



RIESISE

Revista Iberoamericana de
Economía Solidaria e

Innovación Socioecológica

Vol. 7 (2024), pp. 203-221 • ISSN: 2659-5311

<http://dx.doi.org/10.33776/riesise.v7.8213>

LA COOPERACIÓN ENTRE LA ECONOMÍA SOCIAL Y LA EMPRESA CONVENCIONAL EN LAS POLÍTICAS DE LA UNIÓN EUROPEA: OPORTUNIDAD PARA AMPLIAR EL ACCESO DE LA ECONOMÍA SOCIAL A LOS MERCADOS

COOPERATION BETWEEN THE SOCIAL ECONOMY AND MAINSTREAM COMPANIES IN EUROPEAN UNION POLICIES: AN OPPORTUNITY TO EXPAND SOCIAL ECONOMY'S ACCESS TO MARKETS

Gabriel Vela-Micoulaud
Universidad de Deusto
g.vela@deusto.es

RESUMEN

En los últimos años, la economía social ha ganado reconocimiento en Europa e internacionalmente, aunque aún enfrenta desafíos para aumentar su participación en los mercados.

Para abordar este reto, la Unión Europea ha lanzado iniciativas como el Plan de Acción Europeo para la Economía Social (2021), la Vía de transición para la economía de proximidad y social (2022), y la Recomendación sobre Condiciones Marco para la Economía Social (2023). Estas medidas promueven la colaboración entre entidades de economía social y empresas convencionales, integrando prácticas sostenibles en las cadenas de valor.

Este artículo analizará cómo estas iniciativas europeas más recientes abordan dicha cooperación, así como los beneficios y riesgos para las entidades de economía social al asociarse con empresas convencionales. También se explorarán las principales motivaciones detrás de esta colaboración y se presentarán prácticas ejemplares que ilustran la importancia de este tema.

ABSTRACT

In recent years, social economy has gained recognition in Europe and internationally, though it still faces challenges in increasing its market participation.

To address this challenge, the European Union has launched initiatives such as the European Action Plan for the Social Economy (2021), the Transition Pathway for Proximity and Social Economy (2022), and the Recommendation on Developing a Social Economy Framework (2023). These measures aim to foster collaboration between social economy entities and conventional businesses, integrating sustainable practices into value chains.

This article will analyze how these recent European initiatives address such cooperation, as well as the benefits and risks that social economy entities may face when partnering with conventional businesses. It will also explore the main motivations driving this collaboration and highlight exemplary practices that illustrate the importance of this topic.

PALABRAS CLAVE

Economía social, empresas convencionales, relaciones empresariales, cooperación económica, Unión Europea

Fecha de recepción: 13/03/2024

Fecha de aceptación: 03/09/2024

Fecha de publicación: 27/11/2024

KEYWORDS

Social economy; traditional businesses; business relations; economic cooperation; European Union

CÓDIGOS JEL: **L31; L22; M14**

1. INTRODUCCIÓN

En Europa, aproximadamente 2,8 millones de entidades de economía social (EES, en adelante) trabajan diariamente para ofrecer soluciones concretas e innovadoras a los principales desafíos contemporáneos (Chaves Ávila, 2022; Monzón y Chaves, 2017). Estas entidades no solo crean y mantienen empleos de calidad, sino que también facilitan la inclusión social y la integración laboral de grupos desfavorecidos, promoviendo la igualdad de oportunidades para todos. Asimismo, contribuyen al desarrollo económico e industrial sostenible, fomentan la participación activa de los ciudadanos en la sociedad y juegan un papel crucial en los sistemas de protección social europeos (Chaves Ávila, 2022).

Su impacto es notable en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países donde está más desarrollada, representando, por ejemplo, el 10% del PIB en Francia y en España. Además, en el caso de España, las EES contribuyen al 12,5% del empleo y su tejido empresarial está formado por 43.000 empresas que generan casi 2,2 millones de empleos¹.

Históricamente, la Unión Europea se ha referido a la Economía Social (ES, en adelante) en un sentido amplio, abarcando su modelo de economía social de mercado que persigue el pleno empleo, el progreso social y una alta protección social. No obstante, los objetivos económicos como la competitividad han prevalecido sobre los sociales. La UE valora la economía social por su capacidad de crear empleo y abordar la desigualdad, aunque reconoce las dificultades que enfrentan estas entidades en un mercado altamente competitivo. A pesar de numerosos pronunciamientos, las acciones concretas por las instituciones europeas para facilitar la participación de la economía social han sido históricamente limitadas (Mugarra et al., 2023; Bekker y Klosse, 2013; Monzón y Chaves, 2012; Chaves, 2020).

No obstante, en los últimos años, la ES ha alcanzado un notable reconocimiento a nivel europeo, llegando incluso a calificarse como el 'momentum' de la economía social en la Unión Europea. Este fenómeno ha despertado un interés sin precedentes por parte de las autoridades públicas, reflejado tanto en declaraciones significativas como en la implementación de iniciativas públicas de gran envergadura (Chaves Ávila,

¹ Información disponible en la página web del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de economía social y de los cuidados del Gobierno de España: <https://planderecuperacion.gob.es/comoaccederalosfondos/pertes/pertedeconomiasocialydeloscuidados#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20los%20actores,12%2C5%25%20del%20empleo>. Revisado en julio de 2024.

