

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Emprendimiento Social: un equilibrio entre lo social y lo económico (Social Entrepreneurship: a balance between social and economic)

Autor/as: D^a Nchama Nsogo, Herminia
D^a Pérez Landaeta, Viviana M.

Tutor: De la Rosa Ruíz, Carmen Inés

Grado en Contabilidad y Finanzas
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014/2015

La Laguna, 01 de Julio 2015

INDICE

RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.....	6
1.1. DIFERENTES ACEPCIONES DEL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.....	6
1.2. FACTORES CLAVES EN EL EMPRENDIMEINTO SOCIAL	7
1.3. TIPOS DE EMPRENDIMEITO SOCIAL	8
1.3.1. ONG tradicional	8
1.3.2. Empresa social sin ánimo de lucro	9
1.3.3. Empresa social híbrida	9
1.3.4. Empresa social con ánimo de lucro	9
1.4. TIPOS DE EMPRENDEDORES SOCIALES	10
1.4.1. Bricoleur social	10
1.4.2. Construcccionista social	10
1.4.3. Ingeniero social	11
2. DIFERENCIA ENTRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO.....	11
3. EMPRESAS SOCIALES EN ESPAÑA.....	13
3.1. LAS COOPERATIVAS.....	14
3.2. LAS SOCIEDADES LABORALES.....	14
3.3. LAS MUTUALIDADES.....	14
3.4. LOS CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO.....	14
3.5. LAS EMPRESAS DE INSERSIÓN.....	15
3.6. LAS COFRADÍAS DE PESCADORES.....	15
3.7. LAS FUNDACIONES.....	15
3.8. LAS ASOCIACIONES.....	15
4. EMPRESAS SOCIALES EN TENERIFE.....	15
5. INSTRUMENTOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS SOCIALES.....	21
6. CONCLUSIONES.....	23
7. BIBLIOGRAFÍA.....	25
8. ANEXOS.....	27
ANEXO I:.....	27

RESUMEN

El emprendimiento social ha adquirido, en los últimos años, una relevancia significativa, puesto que ayuda a paliar los efectos negativos que producen las desigualdades sociales, medioambientales y financieras entre colectivos. Busca dar solución a los problemas sociales que no están siendo atendidos por otros entes. Si bien su importancia e interés es innegable, actualmente no existe un reconocimiento explícito y claro del emprendimiento social y de la figura del emprendedor social. Es por ello que el objetivo de este trabajo consiste en analizar de manera más profunda el emprendimiento social, desde su definición, organismos con los que interactúa, diferenciando las formas en las que se puede presentar, así como las empresas sociales que desarrollan alguna actividad en España, concretamente en la isla de Tenerife. Debido a la dificultad que existen a la hora de identificar aquellas empresas que desarrollan algún tipo de actividad social, y con el fin de hacernos un boceto de los emprendedores/as que desarrollan actividades de carácter social se ha optado por enviar un cuestionario al conjunto de asociaciones que conforman la base de datos de la Oficina de Voluntariado del Cabildo Insular de Santa Cruz de Tenerife.

Palabras clave

Emprendimiento social, Desarrollo económico, valor social

ABSTRACT

Social entrepreneurship is an alternative for change that helps to beat the effects that social, environmental and financial inequalities between groups. It tends to solve the social problems that are not being served by other entities. While its importance and interest is undeniable, there is currently no explicit and clear recognition of social entrepreneurship and social entrepreneur figure. That is why the aim of this paper is to analyze more deeply social entrepreneurship, from its definition, the organisms with which it interacts, differentiating the ways that can be presented as well as social enterprises that develop an activity in Spain, specifically in the island of Tenerife. Based on the quantitative methodology, survey and sampling, for which they have selected a group of associations which have generally been able to extract most of those who work on the Island of Tenerife, operating mainly in the regional field, performing a wide range of services like handicap help aids. So this sector is considered essential to the development of society.

Keywords

Social entrepreneurship, economic development, social value.

INTRODUCCIÓN

El concepto de “emprendimiento social”, una expresión que hace unos años era apenas conocida, empieza a extenderse en la prensa, la literatura científica y la práctica social, lo primero que cabe preguntarse es si se trata de un fenómeno económico nuevo o una figura organizativa diferentes a las ya existentes hasta ahora o, por el contrario, se trata de un viejo concepto con una denominación nueva.

Hay algo de cierto en ambas interpretaciones. Desde el momento en que reconocemos que la concepción de emprendimiento social está ligada al desarrollo económico y al modo de producción e innovación de cada momento histórico se debe aceptar que el contenido del emprendimiento social no constituye en sí mismo ninguna novedad. A lo largo de la evolución humana siempre ha habido innovadores y emprendedores sociales cuya preocupación por los problemas de los individuos y las comunidades se encontraba por encima de sus intereses económicos: lo fueron, desde luego, los primeros cristianos y muchas comunidades religiosas de todo el mundo, pero también lo son actualmente millones de personas que participan de alguna manera en organizaciones de carácter social de muy diferente significado y orientación, pero con el objetivo común de estar más preocupados por los problemas sociales que por el propio interés económico o de otro orden.

La empresa social aparece en Italia a finales de la década de 1980, pero no se extiende su uso en Europa hasta mediados de la década posterior. El concepto aparece en la revista “Impresa sociale” en 1990 (Defourny and Nyssens, 2008) para designar las iniciativas pioneras que se agruparían bajo la forma legal de “cooperativas sociales” que aprobó el Parlamento italiano un año después. El término se usa para referirse a una economía justa que contribuye a la mejora de las condiciones de vida y el bienestar de un grupo social que no incluye solamente a los más privilegiados.

Según los datos extraídos del informe trimestral emitido por el Banco de España acerca de la economía española, se puede comprobar que esta prolongó la trayectoria expansiva del último año, estimando que el PIB había crecido en el período enero-marzo a una tasa intertrimestral del 0,8% lo que sitúa su tasa de variación interanual en el 2,5%, pudiendo alcanzar el 2,8% a lo largo de 2015. Se espera que en el 2016 continúe su trayectoria alcista pero en menor medida de la que se experimente durante el año 2015. Entendiendo que a su vez, todo lo anterior favorece a todos los sectores, específicamente el Tercer sector, que es en el que se ubica el concepto de emprendimiento social.

Los objetivos con los que se plantea este trabajo son los de identificar el papel que tiene el emprendedor social en la sociedad, conocer con aproximación los tipos de empresas con fines sociales existentes en España y por Comunidades Autónomas. Así como analizar los diferentes tipos de emprendimiento y emprendedores sociales que existen en la actualidad. Por último, nos proponemos analizar un colectivo específico vinculado de alguna manera al emprendimiento social, como son las asociaciones, Para ello haremos un boceto del tipo de asociaciones que operan en la isla de Tenerife, su ámbito de actuación, procedencia y destino de los fondos con los que se financian, así como el área en que desarrolla su actividad.

El trabajo se ha estructurado en cinco bloques. El primer bloque se centra en las diferentes definiciones de emprendimiento social y los tipos de según algunos autores

especializados en el ámbito económico y social. En el segundo se explican las diferencias y similitudes existentes entre el emprendimiento social y económico. Dentro del tercer bloque se hace un análisis de las empresas que operan con fines sociales en España, la tasa de actividad emprendedora por etapas, dividiéndose estas últimas en, naciente, joven, temprana y consolidada. El cuarto y penúltimo bloque, que constituye el cuerpo esencial del trabajo, se incluye un estudio de las asociaciones que desarrollan alguna actividad en la isla de Tenerife. Por último en el quinto apartado, se muestran los distintos tipos de instrumentos financieros usuales en este tipo de empresas.

1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En la actualidad el concepto de Emprendimiento Social es muy crítico ya que cada autor tiene una percepción distinta sobre este, lo que produce que cada uno lo defina de una forma diferente. En el siguiente apartado se hace un recorrido por las diferentes acepciones.

