



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Identificación de los modelos de Sutia Kim Alter en las empresas sociales de la ciudad de Loja, 2015.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Roca Loaiza, María José

DIRECTORA: Ramón Jaramillo, Sandra Elizabeth, Econ.

LOJA- ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Econ.

Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: "Identificación de los modelos de Sutia Kim Alter en las empresas sociales de la ciudad de Loja, 2015", realizado por Roca Loaiza María José, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2016

f).

DECLARACION DE AUTORIA Y CESION DE DERECHOS

Yo Roca Loaiza María José declaro ser autora del presente trabajo de titulación “Identificación de los modelos de Sutia Kim Alter en las empresas sociales de la ciudad de Loja, 2015” de la titulación de Administración de empresas, siendo la Eco. Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f:.....
Autor: María José Roca Loaiza.
Cédula: 0704699313

DEDICATORIA

Cualquier labor significa un desafío que requiere de esfuerzo y dedicación así como es necesaria la guía de quienes están más cerca de nosotros, dedico este trabajo a mis padres quienes son mi fortaleza porque me enseñan día a día que todo es posible.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar deseo expresar mi más profundo sentido de agradecimiento a mi directora de tesis Econ. Sandra Ramón Jaramillo quien siempre ha estado presente con sus consejos y mucha paciencia para que este trabajo sea posible.

A los representantes de empresas públicas y privadas de la ciudad de Loja por su colaboración y transparencia durante el desarrollo de este trabajo de titulación de Administración de Empresas.

A mis padres, mi eterna gratitud por su apoyo.

INDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITUALCIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FÍGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I.....	4
1. Diseño de la investigación.....	5
1.1. Antecedentes	5
1.2. Problemática	5
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivos generales	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.5. Hipótesis.....	6
1.6. Metodología.....	6
1.6.1. Tipo de estudio	6
1.6.2. Método de investigación.....	7
1.6.3. Técnicas para la recolección de información.....	7
1.6.4. Estructura del trabajo de titulación	8
CAPITULO II.....	9
2. Marco teórico.....	10
2.1. Definición de empresa social.....	10
2.1.1. Sutia Kim Alter, autora del modelo de empresas sociales	11
2.1.1.1. Empresas sociales y su relación con la misión y la generación de riqueza	12
2.1.1.2. Modelos de empresas sociales.....	14
2.1.1.2.1. Empresa social incrustada	14
2.1.1.2.2. Empresa social integrada	14

2.1.1.2.3. Empresa social externa	15
2.1.1.3. Modelos operacionales	15
2.1.1.3.1. Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	16
2.1.1.3.2. Modelo de mercado intermedio	16
2.1.1.3.3. Modelo de empleo u ocupacional.....	16
2.1.1.3.4. Modelo de pago por servicio	17
2.1.1.3.5. Modelo de subvención de servicio	17
2.1.1.3.6. Modelo de vinculación con el mercado	17
2.1.1.3.7. Modelo de soporte organizacional	18
2.2. Definición de emprendimiento social.....	21
2.3. Diferencia entre empresa social y emprendimiento social.....	21
2.4. Emprendedor social	23
2.5. Empresas sociales en el Ecuador	23
2.5.1. Economía popular y solidaria	23
2.5.1.1. Principios de la economía popular y solidaria	24
2.6. Sostenibilidad de las empresas sociales en Ecuador	24
CAPITULO III.....	26
3. Empresas sociales en la ciudad de Loja.....	26
3.1. Identificación de las empresas sociales en Loja	27
3.1.1. Criterios de selección para identificar empresas sociales lojanas	27
3.1.1.1. Análisis y mapeo de las empresas sociales en la ciudad de Loja ..	29
3.1.2. Tipos de empresas sociales situadas en la ciudad de Loja	30
3.1.3. Análisis de la situación actual de las empresas sociales lojanas.....	31
CAPITULO IV	33
4. Identificación de modelos según Kim Alter en empresas sociales de la ciudad de Loja..	34
4.1. Clasificación de tipos de empresas sociales según Sutia Kim Alter.....	34
4.2. Análisis de los modelos de empresas sociales existentes basado sobre la misión y su relación con la generación de riqueza	44
4.3. La sostenibilidad de las empresas sociales lojanas.....	47
4.4. La generación de valor social y valor económico aportado por las empresas sociales en Loja	47
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA.....	51
ANEXOS.....	53

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Escuelas de pensamiento desde la perspectiva estadounidense	131
Tabla 2. Tipos de empresas sociales	193
Tabla 3. Modelos operacionales de las empresas sociales	19
Tabla 4. Diferencia entre empresa social y emprendimiento social.....	22
Tabla 5. Actividades que comprende el sector de servicios en la ciudad de Loja	28
Tabla 6. Identificación de los tipos de empresas sociales en Loja	30
Tabla 7. Empresas que desarrollan modelos de empresas sociales en Loja.....	31
Tabla 8. Actividades a las que se dedican las empresas lojanas	35
Tabla 9. Público a quien va dirigido los servicios	36
Tabla 10. Oportunidades laborales	36
Tabla 11. Objetivos de las empresas	37
Tabla 12. Socios de la empresa.....	38
Tabla 13. Consideraciones al identificar nuevas oportunidades	38
Tabla 14. Cultura empresarial y ventaja competitiva.....	39
Tabla 15. Indicadores de desempeño.....	39
Tabla 16. Indicadores utilizados.....	40
Tabla 17. Estructura de la organización	40
Tabla 18. Colaboración	41
Tabla 19. Rentabilidad.....	41
Tabla 20. Crecimiento de ingresos	42
Tabla 21. Búsqueda de financiación	42
Tabla 22. Valor aportado por la empresa	43
Tabla 23. Clasificación de las empresa sociales de la ciudad de Loja	45
Tabla 24. Clasificación de las empresa sociales de la ciudad de Loja según CIIU REV. 4. 2012	55
Tabla 25. Número de empresas sociales según modelo operacional	56
Tabla 26. Criterios de selección, cooperativas de ahorro y crédito	61
Tabla 27. Criterios de selección, cooperativas de ahorro y crédito, hoteles y hostales	62
Tabla 28. Criterios de selección, restaurantes, hospitales y centros de gestión	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del trabajo de titulación	8
Figura 2. Empresa social incrustada.....	14
Figura 3. Empresa social integrada	15
Figura 4. Empresa social externa	15
Figura 5. Criterios de selección.....	28
Figura 6. Número de empresas según sector económico.....	29
Figura 7. La empresa social	34
Figura 8. Proceso de identificación de empresas sociales	35
Figura 9. Resumen empresas sociales lojanas	44

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Autorización para uso de información	54
Anexo 2. Clasificación de empresas sociales en Loja según clasificación CIIU Rev. 4.....	55
Anexo 3. Número de empresas sociales basado en los modelos de Sutia Kim Alter y clasificación CIIU Rev. 4. 2012	56
Anexo 4. Modelo de encuesta.....	57
Anexo 5. Criterios de selección para definir empresas sociales	61

RESUMEN

Actualmente en el país, tanto a nivel local como a nivel nacional no se cuenta con información amplia y detalla sobre empresas sociales por ello el objeto de este trabajo es identificar, desde los modelos de empresas sociales planteados por Sutia Kim Alter, cuáles de estos modelos se desarrollan en las empresas comerciales y de servicios existentes en la ciudad de Loja.

Esta investigación se construye también en base a las diferencias en los conceptos entre emprendimiento social y empresa social de acuerdo a las escuelas de pensamiento originadas en los Estados Unidos y estudios e investigaciones en Europa.

Empleando varias técnicas de investigación, principalmente utilizando cuestionarios dirigidos a las empresas y establecimientos de Loja, se detalla información relevante de las mismas permitiendo conocer de manera más puntual las empresas de carácter social existentes.

Se concluye que las entidades desarrollan el modelo de empresa social incrustada manejando tres distintos modelos operacionales o de negocio. Además en estas empresas sus miembros desconocen pertenecer a un grupo de empresas sociales recalcando que aportan valor social a través de responsabilidad social empresarial.

PALABRAS CLAVES: Escuelas de pensamiento, empresas sociales, emprendimiento social, tipo, modelo, Kim Alter.

ABSTRACT

In Ecuador there is not enough data and information about social enterprises consequently this job has the purpose of identifying the models of social enterprises suggested by Sutia Kim Alter that are used in the enterprises of Loja.

This thesis is constructed from a contrast of concepts of social enterprise and social entrepreneurship according to the schools of thought from the United States and European research.

By using research techniques as observation, interviews and polls on companies in Loja were discovered a group of the existing social enterprises.

It was found that social enterprises work through the embedded model and some operational business models as entrepreneur support model, employment model and fee for service model. Besides it employees can't recognize if the company works on any model of social enterprise but they know that the enterprise works on enterprise social responsibility.

KEYWORDS: Schools of thought, social enterprises, social entrepreneurship, type, model, Kim Alter.

INTRODUCCION

La identificación de los modelos de empresas sociales de Sutia Kim Alter, pretende descubrir empresas de las ciudad de Loja que buscan alcanzar un objetivo como el de generar impacto social, empresas que van más allá del hecho de desarrollar actividades de responsabilidad social o de filantropía, por lo cual a lo largo de los cuatro capítulos que se han estructurado para este trabajo se obtendrá una perspectiva más amplia y enriquecida de este tema.

En el capítulo I se aborda las razones por las que es necesaria este trabajo, qué objetivos se persiguen y la metodología a utilizarse.

En el capítulo II, se desarrolla toda la base teórica en la que se basa la investigación dando a conocer las definiciones a tratarse a consecuencia del objetivo del trabajo, para dar forma a una imagen sobre las empresas sociales en el país, la diferencia entre emprendimiento social y empresa social, y un análisis general sobre la sostenibilidad de las empresas sociales.

En el capítulo III se elabora un análisis puntual de las empresas sociales considerando aquellas que existen en la ciudad de Loja tomando como referencia un estudio previo elaborado en la tesis “Emprendimiento social y empresas sociales en la ciudad de Loja, aplicación del método Delphi para determinar el perfil del emprendedor social y los emprendimientos sociales año 2014” y de acuerdo a la recopilación de las bases de datos oficiales permitiendo la elaboración de los perfiles de estas empresas y el mapeo de las mismas conociendo a qué se dedican cada una de ellas y cuál es su situación actual.

Por último en el capítulo IV se identifican los modelos de empresas sociales de acuerdo a la clasificación que plantea Sutia Kim Alter, analizando también sus modelos operacionales, estrategia para la sostenibilidad y su generación de valor social y económico.

Llegando a las diferentes conclusiones después de análisis de la información obtenida a través de recolección bibliográfica e investigación de campo, aplicando métodos analítico, deductivo, inductivo y estadístico que además permiten alcanzar los objetivos de la investigación.

CAPITULO I
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Las empresas sociales son un tema relativamente nuevo que se ha venido tratando en las últimas décadas reconociéndose que éstas desde un enfoque proactivo articulan beneficios económicos y sociales, respondiendo a necesidades no satisfechas y promueven además un espíritu emprendedor.

Hay diferencias conceptuales sobre las empresas sociales de una perspectiva europea y anglosajona dado al desarrollo de estas a nivel internacional.

En el año 1987 se empezó a hablar de Empresa Social, para dar nombre a las nuevas estrategias dirigidas a enfrentar la crisis del trabajo y la crisis de la asistencia en algunas experiencias históricas de innovación de las instituciones y de las políticas sociales en diferentes lugares de Europa (De Leonardis, Mauri, & Rotelli, 1995).

Por otro lado se considera el concepto anglosajón de empresas sociales dado por la Social Enterprise Knowledge Network (Harvard Business School, 2001) que define a una empresa social como cualquier tipo de empresa y emprendimiento, representado en una organización no lucrativa, empresa capitalista o del sector público, que participe en actividades de valor social significativo o en la producción de bienes y servicios con finalidad social.

1.2. Problemática

En la actualidad el auge de las empresas sociales dirige a quienes se interesan por el tema a preguntarse ¿Qué modelo aplican las empresas sociales en sus actividades que las diferencian de una empresa privada que busca el rendimiento financiero? Siendo este desconocimiento la razón para realizarse este trabajo, además que en el Ecuador existe escasa información que permita conocer la actual situación de las empresas que han surgido en los últimos años debido a que muchos emprendedores sociales realizan sus actividades desconociendo quienes realmente son.

Dentro de la información existente sobre emprendimientos sociales se resaltan datos recopilados en una investigación que será tomada como base para continuar con este proyecto, dicho trabajo corresponde a la tesis sobre Emprendimiento social y empresas sociales en la ciudad de Loja, aplicación del método Delphi para determinar el perfil del emprendedor social y los emprendimientos sociales (2014) y del libro Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Innovation (2006) que con la correspondiente autorización (ver Anexo 1) se toma información sobre los respectivos modelos de empresas a estudiarse. El presente trabajo permite suplir la ausencia de información con respecto a los modelos de empresas sociales aplicados en la ciudad de Loja.

1.3. Justificación

La investigación se centra en identificar modelos de empresa social aplicados en la ciudad de Loja y surge por el interés de obtener una clasificación que permita a las empresas sociales conocer su estructura de mejor manera y con base científica. Por otra parte se busca establecer diferencias entre empresas sociales y emprendimientos sociales.

El aporte que brindará esta investigación en efecto radica en la documentación sobre este fenómeno de que existen cada vez más, las empresas sociales.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general.

Identificar los modelos de Sutia Kim Alter en las empresas sociales de la ciudad de Loja.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Definir qué son las empresas sociales y determinar su importancia.
- Identificar las empresas sociales existentes hasta el año 2015 en la ciudad de Loja.
- Definir los modelos aplicados en la creación de las empresas sociales basados en la misión y su relación con la generación de riqueza, según la clasificación de la autora Sutia Kim Alter.

1.5. Hipótesis

Las empresas sociales de la ciudad de Loja aplican modelos de negocios especificados según la misión y su relación con la generación de riqueza.

1.6. Metodología

En el proyecto se aplicaron dos tipos de estudio para cumplir los fines del mismo tales son: estudio bibliográfico y estudio de campo para consecuentemente combinar los enfoques cuantitativos y cualitativos.

1.6.1. Tipo de estudio.

El estudio bibliográfico tomó como referencia libros, revistas, publicaciones que sirven de apoyo a la investigación y permiten dar forma a los análisis a realizarse. El estudio de campo también necesario, utilizando herramientas y técnicas de recolección de información mediante entrevistas, observación directa, cuestionarios, etc., permitieron definir aspectos importantes

de las empresas para la identificación de los modelos planteados.

1.6.2. Método de investigación.

Para la realización de la investigación se aplican los métodos de investigación que comprenden: método analítico, deductivo, inductivo y estadístico.

Con el método analítico se pretende hacer un contraste entre la teoría y la práctica dado al entorno en el que se desenvuelven las actividades de una empresa social, en lo financiero, sociocultural, económico, tecnológico y ambiental examinando la validez de la teoría planteada en torno a lo que se desarrolla en los casos de empresas reales en la ciudad de Loja.

El método deductivo consiste en derivar de una premisa general, una conclusión particular, por lo que el método deductivo va de lo universal o general a lo particular o individual. Llevada a la investigación sobre los modelos de empresas sociales se aplica para identificar las razones por las que alguien se decide a emprender abarcándolo desde un contexto generalizado hacia lo que realizaría cada individuo.

