implica no sólo la introducción de nuevas ideas, sino también de nuevas capacidades que se pongan en práctica eficazmente para provocar un cambio positivo y sostenible en la sociedad.

2.3. Desarrollo de modelos de negocio para el emprendimiento social

Para desarrollar un modelo de negocio en el ámbito del emprendimiento social, se necesitan cualidades y aptitudes que permitan mantener un equilibrio eficaz entre los objetivos sociales y la viabilidad financiera de la empresa. A continuación, enumeramos una serie de pasos prácticos que pueden seguirse de forma ordenada para crear una empresa sólida y social.

Identificación de un problema social: se trata de reconocer una situación social o medioambiental que afecta a un grupo de personas o a la sociedad. Este es el problema que queremos abordar. Para ello, debemos conocer las causas y el impacto actual en la comunidad. Requiere investigar y mantener conversaciones con las personas interesadas. Recoger testimonios, consultar con expertos y analizar las fuentes de información sobre el problema en las redes sociales.

Definir misión y objetivos: una vez identificada la necesidad que queremos satisfacer, se establecerán la misión y los objetivos específicos de la empresa social. Se trata de definir una visión a largo plazo y los hitos a corto plazo que deben acometerse para que nuestra solución sea viable social y financieramente.

Identificación de los clientes objetivo: A continuación identificaremos a los clientes objetivo. Es decir, quiénes son los beneficiarios de nuestra solución, y así entender sus necesidades específicas.

Estudio de mercado y desarrollo de soluciones innovadoras: A continuación, realizaremos un estudio de mercado para evaluar la viabilidad del modelo. Analizaremos la competencia y las tendencias del mercado, así como las oportunidades de crecimiento.

Desarrollo de soluciones innovadoras que aborden el problema identificado y sean prácticas, ampliables y sostenibles a largo plazo.

Definir el modelo de financiación, así como el futuro modelo de ingresos.

Definición de indicadores de impacto mensurables y específicos sobre el progreso hacia los objetivos sociales.

Establecimiento de alianzas y colaboraciones con otras organizaciones, empresas, entidades públicas y gobiernos, con el fin de fortalecer el espíritu empresarial.

Plan de ejecución: la estrategia de marketing, las operaciones, los recursos humanos y cualquier otro aspecto clave de su empresa.

Plan de comunicación: Comunicación de los logros y necesidades de la misión a todas las partes interesadas, colaboradores, donantes, clientes y la comunidad en general.

Plan de evaluación continua para supervisar las actividades y su impacto.

CAPÍTULO III : Retos y consideraciones éticas

3.1. Dilemas éticos de la iniciativa empresarial social

El emprendimiento social también se enfrenta a una serie de dilemas éticos. Estos dilemas pueden surgir debido a la doble naturaleza de la iniciativa empresarial social, que trata de equilibrar los objetivos financieros y sociales. He aquí algunos dilemas éticos comunes en el empresariado social:

Rentabilidad frente a impacto social:

Dilema: ¿priorizar los beneficios para garantizar la sostenibilidad financiera o centrarse en maximizar el impacto social aunque ello suponga reducir la rentabilidad financiera?

Selección de beneficiarios:

Dilema: ¿Cómo decidir quién se beneficia de las soluciones sociales: dar prioridad a los más necesitados o a los que pueden pagar el servicio?

Evaluación de impacto:

Dilema: ¿Cómo medir y evaluar con precisión el impacto social? ¿Es más ético centrarse en el número de beneficiarios o en la profundidad del cambio en la vida de unos pocos?

Participación comunitaria:

Dilema: ¿Cómo implicar a las comunidades afectadas en la toma de decisiones? ¿Evitar el riesgo de paternalismo y garantizar una auténtica participación?

Competencia frente a colaboración:

Dilema: ¿Competir con otras organizaciones sociales por recursos y atención, o colaborar para maximizar el impacto colectivo?

Transparencia y comunicación:

Dilema: ¿cuánta información compartir sobre las operaciones internas y los retos? ¿Hasta qué punto debe destacarse el impacto positivo sin crear expectativas poco realistas?

Cadena de suministro ética:

Dilema: ¿Cómo garantizar una cadena de suministro ética y sostenible; dar prioridad a los proveedores locales, aunque los costes sean más elevados?

Innovación tecnológica y desplazamiento laboral.

3.2. Equilibrio entre beneficios e impacto social

Equilibrar los beneficios económicos y el impacto social es uno de los retos fundamentales de las empresas sociales. Estas organizaciones buscan generar un impacto positivo en la sociedad manteniendo al mismo tiempo la sostenibilidad financiera. He aquí algunas estrategias para lograr un equilibrio satisfactorio:

Claridad en la misión y los valores:

Defina claramente la misión y los valores de su empresa social. Establecer una base sólida ayudará a orientar las decisiones y acciones de la organización, garantizando que tanto el impacto social como los beneficios económicos estén alineados con la misión.

Modelo de negocio sostenible:

Desarrollar un modelo de negocio sostenible que permita generar ingresos al tiempo que se persiguen objetivos sociales. Esto puede incluir la diversificación de las fuentes de ingresos, la búsqueda de inversiones de impacto y la aplicación de estrategias financieras sólidas.

Medición del impacto:

Implemente sistemas sólidos de medición del impacto para evaluar y comunicar eficazmente el impacto social de sus actividades. Esto puede ser decisivo para atraer a inversores, socios y clientes motivados por su misión.