1.1 DIFERENTES ACEPCIONES DEL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.

Según La Comisión Social Europea¹ considera empresa social como, aquellas para las cuales el objetivo social de interés común es la razón de ser de la acción comercial, que se traduce a menudo en un alto nivel de innovación social. Los beneficios que obtienen se reinvierten en la realización de este objetivo social. Como reflejo de su misión, el modo de organización o régimen de propiedad, está basado en principios democráticos o participativos u orientados a la justicia social.

Para Muhammad Yunus, banquero y economista que desarrolló el concepto de microcréditos, la empresa social tiene como objetivo superar la pobreza, o resolver los problemas que amenacen a la población y a la sociedad (como educación, salud, acceso a la tecnología, medio ambiente) y no maximizar beneficios. La empresa social se crea con el ánimo de garantizar sus sostenibilidad en el tiempo y no de cubrir una necesidad específica., para lo que resulta fundamental garantizar su viabilidad financiera y económica.

Entre las condiciones necesarias de todo emprendimiento social destacan:

- La sostenibilidad económica y el uso de herramientas empresariales.
- La respuesta a una necesidad social a través de los bienes y servicios que crea, el colectivo al que emplea o a quién pertenece.
- La reinversión de los beneficios.
- La renuncia a repartir dividendos.
- Talento e innovación puestos al servicio del cambio social.
- Búsqueda de soluciones sistémicas (encontrar el punto de palanca y no las respuestas a corto plazo)
- Gestión democrática y transparente.

Por otra parte CanariasCultura.com² hace referencia a la descripción de Emprendimiento social según la Ashoka, una de las organizaciones internacionales más reconocidas de apoyo a emprendedores sociales. Ashoka reconoce que los emprendedores sociales poseen dos atributos sobresalientes, una idea innovadora que produzca un cambio social significativo y una visión emprendedora a la hora de realizar sus proyectos. Son personas que poseen la visión, la creatividad y la determinación

¹ Las distintas definiciones de emprendimiento social así como de la Comisión social Europea y de Muhammad Yunus se encuentran en el siguiente enlace https://emprende.usal.es/esyc/a-emprendimiento_social_y_cultural/1-que_es_el_emprendimiento_social.html

² (<http://canariascultura.com/emprendedores-sociales/>)

tradicionalmente asociada a los emprendedores de negocios pero su motivación es la de generar un cambio social profundo y duradero y no el beneficio económico. Se trata de ideas que tengan el potencial de cambiar las pautas y patrones sociales. Ideas que al ser implementadas resulten sencillas, flexibles, versátiles y atractivas, en definitiva que sean capaces de cambiar la forma en la que una sociedad percibe y define un tema en particular, a la vez que cambia sus creencias acerca de qué tipo de soluciones y estrategias resolverán el problema.

Por tanto, se considera que el emprendimiento social es una forma de emprender, que a diferencia de los demás tipos de emprendimientos, se dedica no en una parte, sino el 100% de su acción a dar solución a los problemas sociales, a través de la combinación de recursos institucionales técnicos, humanos y financieros existentes en el entorno para la generación de un valor social y mejora sostenible en la calidad de la vida de los ciudadanos. Ya que el emprendedor social considera que la resolución de problemas sociales no sólo corresponden al sector público, sino asume que cada persona, empresa, trabajador puede convertirse en un agente social para ayudar al cambio de la sociedad.

1.2. FACTORES CLAVES EN EL EMPRENDEDOR SOCIAL

Existen tres factores o premisas a la hora de identificar al emprendedor/a social según Bernardo Kliksberg (2011):

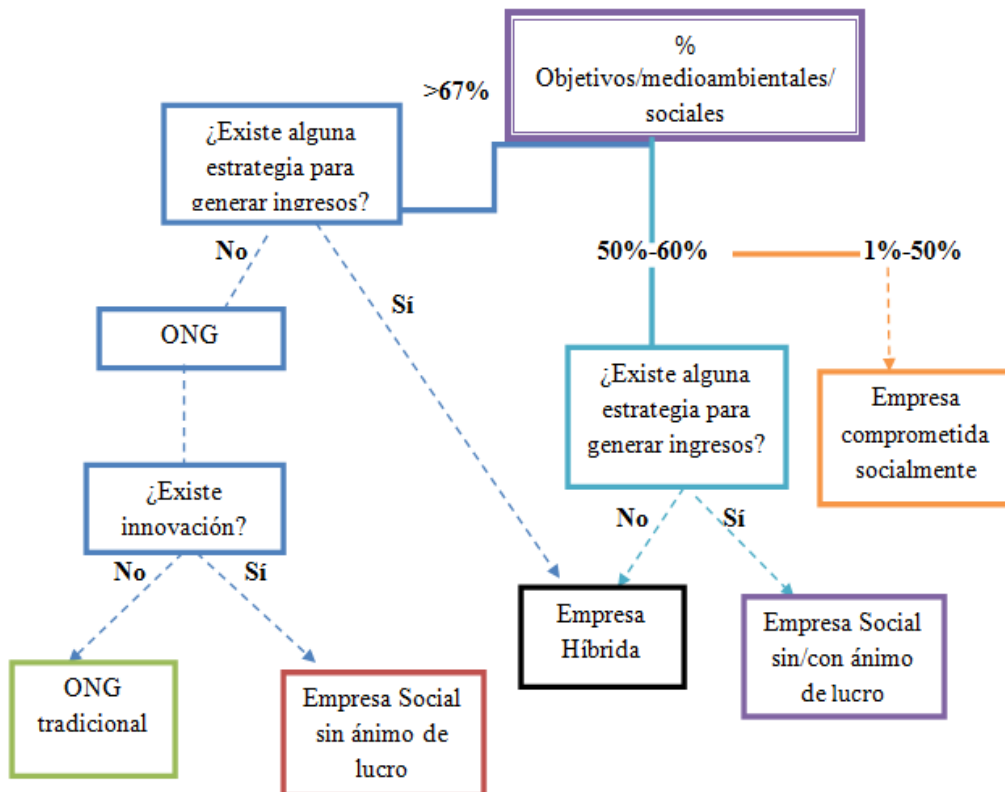
- Valores éticos: un emprendedor tiene que ser una persona, altruista, solidaria, empática, que defienda la sostenibilidad ecológica y la justicia social, que conozca sus debilidades y fortalezas, sepa transformar las amenazas en oportunidades, y de esta manera avanzar en la consecución de sus objetivos.
- Conocimiento/detección de las necesidades sociales: existen muchas necesidades en la sociedad, que los mismos ciudadanos no pueden o no cuentan con los recursos necesarios para satisfacer. Algunas están siendo atendidas por organismos o entidades públicas y privadas y otras no. Un buen emprendedor social debe tener claro qué necesidades existen, cuáles no están cubiertas y si es capaz de satisfacer alguna de ellas y cómo obtener los recursos o materiales necesarios para solucionar dicho problema. Tal es el caso de Muhammad Yunus, que en base a la necesidad de financiación hallada en la población de Bangladesh, creó un banco de microcréditos para conceder pequeños préstamos a personas económicamente pobres que no podían solicitar un préstamo bancario tradicional.
- Comunidades de relaciones: el emprendedor social no está sólo, no emprende sólo, sino que debe aprender de forma colaborativa, transmitir el conocimiento y recibir (no es lo mismo uno sólo que varios juntos).

El emprendedor social considera que los problemas de la sociedad nos afectan, o al menos nos deberían afectar a todos, ya que la sociedad está compuesta por todos. De la misma manera las organizaciones están conformadas por personas y constituyen un todo, una identidad grupal y coherente. Pero no por ello se anula la identidad de cada uno de los individuos que la componen.

1.3. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.

Según el análisis del GEM³ (2009), todas las empresas sociales nacen con el objetivo social pero no todas comparten la meta de obtener beneficios económicos.

En el siguiente esquema se muestra una clasificación según su estrategia para generar ingresos:



Fuente elaboración propia a partir del GEM (Junio 2015)

1.3.1 ONG tradicional

El objetivo social/medioambiental es el único o principal y tiene el estatus de organización sin ánimo de lucro, como puede ser la Cruz Roja.

³ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) constituye la más importante red mundial sobre emprendimiento y tiene por objetivo medir la actividad emprendedora, las actitudes y aspiraciones de los individuos. A través de encuestas, genera datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor y con ellos elabora informes anuales.

hacer que la información de alta calidad sobre la iniciativa emprendedora esté disponible para el mayor público posible. <http://www.gem-spain.com>

1.3.2. Empresa social sin ánimo de lucro

El objetivo social/medioambiental es el único o principal; tiene estatus de organización sin ánimo de lucro y es innovadora en su(s) proyecto(s).

1.3.3. Empresa social híbrida

El objetivo social/medioambiental es el único u ocupa una posición muy importante y existe una estrategia de generación de ingresos que está integrada o es complementaria a la misión de la organización, es decir, un tipo de organización que combina la creación de valor social y económico, empresas que sin olvidar su misión social, tienen carácter innovador y más del 50% de sus ingresos provienen del mercado o a través de financiación ajena. Como es el caso de BIZZI (<http://bi-zzi.com/sobre-bizzi/nuestra-historia/>), una empresa social en la que se diseña, fabrica y comercializa matrículas decorativas para bicicletas, creada por dos mujeres de países diferentes que observaron que en sus respectivas ciudades tenían un grave problema de tráfico, contaminación y absentismo escolar en las zonas rurales ya que en muchas ocasiones los alumnos no contaban con medios de transporte para asistir a clases. De esta manera detectaron la necesidad de revalorizar la bicicleta como modelo de movilidad. BIZZI persigue un doble objetivo, por un lado, mejorar la calidad educativa de las zonas rurales, entregando a los alumnos que los necesiten bicicletas para facilitarles la asistencia a clases y por otro, sensibilizar a la población urbana el uso de la bicicleta.

BIZZI destina el 75% de su beneficio al fin social y el 25% restante lo reparte a sus socios es una empresa que sin renunciar a su fin social, es capaz de compaginar la creación de valor social y económico, diseña, fabrica y comercializa matrículas para bicis como medio de transporte sostenible, colabora a su vez con el cuidado del medio ambiente ya que la bicicleta es uno de los elementos que menos daño hace al medioambiente, y también colabora para que los niños viven por zonas rurales puede asistir regularmente a sus clases sin ningún impedimento de algún medio de transporte, por les dona bicis sin ningún coste para que puedan desplazarse, evitando así que el transporte deje de ser un impedimento para la educación de este colectivo.

1.3.4. Empresa Social con ánimo de lucro

El objetivo social/medioambiental ocupa una posición importante pero no tiene por qué ser el único y existe una estrategia clara de generación de ingresos.

Éstas son empresas innovadoras cuyo objetivo principal es la creación de valor social sin eximirse de generar beneficios económicos. Como por ejemplo, Trampolín Solidario, una empresa canaria que trabaja para facilitar la inserción socio-laboral de las personas a través de la agricultura ecológica (<http://www.trampolinsolidario.org/>).

Fomentan las iniciativas laborales colectivas que apuesten por el desarrollo de una economía social. Por ello, destinan el 100% del beneficio a la creación de puestos de trabajo y a la formación para la profesionalización de sus trabajadores y trabajadoras. Las personas contratadas por Trampolín Solidario, realizan su actividad laboral durante un año al mismo tiempo que participan en un itinerario de inserción, en el que madura su idea emprendedora.

Es importante resaltar en este punto lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa que se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Para ello destinan parte de sus beneficios a realizar acciones que generan valor social. Inditex invierte en acción social con patrocinios, mecenazgo apoyando a instituciones, ONG'S, fundaciones de diferentes ámbitos geográficos. En el año 2013, destinó 23,5 millones de euros en programas sociales, distribuidos entre trescientos trece organizaciones sin fines lucrativos y setecientos cincuenta y seis mil beneficiarios directos, el desglose de estos últimos se muestran en la tabla nº 1.

Tabla 1. Indicadores de inversión de Inditex en programas sociales 2013

Indicadores de inversión	Nº de beneficiario
Inserción escolar	56.370
Formación profesional	52.510
Migrantes, refugiados y desplazados	180.235
Atención sanitaria	38.6097
Empleo generado - iniciativas sociales	6.283
Otros	74.505

Fuente: Elaboración propia (Mayo 2015) a partir de los datos de la página web oficial de Inditex (www.inditex.com/es).

1.4. TIPOS DE EMPRENDEDORES SOCIALES

El GEM cita a Zahra et al (2009), para clasificar el emprendimiento social, y lo divide en tres formas en función del impacto social obtenido por sus empresas.

1.4.1. Bricoleur social

Se centra en oportunidades de pequeña escala, al descubrir y luchar contra las necesidades sociales locales, éstos cumplen un importante rol social, ya que gracias a ellos muchas de las necesidades sociales, indiscernibles para otros sido detectadas y atendidas. Lo que favorece a que se encuentre en una posición de ventaja para descubrir las necesidades sociales en las que puede aprovechar su motivación, conocimiento y recursos personales para crear y aumentar la riqueza social.

Es el caso de Cristóbal Colón fundador de la Fageda (<http://www.fageda.com/es>) empresa catalana con fines sociales que da trabajo a personas con discapacidad intelectual o enfermedades mentales crónicas. Su actividad principal es la fabricación y comercialización de postres lácteos, helados y mermeladas, y las secciones de Jardinería y Granja se desarrolla desde La Fageda Fundació, que también es titular del Centro Especial de Empleo en su conjunto.

1.4.2. Construccinista social

Es aquel que suele introducir reformas e innovaciones en el sistema social de una manera más amplia, trata de lograr cambios sistemáticos.

En este caso Tom Szaky constructor social, en 2001 crea su empresa Terracycle, dedicada al reciclaje, recolecta de envases y productos difíciles de reciclar y transformarlos en productos innovadores que están disponibles on-line a través de diferentes cadenas de supermercados.

1.4.3. Ingeniero social

Este tipo de emprendedores recogen los problemas sistemáticos en las estructuras sociales y los abordan mediante la introducción de un cambio revolucionario, generalmente actuando como impulsores de la innovación. Un ejemplo de este tipo de emprendedor social es Muhammad Yunus, creador del Grameen Bank, es un banco social destinado a entregar microcréditos a personas económicamente pobres.

2. DIFERENCIA ENTRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO.

Tal y como se ha mencionado el objetivo del emprendimiento social es generar beneficios para reinvertir la mayor parte de ello en actividades sociales con una forma distinta de innovar, mientras que el emprendimiento económico se enfoca en la creación de valor económico, mediante la maximización de beneficios.

Generalmente las empresas sociales adoptan la forma jurídica de las empresas económicas, por tanto en ocasiones resulta complejo diferenciar unas y otras bajo este concepto, por lo que será necesario hacer un estudio de otros aspectos, como la misión, forma jurídica, llevanza de la contabilidad, entre otros.

Cabe destacar que, en las empresas sociales existe preponderancia de los objetivos sociales y/ o medioambientales sobre los económicos, creación de valor social antes que el valor económico. En el emprendedor comercial la generación de valor social no es un objetivo principal, sino una consecuencia indirecta de la actividad realiza, en cambio el objetivo del emprendedor social es directamente la creación de valor social (Dees, 2001), entendiendo por valor social todo aquello que consiste en la generación de cambios positivos en la calidad de vida de las personas, mientras que el valor económico, es la generación de riqueza material a partir de la creación de productos que responden a las oportunidades del entorno.

Es importante mencionar que no sólo existen diferencias entre ambos, también existe alguna similitud, como el riesgo que asumen ambas, este riesgo suele estar ligado a la inversión, a la incertidumbre del mercado e incluso al fracaso del proyecto o empresa.

En la siguiente tabla comparativa se muestra algunas de las diferencias más relevantes entre estos dos tipos de emprendimiento y las ONG's.