Al trabajar con el método inductivo se parte desde fenómenos particulares, se puede establecer una ley o condición general por la que los emprendedores deciden formar una empresa social.

Aplicar el método estadístico permitirá el análisis y la representación gráfica de los resultados obtenidos durante la investigación de campo.

1.6.3. Técnicas para la recolección de información.

Para recabar información que permita el desarrollo del proyecto se utilizarán técnicas y herramientas de la investigación documental y de campo.

La investigación documental describe e identifica las características de las empresas sociales, las razones por las que se crean y otras teorías y la información recopilada a través de fuentes bibliográficas permiten definir detalladamente lo que se está buscando. Además la investigación documental permitirá descubrir la existencia de trabajos relacionados al tema objeto de investigación que servirá de referencia para su desarrollo.

Por otra parte recolectar información mediante un estudio de campo significa apoyarse de entrevistas, observación y encuestas para obtener datos relevantes.

1.6.4. Estructura del trabajo de titulación.

Para el tratamiento de los datos recabados en esta investigación se aplicara método manuales y procedimientos automatizados por medio de software especializado como el SPSS. Para el análisis se harán comparaciones de tablas, gráficos estadísticos, porcentajes e índices de ser necesarios. A continuación se resume en la Figura 1 como se trabajara de acuerdo a cada capítulo:

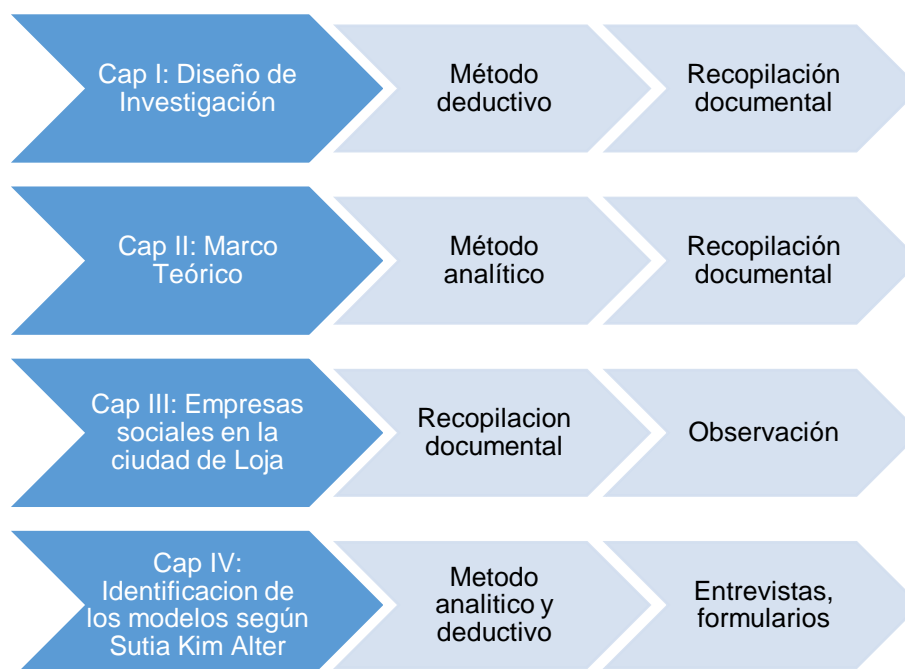


Figura 1. Estructura del trabajo de titulación

Elaboración: Ma. José Roca

CAPITULO II

MARCO TEORICO SOBRE LA EMPRESA SOCIAL Y LOS MODELOS DE EMPRESAS SOCIALES DE SUTIA KIM ALTER

2. Marco teórico sobre la empresa social

Desde finales de los años 80 hasta la actualidad se han generado muchos debates sobre las empresas sociales y un sinnúmero de artículos al respecto que así como han proporcionado escasas y a la vez poco serias definiciones han ampliado también la confusión sobre su significado; por lo que se explica sus definiciones de acuerdo a las regiones donde han surgido las discusiones más importantes sobre el tema.

2.1. Definición de empresa social

El concepto de empresa social ciertamente ha tenido un creciente interés en varias regiones del mundo abriéndose paso a distintas interpretaciones condicionadas por a) las escuelas de pensamiento de Estados Unidos y; b) el origen Europeo.

En Estados Unidos se comenzó a hablar de las empresas sociales a principios de los años 90 donde universidades como Harvard en su respectiva escuela de negocios, Yale y la Universidad de Columbia, lanzaron iniciativas o programas de apoyo para empresas sociales o emprendedores sociales, discutiéndose y formando un concepto de la empresa social como una entidad que realiza actividades económicas con fines de alcanzar un objetivo social.

Por lo que la empresa social es vista como una respuesta innovadora a los problemas de financiación de las organizaciones sin fines de lucro, al encontrar más difícil la solicitud de donaciones privadas, colaboraciones del gobierno y otras fundaciones (Dees 1998). Su concepto también se usa para destacar no solo el lado innovador de alguno de los proyectos que se desarrollan en este tipo de empresa sino también para destacar los riesgos financieros que están tomando (Young 2001). Siendo así que el concepto de empresa social incluye una gran gama de organizaciones que van desde las organizaciones con fines de lucro cuyas actividades se orientan al beneficio social, es decir filantropía corporativa, y empresas sin fines de lucro dedicadas a una actividad comercial (Kerlin, 2006).

Desde la perspectiva estadounidense se considera, la escuela de pensamiento de "generación de ingresos y la escuela de pensamiento de "innovación social", clasificaciones que engloban diferentes concepciones de la empresa social, Dees & Anderson, (2006), ver tabla 1:

Tabla 1. Escuelas de pensamiento desde la perspectiva estadounidense

Escuelas de Pensamiento		
	Generación de Ingresos	Innovación Social
¿Qué significa?	Negocios y organizaciones sin fines de lucro con estrategias de generación de ingresos que permiten apoyar su misión social.	Tiene que ver con la obtención de resultados en el ámbito del beneficio social otorgado frente a la obtención de ingresos.
Características	Impulsada por el creciente interés de las organizaciones sin fines de lucro por encontrar nuevas fuentes de ingreso para complementar la financiación de donadores y el gobierno. Y el deseo de ejecutivos de negocios por promover la provisión de servicios sociales por parte de las empresas con fines de lucro.	Se concentra en el perfil y comportamiento de los emprendedores sociales. Papel del emprendedor social: <ul style="list-style-type: none"> • La adopción de la misión de crear y sostener valor social (valor no sólo privado). • Reconocer y perseguir sin descanso nuevas oportunidades para servir a esa misión. • Participar en un proceso de innovación continua, adaptación y aprendizaje. • Actuar con valentía sin estar limitado por los recursos disponibles. • Exponer un sentido elevado de la responsabilidad ante los destinatarios servidos y para los resultados creados

Fuente: Dees & Anderson (2006)

Elaboración: Ma. José Roca

Según los orígenes de la empresa social en Europa.

En Europa el concepto de empresa social apareció por primera vez en 1990 desde el corazón mismo del tercer sector, que comprende todas las actividades de entidades sin ánimos de lucro y no gubernamentales; surgido en Italia publicado en este mismo año en un periódico titulado "Impresa sociale" relacionado con iniciativas como las cooperativas. Siendo en el año 1992 cuando el parlamento italiano adoptó una ley creando una forma legal dando lugar a la cooperativa social, permitiendo a las asociaciones poder desarrollar actividades económicas. Inspirando a otros países tanto dentro como fuera de Europa a introducir nuevas formas legales para las empresas con un fin social.

2.1.1. Sutia Kim Alter, autora del modelo de empresas sociales.

Kim Alter es fundadora y directora de Virtue Ventures LLC, una firma de consultoría especializada en emprendimiento social y profesora invitada del Centro Skoll para el emprendimiento social en el Saïd Business School de la Universidad de Oxford.

Kim Alter tiene más de doce años de experiencia en el campo de la empresa social, primero como emprendedora social al dirigir la puesta en marcha de la ciento por ciento autofinanciada organización internacional de voluntarios “Visions in Actions”, y luego como consultora apoyando empresas sin fines de lucro y empresas sociales en más de treinta países en todo el mundo.

Antes de comenzar su propia compañía, trabajó como técnico especialista en microfinanzas y desarrollo de la pequeña y mediana empresa de las principales organizaciones internacionales, Save the Children y Catholic Relief Services, en Virtue Ventures, sus proyectos y clientes han ganado numerosos premios a la innovación global, incluyendo: Emprendedor del Año de la Fundación Schwab (2002); la Feria de Desarrollo del Banco Mundial (2003), y la competencia del Plan Nacional de Negocios de la Escuela de Administración de Yale y Goldman Sachs Foundation (2003).

Alter es autora de *Managing the Double Botton Line: A Business Planning Guide for Social Enterprises*, y un libro adicional (2001, Pact Publications), y ha colaborado como autora en *Sustaining Nonprofits through Income Generation* (2004, Jossey-Bass), así también ha sido autora de un sinnúmero de artículos sobre estrategias de sostenibilidad sin fines de lucro y emprendimiento social. Adicional a esto Kim Alter tiene una licenciatura en relaciones internacionales y un MBA.

2.1.1.1. *Empresas sociales y su relación con la misión y la generación de riqueza.*

Las empresas sociales son el resultado de la combinación de prácticas de negocios e intereses sociales para crear un efecto de impacto y cambio social, de esta manera esta unión de la parte de negocios y la parte social ha permitido que se abra paso a una nueva forma de empresa sostenible creando así valor social y valor económico. Y como resultado de actividades económicas y actividades con objetivo social han nacido varias empresas, promoviendo y motivando así el estudio de éstas, dando paso a una clasificación y el planteamiento de modelos de empresas sociales que sirven como un marco de referencia de acuerdo a su estructura y constitución para las empresas que nacen continuamente.

Esto se analiza desde la perspectiva de quien los propone, así Kim Alter plantea una tipología de las formas de organización de una empresa social. Menciona que el modelo de empresa

social combina el impacto social y la creación de valor financiero adoptando diversos elementos de negocios en el contexto de alcanzar una misión social. El objetivo es diversificar la financiación para apoyar la sostenibilidad y el impacto a largo plazo. Reconoce también que ese modelo no es apropiado para todos los emprendedores sociales.

Se distinguen tres tipos de empresa social según su misión y en base a este análisis se identifican tres modelos operacionales de las empresas sociales: incrustada, integrada y externa. A continuación en la Tabla 2., se presenta una tipología de las empresas sociales explicando cada una de ellas:

Tabla 2. Tipos de empresas sociales

Tipo de Empresa	Concepto	Ejemplo
Centrada en la misión	Empresas sociales creadas con el propósito principal de alcanzar la misión utilizando un modelo de autofinanciación siendo fundamentales las actividades comerciales.	Banco Grameen, un banco nacido en Bangladesh, otorga microcréditos a personas de clase baja sin solicitarles garantías a cambio permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida, generar empleos.
Relacionada con la misión	Las actividades de negocio se relacionan con la misión de la organización o los servicios sociales. Las empresas relacionadas con la misión tienen propiedades sinérgicas creando valor social de los programas y generando ingresos para subsidiar los costos del programa o los gastos de operación	Hospital Luis Vernaza de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, ofrece servicios asistenciales a personas de escasos recursos y realizan autogestión vendiendo servicios privados a quienes pueden pagarlos.
Sin relación con la misión	Genera programas sociales y costos de operación. Las actividades de negocios puede tener una orientación a lo social, comercialización o el de añadir un valor de marca, también la de desenvolverse en el sector relacionado con los servicios o el sector de las organizaciones sin fines de lucro pero los beneficios potenciales son la motivación para la creación de una empresa social sin relación con la misión.	Save The Children, otorga licencia de uso de su logotipo a empresas como IKEA, recibiendo beneficios mutuos que permiten financiar las actividades de la org., y ahorrarle costos en campañas de marketing. El logotipo es usado en muñecos elaborados a partir de diseños hechos por niños alrededor del mundo con el objetivo de obtener ganancias para ayudar a niños necesitados.

Fuente: Defourny & Nyssens (2012)
 Elaboración: Ma. José Roca

2.1.1.2. Modelos de empresas sociales.

Los modelos de empresas sociales tienen relación con la tipología mencionada anteriormente de acuerdo con el nivel de integración entre sus programas sociales y actividades comerciales: incrustada, integrada y externa.

2.1.1.2.1. Empresa social incrustada.

Nicholls (2016) menciona que las actividades de negocios de las empresas sociales incrustadas y los programas sociales son sinónimos debido a que las actividades de la empresa están embebidas dentro de las operaciones de la organización y los programas sociales siendo así que el logro de beneficios económicos y sociales se desarrolla de forma simultánea. Figura 2.



Figura 2. Empresa social incrustada
Fuente: Nicholls (2006)
Elaboración: Ma. José Roca

2.1.1.2.2. Empresa social integrada.

En las empresas sociales integradas Nicholls (2006) señala que los programas sociales se superponen con las actividades empresariales a menudo compartiendo gastos, activos y algunos atributos del programa. Entre los activos tangibles e intangibles aprovechados por la organización se consideran experiencia, contenidos, relaciones, marca o infraestructura como base para su negocio. En las empresas sociales integradas el cliente se beneficia de las inversiones realizadas en los programas sociales pero pueden o no estar involucrados.

En la Figura 3., se podrá apreciar la relación entre los programas y actividades de este modelo de empresa:

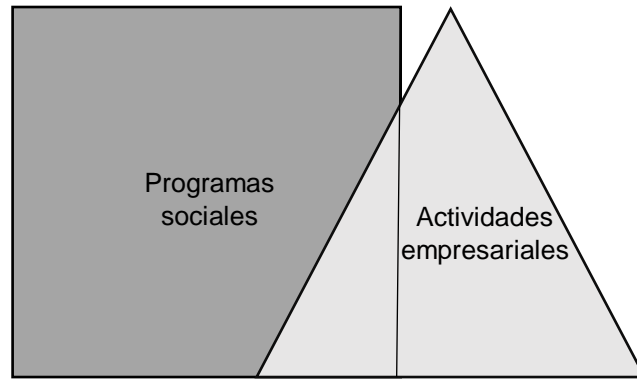


Figura 3. Empresa social integrada
 Fuente: Nicholls (2006)
 Elaboración: Ma. José Roca

2.1.1.2.3. Empresa social externa.

Para Nicholls (2006) en las empresas sociales externas los programas son distintos de las actividades de negocio. Las actividades de la empresa son externas a las operaciones y programas de la organización. Las empresas sin fines de lucro crean a la empresa social externa para financiar sus programas sociales y/o costos operativos como se puede observar en la Figura 4.

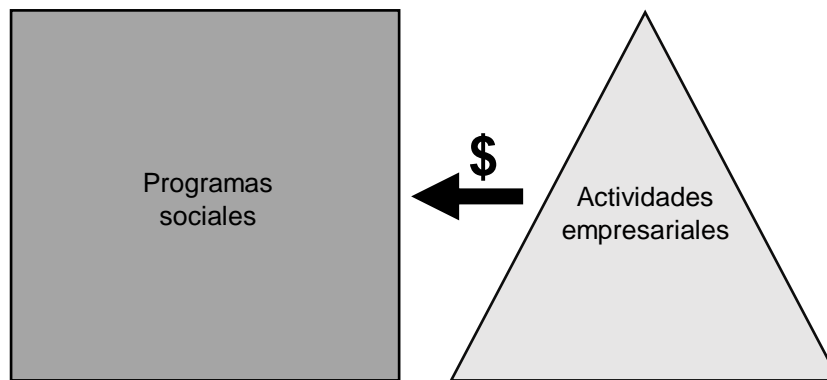


Figura 4. Empresa social externa
 Fuente: Nicholls (2006)
 Elaboración: Ma. José Roca

2.1.1.3. Modelos operacionales.

De acuerdo a Nicholls (2006) son siete los prototipos de modelos operaciones de la empresa que se han identificado mediante un enfoque de la práctica a la teoría, las características de cada modelo se describen desde una perspectiva operacional: la relaciones entre sus actividades de negocio y programas sociales, su propósito, orientación de la misión y su categoría.