2022), destacando tres hitos principales aprobados por las instituciones europeas. Primero, el Plan de Acción Europeo para la Economía Social en 2021 (PAES, en adelante) (Comisión Europea, 2021). Segundo, la Vía de transición para la economía de proximidad y social en el marco de la Estrategia Industrial Europea en 2022 (Comisión Europea, 2022). Tercero, la Recomendación del Consejo de la Unión Europea sobre el desarrollo de condiciones marco para la economía social, en 2023.

En particular, la última de estas iniciativas es significativa, ya que, aunque no es vinculante para los Estados Miembros, constituye un acto legislativo cuyo objetivo es que, dentro de los dos años siguientes a su adopción, los Estados revisen sus estrategias de economía social o integren la economía social en sus estrategias o iniciativas políticas relevantes. Además, se sugiere que los Estados miembros informen a la Comisión sobre sus avances en la implementación de la Recomendación, a más tardar cuatro años después de su adopción.

En esta Recomendación así como en los anteriores documentos de la Comisión Europea se establece que para ayudar a las EES a ampliar su alcance, los países deben fomentar la cooperación entre las EES y las empresas convencionales, a través de la sensibilización y promoción de buenas prácticas que animen a las empresas convencionales a involucrar a la ES en sus cadenas de suministro y de valor a largo plazo (Comisión Europea, 2021; Comisión Europea, 2022; European Commission, 2023).

Este creciente interés en la Unión Europea se ha materializado en la iniciativa puesta en marcha en 2023, 'Buy Social: B2B Market', lanzada para apoyar la creación de asociaciones locales y regionales entre las EES y las empresas convencionales, con el objetivo de financiar actividades, asistencia técnica, orientación y difusión de buenas prácticas, como incentivo y estimulación de comportamientos de compra socialmente responsable por parte de empresas convencionales y lograr así abrir nuevos mercados potenciales a las EES.

El presente trabajo tiene como objetivo principal realizar un análisis principal del estado actual de las relaciones entre EES y empresas convencionales en la literatura, así como de los beneficios y riesgos que las EES pueden enfrentar al colaborar con estas empresas. En segundo lugar, se analizará cómo las instituciones europeas han incorporado la cooperación entre la ES y las empresas convencionales en sus políticas más recientes y relevantes. En particular, se examinarán las principales iniciativas adoptadas, tales como el PAES, la Vía de Transición, y la Recomendación del Consejo de la Unión Europea. Por último, para proporcionar un contexto práctico, se presentarán algunas prácticas ejemplares recientes derivadas del proyecto de la Unión Europea 'Buy Social: B2B Market', las cuales destacan por su éxito y pueden servir para ilustrar la importancia y el impacto de estas colaboraciones en el panorama económico europeo actual.

2. RELACIONES ENTRE ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL Y EMPRESAS CONVENCIONALES: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA

La cooperación ha sido descrita como un proceso mediante el cual las partes con perspectivas diversas sobre un problema pueden aprovechar constructivamente esas diferencias para buscar soluciones que trasciendan sus visiones individuales limitadas sobre lo posible. Además, se define como la conexión o el intercambio de información, recursos, actividades y capacidades entre organizaciones, grupos o individuos de dos o más sectores, con el fin de alcanzar un resultado conjunto que no sería posible para las organizaciones de manera individual en un solo sector (Gray, 1985; Bryson et al., 2006).

Existen tres formas de relaciones a través de las cuales se fomenta un mayor acceso de las entidades de economía social (en adelante, EES) a los mercados: las relaciones con el sector público por medio de la contratación pública, las relaciones entre el propio sector de la economía social, a través de figuras como pueden ser los grupos empresariales, los mercados sociales, la economía colaborativa o la economía de plataforma, y las relaciones con empresas convencionales, a través de asociaciones o alianzas comerciales e integración de las EES en las cadenas de valor de las empresas convencionales.

La contratación privada a través de la empresa convencional es la que se presenta como una gran oportunidad para la ES en el presente trabajo. Las adquisiciones o compras sociales (en inglés, *social procurement*) han sido definidas por Furneaux & Barraket (2014) como la adquisición de una gama productos y servicios, con el objetivo de crear intencionalmente resultados sociales tanto directa como indirectamente. Por ello, no se limita a un sector en particular, los resultados se pueden lograr como enfoque principal o directo del contrato, o bien como propósito secundario o indirecto del objetivo del contrato, y la compra social requiere un intento deliberado e intencional de lograr un resultado social a través del proceso de contratación (Comisión Europea, 2010).

En el plano académico se viene pidiendo que se dediquen esfuerzos e interés a la investigación en este tema. Conforme Van Dijk et al. (2020), se debe acelerar la investigación académica en comprender mejor de qué manera las EES pueden cumplir este papel de aceleradores de la transición y cómo pueden hacerlo de manera más efectiva. Asimismo, descubrir cómo las empresas sociales hacen que su impacto en las empresas convencionales sea medible, de modo que esto pueda generalizarse y usarse también para recompensar a las empresas convencionales por experimentar con productos y servicios más sostenibles. Cunha et al. (2019) establecen, por su parte, que la futura investigación ha de extenderse a análisis comparativos de múltiples estudios de caso con el fin de validar o ampliar hallazgos previos, y Alinaghian y Razmdoost (2021) manifiestan que se deben identificar maneras de abordar los conflictos de lógica que se puedan dar entre EES y empresas convencionales así como fenómenos como el *'greenwashing'*, cuya aparición en estas relaciones se debe evitar a

toda costa con el fin de asegurar una verdadera relación bidireccional entre entidades.