Tabla 2: Diferencias entre ONG, Emprendimiento social y Emprendimiento económico.

	ONG	Emprendimiento social	Emprendimiento económico
Concepto	Son organizaciones intermediarias que por no tener fines de lucro y distinguirse del estado, pertenecen tanto al campo de la sociedad civil como al tercer sector	Enfocadas a generar beneficio para reinvertir la mayor parte de ello en actividades sociales con una nueva forma de innovar	Creación de valor económico, mediante la maximización de beneficios
Objetivo principal	-Acciones de interés general(actividades asistenciales, cívicas, culturales, educativas entre otras) -Capacitación y elaboración de proyectos -Actividades de asesoramiento	Actividades asistenciales	Maximizar los beneficios
Forma jurídica	ONG	Diversas dependiendo de su razón social	Mercantiles y/o personalistas
Contabilidad	Para entidades no lucrativas	Diversa dependiendo de su objeto social	Según el plan general contable de pequeñas y medianas empresas
Tipos	-Fundaciones de -Organizaciones de inmigración -Etc.	-Asociaciones -Sociedades laborales -Fundaciones -Cooperativas -Etc.	-S.A -S.L y/o S.LU -Comanditaria simple o por acciones -Etc.
Aspectos económicos		Los productos son bienes, servicios e ideas. -Dificultad para cuantificar los resultados sociales. Transparencias (confianza). -Financiación: Diversa (venta de productos y prestación de servicios, patrocinios, etc.) -Dispone de dos o más mercados (clientes, donantes, beneficiarios, entre otros)	-Los productos son bienes, servicios e ideas. -Cuantificación de los resultados económico. Presión del mercado. -Financiación: con actividad de venta de productos o prestación de servicios. -Dispone de un mercado de clientes que adquieren productos o servicios de la empresa.
Ejemplos	Caritas, Cruz roja, Adra etc.	Fundación Ana bella, Bizzi, etc.	Inditex, Telefónica, Iberdrola, etc.

Fuente: Elaboración propia (Abril, 2015)

3. EMPRESAS SOCIALES EN ESPAÑA

Las empresas sociales surgen en España al igual que en el resto de Europa, a finales de la década de los 90, por un factor que es la exclusión social como consecuencia de desempleo, lo cual provoca que desde diversos lugares geográficos de España y Europa comiencen iniciativas innovadoras donde empresas que buscan invertir, creando nuevas estructuras de formación para el empleo (Defourny y Nyssens, 2006) al igual forma que los centros especiales de empleo. Por otro lado también a finales del siglo XX se crean las cooperativas sociales, como una figura de economía social (Sanchis y Melian, 2009)

Según los estudios y análisis del GEM (2009), la región del mundo con mayor presencia de empresas sociales es Estados Unidos con una cifra de 4.15%, seguida por el Caribe con 3.05%, América latina en general con 2.39% y por último, África subsahariana con 2.35%. España presentan el menor porcentaje de emprendedores sociales en Europa con una tasa de actividad empresarial de 0.51% en comparación a Islandia que presenta un 4.24% o Finlandia con 2.71%.

Con esos datos se deduce que el emprendimiento social a nivel mundial está poco desarrollado y en España menos aún.

Tabla 3: Actividad de emprendimiento social (AES), como porcentaje de la población activa en 2009, por comunidad autónoma de la madurez de la empresa.

Comunidad es Autónomas	Actividad naciente de emprendimiento o social	Actividad emprendimiento social empresa joven	Actividad emprendimiento social empresas en etapa temprana	Actividad emprendimiento social o empresa consolidada	Total emprendimiento social
Andalucía	0.20	0.20	0.30	0.40	0.70
Aragón	0.55	0.25	0.80	0.15	0.95
Asturias	0.15	0.05	0.20	0.15	0.35
Baleares	0.60	0.40	1.00	0.20	1.20
Islas Canarias	0.30	0.20	0.50	0.30	0.75
Cantabria	0.40	0.20	0.60	0.20	0.80
Castilla y León	0.30	0.30	0.60	0.10	0.70
Castilla-La Mancha	0.20	0.00	0.20	0.40	0.60
Cataluña	0.30	0.05	0.35	0.05	0.40
Extremadura	0.20	0.00	0.20	0.10	0.30
Galicia	0.30	0.10	0.40	0.10	0.50
Madrid	0.85	0.10	0.95	0.25	1.20
Murcia	0.60	0.20	0.80	0.27	1.07
Navarra	0.32	0.42	0.74	0.74	1.48
País Vasco	0.20	0.25	0.45	0.10	0.55
Valencia	0.25	0.25	0.50	0.40	0.90
Media	0.34	0.17	0.51	0.23	0.74

Fuente: Elaboración propia a partir del GEM 2009, Adult Population Survey-España (cifras en tanto por cien).

Haciendo un análisis del cuadro anterior en términos medios, se observa que la mayor proporción media de emprendimiento social se concentra en la etapa temprana con un 0.51%, seguido de los emprendedores nacientes con un 0.34%, por encima de los emprendedores jóvenes que sólo representan un 0.17%. El 0.23% son empresas de emprendimiento social consolidadas, con esos datos se puede determinar que en un futuro la situación del emprendimiento social en España mejorará, ya que actualmente hay más población involucrada en actividades nacientes de emprendimiento social, lo cual produciría un cambio positivo en la tendencia del emprendimiento en empresa joven.

En los apartados siguientes se hace mención a distintos tipos de empresas sociales, enmarcadas dentro de la Economía Social, ya que se entiende que estas empresas colaboran en actividades sociales que favorece el buen funcionamiento de la sociedad, razón de ser del emprendimiento social, y que a su vez, es uno de los principales objetivos de la economía social.

3.1. LAS COOPERATIVAS

La cooperativa es una forma de organización empresarial basada en la estructura y funcionamiento democráticos. Su actividad se desarrolla atendiendo a los principios cooperativos, aceptados y regulados en los ámbitos autonómico, estatal e internacional: la adhesión voluntaria y abierta de los socios, la gestión democrática, la participación económica de los socios, la educación, formación e información y el interés por la comunidad.

3.2. LAS SOCIEDADES LABORALES

Las sociedades laborales han mostrado un alto potencial de generación de empresas. En este tipo de empresas, el capital social pertenece mayoritariamente a los trabajadores. El hecho de que los trabajadores sean socios, favorece el auto motivación a la hora de afrontar los proyectos. El mínimo requerido es de tres y, los trámites de constitución son similares a los de cualquier otra sociedad mercantil.

3.3. LAS MUTUALIDADES

Son sociedades de personas, sin ánimo de lucro, de estructura y gestión democrática, que ejercen una actividad aseguradora de carácter voluntario, complementaria del sistema de previsión de la Seguridad Social.

3.4. LOS CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

Son empresas que compatibilizan la viabilidad económica y su participación en el mercado con su compromiso social hacia colectivos con menores oportunidades en el mercado de trabajo. Su plantilla está constituida por el mayor número de personas con discapacidad (cuyo número no puede ser inferior al 70% respecto del total de los trabajadores). Desarrollan una capacidad productiva y competitiva que les permite introducir sus productos en el mercado.

Ejemplos de centros de empleo en España es la ONCE (Organización nacional de ciegos de España) que aparece como el centro de empleo con más volumen de facturación en todo el país.

3.5. LAS EMPRESAS DE INSERCIÓN

Las empresas de inserción se definen como “estructuras de aprendizaje, en forma mercantil, cuya finalidad es la de posibilitar el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos, mediante el desarrollo de una actividad productiva, para lo cual, se diseña un proceso de inserción, estableciéndose durante el mismo una relación laboral convencional”. En su plantilla deben tener un porcentaje de trabajadores en inserción, que dependiendo de cada Comunidad Autónoma, oscilará entre el 30% y el 60%. El 80% de los resultados se reinvierte en la empresa.