2.1.1.3.1. *Modelo de apoyo al empresario/emprendedor.*

En este modelo operacional la empresa oferta servicios financieros y de apoyo empresarial a emprendedores o pequeñas empresas. Este es un modelo integrado y centra su misión en la facilitación de seguridad financiera para sus clientes mediante el apoyo a sus actividades de negocio. Siendo de esta forma como la empresa social alcanza su autosuficiencia financiera.

Cabe señalar que uno de los puntos fuertes de este modelo de empresa social es su capacidad de alcanzar un amplio número de clientes además de concretar su sostenibilidad gracias a su modelo de autofinanciación. La naturaleza de su misión, que es céntrica, también le sirve para no perder su enfoque en la misma. Estas características han hecho de las empresas dedicadas a las micro-finanzas el modelo de empresa social por excelencia dado al apoyo dirigido a empresarios que no cuentan con un capital propio que les permita desarrollar sus actividades y necesitan recurrir a instituciones que les provean de los recursos económicos necesarios.

2.1.1.3.2. *Modelo de mercado intermedio.*

Este modelo permite el desarrollo de un producto, acceso al mercado y servicio de crédito a su población objetiva, es decir a los pequeños productores, sean estos individuos independientes, pequeñas empresas o cooperativas. El modelo de mercado intermedio se desarrolla dentro de un modelo de empresa integrada siendo el propio negocio su programa social. Ayuda sus clientes en el desarrollo de sus productos y la venta en mercados de alto valor.

La empresa social que se desarrolla bajo este modelo adquiere los productos a precios justos para luego venderlos obteniendo un margen de ganancia que le permita obtener ingresos que cubrirán los gastos de operación y los costos de trabajar bajo esta modalidad. Este modelo en cuanto a sus ventajas es similar al mencionado anteriormente en lo que respecta a su potencial de crecimiento, impacto social y fortalecimiento de la misión además de la autofinanciación.

También pueden surgir algunas dificultades en la búsqueda de mercados para los productos, también en lo relacionado a la calidad de estos por lo que la empresa social sacrificaría su crecimiento para poder servir a los productores que apoya.

2.1.1.3.3. *Modelo de empleo u ocupacional.*

Dentro de este modelo se ofrece oportunidades de empleo y capacitación laboral a su público objetivo, comprendido de personas con barreras para conseguir empleo tanto por prejuicios sociales como por la capacidad propia de quienes buscan una oportunidad laboral, entre estas

personas están jóvenes sin hogar, personas con capacidades diferentes, jóvenes en riesgo y personas que han salido de centros de rehabilitación social que como alternativa a un empleo seguro venden servicios o productos de forma insegura.

El modelo de empleo trabaja dentro del modelo de empresa social integrada por otra parte este se basa en la adecuación de puestos de trabajo que crea para los clientes. Esta empresa social alcanza la autosuficiencia financiera a través de las ventas de sus productos y servicios.

2.1.1.3.4. Modelo de pago por servicio.

Aquí la empresa social comercializa sus servicios sociales y luego los vende directamente, a individuos, comunidades, empresas o un tercer pagador. Este es un modelo de empresa social integrada, centra su misión en la prestación de servicios sociales a los clientes en el sector en el que trabaja.

La empresa logra su autosuficiencia financiera a través de las tasas que cobra por sus servicios como mecanismo de recuperación de costos lo que permitirá cubrir gastos asociados a la comercialización. Los excedentes pueden usarse para subvencionar sus programas sociales.

2.1.1.3.5. Modelo de subvención de servicio.

La empresa social que trabaja bajo este modelo vende productos o servicios a un mercado externo y utiliza los ingresos que genera para financiar sus programas sociales, de esta forma la subvención de servicios significa que la empresa social maneja un modelo integrado por sus actividades de negocios y programas sociales que se superponen al compartir costos, activos, operaciones e ingresos.

El modelo se puede usar de forma estratégica para ampliar su impacto social mediante la comercialización de programas sociales. Para el desarrollo de este modelo, la empresa debe ser competente en la prestación de sus servicios sociales.

2.1.1.3.6. Modelo de vinculación con el mercado.

El modelo de vinculación con el mercado facilita las relaciones comerciales entre el mercado meta y pequeños productores, empresas locales, y cooperativas y un mercado externo. Conectando compradores con productores y viceversa, la empresa social que trabaja bajo este modelo proporciona información sobre el mercado y luego cobra honorarios por estos servicios. Además el modelo de empresa social puede ser incrustado o integrado.

Si la misión de la empresa gira en torno a la vinculación de los clientes a los mercados y sus programas sociales apoyan este objetivo, el modelo es incrustado; ya que el programa social

es a la vez el negocio de la empresa. Por otra parte comercializar los servicios sociales de las organizaciones o aprovechar activos como las relaciones comerciales también crea vinculación con el mercado lo que genera ingresos útiles para subvencionar otros servicios al cliente, siguiendo así un modelo integrado.

2.1.1.3.7. Modelo de soporte organizacional.

El modelo de soporte es muy diferente a los anteriormente señalados, este puede incorporar cualquier tipo de negocio y vender sus productos y servicios a un mercado externo, otras empresas, el público en general o en algunos casos organizaciones sin fines de lucro.

Este es un modelo externo, sus actividades de negocio están apartados de sus programas sociales. Y, aunque la empresa tenga atributos sociales su modelo de apoyo se creó como un mecanismo para financiar costos del programa y los gastos de funcionamiento de su matriz.

La desventaja de este modelo es la dificultad de implementarlo para las empresas sin fines de lucro. Por lo que una empresa debe ser bastante rentable, madura e inteligente para financiar una gran parte del presupuesto de su matriz.

En la Tabla 3., se señalan cada uno de los modelos operacionales que Kim Alter propone ilustrando como se crean valor social y valor económico dentro de los modelos de la empresa social analizados, estos modelos, menciona, pretenden ser una guía de la empresa social que ayude a reconocer la gama de posibilidades que esta ofrece en el marco de una visión más amplia.

Tabla 3: Modelos operacionales de las empresas sociales

Modelo de empresa social	Modelo operacional	Valor económico	Valor social	Público Objetivo	Empresas que desarrollan el modelo
Incrustada	Modelo de apoyo al empresario/empresario/empresario	Ventas de servicios	Apoyo en gestión empresarial y servicios financieros	Trabajadores autónomos y pequeñas empresas	Instituciones de micro finanzas, pequeñas y medianas empresas, programas de desarrollo empresarial.
	Modelo de mercado intermedio	Compra de productos hechos por sus clientes a precios justos para comercializarlos aplicando un margen de utilidad	Facilitar seguridad financiera de clientes ayudando a desarrollar y vender sus productos en los mercados de alto valor	Pequeños productores, empresas, cooperativas, y grupos dedicados a la agricultura y la artesanía	Organizaciones de comercio justo, comercializadoras o de consumo, empresas o compañías dedicadas a la venta de alimentos procesados o productos agrícolas.
	Modelo de empleo u ocupacional	Adecuación de puestos de trabajo	Ofrecer oportunidades de empleo y desarrollo de habilidades en sus clientes	Personas con dificultades o barreras para acceder a un empleo como discapacitados, personas sin hogar, jóvenes en riesgo y personas que han salido de un centro de rehabilitación social	Empresas de limpieza y ornamentación, tiendas de segunda mano, cafeterías, librerías/bibliotecas, trabajos de montaje, panaderías, carpinterías y empresas dedicadas a la reparación mecánica.
	Modelo de pago por servicio	Comercializa sus servicios sociales y los vende	Prestación de servicios sociales en el sector en el que su cliente trabaja	Individuos interesados, empresas, comunidades o un tercer pagador	Asociaciones y gremios, instituciones educativas, parques y centros recreativos, museos, hospitales y clínicas.

Integrada	Modelo de subvención de servicio	Venta de productos o servicios a un mercado externo	Subsidios de servicios a un mercado externo	Empresas sin fines de lucro	Empresas consultoras, de logísticas, capacitación para empleos o comercialización. Empresas de leasing, gestión inmobiliaria, negocios minoristas basados en productos, transporte y copia e impresión.
	Modelo de vinculación con el mercado	Venta del servicio de contactar compradores con productores y viceversa así de información del mercado	Facilita relaciones comerciales entre el mercado objetivos y mercado externo	Pequeños productores, empresas locales y cooperativas	Asociaciones, redes de empresas y cooperativas que puedan añadir a sus actividades operaciones de importación-exportación, investigación de mercados y corretaje. Organización de países desarrollados.
Externa	Modelo de soporte organizacional	Vende productos y servicios a mercados externos	Cubre costos y gastos de programas a la organización	Organizaciones con dificultades operativas y logísticas en sectores específicos	Organizaciones maduras e inteligentes.

Fuente: Modelos de empresa social aplicables al Modelo de Emprendimiento UNAC (2013)
Elaboración: Ma. José Roca

2.2. Definición de emprendimiento social

Como la empresa social, el emprendimiento social se trata de un término del que apenas se está definiendo conceptos que permitan una mayor comprensión para tener una perspectiva más clara sobre el emprendimiento ya que este per se no solo está destinado a actividades tradicionales de negocios por lo tanto al emprendimiento social se lo define como la construcción, evaluación y persecución de oportunidades, para alcanzar un cambio social transformador, llevadas a cabo por personas visionarias, apasionadas y dedicadas (Roberts & Woods, 2005).

En 2005, De Pablo también define al emprendimiento social como el empeño-compromiso, en crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también mediante una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación, característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social.

2.3. Diferencia entre empresa social y emprendimiento social

Los términos empresa social y emprendimiento social pueden suponer ser lo mismo al surgir de forma espontánea su significado, sin embargo es necesario establecer diferencias entre estos, a continuación en la Tabla 4., se señalan dichas diferencias:

Tabla 4. Diferencia entre empresa social y emprendimiento social

	Empresa social	Emprendimiento social
Concepto	Es una nueva categoría organizativa que, según la parte mayoritaria de los autores, permite simultáneamente la creación de valor económico y social, es decir, materializa paralelamente estos procesos para convertirse en híbrida (Mair y Noboa, 2003). Van desde las organizaciones con fines de lucro cuyas actividades se orientan al beneficio social, es decir filantropía corporativa, y empresas sin fines de lucro dedicadas a una actividad comercial (Kerlin 2005).	El emprendimiento social se define como el empeño-compromiso, en crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también mediante una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación, característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social. (De Pablo 2005).
Financiamiento	Opera capital de accionistas, es decir que esta se autofinancia en su totalidad.	En su mayoría es financiada por donaciones.
Ejemplo	Waykana, empresa social ecuatoriana que ofrece té de guayusa, esta empresa trabaja con organizaciones sin fines de lucro que agrupan a decenas de productores en el oriente ecuatoriano de forma que se apoya en la generación de mejores ingresos para estas comunidades al incentivarlas a participar en la cadena de producción de esta hoja. (Revista Líderes, 2015)	Fabricación de bolsos y cosmetiquera por personas privadas de la libertad en Centro de Rehabilitación Social de Riobamba. Tripsters, una plataforma virtual para encontrar guías locales con conocimientos sobre sus ciudades y que ofrezcan una experiencia única de turismo. (ImpactoQuito, 2015)

Fuente: Defourny & Nyssens (2012)

Elaboración: Ma. José Roca

En conclusión la empresa social tiene como objetivo principal alcanzar un impacto social, atendiendo determinados problemas de la sociedad promoviendo el desarrollo humano con actividades comerciales o servicios gestionados de una manera transparente y responsable. Siendo así una propuesta que proviene de organizaciones de países en desarrollo, universidades, escuelas de negocios y organizaciones de países desarrollados quienes fijan como objetivo primordial el interés y bienestar común sobre el logro de grandes utilidades. En cuanto a los emprendimientos sociales, involucran actividades que aporten valor social que no se relacionan directamente a una actividad económica en búsqueda de utilidades pero que en su desarrollo, al atraer el interés y participación de interesados en proyectos de emprendimiento social, abren paso al nacimiento de la empresa social.

2.4. Emprendedor social

El emprendedor social está motivado por hacer frente a una necesidad social por lo tanto es un líder que identifica una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la sociedad, y que busca crear un nuevo equilibrio estable que asegure beneficios permanentes para la sociedad entera. (Burt, 2008).

De esta manera el emprendedor social y sus iniciativas provocan un efecto mayor en situaciones problemáticas relacionadas a los ámbitos sociales, ambientales y económicos donde por ejemplo en medio de un ambiente de crisis económica el emprendedor tiene la iniciativa de ejecutar ideas y ofrecer fuentes de empleo, promoviendo de esta manera un desarrollo y crecimiento equilibrado y sostenible.

2.5. Empresas sociales en el Ecuador

Por lo ya explicado sobre las empresas sociales en Ecuador la ley reconoce distintas formas de organización de acuerdo con la Ley de Economía Popular y Solidaria como el sector comunitario, asociativo, sector cooperativo, estas tienen un vínculo estrecho con lo señalado en la Constitución del Ecuador que dice:

Art. 283: el sistema económico es popular y solidario propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

2.5.1. Principios de la Economía popular y solidaria.

Se destacan algunos de los principios de la economía popular y solidaria establecidos en la ley como:

- La búsqueda del Buen Vivir y el bienestar común.
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- El comercio justo y el comercio ético y responsable.
- La equidad de género.
- El respeto a la identidad cultural.
- La autogestión.
- La responsabilidad social y ambiental.
- La solidaridad y rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de los excedentes.

Por lo tanto las empresas sociales y la ley que se contempla en el país tienen una correlación en cuanto a los objetivos perseguidos en beneficio de la sociedad y sectores desfavorecidos, procurando cumplir con los principios ya mencionados.

2.5.1.1. Economía popular y solidaria.

Las empresas sociales son según Muhammad Yunus, empresas auto-sostenibles que no presentan pérdidas ni ganancias con un objetivo social dentro de las normas del mercado actual y en Ecuador existe la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria que relacionado con las empresas sociales que bien se crean por iniciativa privada pero que responden a intereses colectivos o sociales, deben acogerse a la ley ya mencionada que en su Art. 1 la define como “una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos”.

Menciona también en su Art. 2., que se rigen por esta ley todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento excepto para asociaciones objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios. Tampoco las mutualistas y fondos de inversión que rigen por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores.

2.6. Sostenibilidad de las empresas sociales en Ecuador

Las empresas sociales como se define en la teoría señalada en este análisis se manejan con capitales aportados por inversionistas y al no existir dividendos ni repartición de beneficios que la empresa haya generado a causa de su actividad los excedentes se pueden reinvertir destinándolo a la creación de iniciativas auto gestionadas e independientes financieramente, las iniciativas en las que se invierte son sostenibles ambientalmente y no comprometen de forma negativa a generaciones futuras. Las empresas sociales también son generadoras de empleo creando también un valor social asegurando una vez más sus sostenibilidad en el tiempo.