Todo ello, sumado a la identificación de experiencias actuales de éxito tal y como se estudiará en apartados siguientes, se presenta una gran oportunidad de presentar y potenciar este tipo de relaciones de forma exitosa. No obstante, para ello, deberán garantizarse una serie de aspectos como marcos legales y políticos propicios, logro de una convergencia de valores y lógicas entre las entidades, y una importante difusión y proactividad por parte de las autoridades nacionales, regionales y locales a través de la adopción de diferentes medidas y programas que se requieran.

Después de haber examinado la naturaleza de las relaciones entre las EES y las empresas convencionales, se deben estudiar los principales motivos y beneficios que impulsan a las EES a establecer estas relaciones, así como las limitaciones y posibles amenazas que pueden surgir. Este análisis es esencial para comprender cómo estas colaboraciones pueden fortalecer a las EES al mismo tiempo que se identifican los retos que podrían poner en riesgo su misión social.

3. OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LAS ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL EN EL ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES CON EMPRESAS CONVENCIONALES

La introducción de las EES en las cadenas de valor de empresas convencionales puede darse de distintas formas. Desde actuar como proveedores de las empresas convencionales, cooperar dentro de sus operaciones básicas (actividades primarias), o apoyar su actividad principal (actividades de apoyo), hasta servir como gestión de recursos humanos, que es lo que puede ocurrir, por ejemplo, a través de los Centros Especiales de Empleo o Empresas de Inserción. Estas, por sí mismas o en cooperación con otras empresas, imparten formación y capacitan a personas en riesgo de exclusión, vulnerables, o discapacitadas, para favorecer su inserción en el mercado de trabajo.

Según Heimer et al. (2019), la participación de las EES en la cadena de valor de una empresa convencional suele ser transaccional, es decir, una creación de valor bilateral en la que se produce un explícito intercambio de recursos y una creación de valor recíproca, dándose una moderada alineación de intereses, motivación e interacción entre ambas entidades. Esto ocurre, por ejemplo, en casos en que una empresa decide externalizar determinados procesos o servicios o comprar servicios y productos. Se plantea además, en estos casos, que el establecimiento de unas relaciones transaccionales sólidas puedan evolucionar potencialmente hacia asociaciones más integradas y orientadas al largo plazo.

Por un lado, el estudio de las motivaciones y beneficios que las EES pueden obtener al establecer relaciones o alianzas con empresas convencionales no ha sido ampliamente abordado desde una perspectiva académica y científica con estudios empíricos que respalden estas

cuestiones. No obstante, se han realizado aportes que ofrecen una visión preliminar al respecto, como se comentará a continuación.

3.1. POSIBLES MOTIVACIONES Y BENEFICIOS DE LAS RELACIONES CON EMPRESAS CONVENCIONALES

En 2020, con el respaldo de la Comisión Europea, se lanzó el European Social Enterprise Monitor (ESEM), una iniciativa que recopila datos sobre empresas sociales en toda Europa, abarcando 31 países, incluidos 25 Estados miembros de la UE. Su objetivo es proporcionar información a los responsables de la toma de decisiones en el gobierno, la sociedad civil y la economía, para apoyar y promover las necesidades e intereses de las entidades de economía social (EES) en Europa.

Es importante destacar que el término “empresa social” no es sinónimo de “entidad de economía social”. Desde 2011, la Unión Europea define a las empresas sociales como un componente de la economía social. Sin embargo, no todas las entidades de economía social son empresas sociales². Esto implica que los datos recopilados por el ESEM pueden no representar completamente a toda la economía social. En países como España, por ejemplo, la figura legal de las empresas sociales aún no está reconocida oficialmente, lo que genera debates y diferentes posturas en la literatura académica (Vargas Vasserot, 2022; Alzelai, 2020; Bretos et al., 2020). Sin embargo, las empresas sociales han sido definidas como organizaciones privadas sin fines de lucro que proporcionan bienes o servicios directamente relacionados con su objetivo explícito de beneficiar al a comunidad. Generalmente dependen de una dinámica colectiva que involucra a varios tipos de partes interesadas en sus órganos de gobierno, valoran altamente su autonomía y asumen riesgos económicos relacionados con su actividad (Defourny y Nysenss 2008).

En 2022, el ESEM publicó un estudio sobre el compromiso de las empresas sociales en sus relaciones comerciales con empresas convencionales (Dupain et al., 2022). Según este estudio, el 61% de las empresas sociales del ESEM venden productos y servicios a empresas convencionales, y un 18.7% tiene interés en hacerlo en el futuro, lo que suma un total del 79.7%. Además, el 50.5% de estas empresas busca ampliar su base de clientes corporativos. Estos datos indican que la principal motivación para que las EES establezcan relaciones con empresas convencionales es la oportunidad de ampliar su impacto social y económico, reflejando un fuerte deseo de crecimiento y proactividad en el mercado empresarial (Dupain et al., 2022).

Otros estudios también han analizado los posibles beneficios que las EES pueden obtener a través del establecimiento de relaciones con empresas convencionales. Un ejemplo destacado es la iniciativa del ‘Buy Social Corporate Challenge’ en el Reino Unido, lanzada en 2016. Esta iniciativa es liderada por Social Enterprise UK, en asociación con el Ministerio de

2 Afirmación realizada por el presidente de CEPES, Juan Antonio Pedreño, en el año 2020. Disponible en: <https://ucomur.org/cepes-recuerda-que-las-empresas-sociales-forman-parte-de-la-economia-social/> Revisión en julio de 2024.