Innovación social:

Fomenta la innovación social para encontrar soluciones creativas que aborden los retos de la sociedad al tiempo que generan valor económico. La innovación puede ser clave para identificar oportunidades que beneficien tanto a la sociedad como a las empresas.

Asociaciones estratégicas:

Establezca alianzas estratégicas con organizaciones, gobiernos o empresas que compartan objetivos similares. La colaboración puede reforzar su capacidad para abordar problemas sociales y crear al mismo tiempo sinergias económicas.

Transparencia y rendición de cuentas:

Fomente la transparencia y la rendición de cuentas en todos los ámbitos de su empresa social. Comunicar abiertamente cómo se gestionan las finanzas y cómo se logra el impacto social ayuda a generar confianza entre las diversas partes interesadas.

Participación de los empleados:

Implice a sus empleados en la misión y los objetivos de la empresa social. Un equipo comprometido y motivado puede ser un activo valioso en la búsqueda de un equilibrio entre beneficios e impacto social.

3.3. Marco jurídico y reglamentario

El marco jurídico y normativo de la iniciativa empresarial social varía según el país y la región. A continuación se enumeran los aspectos clave que los emprendedores sociales deben tener en cuenta en términos de leyes y normativas:

Forma jurídica:

Organizaciones sin ánimo de lucro: Muchas empresas sociales optan por operar como organizaciones sin ánimo de lucro o entidades similares, que pueden proporcionar beneficios fiscales y estar sujetas a normativas específicas relacionadas con sus actividades benéficas.

Entidades con ánimo de lucro: Algunas empresas sociales operan como entidades con ánimo de lucro, como empresas sociales o corporaciones benéficas, buscando un equilibrio entre los objetivos sociales y financieros.

Registro y conformidad:

Requisitos de registro: Las empresas sociales deben registrarse ante las autoridades gubernamentales competentes, lo que puede incluir el registro de la propia organización, la obtención de la exención fiscal y el cumplimiento de los requisitos locales de registro de empresas.

Cumplimiento fiscal: Dependiendo de la estructura jurídica, las empresas sociales pueden beneficiarse de exenciones o deducciones fiscales. Entender y cumplir la normativa fiscal es crucial.

Informe de impacto social:

Transparencia y presentación de informes: Algunas jurisdicciones pueden exigir a las empresas sociales que informen sobre su impacto social y medioambiental. Esto podría implicar la presentación periódica de informes sobre métricas relacionadas con la misión y los objetivos de la organización.

Financiación e inversión:

Financiación colectiva y subvenciones: Las empresas sociales suelen depender de diversas fuentes de financiación, como el crowdfunding y las subvenciones. Las consideraciones jurídicas pueden incluir el cumplimiento de la normativa sobre crowdfunding y la adhesión a las condiciones de las subvenciones.

Inversión de impacto social: En los casos en que las empresas sociales buscan inversión, pueden explorar opciones de inversión de impacto social. Esto puede implicar cumplir la normativa sobre valores y asegurarse de que los inversores comprenden los objetivos sociales y financieros.

RESUMEN/CONCLUSIONES

Como conclusión de este módulo, nos gustaría destacar que el emprendimiento social es uno de los modelos económicos propuestos por la Unión Europea y muchos países occidentales para la transformación de la sociedad. Esto se debe a que promueve una sociedad más inclusiva y diversa, donde los objetivos empresariales no sólo están ligados al beneficio económico, sino que también tienen en cuenta las necesidades de la sociedad.

También nos gustaría destacar que el espíritu empresarial social tiene sus raíces históricas en iniciativas desarrolladas en el siglo XX.

Es un modelo que ya ha demostrado su eficacia.

Animamos a los jóvenes y a quienes trabajan en el ámbito del emprendimiento juvenil a promover la identificación de problemas sociales que puedan abordarse de forma innovadora a través del emprendimiento social. Estamos convencidos de que el emprendimiento social ayuda a la integración de los jóvenes en el mercado laboral, ya sea desde el punto de vista de la iniciativa empresarial o para trabajar en empresas ya establecidas que contribuyen a la innovación social.

En los países de la Unión Europea hay muchos programas que favorecen el emprendimiento social, por lo que animamos a los agentes de cambio locales a investigar las oportunidades de financiación que existen y cómo acceder a ellas.

Estamos convencidos de que utilizarlos de la forma propuesta creará la semilla del espíritu empresarial social en nuestros jóvenes.

REFERENCIAS

Fundación Telefónica. (2018). Competencias para el emprendimiento social y tecnológico. Varios Capítulos: Visión general de los capítulos.

González O., Peña R., Contreras A. (2019). Políticas de Emprendimiento en Europa,. Earthscan. <https://ojs.uv.es/index.php/IREP/article/view/16458>

Comisión Europea. (2021). Iniciativa Empresarial Social. <https://www.cairn-mundo.info/revista-las-politicas-sociales-en-europa-2018-1-page-67.htm>

Yunus, M. (2007). Crear un mundo sin pobreza: Social Business and the Future of Capitalism. PublicAffairs.

Elkington, J., y Hartigan, P. (2008). The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World (El poder de la gente irracional: cómo los emprendedores sociales crean mercados que cambian el mundo). Harvard Business Review Press.



Socios:



EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD: La presente publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida [Número de proyecto: 2022-2-FR02-KA220-YOU-000099414].