Para llegar a un análisis más puntual sobre la sostenibilidad de estas empresas se considera en principio analizar los informes sobre emprendimiento de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2014) con respecto al análisis realizado para Ecuador, se observó una reducción de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) que pasó de 36% en 2013 a 32,6% en 2014 que al contrastarlo con demás países de América Latina, Ecuador

posee el TEA más alto seguido de Perú (28%) y Chile (26,8%) contando también la TEA más alta entre economías basadas en eficiencia.

Así también la TEA en 2014 se compone por un 24.5% de negocios nacientes y un 9.9% de negocios nuevos, donde un 22.8% de los emprendedores se motiva a emprender por la oportunidad por otra parte la TEA por necesidad se ha visto reducida a un 9.6%.

De forma independiente si los emprendimientos según quienes los impulsan sostienen que se destinan a actividades de valor social o no, estos son el resultado de la falta de un empleo que satisfaga las necesidades y expectativas del emprendedor y de la oportunidad que se les presenta para hacerlo, que una vez puesta en marcha ofrece una oportunidad de crecimiento a diferentes individuos. Tanto la motivación en sentido general del emprendimiento asegura la sostenibilidad de los emprendimientos que aportan valor social por las oportunidades que estos abren.

En cuanto a las demás empresas en el Ecuador la práctica de responsabilidad social empresarial aporta valor social a causa de las actividades relacionadas con la comunidad y el ambiente aportando a la buena reputación de la empresa, fortaleciendo el compromiso que esta adquiere con la sociedad y la relación que esta tiene con sus clientes.

CAPITULO III
EMPRESAS SOCIALES EN LA CIUDAD DE LOJA

3.1. Identificación de las empresas sociales en la ciudad de Loja.

Las empresas sociales alcanzan su éxito gracias a la colaboración entre la empresa privada, el gobierno y la comunidad, existe un gran número de empresas y emprendimientos que desconocen su actual posición en el tercer sector y están desarrollando actividades tal y como se las contempla dentro de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. No se reconocen como una empresa social pero, considerando las escuelas de pensamiento y los estudios ya analizados tanto de la perspectiva anglosajona como de la parte europea, en la localidad existen empresas sociales que desarrollan actividades relacionadas a la comercialización y oferta de servicios ya sean estas organizaciones de comercio justo, dedicadas a la venta de alimentos procesados, servicios de limpieza y ornamentación, pymes, instituciones educativas, entre otras que en este capítulo se darán a conocer según la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU REV.4) adaptada al país en el documento de Clasificación Nacional de Actividades Económicas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

Para identificar a las empresas sociales en la ciudad de Loja se considera:

- a. Que la empresa realice actividades de servicios según clasificación CIIU.
- b. Tener misión orientada a generar impacto social principalmente.
- c. Cumplir con los criterios de selección determinados.

3.1.1. Criterios de selección para la identificación de las empresas sociales lojanas.

Las empresas sociales lojanas como las organizaciones tradicionales, pasan por el mismo proceso para su constitución, algunas de estas son empresas de reciente ingreso y otras llevan más de diez años ofreciendo sus servicios en la ciudad de Loja pero cumplen con una función dentro de la sociedad al ser creadores de oportunidades tanto por la inclusión de talento humano para su funcionamiento como por el desarrollo que promueven al ofertar sus servicios y las necesidades que satisfacen gracias a estos.

En este estudio para que una empresa lojana sea considerada como una empresa social cumplirán criterios que se han ido formando a lo largo del desarrollo de este trabajo de los cuales pueden cumplirse seis de los ocho criterios establecidos en la Figura 5:

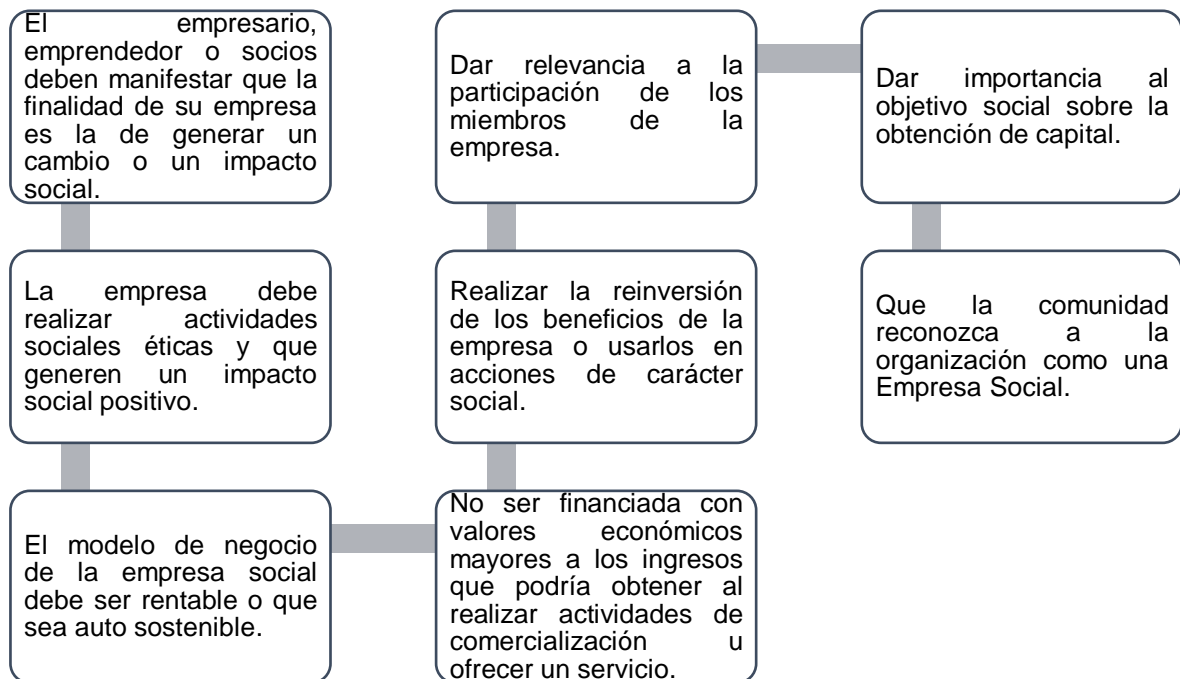


Figura 5: Criterios de selección
 Fuente: Estudio bibliográfico
 Elaboración: Ma. José Roca

Además la empresa debe realizar actividades productivas relacionadas al sector terciario en el país es decir ofrecer servicios o realizar la comercialización de productos sin someterlos a una transformación, estas actividades deberán contemplarse dentro de los servicios que constan en el documento CIIU REV.4 como señalados en la Tabla 5.

Tabla 5. Actividades que comprende sector de servicios en la ciudad de Loja

Cód.	Servicios
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
H	Transporte y almacenamiento.
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.
J	Información y comunicación.
K	Actividades financieras y de seguros.
L	Actividades inmobiliarias.
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.
P	Enseñanza.
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.
R	Artes, entretenimiento y recreación.
S	Otras actividades de servicios.

Fuente: CIIU 4.0, 2012.
 Elaboración: Ma. José Roca

De esta forma y analizando los sectores productivos en la ciudad de Loja, 22.124 empresas y establecimientos se dedican a actividades que se relacionan al sector terciario, representando un 81% con respecto a las demás actividades que se realizan en los sectores primario, agricultura, ganadería, selvicultura y pesca con un total de 4.84% y un 14% del secundario del cantón, (INEC, 2014), en la figura 6 se resume lo ya mencionado.



Figura 6: Numero de empresas según sector económico
 Fuente: INEC 2014
 Elaboración: Ma. José Roca

3.1.1.1. **Análisis y mapeo de las empresas sociales en la ciudad de Loja.**

Desde el estudio detallado de las empresas sociales se identifican las empresas sociales de la ciudad de Loja, agrupándolas de acuerdo a la clasificación CIIU REV. 4., y considerando los modelos operacionales de Sutia Kim Alter. A continuación en la Tabla 6 se define las empresas identificadas:

Tabla 6. Identificación de los tipos de empresas de sociales en Loja

Modelo Operacional	Tipos de Empresas según CIIU REV.04
Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	K641 Intermediación Monetaria. M702 Actividades de consultoría de gestión.
Modelo de mercado intermedio	G463 Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco. G472 Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados.
Modelo de empleo u ocupacional	I56 Servicio de alimento y bebida. N812 Actividades de limpieza. R91 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales. S95 Reparación de computadores y de efectos personales y enseres domésticos.
Modelo de pago por servicio	P85 Enseñanza. R9102 Actividades de museos y gestión de lugares y edificios históricos. R932 Otras actividades de esparcimiento y recreativas. S94 Actividades de asociaciones. Q861 Actividades de hospitales y clínicas
Modelo de subvención de servicio	H Transporte y almacenamiento. L68 Actividades inmobiliarias. M70 Actividades de oficinas principales; actividades de consultoría de gestión. H5224 Manipulación de carga.
Modelo de vinculación con el mercado	M732 Estudios de mercado y encuestas de opinión pública. M7490.12 Actividades de corretaje empresarial, gestión de la compra o venta de pequeñas y medianas empresas, incluidas prácticas profesionales y excluidas las actividades de corretaje inmobiliario.
Modelo de soporte organizacional	Interviene cualquier organización madura e inteligente.

Fuente: Nicholls (2006), CIIU REV.4 (2012)

Elaboración: Ma. José Roca

Esta categorización permite tener una visión mas clara de las empresas sociales de la ciudad de Loja que en teoría realizan las actividades según la clasificación ya mencionada permitiendo identificar de mejor manera las empresas.

3.1.2. Tipos de empresas sociales situadas en la ciudad de Loja.

Profundizando en el análisis de las empresas de la ciudad se registran aproximadamente 7.743 establecimientos dedicados a las actividades como las ya señalas en la Tabla 5., donde se ha considerado los registros de establecimientos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas

y Censos (INEC) y los registros que constan en la base de datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), en la Tabla 7, se destaca un resumen de las actividades que desarrollan las empresas lojanas y su modelo operacional, en un sentido generalizado sugerido de acuerdo a Sutia Kim Alter.

Tabla 7. Empresas que desarrollan modelos de empresas sociales en Loja.

Modelo de Empresa Social	Actividad	Código de Actividad
Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fondos.	K641902/COOP – SFPS
Modelo de mercado intermedio	Cooperativa de Producción y Comercialización.	COOP – EPS
	Intermediarios del comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco.	G461007
	Venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en puestos de venta o mercados.	G478100
Modelo ocupacional	Cooperativa de Producción Artesanal.	COOP – EPS
	Servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, hoteles, complejos turísticos, hosterías.	I551001
Modelo de pago por servicio	Educación de post bachillerato y nivel técnico superior, destinado a la formación y capacitación.	P853001
	Educación de tercer nivel, destinado a la formación básica en una disciplina o a la capacitación para el ejercicio de una profesión.	P853002
	Actividad de operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de viajes (tours).	N791200
	Actividades a corto y a largo plazo de los hospitales básicos y generales.	Q861001
	Actividades a corto y a largo plazo de clínicas del día, básicas y generales.	Q861002

Fuente: CIU REV.4 (2012)
Elaboración: Ma. José Roca

Del número total de empresas y establecimientos ya mencionado, 63 se consideran dentro del estudio, (ver Anexo 2), tomando como base para la selección concepciones de la escuela de pensamiento “generación de ingresos” donde se considera que la empresa aborda un objetivo social dentro de las normas del mercado actual.

3.1.3. Análisis de la situación actual de las empresas sociales en la ciudad de Loja.

En la ciudad de Loja las empresas sociales no son reconocidas como tal en el entorno empresarial además no hay un número representativo si se considera estrictamente los criterios y aspectos en su misión y modelos de trabajo que las definiría como tal, sin embargo el 35% de las empresas de servicio realizan sus actividades según el giro de negocio y el modelo operativo base que se plantean en esta investigación.

Por otra parte se debe aclarar que no todas las empresas categorizadas como sociales según su actividad cumplen con los criterios de selección, al ser empresas cuyo fin primordial es la obtención de utilidades y en aspectos como el empleo de talento humano se aplican requisitos propios de sus políticas como el de requerir un personal técnico dónde la inclusión de un cuerpo laboral con miembros que no cumplan dichos requisitos significa invertir mayores recursos para ser eficiente aun cuando esto significa hacer caso omiso de la leyes laborales vigentes en el país.

CAPITULO IV

IDENTIFICACION DE MODELOS SEGÚN KIM ALTER EN EMPRESAS SOCIALES DE LA CIUDAD DE LOJA

4. Identificación de los modelos según Sutia Kim Alter en empresas sociales de la ciudad de Loja.

Sutia Kim Alter, quien se ha convertido en una figura relevante en cuanto a la definición del concepto de empresa social, sostiene que ésta es impulsada por dos grandes fuerzas como: a) la naturaleza del cambio social y b) la diversificación de la financiación para garantizar la sostenibilidad de la organización y sus servicios.

Así este tipo de empresa también es considerado como un híbrido al encontrarse en un punto medio entre la empresa filantrópica o sin fines de lucro y la empresa comercial, Figura 7, porque utiliza enfoques de mercado para la obtención de ingresos y cumplir con su misión mediante programas sociales.

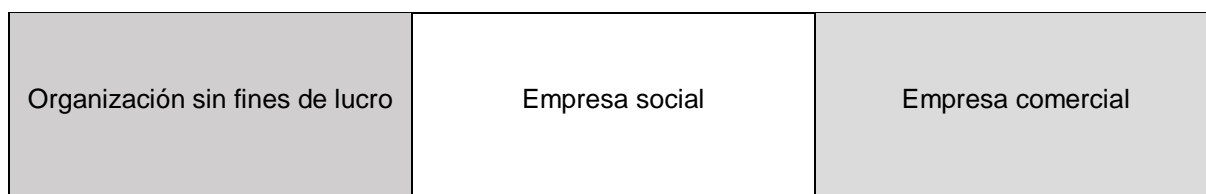


Figura 7. La empresa social
Fuente: Nicholls (2006)
Elaboración: Ma. José Roca

En la ciudad de Loja existen empresas que están en ese punto medio, con objetivos sociales y que a la vez realizan actividades de negocio, empresas que por sus actividades pueden ser consideradas como una entidad que lleva a cabo una responsabilidad social corporativa pero de la que se ignora que esta responsabilidad va más allá que mitigar un impacto negativo ocasionado por la misma empresa y que busca impulsar un cambio social.

Desde el estudio de Kim Alter para identificar las empresas sociales aplicado en el contexto local se consideran aspectos relacionados a la misión de la empresa, sus objetivos y modelo de negocio que operan, además se toman en cuenta el cumplimiento de la serie de criterios que constan en la Figura 5 como instrumento para ratificar la naturaleza de este tipo de empresa.

4.1. Clasificación de tipos de empresas sociales según Sutia Kim Alter.

Para obtener una clasificación clara de los tipos de empresas sociales en la ciudad de Loja se ha realizado un seguimiento secuencial de las actividades que realizan las empresas estudiadas, considerando relevante que estas desarrollen actividades comerciales y de servicios, identificando también su razón social y conjugando enunciados y teorías de los investigadores de las escuelas de negocios anglosajonas.

En la Figura 8 se explica de forma más detallada el proceso para la identificación de las empresas sociales en la ciudad.