Ejemplos de empresas de inserción es España: Fundación Engrunes (Cataluña), fundación Deixalles (islas Baleares).

3.6. LAS COFRADÍAS DE PESCADORES

Son corporaciones de derecho público sectoriales, sin ánimo de lucro, representativa de intereses económicos de armadores de buques de pesca y de trabajadores del sector extractivo, que actúan como órganos de consulta y colaboración de las administraciones competentes en materia de pesca marítima y de ordenación del sector pesquero, cuya gestión se desarrolla con el fin de satisfacer las necesidades e intereses de sus socios, con el compromiso de contribuir al desarrollo local, la cohesión social y la sostenibilidad.

3.7. LAS FUNDACIONES

Son organizaciones constituidas sin fin de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado su patrimonio de modo duradero a la realización de un fin de interés general.

3.8. LAS ASOCIACIONES

Sobre todo las vinculadas al movimiento de la discapacidad y de la inserción de personas en exclusión. Las principales características de este movimiento asociativo se centra en prestar servicios allí dónde el sector lucrativo falla en su provisión, que además suele coincidir con aquellos sectores en los que se satisfacen derechos fundamentales, sobre todo en su acceso a colectivos especialmente vulnerables, como las personas con discapacidad. Son también señas de identidad la capacidad de innovación para satisfacer los problemas que surgen en la sociedad, y la defensa de cambios sociales, legales, administrativos, o de otro tipo, siempre en defensa de los derechos y las libertades de las personas con discapacidad, con base en el respeto a la diversidad, la pluralidad y la tolerancia.

4. EMPRESAS SOCIALES EN TENERIFE

Como se ha comentado en ocasiones anteriores, es complicado diferenciar una empresa social de otra puramente económica. Por ello, se ha decidido centrar el análisis en uno de los tipos de empresas comentadas en el apartado anterior, las asociaciones.

En este trabajo se ha centrado el análisis en las asociaciones ubicadas en Tenerife, aunque cabe señalar que el número de asociaciones encuestadas no representa la totalidad de éstas en la isla de Tenerife. Para la recopilación de datos se ha diseñado un

cuestionario (ver anexo I), creado a través de la herramienta el Google Drive por medio de su función “crear formularios de encuestas”. Dicho cuestionario fue enviado a la Oficina de voluntariado del Cabildo de Tenerife, y este a su vez lo remitió a las asociaciones. También se envió de forma directa a otras asociaciones.

Se obtuvo respuesta de 54 entidades sociales (tabla 4), de las cuáles se han obtenido información descriptiva, laboral, económica y financiera básicamente.

Tabla 4: Relación de Asociaciones que respondieron al cuestionario

Nombre De La Organización	Área De Actividad
Komyo Reiki Canarias De Terapias Alternativas	Discapacidad, Exclusión Social, Salud, Otros
Proteccion Civil Tacoronte	Medioambiente, Emergencia
Afes	Discapacidad
Fundación Triangulo Canarias	Juventud, Salud, Sensibilización, Cooperación Internacional, Cultura, Otros
Club Deportivo Santa Úrsula Badnor	Infancia, Juventud, Salud, Otros
Asociación San Juan	Discapacidad, Infancia
Asociacion Mensajeros De La Paz	Discapacidad, Exclusión Social, Infancia, Juventud, Mayores
Apedeca, Asociación De Agua A Personas Dependientes En Canarias	Discapacidad, Mayores
Tenerife Vegano	Otros
Asociación Agroecologica Y Cultural La Alegría De La Huerta	Medioambiente, Cultura, Otros
Asociación Mojo De Caña	Exclusión Social, Infancia, Juventud, Medioambiente, Cultura
Asociación Para El Impulso De La Participación Ciudadana Imparci	Otros
Copile	Infancia, Juventud, Sensibilización
Acufade	Mayores
Asociación Tinerfeña De Trisómicos 21 Down Tenerife	Discapacidad
Asinladi	Discapacidad
Fundación Tutelar Canaria Sonsoles Soriano Bugnion	Discapacidad, Exclusión Social
Asoc. "Quiero Ser Como Tu" Ayudame	Discapacidad
Asociacion Corazon Y Vida De Corazon Y Vida De Canarias	Discapacidad, Infancia, Salud
Acapsi: Asocaiación Canaria De Psicomotricidad	Discapacidad, Infancia, Mayores
Asociación De Hemofilia En La Provincia De Santa Cruz De Tenerife, Ahete	Discapacidad
Asociación De Controladores Aereos Solidarios	Cooperación Internacional
Asociación Para El Impulso A Las Iniciativas	Infancia, Cooperación Internacional, Cultura,

Pedagógicas Libres	Otros
Asociación Horizonte	Discapacidad
Grupo Scout Ataman	Infancia, Juventud, Medioambiente
Afate -Asociación De Familiares Y Cuidadores De Enfermos De Alzheimer Y Otras Demencias De Tenerife	Discapacidad, Mayores
Asociación De Familias Numerosas De Canarias +D2	Infancia, Juventud
Fasican	Discapacidad
Atem	Discapacidad, Salud
Ámate	Salud
Asociacion De Hemofilia En La Provincia De Santa Cruz De Tenerife	Discapacidad
Asociación Para El Desarrollo Integral De Las Mujeres Mercedes Machado	Sensibilización
Asociación Rayuela	Exclusión Social, Juventud
Ong Sonrisas Canarias - Aavv. Siglo Xxi	Exclusión Social, Infancia, Sensibilización
Asociación Para La Diabetes De Tenerife (Adt)	Discapacidad, Infancia, Salud, Sensibilización
A. Prevenir	Infancia, Juventud, Mayores
Aso De Mujeres Emprendedoras De Tenerife	Otros
Asociación Tinerfeña De Enfermos Reumáticos, Aster	Discapacidad
Asociación Cultural , Gastronómica Y Ecológica, Manantial De Tara	Juventud, Medioambiente, Salud, Sensibilización, Cultura
Proyecto Hombre Canarias	Exclusión Social, Juventud, Salud
C.D. Santa Úrsula Badnor	Otros
Asociación Tinerfeña De Trisómicos 21	Discapacidad
Asociación Benéfica Y De Asuntos Sociales "Alerta Médica Canaria"	Discapacidad, Exclusión Social, Infancia, Mayores, Sensibilización, Cultura, Igualdad
Asociacion Anida (Ayuda Para Los Niños Necesitados Del Mundo)	Infancia, Cooperación Internacional, Otros
Emergencias Qrv Canarias	Medioambiente, Emergencia, Otros
Asociacion Contramarea	Igualdad
Amate	Discapacidad, Exclusión Social, Salud
Real Sociedad Económica De Amigos Del País De Tenerife	Cultura
Asociación Ecoturismo En Canarias	Medioambiente
Auri Ull	Juventud, Cultura, Otros
Asociación Española Contra El Cáncer	Salud
Asociación Banco Alimentos Tenerife (Bancoteide)	Discapacidad, Exclusión Social, Infancia, Juventud, Mayores
En Pié Fundación Canaria	Discapacidad, Exclusión Social, Salud, Sensibilización

Asociación Internacional Del Teléfono De La Esperanza. (Teléfono De La Esperanza De Canarias)	Discapacidad, Exclusión Social, Infancia, Juventud, Mayores, Salud, Emergencia, Sensibilización, Igualdad, Otros
---	--

Fuente: *Elaboración propia (Mayo 2015)*

Como se puede observar en los resultados de la tabla 4, las principales áreas en las que desarrollan su actividad las entidades encuestadas son las siguientes:

- Cooperación internacional
- Exclusión social
- Medioambiente
- Sensibilización
- Discapacidad
- Emergencias
- Juventud
- Infancia
- Mayores
- Cultura
- Salud
- Otros

Veinticinco asociaciones trabajan en el área de discapacidad, de las cuales diez se dedican a sólo discapacitados, y el resto a una combinación de discapacidad, juventud, infancia, mayores, salud, exclusión social, entre otras.