Digital, Cultura, Medios y Deporte, y tiene como objetivo que un grupo de 30 grandes empresas gasten colectivamente mil millones de libras en adquisiciones a empresas sociales para 2026.

En uno de sus informes de actividad anual, esta iniciativa destaca que, a pesar de que las empresas sociales suelen recurrir a subvenciones y donaciones para desarrollar sus negocios, las relaciones con empresas convencionales son especialmente valiosas para construir su sostenibilidad financiera. Las empresas sociales que tienen relaciones con las empresas convencionales del Buy Social Corporate Challenge han reportado numerosos beneficios adicionales más allá de los ingresos. Estas ventajas incluyen mejoras en sus productos o servicios, aprender a interactuar de manera más efectiva con empresas, asegurar nuevos contratos con otras empresas gracias a tener empresas en sus listas de clientes y referencias, modificar su enfoque de marketing, considerar nuevas áreas geográficas para sus operaciones y ampliar su gama de productos o servicios (Social Enterprise UK, 2024).

Asimismo, estudios académicos como el de Heimer et al. (2017) mencionan múltiples razones por las cuales las EES pueden decidir entablar relaciones comerciales con empresas convencionales. En primer lugar, estas colaboraciones les permiten acceder a oportunidades financieras para su crecimiento y sostenibilidad. Además, abren puertas a redes y contactos valiosos, facilitando la creación de alianzas estratégicas y la identificación de nuevas oportunidades de negocio. Compartir riesgos y reducir costes es otra motivación significativa, ya que asociarse con empresas convencionales puede implicar compartir inversiones y recursos, aliviando la carga financiera y operacional de las EES.

Otro aspecto relevante es el acceso a habilidades, apoyo estratégico y experiencia de los socios corporativos, lo cual puede aumentar la eficiencia organizacional y el profesionalismo de las EES. A través de estas relaciones, las EES también pueden recibir mentoring, coaching y asesoramiento, fortaleciendo su capacidad para desarrollar nuevas ideas, estrategias, productos y servicios. Estas colaboraciones permiten a las EES ampliar su gama y mejorar la calidad de sus productos o servicios, acceder a nuevos mercados y escalar sus actividades. En última instancia, estas relaciones ayudan a las EES a alcanzar mejor sus objetivos de beneficiarios y garantizar la sostenibilidad y el legado futuro de sus actividades (Heimer et al., 2017).

No obstante, más allá de las oportunidades y ventajas que pueden obtener las EES, es imprescindible atender a los posibles riesgos y amenazas que puedan surgir con el establecimiento de estas relaciones, como se analizará a continuación.

3.2. POSIBLES RIESGOS Y LIMITACIONES EN LA COLABORACIÓN CON EMPRESAS CONVENCIONALES

En el desarrollo de relaciones entre EES y empresas convencionales, ambas partes enfrentan numerosos desafíos, como la falta de entendimiento mutuo, barreras culturales o de valores, o diferentes métodos de procesos

y trabajo. Esta posible asimetría puede llevar a dos lógicas empresariales contradictorias, la social y la de mercado, tal y como ha sido descrito por varios autores (véase por ejemplo: Di Domenico et al., 2009; Nichols & Huybrechts, 2016; Pullman et al., 2018). Concretamente en el caso de las EES, existen riesgos y amenazas específicas que deben afrontar. Estas han sido estudiadas e investigadas. Por ejemplo, en el estudio de ESEM anteriormente citado, se extraen numerosas e interesantes datos que permiten dilucidar sobre estos riesgos (Dupain et al., 2022).

Una de las barreras más significativas identificadas en el estudio de EMES es la falta de comprensión y concienciación sobre las EES entre el público general y los clientes. Esta falta de visibilidad y entendimiento puede dificultar que las EES atraigan y mantengan una base de clientes sólida, lo que es fundamental para su sostenibilidad. En este sentido, la OCDE (2023a) recientemente ha manifestado que un conocimiento limitado de los enfoques de ES y contratación social entre los responsables de la formulación de políticas puede generar inseguridad jurídica. Por ello, se necesitan servicios de desarrollo de capacidades y apoyo para el sector privado y las EES con el fin de impulsar la contratación social de las EES (Dupain et al., 2022).

Además, la falta de un marco fiscal de apoyo y de esquemas públicos de soporte añade una carga adicional, complicando aún más la operatividad y crecimiento de las EES. Esta falta de apoyo institucional no solo limita el acceso a financiación pública, sino que también puede afectar la capacidad de las EES para competir de manera equitativa en el mercado (Dupain et al., 2022).

Otro riesgo crítico es la falta de capital paciente, es decir, capital a largo plazo que no espera una ganancia rápida. Esta forma de financiación es vital para las EES, ya que permite el desarrollo y la implementación de proyectos a largo plazo. Sin embargo, la falta de opciones financieras adecuadas, tanto al inicio como durante el desarrollo de proyectos, y la complejidad de la financiación pública, presentan obstáculos significativos. La falta de comprensión y apoyo por parte de bancos e inversores agrava esta situación, limitando las oportunidades de crecimiento y expansión (Dupain et al., 2022).

Asimismo, las EES también pueden enfrentar desafíos internos, como la escasez de empleados calificados y la falta de habilidades gerenciales suficientes. Estos factores internos pueden afectar negativamente la eficiencia y efectividad de las operaciones diarias, así como la capacidad para innovar y escalar sus actividades. La dificultad para acceder a apoyo específico para el emprendimiento social, como incubadoras, aceleradoras y redes de apoyo, también limita el desarrollo y la profesionalización de las EES. Asimismo, en ocasiones la baja cooperación dentro del propio sector de la ES y la ausencia de figuras legales específicas en algunos casos complican aún más la situación, reduciendo las posibilidades de colaboración y representación efectiva en el ámbito político y económico (Dupain et al., 2022).