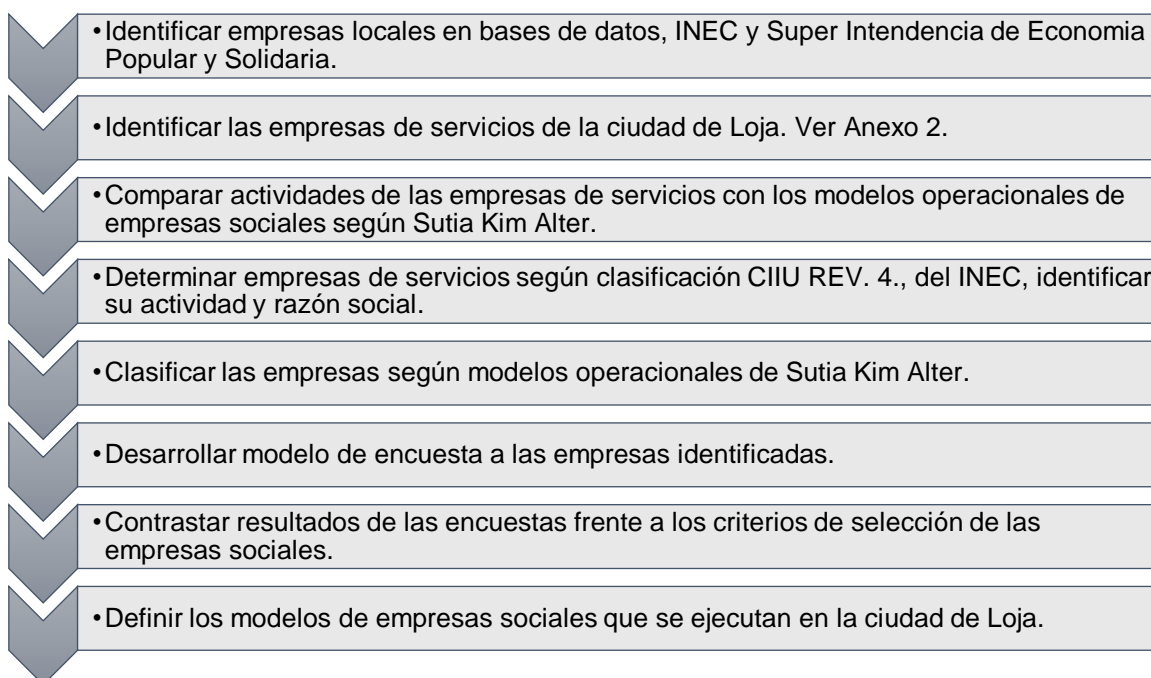


Figura 8. Proceso de identificación de empresas sociales

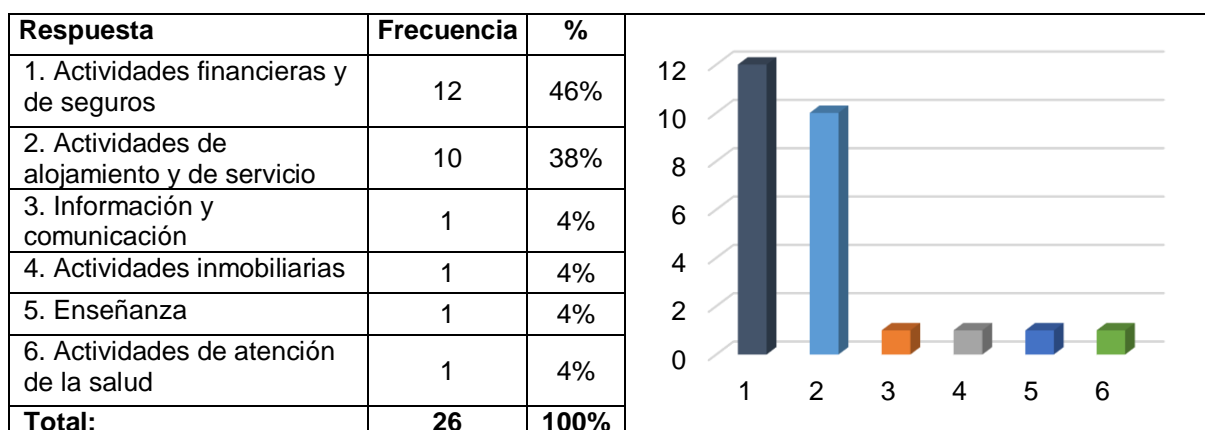
Fuente: Estudio de campo.

Elaboración: Ma. José Roca

Se registraron 63 empresas y establecimientos de servicios que se clasificaron de acuerdo a su actividad y modelo operacional, sin embargo se accedió a la información de 26 entidades debido a restricciones sobre políticas para el manejo de información. Luego de la aplicación del modelo de encuesta (ver Anexo 4) donde se desarrollaron un total de 15 preguntas y mediante observación directa se presentan los resultados a continuación:

Pregunta 1: Marque con una X la actividad a la que se dedica su empresa.

Tabla 8. Actividades a las que se dedican las empresas lojanas.



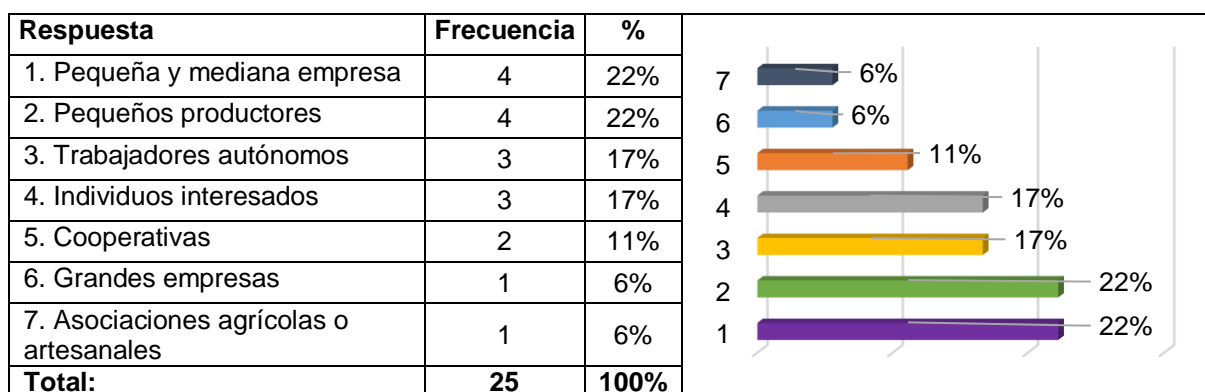
Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

Elaboración: Ma. José Roca

De los resultados obtenidos el 46% de las empresas analizadas se dedican a actividades financieras y de seguros en la figura de cooperativas de ahorro y crédito reconociendo de esta forma una de los primeros ejemplos de empresa social conocida desde los conceptos de este tipo de empresa nacidos en Europa tal y como se especificó al comienzo de este estudio. Seguida de las empresas dedicadas ofertar servicios de alojamiento y comida representando un 38% del total de empresas estudiadas.

Pregunta 2: Señale con una **X** su público objetivo¹ (A quien va dirigido su servicio)

Tabla 9. Público a quien va dirigido los servicios



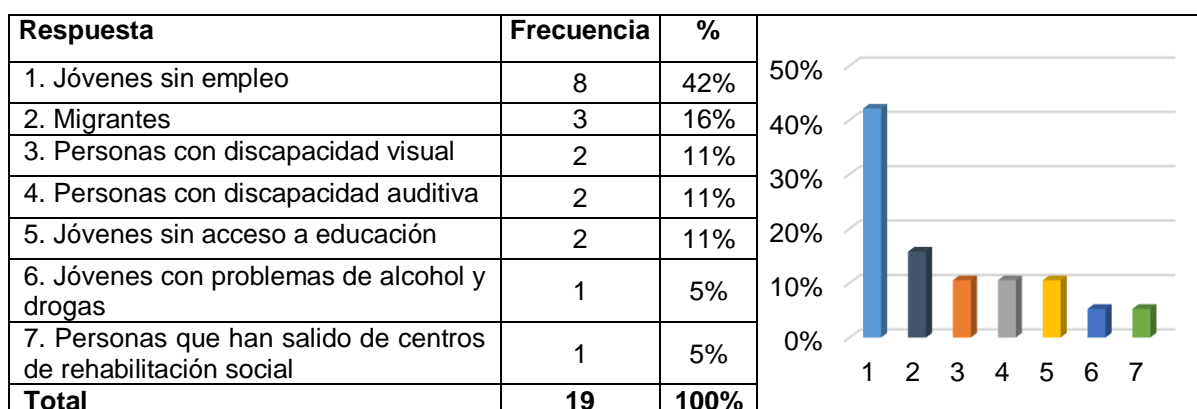
Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

Elaboración: Ma. José Roca

Los resultados más representativos son de empresas que dirigen sus servicios al público en general pero centrando su atención a clientes de la pequeña y mediana empresa además de pequeños productores siendo 22% respectivamente, lo que tiene una amplia relación con los servicios provenientes de las entidades de microfinanzas y las dedicadas a la enseñanza.

Pregunta 3: Señale con una **X** el tipo de dificultades o barreras laborales por los que ofrece oportunidades para acceder a un empleo en su empresa.

Tabla 10. Oportunidades laborales



Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

Elaboración: Ma. José Roca

¹ Esta pregunta iba dirigida a todas las empresas encuestadas a excepción de aquellas que realizan actividades de alojamiento y servicio, estas últimas debían pasar a la pregunta N°3.

En cuanto a las oportunidades laborales que las empresas ofrecen, el 42% brindan oportunidades a jóvenes sin empleo. Es importante aclarar que en este punto el interés por conocer el público al que dichas entidades prefieren ofertar una plaza de empleo viene de las empresas de alojamiento y comida al ser desde un principio la forma para identificar a estas entidades como sociales. Pero, estas empresas no pueden hasta el momento priorizar la oferta de oportunidades a personas con capacidades diferentes, tomando en cuenta que se trata de una obligación contenida en el Código de Trabajo en su artículo 42, numeral 33 donde establece que las instituciones deben procurar cumplir con la contratación de al menos una persona con discapacidad si en la organización se cuenta con un mínimo de veinticinco trabajadores, (Ministerio del Trabajo, 2012), debido a que aún no están en la capacidad de adecuar sus instalaciones para procurar su seguridad y bienestar.

Pregunta 4: Del 1 al 5 según su criterio indique que tan en desacuerdo o de acuerdo está sobre la serie de objetivos de la empresa².

Tabla 11. Objetivos de las empresas

Respuesta	1. Generar impacto social	2. Obtener utilidades	3. Generar impacto ambiental positivo
1. Muy en desacuerdo	0	1	0
2. En desacuerdo	0	2	0
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	1	5
4. De acuerdo	6	7	8
5. Totalmente de acuerdo	12	10	8
Total	24	21	19

Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

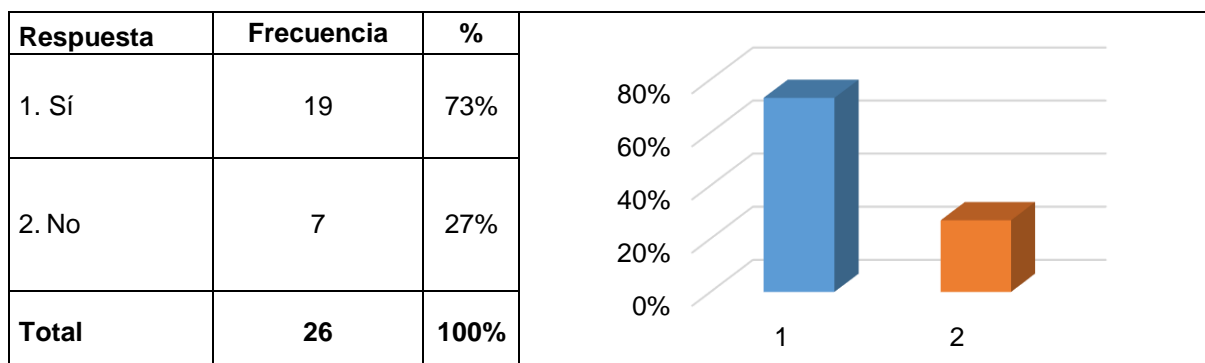
El 50% de las empresas consideran dentro de sus objetivos que es importante generar un impacto social seguido de 48% que opinan que al igual que se genera un impacto social también se toma en cuenta el objetivo de generar utilidades para la empresas.

Otro 38% respondió estar totalmente de acuerdo con que en sus empresas es importante la generación de un impacto ambiental positivo coincidiendo en muchas de sus respuestas que realizan acciones de reciclaje y otras actividades para proteger el ambiente.

² De las veintiséis empresas dos mencionan no general un impacto social y otras limitaron sus respuestas con respecto a los otros objetivos planteados.

Pregunta 5: ¿Su organización está conformada por socios?

Tabla 12. Socios de la empresa

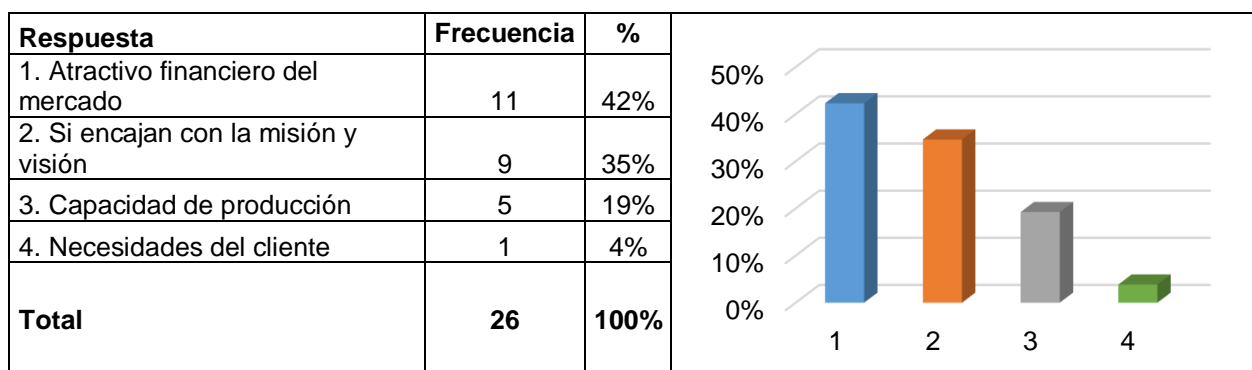


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

Conforme a los resultados obtenidos el 73% de las empresas se conforma por socios contando con la mayor presencia en las empresas de microfinanzas que supera el total de 200 socios.