Once desarrollan su actividad en el área de Juventud, mientras que las otras seis son una combinación de ésta junto con otras áreas.

Le sigue el área de Infancia, desarrollada por catorce asociaciones que también la combinan con otras áreas como, sensibilización, salud y otras.

Otra de las áreas que llevan a cabo las asociaciones es la de medioambiente, con un total de ocho asociaciones, y según información obtenida siempre esta combinada con otras áreas.

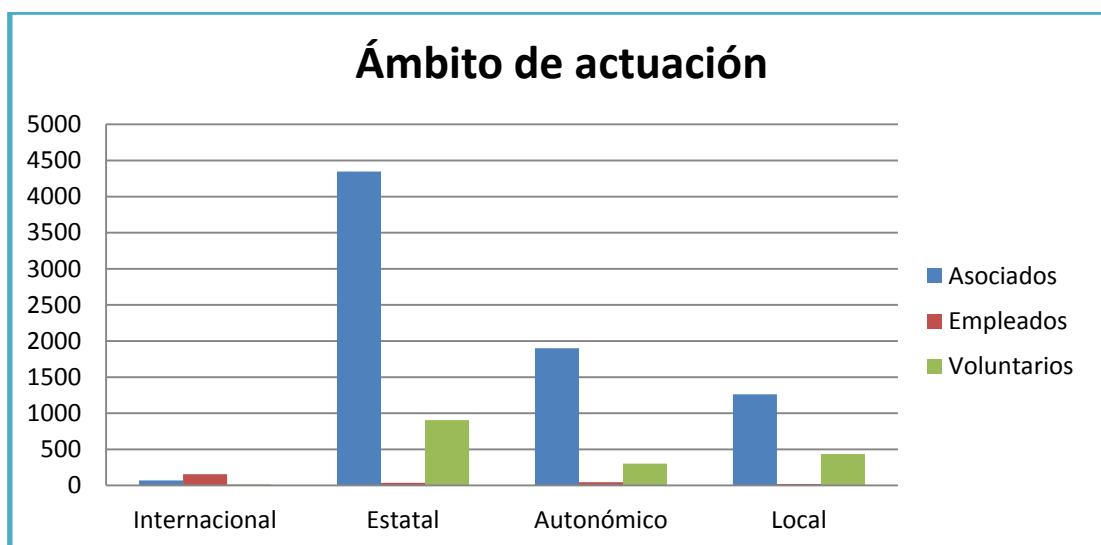
Nueve de estas se dedican a mayores, de ellas solo una desarrolla su actividad al cien por ciento para mayores y las otras dos una combinación de actividades.

Y por último, siete dedican los recursos a desarrollar otro tipo de actividades diferentes a las mencionadas hasta ahora.

Por ejemplo la asociación AFES (Asociación Canaria de familiares y personas con enfermedad mental) es una asociación cuya área de actividad es la discapacidad, que fue constituida en el año 1982 y que trabaja en el ámbito autonómico, su actividad principal es la de mejorar la calidad de vida de personas con trastornos mentales graves y sus familiares.

De la información recogida se presentan a continuación los principales resultados, organizados por ítems.

Gráfico 1: Ámbito de actuación



Fuente: Elaboración propia (mayo 2015)

Según información obtenida (Gráfico 1), cabe señalar que, hay dos Asociaciones con ámbito internacional, Mensajero de la Paz y A. Prevenir, ubicadas en Tenerife, compuestas en su mayoría por empleados que representan un 65% del total, es posible que ello se deba a que las asociaciones se dedican principalmente a gestionar proyectos sociales por lo que necesitan de gran número de personal de diferentes sectores para trabajar y gestionar el gran volumen de proyectos que llevan a cabo en todo el mundo. A nivel Estatal existen siete asociaciones cuyos recursos humanos están compuestos principalmente por asociados y voluntarios, mientras que en el ámbito autonómico existen 28 asociaciones en las que el grueso de sus RRHH son asociados, seguidos por voluntarios y por último y, en menor medida, empleados, sucediendo la misma manera en el ámbito local.

Gráfico 2: Número aproximado de personas/servicios atendidas/prestados mensualmente.

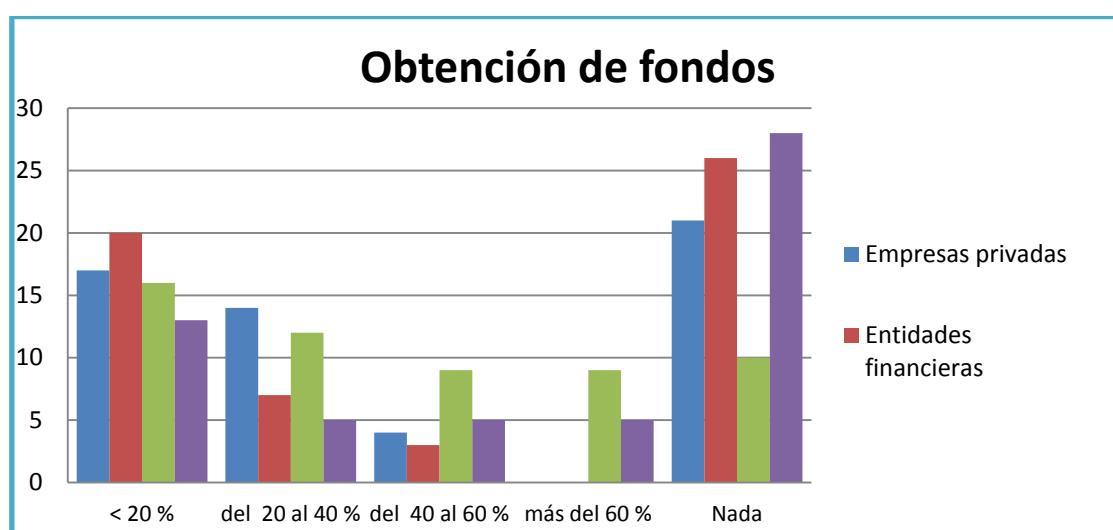


Fuente: Elaboración propia (Mayo 2015) ver anexo

En el gráfico 2 se refleja el número de personas beneficiarias al mes en Canarias por estas asociaciones. Como se ha podido comprobar veinticinco asociaciones ayudan entre 1 y 50 personas, nueve benefician entre 51 y 100, cinco asociaciones atienden

entre 101 y 200 individuos y el resto contribuyen a mejorar la calidad de vida de más de trescientas personas, destacando entre estas últimas, a la asociación Fasican (www.fasican.org) que asume la representación y defensa de los intereses de las asociaciones de personas sordas y de todas las personas sordas, con independencia de las diversas situaciones individuales, y sus familias en su ámbito de actuación, a cuyo efecto desarrolla los fines y actividades que se encuentran recogidos en sus estatutos sociales. Para cumplir con los fines de la entidad así como para lograr su misión, Fasican lleva desarrollando en nuestro territorio distintas actuaciones con el objetivo de evitar la marginación del colectivo, y asegurar su participación, acceso e integración a todos los niveles en la sociedad: laboral, educativo, social, familiar, etc. de las personas sordas, así como la coordinación de la labor del movimiento asociativo de las personas sordas en Canarias. Favoreciendo a más de 500 personas mensualmente.