Por otro lado, también existen riesgos inherentes una vez comienzan las relaciones con empresas convencionales. En un mercado abierto, los comportamientos de multinacionales y empresas convencionales pueden representar una amenaza potencial de greenwashing (Troje & Gluch, 2020), definido como la representación engañosa de productos o servicios como más ecológicos o socialmente responsables de lo que realmente son, concepto acuñado por el ambientalista Jay Westerveld (Sanders y Wood, 2020). Es decir, puede ocurrir que las empresas convencionales que pretendan entablar una relación con una EES no tengan intenciones positivas. El greenwashing ha estado últimamente en boca de todos e incluso ha provocado que la Unión Europea apruebe una directiva para intentar poner freno a esta práctica, muy habitualmente utilizada en el contexto de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas convencionales, únicamente para ganar credibilidad, mostrando un compromiso y valor social que realmente no se posee.

Además, como destacan Heimer et al. (2019), las barreras dependen de la etapa de la interacción en la relación. En la fase inicial, la falta de un compromiso continuo suficiente, networking o intercambio de recursos puede obstaculizar la supervivencia de las relaciones con las empresas convencionales. Mair et al. (2006) sostienen que muchos aspectos que pueden dificultar la cooperación están relacionados con dimensiones económicas, sociales, culturales e institucionales. Cuando el motivo es el acceso a nuevos mercados, el conocimiento del mercado local, la cultura local y la disponibilidad de redes de confianza se vuelven importantes para que una relación sea exitosa y perdure en el tiempo.

Una vez introducidas las posibles oportunidades y riesgos asociados al establecimiento de estas relaciones, es fundamental resaltar la importancia que esta temática ha adquirido en las diversas declaraciones y documentos aprobados a nivel comunitario, específicamente en la Unión Europea. Entre estos, destaca el Plan de Acción para la Economía Social, el cual subraya la relevancia de las relaciones con empresas convencionales para fomentar el desarrollo y crecimiento de las EES.

4. INTEGRACIÓN DE LA COOPERACIÓN ENTRE ECONOMÍA SOCIAL Y EMPRESAS CONVENCIONALES EN LAS POLÍTICAS EUROPEAS

En el presente apartado, se toma como punto de partida el plan de acción para la economía social adoptado por la Comisión Europea en 2021. Este plan se alinea con las Conclusiones del Consejo de 2015 sobre la promoción de la economía social como un motor clave para el desarrollo económico y social en Europa e incluye medidas concretas a nivel tanto de la Unión Europea como nacional, destinadas a impulsar la innovación social, apoyar el crecimiento de la economía social y aprovechar su potencial transformador. Las iniciativas se enfocan en crear condiciones favorables para el desarrollo de la economía social, generar oportunidades para que sus entidades se establezcan y expandan, y aumentar la visibilidad de su potencial social y económico, tal y como se refleja en la figura 1. El Parlamento Europeo aprobó este plan de acción en su Resolución de 6 de julio de 2022.

Gráfico 1. Contenido del plan de acción europeo para la economía social



Fuente: Elaboración propia según Comisión Europea (2021).

Autores como Chaves (2022) denominan a este Plan como un referente, al entenderse que ha sido objeto de un amplio proceso de consulta, con declaraciones de gobiernos e instituciones y con dictámenes de otras instituciones europeas. Asimismo, establece un horizonte temporal muy amplio, de 10 años, hasta 2030. Por otro lado, el motivo principal para comenzar analizando esta iniciativa y no otras anteriores, es que en esta iniciativa donde se menciona por primera vez a nivel comunitario la importancia de fomentar y potenciar las relaciones entre EES y empresas convencionales.

El primer pilar del PAES, que se enfoca en la creación de un marco adecuado para el desarrollo de la economía social, establece como objetivo mejorar el acceso a los mercados. Dentro de este objetivo reconoce que las interacciones con empresas convencionales pueden ayudar a las EES a desarrollarse y crecer, y que existe un margen para una integración más sistemática en las cadenas de valor de las empresas convencionales. En este contexto, la Comisión Europea se propuso lanzar en 2022 una nueva iniciativa dentro del Programa del Mercado Único para apoyar la creación de asociaciones locales y regionales entre las EES y las empresas convencionales (Comisión Europea, 2021). Este proyecto, conocido como 'Buy Social: B2B Market', cuyo análisis se dará en el apartado siguiente.

Tras la adopción de esta iniciativa, la cuestión ha continuado siendo relevante en declaraciones posteriores. La Vía de Transición para la Economía de Proximidad y Social, adoptada a finales de 2022 por la Comisión Europea, también resalta la falta de incentivos para la contratación privada de EES y la necesidad de apoyo estratégico y acción conjunta para facilitar el acceso a mercados y nuevas cadenas de valor sectoriales, especialmente a nivel local y regional. Asimismo, enfatiza la importancia de aumentar la concienciación y mejorar la percepción entre las empresas convencionales sobre el potencial de los modelos de economía social, en términos de rendimiento económico y valor añadido sectorial, como un paso relevante para promover estas asociaciones (Comisión Europea, 2022).