Pregunta 6: Al identificar nuevas oportunidades para su empresa primero considera:

Tabla 13. Consideraciones al identificar nuevas oportunidades

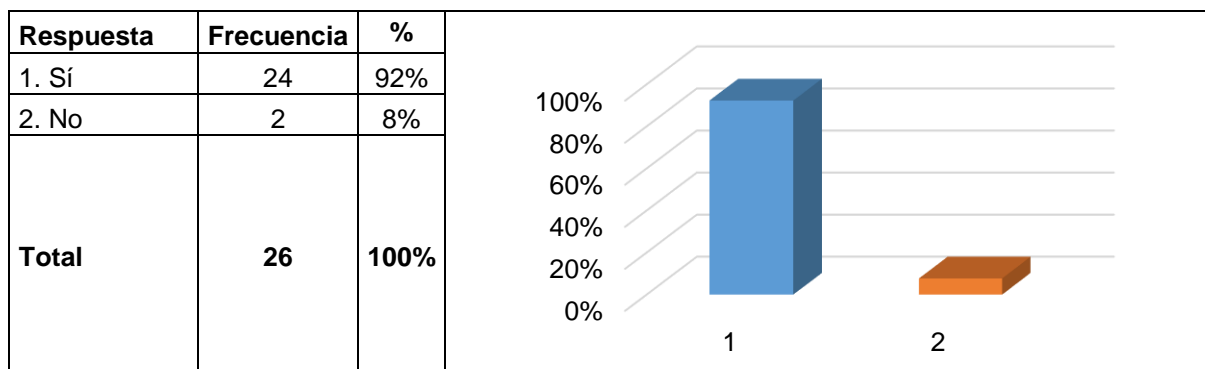


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

Conforme a los resultados, cuando se identifican nuevas oportunidades que beneficien a la empresa el 42% de las empresas consideran el atractivo financiero del mercado seguido de esto se toma en cuenta si tales oportunidades encajan con la misión y visión de la empresa.

Pregunta 7: ¿Considera que su cultura empresarial permite a su empresa estar un paso adelante con respecto a su competencia?

Tabla 14. Cultura empresarial y ventaja competitiva

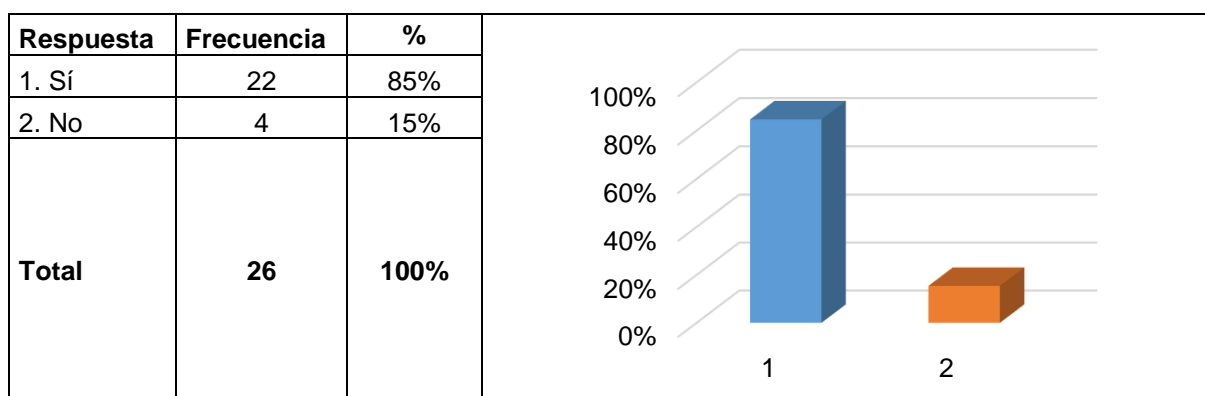


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

Se obtuvo que el 92% considera que su cultura empresarial permite a las empresas tener una ventaja competitiva como causa de los valores y forma de actuar de los miembros de la empresa, aspectos por los que son preferidos por sus clientes y les ha permitido sobrevivir.

Pregunta 8: ¿Utiliza indicadores para evaluar el desempeño de su empresa?

Tabla 15. Indicadores de desempeño

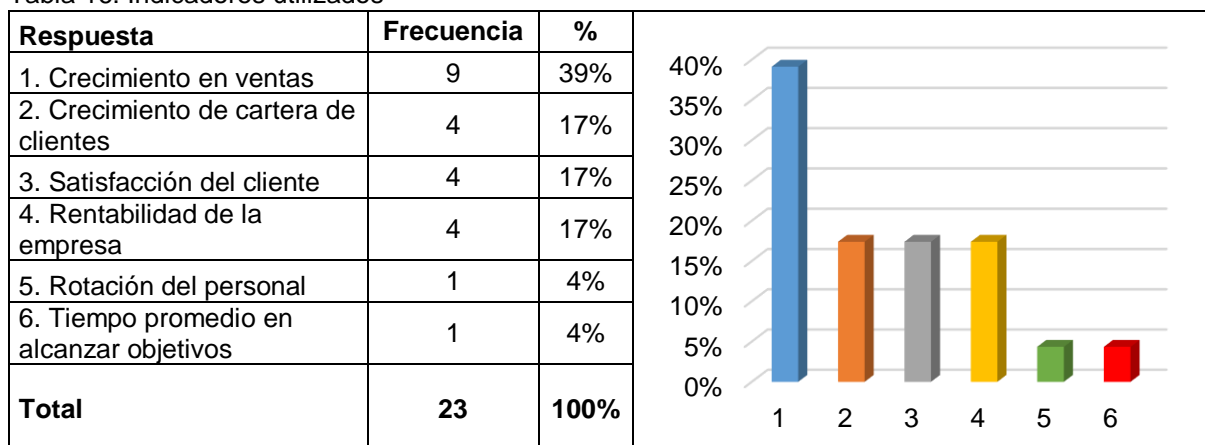


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

Para las empresas es importante el manejo de indicadores que les permitan medir su desempeño por lo que el 85% afirma que los utiliza, más adelante se conocen los indicadores utilizados.

Pregunta 9: ¿Qué indicadores³ utiliza para la evaluación de desempeño de su empresa?

Tabla 16: Indicadores utilizados



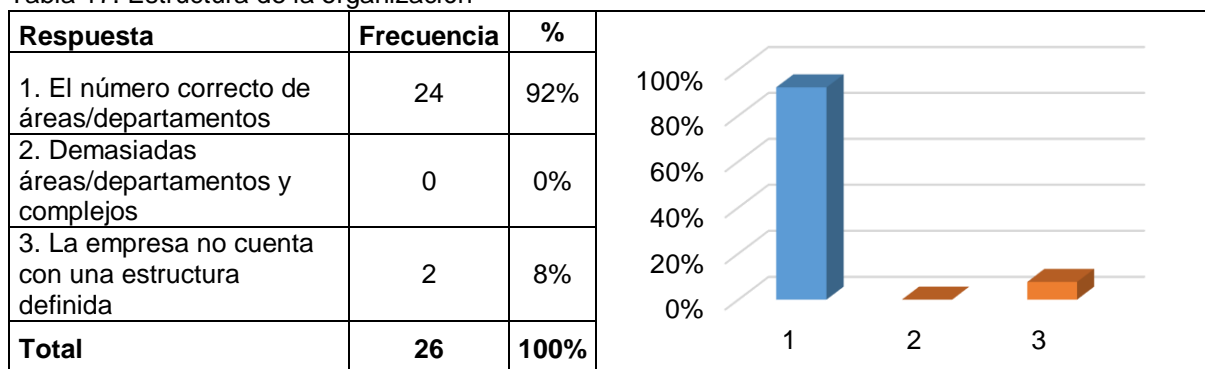
Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

Elaboración: Ma. José Roca

El 39% de las empresas prefiere conocer el crecimiento en ventas para evaluar el desempeño de su empresa, útil para la medición cuantitativa principalmente sobre el cumplimiento de los objetivos establecidos. Otros de los indicadores más empleados por el 17% de las empresas son los de satisfacción del cliente, rentabilidad de la empresa y crecimiento de cartera. Considerando la gran importancia que tiene el alcanzar objetivos de carácter social, económico y ambiental.

Pregunta 10: La estructura de la organización cuenta con:

Tabla 17. Estructura de la organización



Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

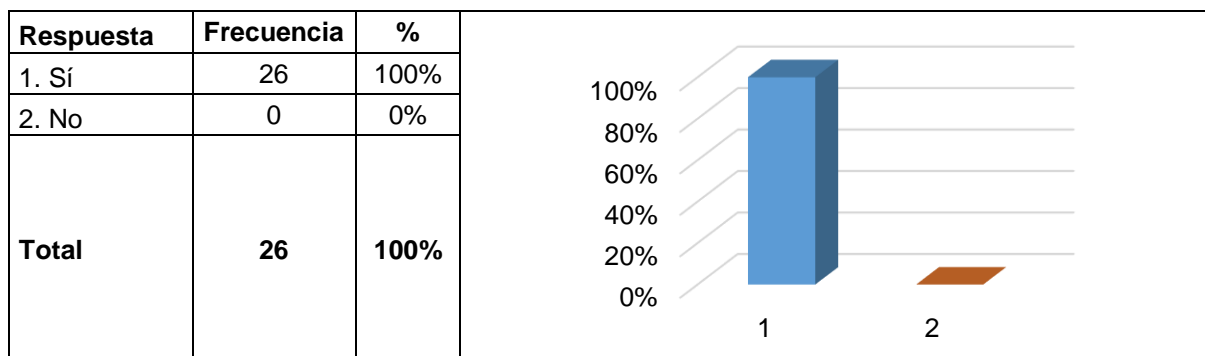
Elaboración: Ma. José Roca

Respecto a su organización las empresas respondieron contar con el número correcto de áreas, el 8% que no tiene una estructura definida por no considerar aún que su empresa deba tenerla.

³ Tres empresas no respondieron ninguna de las opciones señaladas pero mencionan usar indicadores.

Pregunta 11: La gente de la organización colabora de forma que se logra el alcance de metas propuestas.

Tabla 18. Colaboración

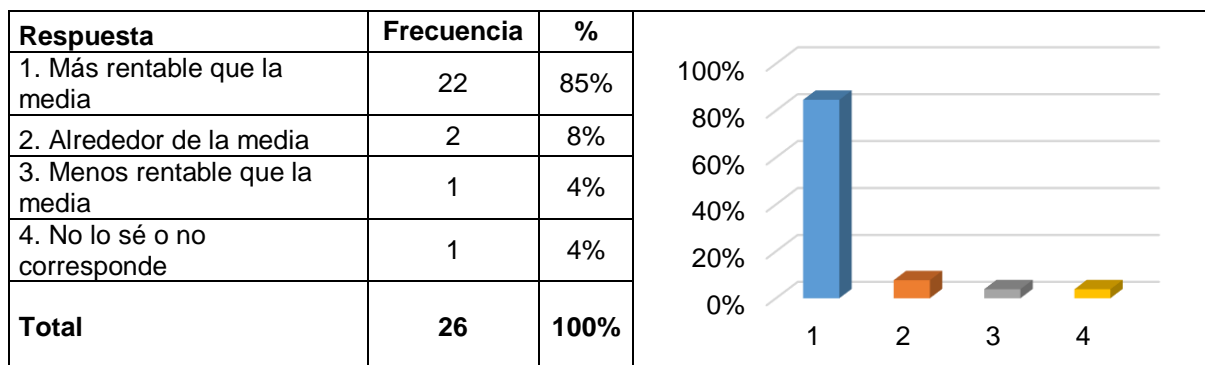


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

El 100% de las empresas cuenta con una participación activa de sus miembros, cumpliendo a cabalidad sus obligaciones y logrando una buena cultura empresarial.

Pregunta 12: En relación con su sector, ¿Qué tan rentable considera que es su organización?

Tabla 19. Rentabilidad

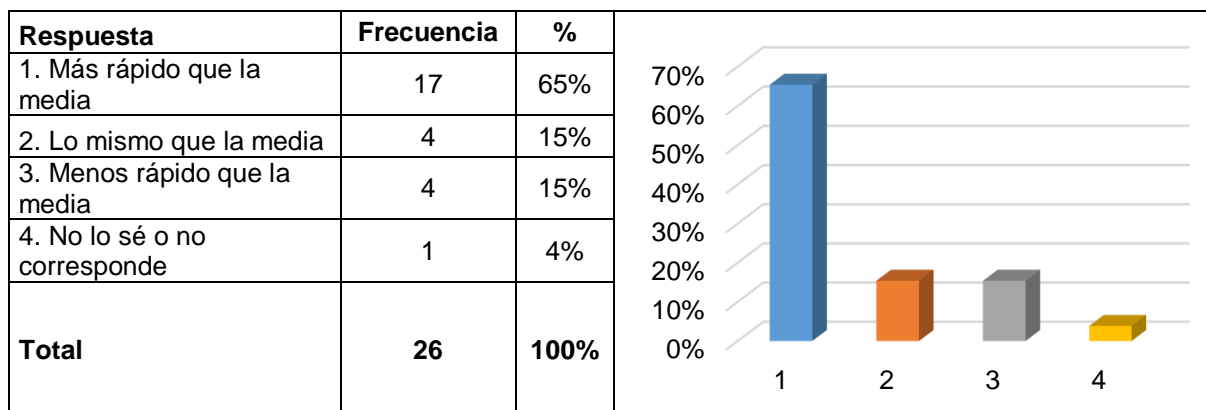


Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

De acuerdo a las respuestas de los gerentes, el 85% de las empresas consideran que sus negocios son rentables y superan la media establecida en el mercado estando por delante de sus competidores.

Pregunta 13: En relación con su sector, ¿Qué tan rápido considera que crecen los ingresos de su organización?

Tabla 20. Crecimiento de ingresos



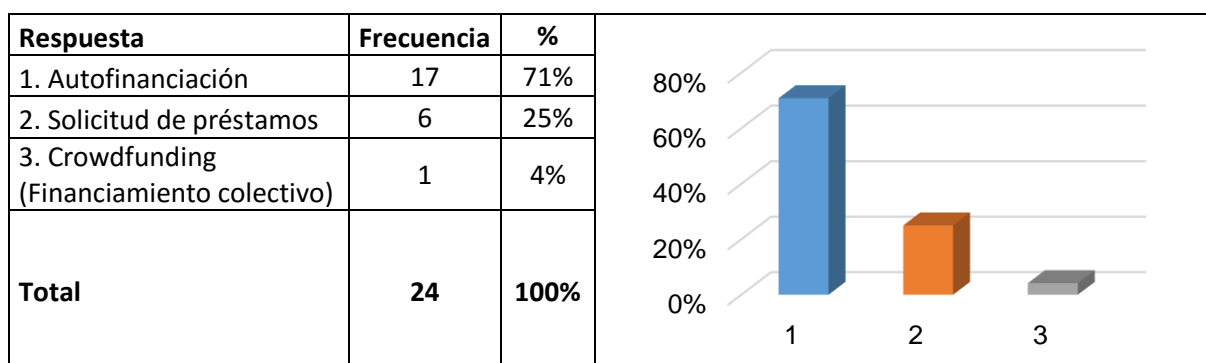
Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

Elaboración: Ma. José Roca

También se obtuvo que el 65% considera que su rentabilidad crece más rápido que la media teniendo relación con la rentabilidad que las empresas tienen respecto a su sector.

Pregunta 14: Sobre la financiación⁴ de su empresa para continuar con sus actividades. ¿Qué es más importante?

Tabla 21. Búsqueda de financiación



Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.