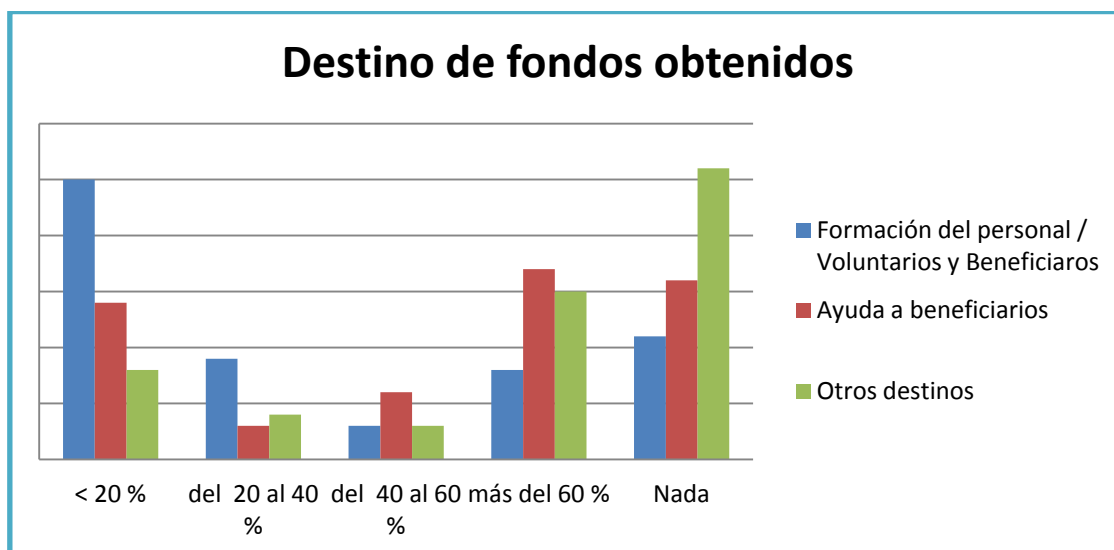
Gráfico 3: Obtención de los fondos.



Fuente: Elaboración propia (Mayo 2015)

En cuanto a la obtención de fondos (Gráfico 3), cabe destacar que la principal fuente de ingresos proviene de las distintas aportaciones de de los asociados, seguidas de las aportaciones de empresas privadas, entidades financieras y otras fuentes como pueden ser, aportaciones del Ayuntamiento, cuotas de participación, eventos puntuales, cursos, talleres, prestación de servicios a entidades públicas y privadas, fuentes propias tales como, eventos benéficos, venta de los productos de los talleres laborales, venta de calendarios, etc., donaciones, servicios de ILSE(servicio de interpretación de lengua de signos española) y/o cursos de LSE, actividades benéficas, alquiler de las instalaciones, comidas, alumnado de cursos de formación, venta de loterías, cuestación, ferias, otros eventos y donaciones.

Gráfico 4: Destino de fondos obtenidos.



Fuente: Elaboración propia (Mayo 2015)

Entre los posibles destinos en los que se invierten los fondos que obtienen estas asociaciones (Gráfico 4), se han seleccionado tres de mayor relevancia, estos son: formación del personal/voluntariado o asociados, ayudas a beneficiarios y otros destinos, siendo estos dos últimos a los que mayor porcentaje de fondos se deriva, contando con un total de veinte y veinticuatro asociaciones respectivamente. También destinan parte de los recursos obtenidos a financiar gastos de personal de los proyectos y servicios, se reinvierten en nuevos proyectos, alimentos, materiales educativos y deportivos.

5. INSTRUMENTOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS SOCIALES.

Actualmente las innovaciones financieras están ofreciendo a los inversores más oportunidades de inversión de mucho impacto en proyectos sociales, tal es el caso de los bonos verdes y climáticos, son bonos que sólo se emiten para recaudar fondos en la realización de proyectos medioambientales o proyectos de mitigación del cambio climático.

El funcionamiento en esencia, como el de cualquier bono, es bastante simple: el inversor entrega una cantidad que en el medio-largo plazo se le reintegrará más un determinado beneficio (cupón). Estos bonos no se diferencian en gran medida de los bonos tradicionales, salvo que el dinero que depositan los inversores es exclusivamente para el funcionamiento de proyectos de sostenibilidad.

En el año 2009 el Banco Mundial lanzó sus primeros bonos verdes, destinados a generar fondos adicionales para proyectos o programas de apoyo a las actividades de baja emisión de carbono en países clientes, es decir que esos bonos respaldan los proyectos de medidas climáticas del Banco, tanto de mitigación como de adaptación.

En la siguiente tabla se muestra otros tipos de instrumentos financieros que utilizan las empresas sociales.

Tabla 5. Instrumentos financieros para las empresas sociales

Instrumento financiero	Condiciones	Implicaciones para empresa social
Donaciones	Duración: C/P Pagos anuales: No Devolución: No	-uso restringido a proyectos concretos -costes elevados de captación -poca flexibilidad en el uso del capital.
Deuda	Duración: L/P Pagos anuales: pagos con interés variable Devolución: No	-sin dilución de la propiedad de los promotores -interés en función del riesgo del modelo de negocio -mucho flexibilidad en el uso del capital
Capital (Equity)	Duración: sin límite Pagos anuales: dividendo Devolución: No	-dilución de la propiedad de los promotores -derecho de voto y control de la empresa -participación en beneficios
Deuda Mezzanine	Duración: L/P 3-7 años Pagos anuales: pagos con interés variable Devolución: Sí	-interés en función del riesgo del modelo del negocio -devolución obligatoria -participación en beneficios.
Capital híbrido	Duración: L/P 3-7 años Pagos anuales: No Devolución: dependiendo de la estructura del capital	-sin dilución de la propiedad de los promotores -riesgo compartido con el inversor -mucho flexibilidad en el uso de capital.

Fuente: Dialnet plus. Anales de mecánica y electricidad 2012
(<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4135776>)

6. CONCLUSIONES

El emprendimiento social surge de un conjunto de iniciativas diversas en todo el mundo como respuesta a las necesidades reales de bienestar social y a las dificultades concretas de distintos colectivos. Forma parte de un sector hasta ahora poco conocido pero que va adquiriendo mayor importancia, gracias a la implicación de emprendedores que han visto en él la oportunidad de crear un negocio autosuficiente, es decir, capaz de generar los recursos necesarios para satisfacer sus costes como por ejemplo, alquiler, gastos de personal y a la vez reinvertirlos para cubrir las necesidades de la sociedad

A nivel global estamos percibiendo un cambio brusco de tendencia en la manera en la que las organizaciones dirigen sus estrategias de negocio, cambio propiciado por las tecnologías de la información, lo que genera que algunos clientes exijan un comportamiento ético por parte de las empresas. Esto ha provocado que la mayoría de las empresas se involucren en actividades sociales, a través de políticas de responsabilidad social corporativa para limpiar su imagen o por imposición legal, integrándolas en su estrategia de negocio. Para ello operan, incluso crean fundaciones, colaboran con universidades, entre otras.

De los resultados obtenidos a través de la encuesta podemos decir que la mayoría de las asociaciones, a pesar de ser de reciente creación, prestan una importante ayuda y servicio a la isla de Tenerife, centrándose en su mayoría en ayudas a los discapacitados y otras, aunque en menor medida, combinan distintas áreas, como pueden ser juventud, medioambiente, cultura, y otras. Por lo que es importante considerar la gran labor que están realizando, teniendo en cuenta que para prestar estas ayudas, asumen riesgos de igual manera que las empresas económicas pero sin tener el retorno económico que estas últimas reciben por su actividad, siendo su principal dificultad la obtención de los recursos económicos.

La principal complicación para la elaboración de este trabajo la hemos encontrado en las fuentes de información, ya que, al tratarse de empresas que comparten la misma razón social que las económicas nos fue muy difícil identificarlas. Además, hemos intentado extraer información a través del Registro Mercantil, pero fue poco productivo debido a que no pueden facilitar un listado completo de empresas registradas en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, salvo el caso de una en concreto, facilitándoles previamente el nombre de la misma. Consultamos también otras bases de datos como el INE, ISTAC, SABI, de igual manera infructuosa. Otra de las limitaciones u obstáculos con el que nos encontramos, según nuestra perspectiva, fue que el emprendimiento social es un tema que se está empezando a desarrollar en España, y la mayoría de la información la encontrábamos en otros idiomas y generalmente de fuentes obsoletas.