Por último, en una de las más recientes iniciativas de la Unión Europea relativas a la Economía Social, en este caso un acto legal del Consejo de la Unión Europea, la Recomendación sobre el desarrollo de condiciones marco para la economía social, cobra una gran importancia esta cuestión al establecerse en su recomendación número 27 que para ayudar a las EES a ampliar su alcance, se recomienda que los Estados miembros sensibilicen sobre el valor añadido social, promoviendo buenas prácticas que animen a las empresas convencionales a incluir a las EES en sus cadenas de suministro y de valor a largo plazo, y a los consumidores a comprar bienes o servicios producidos por EES. Además, se recomienda promover y apoyar la integración laboral de los empleados de empresas sociales en colaboración con empresas convencionales, para que puedan adquirir experiencia en el mercado laboral abierto.

En definitiva, el PAES representa un hito significativo, al proponer medidas concretas para fomentar la colaboración entre las EES y las empresas convencionales, así como aumentar su visibilidad y acceso a los mercados. Asimismo, iniciativas como la Vía de Transición y la Recomendación del Consejo subrayan la necesidad de crear condiciones favorables y concienciar sobre el valor añadido de las EES. Ahora, resulta fundamental examinar cómo estas declaraciones de intenciones se están materializando, específicamente a través del proyecto '*Buy Social: B2B Market*', cuyo desarrollo fue ya anunciado como una de las medidas a alcanzar en el PAES.

5. IMPLEMENTACIÓN DE LA INICIATIVA 'BUY SOCIAL: B2B MARKET' TRAS LA ADOPCIÓN DEL PAES: PROYECTO BFSE-B2B BUY SOCIAL FUTURE OF SOCIAL ECONOMY

El proyecto *Buy Social: B2B Market* fue presentado a finales de 2022, con un presupuesto total de 1.300.000€, y que actualmente sigue en marcha. Uno de los proyectos que está siendo financiado a través de este programa es el *BFSE-B2B Buy Social Future of Social Economy*, integrado por socios de diversos países comunitarios tales como Italia, Bélgica, Eslovenia, Rumanía y Polonia. Tiene como objetivo fortalecer las asociaciones entre empresas sociales de integración laboral y negocios convencionales para mejorar el mercado de productos y servicios de las empresas sociales, y se

centra en sectores específicamente vinculados a la economía circular, como el reciclaje de textiles, la moda y el ecodiseño.

Recientemente, en el marco de este proyecto se ha publicado una investigación que presenta cinco estudios de caso ejemplares de diferentes países con colaboraciones bien establecidas entre EES y empresas convencionales, en Bélgica, España, Francia, Países Bajos e Italia (Bruschi et al., 2024). Cada uno, representa una práctica única y durante el proceso de investigación, que incluyó la realización de entrevistas y la recopilación de datos, surgieron diversos aspectos relevantes relacionados principalmente con el origen, impacto y valor de las asociaciones entre EES y empresas convencionales. Se prestó especial atención a la identificación y abordaje de obstáculos que podrían obstaculizar el desarrollo futuro de estas asociaciones o plantear retos dentro de las colaboraciones ya establecidas. La resolución exitosa de estos resulta determinante para determinar el potencial de transferencia y replicación de dichas iniciativas.

En la siguiente tabla, se presentan a modo de resumen cuatro de los estudios de caso abordados así como una breve descripción de cada uno de ellos (Tabla 1).

Es relevante mencionar también que en otros países como Canadá, Australia, Países Bajos y Reino Unido se observan desde hace varios años buenas prácticas establecidas y difundidas a la sociedad a través de las cuales EES consiguen entablar relaciones satisfactorias con empresas convencionales, enfatizando el poder de las compras sociales organizacionales para generar impacto y valor social. A pesar de que las cifras de relaciones entre EES y empresas convencionales, por ejemplo en términos de facturación, no son fácilmente disponibles, cada vez más organizaciones del sector privado manifiestan prácticas de contratación social. La creación por parte de gobiernos o autoridades regionales y locales de plataformas a través de intermediarios o redes nacionales, como por ejemplo el programa previamente explicado, '*Buy Social Corporate Challenge*' en Reino Unido (OCDE, 2023a). Estas iniciativas que van apareciendo, representan una oportunidad e inspiración para gobiernos, instituciones, EES, responsables de formulación de políticas, y sector privado, de aprovechar las adquisiciones sociales con el fin de generar impacto social al mismo tiempo que se fomenta el ecosistema de la ES en su conjunto.

Tabla 1. Casos de estudio de colaboraciones exitosas entre EES y empresas convencionales

Organización	País	Descripción
Urbike & Facq	Bélgica	Este caso describe una asociación entre Urbike, proveedor de entrega en bicicleta, y Facq, vendedor de accesorios para baños y calefacción. Con rutas que cubren 3.612 km, esta colaboración ha reducido el tiempo y los costes de entrega, y evitado la emisión de 1.444 kg de CO2. La iniciativa de Facq establece un ejemplo en su sector, y Urbike espera que inspire a otras empresas a considerar el uso de bicicletas para entregas. Ambas empresas buscaban soluciones de entrega y servicio social y ambientalmente responsables, con Facq orientando sus operaciones hacia la ética y Urbike demostrando la viabilidad de la entrega en bicicleta.
La Varappe & ONET	Francia	La Varappe, una empresa social, busca combatir las desigualdades fomentando la inclusión personal y profesional de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social. Esto se alinea con el objetivo de reducir el determinismo social y fomentar una sociedad más inclusiva. Por otro lado, ONET, un grupo internacional de ingeniería y servicios fundada en Marsella, colabora con La Varappe empleando a personas en itinerarios de inserción o integración para cumplir con sus objetivos de responsabilidad social corporativa, mejorar su imagen de marca y fortalecer su relación con la comunidad local.
Naturgy	España	Naturgy, una empresa energética líder en España, ha participado en varias iniciativas para promover prácticas energéticas sostenibles y responsabilidad social. Esto incluye proyectos de energía renovable con impacto social, iniciativas solares comunitarias y asociaciones locales, especialmente en áreas rurales. Por ejemplo, alianza con Fundación Naturgy y Asociación Empresarial Eólica en Andalucía, con ADASUR en Castilla-La Mancha, o la alianza con Cruz Roja para la rehabilitación energética de viviendas con el fin de combatir la vulnerabilidad energética de más de 3.000 familias.