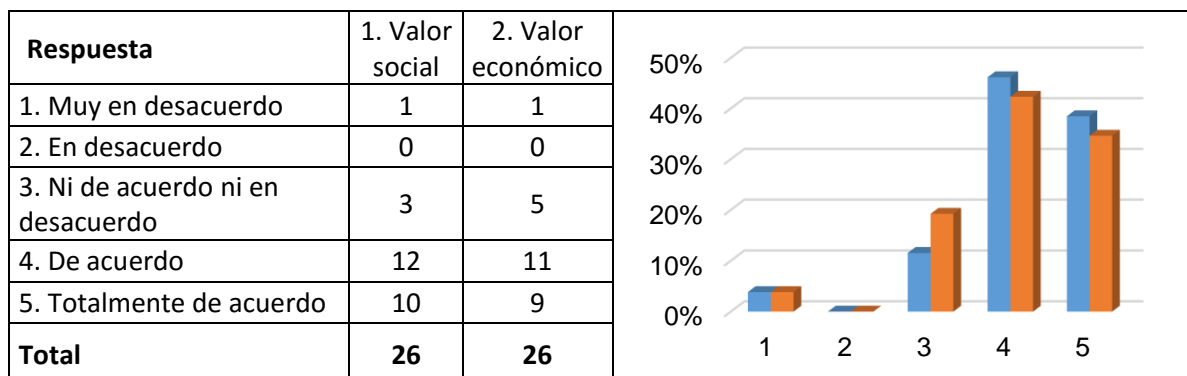
Elaboración: Ma. José Roca

El 71% de las empresas ha expresado que la sostenibilidad de su empresa se alcanza mediante la autofinanciación, al financiar sus actividades mediante la reinversión de sus ganancias y poder cubrir sus gastos u obligaciones. Considerando también que es un punto clave para determinar si las empresas son sociales o no.

⁴ Las empresas se limitaron a responder este ítem.

Pregunta 15: Señale que tan de acuerdo o desacuerdo está sobre el valor social y económico que crea la empresa.

Tabla 22. Valor aportado por la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a gerentes de empresas de la ciudad de Loja.
Elaboración: Ma. José Roca

Acorde a los resultados el 46% de las empresas mediante sus actividades crean valor social independientemente del modelo operacional bajo el que trabajen. Aspecto importante también para la valoración de una empresa social. De la misma manera el 42% de estas crean valor económico al efectuarse transacciones por los servicios que las empresas ofrecen.

Recalcando que las empresas desde su perspectiva aportan un valor económico y social y mediante el análisis de sus actividades se las puede definir como entidades que desarrollan los modelos de empresas sociales. Pero por su forma de operar y desde una visión externa hace ver a estas empresas que llevan principios basados con la responsabilidad social corporativa y como una empresa que desarrolla actividades que generen impacto social y que este objetivo tenga una conexión a su misión.

Así, junto con los resultados obtenidos mediante las encuestas, se evalúa cada empresa tomando en cuenta los criterios de selección ya citados (ver Anexo 5), observando que las empresas de la ciudad de Loja manejan un modelo de empresa social incrustada.

En la figura 9, se detalla un resumen de los resultados obtenidos, especificando el modelo de empresa encontrado y el modelo de negocio bajo el que operan:

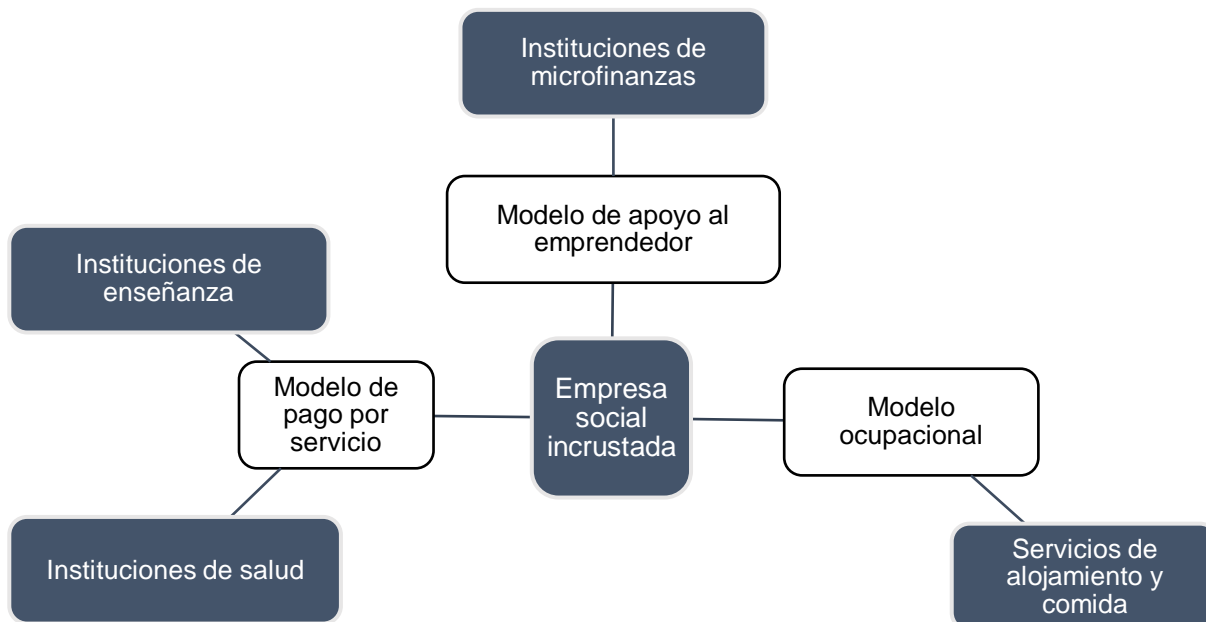


Figura 9: Resumen empresas sociales lojanas
 Fuente: Estudio de campo.
 Elaboración: Ma. José Roca

4.2. Análisis de los modelos de empresa social existentes basados sobre la misión y su relación con la generación de riqueza de Sutia Kim Alter.

Las empresas sociales analizadas cumplen con los criterios planteados para considerarlos como tal, dichas empresas trabajan con modelos para generar impactos positivos en lo económico, social y ambiental, son organizaciones que trabajan con actividades comerciales orientadas a las microfinanzas, servicios de alojamiento y comidas, salud y enseñanza, estas actividades les permiten su sostenibilidad y alcanzar su misión.

Después de evaluar a las empresas encuestadas de acuerdo a los criterios de selección, diez empresas cumplieron el número de ítems establecidos para denominarlas como empresas sociales. Se observa a continuación en la Tabla 23 las empresas sociales de la ciudad:

Tabla 23: Clasificación de las empresas sociales de la ciudad de Loja

Empresas	Modelo de Empresa	Modelo operacional	Valor Económico	Valor Social
Coop. Mego	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor.	Oferta de servicios de créditos para emprendedores. Cubrir gastos. Compra de casa. Compra de vehículo.	Asesoría en servicios financieros. Beneficios por ser socios.
Coac. Padre Julián Lorente	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Servicios financieros: Créditos Pymes. Créditos de consumo Créditos de vivienda Microcréditos. etc.	Asesoría en servicios financieros. Beneficios por ser socios.
Coac. Cristo Rey	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Servicios financieros: Microcréditos Créditos de consumo Planes de Ahorro Financiamiento para compra de vehículo.	Apoyo en servicios financieros a socios.
Coac. Solidario Ltda.	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Servicios financieros: Microcréditos	Otorgar créditos a socios para que mejoren su calidad de vida.
Coac. Servidores Municipales de Loja	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Servicios financieros: Microcréditos	Apoyo en servicios financieros a socios.
Coac. Globalcoop	Empresa social incrustada	Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Servicios financieros: Microcréditos	Apoyo en servicios financieros a socios

Hotel Bombuscaro	Empresa incrustada	Modelo de empleo u Ocupacional	Venta de servicio alojamiento, cafetería y eventos sociales	Oportunidades laborales para jóvenes sin empleo y sin acceso a educación.
Hostal Aguilera Internacional	Empresa incrustada	Modelo de empleo u Ocupacional	Venta de servicio alojamiento, catering, restaurant y actos sociales	Oportunidades laborales a jóvenes sin empleo y demás personal desempleado
Sociedad de Lucha Contra el Cáncer Núcleo Loja	Empresa incrustada	Modelo de pago por servicio	Atención de salud en enfermedades catastróficas.	Subsidios a pacientes que sufren enfermedades catastróficas.
Empresas Emprendiendo Loja	Empresa social incrustada	Modelo de pago por servicio	Venta de servicios de capacitación	Asesoría a emprendedores. Manejo de programas de responsabilidad social.

Fuente: Estudio de campo.
Elaboración: Ma. José Roca

Se ha identificado que las empresas estudiadas manejan un modelo de empresa social incrustada, por lo tanto esto significa que sus actividades se centran de manera explícita en el cumplimiento de su misión empleando un modelo de autofinanciamiento y un bajo nivel de endeudamiento a través de préstamos, dado a que se reduce la necesidad de buscar financiamiento externo incluso se excluye la solicitud de donaciones y se provee a si misma de una base diversa de financiación más confiable debido a sus prácticas.

Las empresas sociales citadas en esta investigación representan menos del 2% de las empresas y establecimientos de servicios de la ciudad que por declaraciones expresadas por sus representantes están conscientes de su aporte a la sociedad y hacen prevalecer sus objetivos de crear un impacto positivo tanto en lo social como en lo ambiental considerándolo un aspecto relevante sobre la obtención de beneficios económicos.

4.3. La sostenibilidad de las empresas sociales lojanas.

Las empresas sociales lojanas llevan a cabo actividades que les permite desarrollar estrategias de sostenibilidad utilizando las herramientas adecuadas para su buen desempeño, tal es el caso en el uso de indicadores para medir el desempeño en las cuatro áreas principales de una empresa donde los resultados obtenidos son la base para la implementación de mejoras para que la organización logre ser efectiva y eficiente.

Para este tipo de empresas también es importante que sus programas o actividades creen de forma equilibrada valor económico, social y ambiental por lo que diversifican servicios para generar la autofinanciación de las empresas, ofertan oportunidades económicas porque se abren posibilidades de empleo, crecimiento y desarrollo de los involucrados, promoviendo también igualdad de oportunidades y reduciendo brechas de exclusión social.

Además la empresa social ejecuta otras actividades con las que permite el desarrollo del mercado operando en áreas poco atractivas para la mayoría de empresas privadas con la visión de alcanzar una recuperación económica.

4.4. La generación de valor social y valor económico aportado por las empresas sociales en Loja.

En la ciudad de Loja la creación de valor social y económico de las empresas sociales varía según la actividad a la que se dediquen.

Pero el aporte de estas en cuanto a valor social se ve representado en las oportunidades de empleo ofertados para una parte de la población en desventaja, debido a limitaciones causadas por consecuencias de problemas sociales o de salud; está representado también

en las habilidades sociales e interpersonales que el público objetivo desarrolla después de recibir apoyo por estas empresas. Oportunidades de educación y desarrollo personal, protección de sus derechos humanos o el fortalecimiento de la sociedad civil, son objetivos de valor social que las empresas alcanzan.

El valor económico generado por las mismas les impulsa a la diversificación de sus fondos para reinvertir en la mejora de sus servicios, tener autofinanciación y su capacidad de subvencionar ciertos gastos incurridos en las actividades de la propia organización.

CONCLUSIONES

- Las empresas sociales son una respuesta a la dificultad de obtención de financiamiento mediante la ejecución de actividades comerciales y de servicios que buscan la creación de valor económico y la generación de un impacto social y ambiental positivo.
- Las empresas tradicionales generan impacto social positivo a través de los servicios ofertados para satisfacer necesidades y las oportunidades principalmente laborales que abren, por lo que desde una visión general pueden ser consideradas como empresas sociales.
- Las empresas sociales son organizaciones auto sostenibles reconocidas dentro de la legislación ecuatoriana como parte de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en las figuras de sector comunitario, asociativo, sector cooperativo donde prevalece la generación de impacto social positivo sobre los intereses de obtención de utilidades.
- Las empresas sociales de la ciudad de Loja aplican modelos de negocios basados en su misión y su relación con la generación de riqueza desarrollando sus actividades bajo el modelo de empresa social incrustada.
- Las empresas de microfinanzas, empresas orientadas a ofrecer servicios de alojamiento y comida, las instituciones de salud y entidades privadas que desarrollan programas y actividades de gestión empresarial, son ejemplos claros de empresas sociales en la ciudad de Loja por su oferta de servicios y oportunidades.
- En el sector empresarial local existe un marcado prejuicio sobre el compartir información respecto a las actividades de cada empresa además de confusión y desconocimiento sobre las empresas sociales.

RECOMENDACIONES

- Socializar los resultados de esta investigación ante la comunidad universitaria para aportar sobre el conocimiento de las empresas sociales tanto de la ciudad de Loja como del país.
- Promover que las universidades y las instituciones de desarrollo y gestión empresarial motiven el estudio de las empresas sociales, la discusión de su metodología, tipos y modelos para el desarrollo de espacios de participación e inclusión.
- Informar sobre el papel integrador de las empresas sociales y motivar la creación de las mismas e impulsar el desarrollo de la economía y la creación de oportunidades para la sociedad.
- A través de las instituciones y organizaciones empresariales y de comercio, incentivar a los empresarios locales a reconocer aspectos de sus organizaciones que hacen de ellas entidades orientadas a la generación de valor social y por ende empresas sociales.
- Se recomienda interés sobre el tema para la realización de futuras investigaciones que permitan complementar la información y el conocimiento sobre las empresas sociales y su función en el entorno lojano.

BIBLIOGRAFÍA

- Burt, M. (2008). *El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica. Desarrollando nuevos emprendimientos.* Centro de Formación de la Cooperación Española. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 18.
- Casani, F., Lizcano, J. L., de Pablo, I., & Fernández, A. (s.f.). *EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA SOCIAL: CLARIFICACION CONCEPTUAL, ELEMENTOS DISTINTIVOS Y ALGUNAS EVIDENCIAS EMPÍRICAS.*
- De Leonardis, O., Mauri, D., & Rotelli, F. (1995). *La empresa social: Nueva Visión.*
- De Pablo López, I. (2005). *El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social. En: V Seminario sobre creación de empresas y entorno.* . Universidad Autónoma de Madrid. Trujillo.
- Dees, J. G. (1998). *Enterprising nonprofits.* . Harvard business review, 76, 54-69.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship.*
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2006). Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field. En *Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought.* (págs. 39-66.).
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2007). *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society.*
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Journal of Social Entrepreneurship. *Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences.* Journal of social entrepreneurship, 1(1), 32-53.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 75, 7-34.*
- Díaz-Foncea, M., & Marcuello, C. (2014). Las empresas sociales en España: concepto y características. *Revista Vasca de Economía Social-Gizarte Ekonomia Euskal Aldizkaria, 8.*
- FISAC, R., Moreno, A., MATAIX, C., & PALACIOS, M. (2011). *La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo.* Revista Española del Tercer Sector. Enero-abril. 17-40.
- Kerlin, J. A. (2006). *Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences.* . Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 17(3), 246-262.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., Izquierdo, E., Samaniego, A., & Villa, R. (2014). *ESPAE Graduate School of Management.* Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemecuador2014.pdf>
- Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos. (2013). *Actividades de emprendimiento social se desarrollan en CRS de Riobamba.* Obtenido de <http://www.justicia.gob.ec/actividades-de-emprendimiento-social-se-desarrollan-en-crs-de-riobamba/>

- Ministerio del Trabajo. (26 de Septiembre de 2012). *Código del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Navarro, A. M., & Climent, V. C. (2010). *Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis*. Obtenido de REVESCO: revista de estudios cooperativos, (100), 43-67.: <file:///C:/Users/usuario/Dropbox/Varios/Dialnet-EmprendedurismoYEconomiaSocialComoMecanismosDeInse-3194112.pdf>
- Nicholls, A. (Ed.). (2006). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford University Press.
- Nyssens, M. (2007). *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*. Routledge.
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). *Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship*. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Universidad Católica del Uruguay. (Diciembre de 2014). *Cuadernos de RSO. Publicación interdisciplinaria sobre Responsabilidad de las Organizaciones*. Obtenido de http://www.ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/RSO_vol3_completo.pdf
- Vidal, I., & Claver, N. (2003). Las empresas sociales en el ámbito de la integración por el trabajo. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 46, 39-62.