Por lo que consideramos, que es necesario que se cree una base de datos que recoja toda la información acerca de las empresas y los emprendedores sociales que trabajan exclusivamente con fines sociales, así como los respectivos sectores en los actúan y a su vez, estar clasificadas o divididas por comunidades autónomas para facilitar una búsqueda rápida, lo cual también servirá de ayuda a los empresarios o inversores que buscan invertir en este tipo de proyecto. Que arroje datos de empresas que están activas actualmente, cuáles los estuvieron y por qué motivo no continuaron su actividad, que además incluya la norma aplicada a las empresas sociales, de a conocer las ventajas y

desventajas que pueden tener respecto a los aspectos fiscales. Que permita traducir la información que ofrece en distintos idiomas.

Como hemos mencionado en reiteradas ocasiones el emprendimiento social es sector muy importante para sociedad, por lo que se espera que en los próximos años esa nueva forma de emprender se vaya desarrollando y ocupe un lugar importante en la economía social, con el tiempo consideramos que esta tendencia irá creciendo y alcanzando mayor participación de los gobiernos, entidades públicas y privadas, colectivos y de la sociedad en general.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Comercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice* v. 30 (1), (pp. 1-22).
2. Banco de España (2015). *Informe Trimestral de la Economía Española*. Boletín Económico, Marzo 2015.
3. Barea, J., Pulido, A. (2001). El Sector de Instituciones sin fines de lucro en España. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*. No. 37 abril 2001, pp-35-49.
4. Bargsted A, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13 (25): 121-132, julio-diciembre de 2013.
5. Coduras, A. *Responsabilidad Social Empresarial y Emprendimiento en España*. Instituto de Empresa, Business School para la Dirección General de Política de la Pyme
6. Curto Grau, M. (2012). Los Emprendedores Sociales: Innovación al servicio del Cambio Social. *Cuadernos de la cátedra ‘la Caixa’ de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo*, No. 13, Enero 2012.
7. Dees, J. G. (2001). The Meaning of social entrepreneurship.
8. Defourny, J. y Nyssens, M. (2006), Social Enterprise in Europe: Recent Trends And Developments, Working Paper, EMES Network. Consultado 02 abril 2015 en http://www.emes.net/site/wp-content/uploads/WP_08_01_SE_WEB.pdf
9. Díaz Foncea, M., Marcuello, C. (2014). Las empresas sociales en españa: Concepto y características. *Revista Vasca De Economía Social-Gizarte Ekonomia Euskal Aldizkaria*, (8)
10. GEM (2009). *Global Entrepreneurship Monitor*. Madrid, España: Instituto de Empresa.
11. GEM (2014). *Global Entrepreneurship Monitor*. Madrid, España: Instituto de Empresa.
12. Guzmán Vásquez, A., Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento Social- Revisión de Literatura. *estud. gerenc.* Vol. 24 No. 109 (Octubre-Diciembre, 2008), 105-109.
13. Kliksberg, B. (2011) *Emprendedores sociales: los que hacen la diferencia*. Temas grupo editorial.

14. Lepoutre, J., Justo, R., Terjensen, S. & Bosma, N. (2011). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics* [IN PRESS] (pp. 1-22).
15. Mair, J., Noboa, E. (2003). Social Entrepreneurship: How Intentions To Create A Social Enterprise Get Formed. *IESE Business School - Universidad de Navarra*. WP No 521, September, 2003.
16. Melián Navarro, A., Campos Climent, V., Sanchis Palacio, J. R. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España: Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. *REVESCO: Revista De Estudios Cooperativos*, Nº 106, pp-150-172.
17. Nicolás Martínez, C., Rubio Bañón, A.M. (2012). El Emprendimiento Social: Una Comparativa entre España y los países Sudamericanos. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*//edición Vol.1 Nº 1//Enero-junio 2012.Recuperado de la base de datos Dialnet.
18. Peredo, A. M., McLean, M. (2008). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business* 41 (2006) 56–65.
19. Trevis Certo, S., Miller, T. (2008). *Social entrepreneurship: Key issues and concepts*. *Business Horizons* (2008) 51, 267—271
20. Urbano, D., Toledano, N., Ribeiro Soriano, D. (2010). Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective: Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 1, No. 1, 54–69, March 2010.
21. Lepoutre, J., Justo, R., Terjensen, S. & Bosma, N. (2011). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics* [IN PRESS] (pp. 1-22).
22. Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. & Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing* n. 24, (pp. 519-532).

8. ANEXOS

Anexo I: Diagnóstico del Asociacionismo en Tenerife.

29/6/2015 DIAGNÓSTICO DEL ASOCIACIONISMO EN TENERIFE

DIAGNÓSTICO DEL ASOCIACIONISMO EN TENERIFE

Trabajo de investigación realizado entre la Oficina de Voluntariado del Cabildo Insular de Tenerife y el Vicerrectorado de Relaciones Universidad y Sociedad de la Universidad de La Laguna

*Obligatorio

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN *

AÑO DE CONSTITUCIÓN *

ÁMBITO DE ACTUACIÓN *

Local
 Autonómico
 Estatal
 Internacional

NÚMERO DE ASOCIADOS/AS *

NÚMERO DE EMPLEADOS/AS *

NÚMERO DE VOLUNTARIOS/AS AL AÑO *

AREA DE ACTIVIDAD *

Discapacidad
 Exclusión social
 Infancia
 Juventud
 Mayores
 Medioambiente
 Protección animal
 Salud

<https://docs.google.com/a/ull.edu.es/forms/d/1Su9OfiQu1JhutEIZ2sSy5ohkUUv6yBYptRxEJS4gfj0/viewform> 1/4

29/6/2015

DIAGNÓSTICO DEL ASOCIACIONISMO EN TENERIFE

- Emergencia
 Sensibilización
 Cooperación Internacional
 Cultura
 Igualdad
 Otros

DESCRIBE BREVEMENTE TU ACTIVIDAD *

NÚMERO APROXIMADO DE PERSONAS/SERVICIOS ATENDIDAS/PRESTADOS MENSUALMENTE: *

TU ORGANIZACIÓN COLABORA HABITUALMENTE CON: *

Elige una opción de cada fila en función del grado de colaboración que mantenga tu organización con cada una de las opciones planteadas

	Nada	< 20%	del 20 al 40 %	del 40 al 60 %	más del 60 %
Ayuntamientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otras administraciones públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empresas privadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otras entidades no lucrativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si colaboras con otras entidades no incluidas en el listado anterior te agradeceríamos que lo especificaras aquí

LA OBTENCIÓN DE FONDOS PROVIENE HABITUALMENTE DE: *

Elige una opción de cada fila en función del porcentaje de financiación que reciba tu organización de las diferentes opciones planteadas

	Nada	< 20%	del 20 al 40 %	del 40 al 60 %	más del 60 %
Subvenciones públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empresas privadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<https://docs.google.com/a/ull.edu.es/forms/d/1Su9Of1Qu1JhutEIZ2sSy5ohkUUv6yBYptfRxEJS4gfJ0/viewform>

2/4

29/6/2015

DIAGNÓSTICO DEL ASOCIACIONISMO EN TENERIFE

financieras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asociados/as	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si recibes fondos de otras fuentes no incluidas en el listado anterior te agradeceríamos que lo especificaras aquí

EL DESTINO PRINCIPAL DE LOS FONDOS OBTENIDOS ES: *

Elige una opción de cada fila en función del uso al que se destinen los recursos obtenidos en relación a las diferentes opciones planteadas

	Nada	< 20 %	del 20 al 40 %	del 40 al 60 %	más del 60 %
Tecnología (equipos informáticos, software)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación del personal/voluntario/a y beneficiarios/as	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campañas de comunicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastos corrientes (luz, agua, alquiler,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ayudas a beneficiarios/as	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si destinas recursos a otros fines no incluidos en el listado anterior te agradeceríamos que lo especificaras aquí

UTILIZAN ALGÚN MEDIO DE DE DIFUSIÓN DE SU ACTIVIDAD<. *

- Página web
- Redes sociales
- Radio/Televisión
- Prensa
- Ferias/eventos
- Folletos/boletines
- Otros

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.