(Continúa)

Organización	País	Descripción
IKEA & I-DID	Países Bajos	La colaboración entre IKEA y la empresa social i-did tiene como objetivo principal abordar el consumo de moda rápida y crear oportunidades de empleo para personas con barreras en el mercado laboral, incluidas aquellas con antecedentes migratorios o de refugiados. IKEA respalda el trabajo de reinserción de i-did proporcionando residuos textiles para convertirlos en nuevos productos, contribuyendo así a una economía más circular. Esta colaboración ha resultado en la creación de colecciones limitadas vendidas en tiendas de IKEA en los Países Bajos, elaboradas con residuos textiles reciclados por i-did.

Fuente: Elaboración propia según Bruschi et al. (2024).

6. CONCLUSIONES

El presente artículo ofrece una aportación a la literatura sobre las relaciones entre las EES y empresas convencionales, al examinar en detalle las iniciativas recientes más destacadas en la Unión Europea que empiezan a marcarse objetivos de fomento de estas relaciones, como el Plan de Acción Europeo para la Economía Social, la Vía de transición para la economía de proximidad y social, y la Recomendación sobre el Desarrollo de Condiciones Marco para la Economía Social. Este enfoque permite entender tanto las motivaciones y ventajas de la cooperación entre entidades de economía social y empresas convencionales como los riesgos y dificultades que pueden surgir en estas colaboraciones.

El análisis presentado en el artículo resalta cómo la cooperación entre entidades de economía social y empresas convencionales puede facilitar la integración de la economía social en las cadenas de suministro y valor de las empresas convencionales. Al revisar políticas europeas y casos prácticos, se muestra que esta colaboración puede no solo incrementar la visibilidad y participación de la economía social en los mercados privados, sino también ampliar el impacto social y económico de estas entidades. Asimismo, el artículo subraya la necesidad de un entorno regulatorio favorable y un apoyo institucional robusto para promover estas interacciones, destacando la importancia de las políticas públicas.

En cuanto a las implicaciones prácticas, se han ofrecido ejemplos concretos de buenas prácticas resultantes del proyecto '*Buy Social: B2B Market*'. Estos casos evidencian cómo las asociaciones entre entidades de economía social y empresas convencionales pueden ser mutuamente beneficiosas, proporcionando no solo ventajas económicas, sino también mejoras en términos de sostenibilidad y responsabilidad social. La identificación de estas prácticas ejemplares proporciona un modelo a seguir para otras entidades y regiones interesadas en fomentar este tipo de cooperación, demostrando que es posible alinear objetivos sociales y económicos de manera efectiva.

En definitiva, el trabajo enriquece la literatura académica al proporcionar un análisis detallado y actualizado de las políticas europeas relacionadas con las relaciones entre economía social y la empresa tradicional, y ofrece valiosas recomendaciones prácticas para la implementación y promoción de estas políticas. La investigación muestra que, con el apoyo adecuado y la colaboración estratégica, la economía social puede desempeñar un papel esencial en la creación de mercados más inclusivos y sostenibles, beneficiando tanto a las entidades de economía social como a las empresas convencionales y, en última instancia, a la sociedad en su conjunto.

7. BIBLIOGRAFÍA

Alinaghian, L., y Razmdoost, K. (2021). How do social enterprises manage business relationships? A review of the literature and directions for future research. *Journal of Business Research*, 136, 488-498.

- Alonso-Calero, J. M., Cano, J., y Guerrero-Pérez, M. O. (2021). Is the "green washing" effect stronger than real scientific knowledge? Are we able to transmit formal knowledge in the face of marketing campaigns? *Sustainability*, 14(1), 285.
- Alzelai, I. (2020). Un marco jurídico para la empresa social en la Unión Europea. *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 37, 105-140.
- Barraket, J., McKinnon, K., Brennan-Horley, C., & De Cotta, T. (2022). Motivations and effects of ethical purchasing from social enterprise in a regional city. *Social Enterprise Journal*, 18(4), 643-659.
- Bekker, S., y Klosse, S. (2013). EU Governance of Economic and Social Policies: Chances and Challenges for Social Europe. *European Journal of Social Law*, 2, 103-120.
- Bretos, I., Díaz Foncea, M., y Marcuello, C. (2017). La Cooperativa de Iniciativa Social: Un modelo de Empresa Social en España. 135, 71-80.
- Buschi, M., Seminara, M., Costarella, T., Quraishy, A., & Willemot, A. (2024). Partnerships between Social Economy Enterprises and Mainstream Businesses. Good Practices Report. Brussels: <https://www.diesis.coop/wp-content/uploads/2024/02/Good-Practices-In-depth-analysis.pdf> (Revisado en marzo de 2024).
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., y Stone, M. M. (2006). The design and implementation of cross-sector collaborations: Propositions from the literature. *Public Administration Review*, 66, 44-55.
- Chaves, R. (2020). Transformative policies for the social and solidarity economy: The new generation of public policies fostering the social economy in order to achieve sustainable development goals. The European and Spanish Case. *Sustainability*, 12, 1-29.
- Chaves Ávila, R. (2022). El momentum de la economía social. La larga marcha de la Economía Social en la agenda europea. Noticias de la economía pública, social y cooperativa, 71, 30-69.
- Christopher, M., Mena, C., Khan, O., y Yurt, O. (2011). Approaches to managing global sourcing risk. *Supply Chain Management: An International Journal*, 16(2), 67-81.
- Comisión Europea. (2010). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Hacia un Acta del Mercado Único. Por una economía social de mercado altamente competitiva. Cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor todos juntos. Bruselas: <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0608:FIN:es:PDF> (Revisado en marzo de 2024).
- Comisión Europea. (2021). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al