ANEXOS

Anexo 1. Autorización para uso de información



Maria Jose Roca Loaiza <mjroca1@utpl.edu.ec>

RE: Academic Permissions Request Form

1 mensaje

Academic Permissions <Academic.permissions@oup.com>
Para: "mjroca1@utpl.edu.ec" <mjroca1@utpl.edu.ec>

27 de octubre de 2015, 4:22

Thank you for your request. You have our permission to use the OUP Material you list in your email below in your thesis/dissertation for submission to Universidad Técnica Particular de Loja.

If at some future date your thesis/dissertation is to be published elsewhere it will be necessary to re-clear this permission. Please also note that if the material to be used is acknowledged to any other source, you will need to clear permission with the rights holder.

Kind regards,

Tom McKibbin

Permissions Executive

From: no.reply@oup.com [<mailto:no.reply@oup.com>]

Sent: 25 October 2015 05:18

To: Academic Permissions

Subject: Academic Permissions Request Form

O_0_URL	/uk/academic/rights/permissions/request
A_Z_firstname	Maria
A_Z_lastname	Roca
B_Z_Company	Student from Universidad Técnica Particular de Loja
C_Z_Address	Calle París y Bruselas
C_Z_zip	110107
D_Z_PhoneNo	
D_Z_country	South America

Anexo 2. Clasificación de empresas de sociales en Loja según clasificación CIU REV.4.

Tabla 24. Clasificación de las empresas sociales en Loja según CIU Rev. 4. 2012.

	Razón Social	Código De Actividad
Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa CACPE Loja Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Loja Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cristo Rey	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Microempresa Fortuna	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Solidario Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Probienestar Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Obras Publicas Fiscales de Loja y Zamora	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito San Sebastián - Loja	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDIAMIGO Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Profesionales del Volante Unión Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito 27 de Abril	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Loja Internacional Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito del Sindicato de Choferes Profesionales de Loja Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Servidores Municipales de Loja Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Mercado Centro Comercial Loja	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito de Crecimiento Económico Rentable Crecer Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Unión y Progreso UNIPRO Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesionales de Loja	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito GLOBALCOOP	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Reina del Cisne Ltda.	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Hospital Militar	K641902/COOP – SFPS
	Cooperativa de Ahorro y Crédito Migrantes & Emprendedores Ltda.	K641902/COOP – SFPS
Cooperativa de Ahorro y Crédito 27 de Diciembre	K641902/COOP – SFPS	
Cooperativa de Ahorro y Crédito del Instituto Daniel Álvarez Burneo	K641902/COOP – SFPS	
Cooperativa de Ahorro y Crédito para el Desarrollo de la Región Sur CACDESUR	K641902/COOP – SFPS	
Cooperativa de Ahorro y Crédito El Emprendedor	K641902/COOP – SFPS	
Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Provincia de Loja UNICOOP	K641902/COOP – SFPS	
Modelo De Mercado Intermedi	Cooperativa de Producción y Comercialización de Productos Agroecológicos de mi Terruño	COOP – EPS
	Torres montesinos Fernando patricio	G461007
	Calva Luzón Macrina Dionicia	G461007

	Benítez Pullaguay Rosario	G478100
	Cobos Sanmartín Juana Ernestina	G478100
	Sánchez Carmen Delia	G478100
	Coronel Coronel Rosa Elena	G478100
	Gordillo Rosa Amada	G478100
Modelo Ocupacional	Cooperativa de Producción Artesanal Carpinteros San José	COOP – EPS
	Quovadis Hotel	I551001
	Hotel Bombuscaro	I551001
	Hotel Vilcabamba	I551001
	Hostal Aguilera Internacional	I551001
	Hotel Prado Internacional	I551001
	Hotel Libertador	I551001
	Howard Johnson Loja	I551001
	Restaurant Sazón Latino	I551001
	Pavi Pollo	I551001
	Pollos Ricky	I551001
	Sandy Express	I551001
	Restaurante Cecina la Y	I551001
	Pescadería El Chinito Dos	I551001
	Restaurant los Jardines	I551001
	Albán Cabrera María del Carmen	I551001
Los Alpes Fast y Delicious	I551001	
Modelo De Pago Por Servicio	Instituto Tecnológico Superior Sudamericano y Compañía	P853001
	Emprendiendo Loja	P853002
	Universidad Técnica Particular de Loja	P853002
	Agencia de Viajes Blaue-Berge Cía. Ltda.	N791200
	Sociedad de Lucha Contra el Cáncer Solca Núcleo de Loja	Q861001
	Ríos Montalván Edgar Enrique	Q861002
	Servicios UTPL Cía. Ltda.	Q861002
	Hospital Clínica San Agustín Cía. Ltda.	Q861002

Fuente: CIIU REV.4 (2012)

Elaboración: Ma. José Roca

Anexo 3. Número de empresas sociales basado en los modelos de Sutia Kim Alter y clasificación CIIU Rev. 4. 2012.

Tabla 25. Número de empresas sociales según modelo operacional

Modelo operacional	Número de empresas
Modelo de apoyo al empresario/emprendedor	30
Modelo de mercado intermedio	8
Modelo ocupacional	17
Modelo de pago por servicio	8
Total	63

Fuente: Nicholls, A. (Ed.), 2006

Elaboración: Ma. José Roca

Anexo 4. Modelo de Encuesta.

Identificación de Modelos de Empresas Sociales

Datos de la empresa:

Nombre de la empresa: _____

Teléfono: _____

Correo electrónico: _____

Dirección: _____

Objetivo de la encuesta: Identificar las empresas sociales de la ciudad de Loja y los modelos que estas desarrollan.

1. Marque con una **X** la actividad a la que se dedica su empresa:

1. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	8. Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
2. Transporte y almacenamiento.	9. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.
3. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	10. Enseñanza.
4. Información y comunicación.	11. Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.
5. Actividades financieras y de seguros.	12. Artes, entretenimiento y recreación.
6. Actividades inmobiliarias.	13. Otras actividades de servicios.
7. Actividades profesionales, científicas y técnicas.	Especifique: _____

Nota: Sí marco actividades “Actividades de alojamiento y de servicio de comidas” pase a pregunta 3.

2. Señale con una **X** su público objetivo (A quienes va dirigido principalmente su servicio)

1. Trabajadores autónomos	7. Individuos interesados
2. Pequeña y mediana empresas	8. Organizaciones barriales
3. Pequeños Productores	9. Empresa sin fines de lucro
4. Grandes empresas	10. Organizaciones con dificultades operativas y logísticas en sectores específicos
5. Cooperativas	
6. Asociaciones agrícolas o artesanales	

3. Señale con una **X** el tipo de dificultades o barreras laborales por los que ofrece oportunidades para acceder a un empleo en su empresa.

Descripción	Señale (X)
1. Personas con discapacidad visual	
2. Personas con discapacidad auditiva	
3. Personas con discapacidad motora	
4. Refugiados	
5. Migrantes	
6. Jóvenes sin acceso a educación	
7. Jóvenes sin empleo	
8. Jóvenes con problemas de alcohol y drogas	
9. Personas que han salido de centros de rehabilitación social	

4. Del 1 al 5 según su criterio indique que tan en desacuerdo o de acuerdo, está sobre la serie de objetivos de la empresa.

1 = Muy en desacuerdo	3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5 = Totalmente de acuerdo
2 = En desacuerdo	4 = De acuerdo	

Objetivos de la empresa:	1	2	3	4	5
1. Generar impacto social					
2. Obtener utilidades					
3. Generar impacto ambiental positivo					

Según sus respuestas,

¿Qué actividades realiza para generar impacto social?:

¿Qué actividades realiza para generar impacto ambiental positivo?:

5. ¿Su organización está conformada por socios?

1. Si () 2. No ()

Cuántos: _____

6. Al identificar nuevas oportunidades para su empresa, primero considera:

- 1. Atractivo financiero del mercado ()
- 2. Si encajan con la misión y visión ()
- 3. Capacidad de producción ()
- 4. Necesidades del cliente ()

7. Considera que su cultura empresarial permite a su empresa estar un paso adelante con respecto a su competencia

- 1. Si ()
- 2. No ()

8. ¿Utiliza indicadores para evaluar el desempeño de su empresa?

- 1. Si ()
- 2. No ()

Nota: Si responde NO, pase a la pregunta 10.

9. ¿Qué indicadores utiliza para la evaluación de desempeño de su empresa?

(Puede marcar más de 1)

- 1. Crecimiento en ventas ()
- 2. Crecimiento de cartera de clientes ()
- 3. Satisfacción del cliente ()
- 4. Rentabilidad de la empresa ()
- 5. Tiempo de previsión de necesidades del cliente ()
- 6. Tiempo de entrega logística ()
- 7. Rotación del personal ()
- 8. Tiempo promedio en alcanzar objetivos ()
- 9. Otros ()

¿Cuál/es?: _____

10. La estructura de la organización cuenta con:

- 1. El número correcto de áreas/departamentos ()
- 2. Demasiadas áreas/departamentos y complejos ()
- 3. La empresa no cuenta con una estructura definida ()

11. La gente de la organización colabora de forma que se logra el alcance de metas propuestas:

1. Si () 2. No ()

12. En relación con su sector, ¿Qué tan rentable considera que es su organización?

1. Más rentable que la media ()
 2. Alrededor de la media ()
 3. Menos rentable que la media ()
 4. No lo sé o no corresponde ()

13. En relación con su sector, ¿Qué tan rápido considera que crecen los ingresos de su organización?

1. Más rápido que la media ()
 2. Lo mismo que la media ()
 3. Menos rápido que la media ()
 4. No lo sé o no corresponde ()

14. Sobre la financiación de su empresa para continuar con sus actividades, ¿Qué es más importante?

1. Autofinanciación ()
 2. Solicitud de préstamos ()
 3. Crowdfunding (financiamiento colectivo) ()
 4. Subvenciones ()
 5. Donaciones ()

15. Señale que tan de acuerdo o desacuerdo está sobre el valor social y económico que crea la empresa.

1 = Muy en desacuerdo	3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5 = Totalmente de acuerdo
2 = En desacuerdo	4 = De acuerdo	

Usted cree:	1	2	3	4	5
1. Valor social (búsqueda de progreso mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión)					
2. Valor económico (búsqueda de mejores resultados económico)					

Identificación de los modelos de Sutia Kim Alter en las empresas sociales de la ciudad de Loja, 2015

Anexo 5. Criterios de selección para definir empresas sociales.

Tabla 26. Criterios de selección, cooperativas de ahorro y crédito

Empresa Criterios	Coop Mego Ltda.	COAC Padre Julián Lorente Ltda.	COAC. Cristo Rey	COAC Solidaria Ltda.	COAC Crediamigo Ltda.	COAC de los Profesionales del Volante Unión Ltda.	COAC 27 De Abril	COAC Loja Internacional Ltda.	COAC del Sindicato de Choferes Profesionales de Loja Ltda.	COAC Servidores Municipales de Loja Ltda.
El empresario, emprendedor o socios deben manifestar que la finalidad de su empresa es la de generar un cambio o un impacto social.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	×	✓
La empresa debe realizar actividades sociales éticas y que generen un impacto social positivo.	✓	✓	✓	✓	✓	×	×	✓	×	✓
El modelo de negocio de la empresa social debe ser rentable o que sea auto sostenible.	✓	✓	✓	✓	✓	×	×	×	×	✓
No ser financiada en su totalidad o parcialmente con valores económicos mayores a los ingresos que podría obtener al realizar actividades de comercialización u ofrecer un servicio.	✓	✓	✓	✓	✓	×	×	×	×	✓
Realizar la reinversión de los beneficios de la empresa o usarlos en acciones de carácter social.	✓	✓	✓	✓	✓	×	×	✓	×	✓
Dar relevancia a la participación de los miembros de la empresa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dar importancia al objetivo social sobre la obtención de capital.	✓	✓	✓	✓	×	✓	✓	×	×	✓
Que la comunidad reconozca a la organización como una Empresa Social.	✓	✓	×	×	×	×	×	×	×	✓

Fuente: Estudio bibliográfico

Elaboración: Ma. José Roca

Tabla 27. Criterios de selección, cooperativas de ahorro y crédito, hoteles y hostales

	COAC de Crecimiento Económico Rentable Crecer Ltda.	COAC Globalcoop	COAC Hospital Militar	COAC Cacdesur	Quovadis Hotel	Hotel Bombuscaro	Hotel Vilcabamba	Hostal Aguilera Internacional	Hotel Prado Internacional	Hotel Libertador
El empresario, emprendedor o socios deben manifestar que la finalidad de su empresa es la de generar un cambio o un impacto social.	x	✓	✓	✓	x	✓	x	✓	✓	x
La empresa debe realizar actividades sociales éticas y que generen un impacto social positivo.	x	✓	x	x	✓	✓	x	✓	✓	✓
El modelo de negocio de la empresa social debe ser rentable o que sea auto sostenible.	x	✓	x	x	✓	✓	✓	✓	x	✓
No ser financiada en su totalidad o parcialmente con valores económicos mayores a los ingresos que podría obtener al realizar actividades de comercialización u ofrecer un servicio.	x	✓	x	x	✓	✓	✓	✓	x	✓
Realizar la reinversión de los beneficios de la empresa o usarlos en acciones de carácter social.	x	✓	x	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dar relevancia a la participación de los miembros de la empresa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dar importancia al objetivo social sobre la obtención de capital.	x	✓	✓	✓	x	x	x	✓	✓	x
Que la comunidad reconozca a la organización como una Empresa Social.	x	x	x	x	x	✓	x	x	x	x

Fuente: Estudio bibliográfico
 Elaboración: Ma. José Roca

Tabla 28. Criterios de selección, restaurantes, hospitales y centros de gestión

Criterios	Empresa	Restaurant Sazón Latino	Pollos Ricky	Sandy Express	Restaurante Cecina La Y	SOLCA Loja	Empresas Emprendiendo Loja
El empresario, emprendedor o socios deben manifestar que la finalidad de su empresa es la de generar un cambio o un impacto social.		x	x	x	x	✓	✓
La empresa debe realizar actividades sociales éticas y que generen un impacto social positivo.		x	✓	✓	x	✓	✓
El modelo de negocio de la empresa social debe ser rentable o que sea auto sostenible.		✓	✓	✓	✓	✓	✓
No ser financiada en su totalidad o parcialmente con valores económicos mayores a los ingresos que podría obtener al realizar actividades de comercialización u ofrecer un servicio.		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Realizar la reinversión de los beneficios de la empresa o usarlos en acciones de carácter social.		x	✓	✓	✓	✓	✓
Dar relevancia a la participación de los miembros de la empresa		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dar importancia al objetivo social sobre la obtención de capital.		x	x	x	x	✓	✓
Que la comunidad reconozca a la organización como una Empresa Social.		x	x	x	x	✓	✓

Fuente: Estudio bibliografico
 Elaboración: Ma. José Roca

i

ⁱ Para la selección de las empresas sociales debieron cumplirse seis de los ocho criterios establecidos en las tablas.