

Informe de investigación 'Las empresas sociales como influyentes en la comunidad empresarial en general'

¿Pueden las empresas sociales asumir un papel protagonista en la transición hacia una nueva economía? ¿Cómo influyen las empresas sociales en otras empresas para que actúen de forma más sostenible? Estas y otras preguntas encuentran respuesta en un nuevo informe de investigación de Social Enterprise NL: 'Las empresas sociales como influyentes en la comunidad empresarial en general'.

Influir en comunidades más amplias

Las empresas sociales influyen en las comunidades empresariales más amplias, los gobiernos y otros actores para avanzar hacia una economía más inclusiva y sostenible. La economía mundial necesita experimentar una transición hacia la sostenibilidad para superar los retos sociales y medioambientales a los que se enfrenta la humanidad. La comunidad empresarial en su conjunto puede, y de hecho debe, desempeñar un papel crucial en esta transición adoptando modelos y prácticas empresariales sostenibles, tanto en términos de sostenibilidad medioambiental como social.

Pequeñas acciones, gran impacto

Los pequeños innovadores de nicho pueden desencadenar y acelerar amplias transiciones en los sistemas sociotécnicos. La teoría de la transición muestra que los pequeños actores, como las empresas sociales, pueden desempeñar un papel importante en la aceleración de las transiciones mediante la creación de 'nichos' y la participación en actividades de construcción de sistemas. Las empresas sociales también pueden influir en las empresas convencionales para que entren en un nicho e influir en cambios culturales y políticos más amplios que favorezcan las prácticas empresariales sostenibles. Esto puede acabar animando a cada vez más empresas a actuar de forma más sostenible, cambiando lo que se considera 'corriente dominante' y 'normal' en la comunidad empresarial en general: una transición en marcha.

Fuerza positiva indirecta

Las empresas sociales tienen la ambición de ser una fuerza positiva hacia una economía más sostenible, mucho más allá del impacto directo que generan. El Monitor de Empresas Sociales de los Países Bajos 2020 mostró que el 96 % de las empresas sociales neerlandesas tienen como objetivo influir activamente en otras organizaciones para que actúen de manera más sostenible. Cada vez más empresas sociales neerlandesas se han fijado ambiciones explícitas de influencia más allá de su impacto directo y han creado prácticas específicas para alcanzar esos objetivos. Sin embargo, se sabe poco sobre las diferentes formas en que las empresas sociales intentan influir en la economía o sobre la eficacia de estas.

A través de la investigación bibliográfica y de ejemplos de casos, este estudio revela esta disciplina y descubre el potencial de las empresas sociales a la hora de acelerar la transición hacia la sostenibilidad.

Véalo en acción

Las empresas sociales llevan a cabo once actividades de influencia diferentes, agrupadas en tres categorías.

1) Aumentar las posibilidades

Aunque muchas empresas preferirían hacer negocios de una manera más sostenible, a menudo es difícil imaginar *cómo* hacerlo de forma más responsable. Las empresas sociales son pioneras en nuevos productos y modelos de negocio, diseñan cadenas de valor éticas y contribuyen al desarrollo del conocimiento y la innovación técnica.

Sus esfuerzos pioneros muestran a otras empresas las posibilidades de realidades empresariales alternativas. Esta toma de conciencia les permite sumarse a la iniciativa. Tanto las empresas nuevas como las ya existentes tienen más motivos para entrar en un nuevo mercado cuando una empresa social ha demostrado que puede funcionar y generar beneficios.

Las tres actividades que las empresas sociales pueden llevar a cabo para 'aumentar las posibilidades' son:

1. Demostrar modelos de negocio sostenibles.
2. Aumentar la oferta sostenible del mercado.
3. Desarrollar y difundir el conocimiento sobre las innovaciones.

2) Aumentar lo deseable

Las normas y valores de las principales partes interesadas (consumidores, empleados e inversionistas) tienen un gran impacto en las prácticas empresariales. Cuando cambian los deseos de estas partes interesadas, animan a las empresas a cambiar sus prácticas.

Por ejemplo, cuando los consumidores conscientes solicitan productos sostenibles, las empresas se adaptan para aprovechar la demanda. Cuando los empleados jóvenes y con talento quieren trabajar para empresas con conciencia social, cuestionan a la dirección sobre sus prácticas. Las empresas sociales ofrecen oportunidades para influir en los inversionistas, atrayendo a nuevos inversionistas a determinados sectores. Es evidente que las empresas sociales pueden influir en las normas y valores de estas tres partes interesadas a través de sus acciones.

Las actividades que llevan a cabo las empresas sociales para 'aumentar lo deseable' son:

4. Concienciar sobre el problema.
5. Ofrecer a los consumidores una alternativa.
6. Promover la adquisición sostenible.

7. Inspirar a las personas para que exijan un trabajo con sentido.
8. Apoyar el creciente impacto de la inversión.

3) Elevar lo aceptable

La gran mayoría de las empresas se dedican a prácticas comerciales que las instituciones formales consideran 'aceptables', independientemente de si estas normas son voluntarias o obligatorias. Algunas pasarán a prácticas más sostenibles solo cuando sus prácticas anteriores se consideren inaceptables y, en última instancia, cuando se consideren ilegales. Las empresas sociales pueden influir y elevar estas normas formales.

Las actividades para 'elevar lo aceptable' son:

9. Elevar los estándares a través de acuerdos industriales voluntarios.
10. Elevar los estándares mediante certificaciones y etiquetado.
11. Impulsar un debate en la política y cambiar la política gubernamental.

Fortalecer su influencia

Las empresas sociales tienen claramente una influencia positiva, pero es necesario reforzarla aún más. Las empresas sociales tienen la ambición de influir en otras organizaciones y hemos encontrado muchos ejemplos prometedores de ello. Al mismo tiempo, también hemos encontrado obstáculos que les impiden hacerlo, como la limitación de recursos y la falta de competencias.

Vemos un enorme potencial sin explotar. Por lo tanto, sugerimos iniciativas tangibles para aumentar su influencia actual:

- *Desarrollar la capacidad de influencia de las empresas sociales en todo el mundo.*
 - Un manual práctico sobre cómo influir para emprendedores sociales y programas de desarrollo de capacidades que se puedan llevar a cabo en todo el mundo.
 - Una comunidad de prácticas para personas influyentes en determinados sectores y/o regiones, complementada con investigación-acción.
 - Una campaña que destaque las mejores prácticas para que otros las sigan como ejemplo.

- *Facilitar la cooperación entre empresas sociales y corporativas.*
 - Desarrollar un programa para reunir a emprendedores sociales e intraemprendedores sociales, con el fin de inspirarse y aprender unos de otros.

- *Financiar el cambio sistémico y la experimentación específica*
 - Los inversionistas de impacto y los filántropos de riesgo pueden desempeñar un papel clave asignando fondos específicos para fortalecer la influencia de las empresas sociales. Estos fondos deben combinarse con la investigación-acción para garantizar que los

conocimientos se puedan compartir ampliamente.

- *Acelerar la investigación académica sobre el papel influyente de las empresas sociales.*
 - La investigación académica sobre el impacto indirecto de las empresas sociales sigue siendo muy limitada. Debemos impulsar el debate dentro de la comunidad académica y comenzar a realizar estudios de casos en profundidad.

Con estas iniciativas, podemos aprovechar todo el potencial de las empresas sociales. Solo así podremos dar los pasos necesarios hacia una nueva economía en la que alcancemos los Objetivos de Desarrollo Sostenible.