- Comité de las Regiones. Construir una economía que funcione para las personas: Un plan de acción para la economía social. COM (2021) 778 final. Bruselas: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0778&qid=1644937802979> (Revisado en marzo de 2024).
- Comisión Europea. (2022). Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Transition pathway for Proximity and Social Economy. Bruselas: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/52015> (Revisado en marzo de 2024).
- Cunha, L., Ceryno, P., y Leiras, A. (2019). Social supply chain risk management: A taxonomy, a framework and a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 220, 1101-1110.
- Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263-1279.
- Defourny, J., y Nyssens, M. (2008). Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. EMES: European Research Network.
- Di Domenico, M., Tracey, P., y Haugh, H. (2009). The dialectic of social exchange: Theorizing corporate–social enterprise collaboration. *Organization Studies*, 30(8), 887-907.
- Dupain, W., Scharpe, K., Gazeley, T., Bennett, T., Mair, J., Raith, M., & Bosma, N. (2022). The State of Social Enterprise in Europe – Europe Social Enterprise Monitor 2021-2022. Euclid Network.
- Furieux, C., y Barraket, J. (2014). Purchasing social good(s): A definition and typology of social procurement. *Public Money & Management*, 34(4), 265-272.
- Gray, B. (1985). Conditions facilitating interorganizational collaboration. *Human Relations*, 38(10).
- Heimer, T., Warta, K., Muths, A., Allison, R., Naumanen, M., & Lima-Toivanen, M. (2017). Social Business Initiative (SBI) Follow Up: Cooperation Between Social Economy Enterprises and Traditional Enterprises. MENA Report. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/36684> (Revisado en marzo de 2024).
- Kabat, M., Desalvo, A., y Egan, J. (2017). The tip of the iceberg: Media coverage of "slave labor" in Argentina. *Latin American Perspectives*, 44(6), 50-62.
- Mair, J., Robinson, J., y Hockerts, K. (2006). Social entrepreneurship. New York, USA: Palgrave MacMillan.
- Monzón, J. L., y Chaves, R. (2012). La Economía Social en la Unión Europea. Comité Económico y Social Europeo.
- Monzón, J. L., y Chaves, R. (2017). Evolución reciente de la economía social en la Unión Europea. Comité Económico y Social Europeo.

- Mugarra Elorriaga, A., Enciso Santocildes, M., Gómez Urquijo, L., & Vela Micoulaud, G. (2023). El plan de acción de la economía social y su integración en las políticas europeas. *Revista Del Ministerio De Trabajo Y Economía Social*, (157), 95-110.
- Nicholls, A., y Huybrechts, B. (2016). Sustaining inter-organizational relationships across institutional logics and power asymmetries: The case of Fair Trade. *Journal of Business Ethics*, 135(4), 699-714.
- OCDE. (2023a). Policy Guide on Legal Frameworks for the Social and Solidarity Economy.
- OCDE. (2023b). Buying social with the social economy.
- Pullman, M., Longoni, A., y Luzzini, D. (2018). Emerging discourse incubator: The roles of institutional complexity and hybridity in social impact supply chain management. *The Journal of Supply Chain Management*, 54(2), 3-20.
- Sanders, N. R., y Wood, J. D. (2020). Foundations of Sustainable Business (2nd ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Social Enterprise UK. (2024). Buy Social Corporate Challenge. Year 8 Report. <https://www.socialenterprise.org.uk/app/uploads/2024/06/Buy-Social-Corporate-Challenge-Year-8-Report.pdf> (Revisado en julio de 2024).
- Troje, D., y Gluch, P. (2020). Beyond policies and social washing: How social procurement unfolds in practice. *Sustainability*, 12(12), 4956.
- Van Dijk, S., Hillen, M., Panhuijsen, S., y Sprong, N. (2020). Social Enterprises as Influencers of the Broader Business Community. A Scoping Study. Amsterdam: <https://sewfonline.com/wp-content/uploads/2021/03/social-enterprises-as-influencers-SENL.pdf> (Revisado en marzo de 2024).
- Vargas Vasserot, C. (2022). Las empresas sociales como entidades de la Economía social en el Plan de Acción Europeo. Propuestas lege ferenda para su reconocimiento en España en la Ley 5/2011 de Economía Social. *CIRIEC-España. Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 41, 289-329.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Esta investigación no ha contado con financiación.

CONTRIBUCIONES DEL AUTOR

La totalidad del artículo y del trabajo que lo origina ha sido elaborado por el autor del presente.

