

2015/2016

UN RECORRIDO POR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

“A journey through social entrepreneurship”

Alumna: Mérici Tena Aguiar

Tutor: José Antonio Ramos Arteaga

ÍNDICE

RESUMEN	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. ORÍGENES DEL EMPRENDIMIENTOS SOCIAL	6
2.1 ECONOMÍA SOCIAL	6
2.2 PIONEROS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL	8
2.2.1 Bill Drayton	8
2.2.2 Muhammad Yunus	10
3. ¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO SOCIAL?	11
4. EL EMPRENDEDOR SOCIAL	13
5. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA	15
5.1 LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL	15
<i>Fools, family and friends</i>	16
<i>Capitalización del desempleo</i>	16
<i>Microcréditos</i>	17
<i>Fundraising</i>	17
<i>Crowd-founding</i>	17
<i>Fondos de capital riesgo</i>	17
<i>Banca ética</i>	17
<i>ENISA</i>	18
<i>Ecosistema de Premios</i>	18
5.2 MARCO JURÍDICO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA	18
5.3 VISIBILIDAD, CREDIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO	19
6. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EUROPA	20
6.1 SITUACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES EN EUROPA	20
6.2 IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL POR PARTE DE EUROPA	21
7. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL	24
8. CONCLUSIONES	26
9. BIBLIOGRAFÍA	28

RESUMEN:

El emprendimiento social, si bien no es un concepto nuevo, su idea está tomando fuerza sobre todo como consecuencia de la crisis del 2008, la pobreza, la desigualdad y el aumento de la preocupación por el medio ambiente ha hecho que este tipo de empresas estén en auge, sin embargo su concepto es a veces confuso y no hay una idea clara sobre esto, hay un gran desconocimiento de este tema, por ello en esta memoria se realiza un recorrido por el emprendimiento social desde cómo se originó hasta como es su situación actual en España y Europa, pasando por analizar qué es el emprendimiento social y los emprendedores sociales, así como los pioneros de este movimiento.

Palabras claves: Emprendimiento social, emprendedores sociales, marco jurídico, financiación de las empresas sociales.

ABSTRACT:

Social entrepreneurship, while it's not a new concept, its idea is gaining ground mainly as a result of the 2008 crisis, poverty, inequality and the increase of environment concern has made these companies be booming, however its concept is sometimes confusing and there is no clear idea about it, there is a lack of knowledge on this issue, therefore in this memory we can make a tour through social entrepreneurship from how it was originated to what its current situation is in Spain and Europe, analyzing what social entrepreneurship is and the social entrepreneurs, as well as the pioneers of this movement.

Keywords: *Social entrepreneurship, social entrepreneurs, legal framework, financing of social enterprises.*

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto surgió de la percepción que abrigo sobre cómo es la sociedad en España. Esto es, las desigualdades son mayores, el desempleo más elevado y los “afortunados” que tienen trabajo deberían estar “agradecidos” por trabajar más horas de las estipuladas, con horarios partidos, con salarios miserables, sin poder conciliar su vida laboral con la familiar y/o social y con un sueldo que a duras penas para pagar gastos cotidianos.

Considero que lo anterior es originado porque cuando llega la crisis en 2008 este sistema capitalista se derrumbó provocando una concentración en la riqueza, dando lugar a que el 1% de la población más rico tenga más que el 99% restantes (Oxfam, 2016) . Aun hoy no ha habido recuperación, por lo que se está demostrando que este modelo de economía del consumismo salvaje, del capitalismo ultraliberal ha quedado obsoleto.

Como han dicho Adela Cortina ¹ y Pascual Olmos², esta crisis no es solo económica sino de valores. La falta de ética empresarial y política en una sociedad donde los casos de corrupción, falta de transparencia, malversación está a la orden del día, los ciudadanos reclaman más implicación social, más transparencia y más ética en una crisis que sobre todo ha afectado a recortes sociales como educación y sanidad.

Con esta percepción de la realidad, me cuestioné si no había otra forma de emprender, otra forma de crear empresas y puestos de trabajo en lo que lo principal no fueran los beneficios sino las personas que lo conforman, la sociedad.

De esta forma llegué al concepto de empresa social al investigar me encontré con que hay un incremento de una forma diferente de emprender, más consciente del mundo que les rodea, en la que la prioridad no son los beneficios económicos que genere la empresa sino los beneficios sociales, llamado emprendimiento social.

Los objetivos que se plantea en este trabajo son los de identificar cómo se originó la empresa social, qué es y qué no es, el papel que tiene el emprendedor social en la sociedad, conocer cuál es su contexto en España y en Europa; así como analizar cómo podemos medir el impacto social de dichas empresas, sus dificultades y cómo paliarlas.

¹ Filósofa española, ganadora del Premio Internacional de Ensayo Jovellanos 2007. Catedrática de Ética de la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación ÉTNOR, Ética de los Negocios y las Organizaciones.

² Larga trayectoria en puestos directivos de Ford y Repsol, en la actualidad es director ejecutivo del área comercial de Repsol.

El trabajo se ha estructurado en seis bloques. El primer bloque se centra en cómo se originaron las empresas sociales, cómo ha evolucionado y quiénes fueron los primeros emprendedores sociales. En el segundo se explica el concepto de empresa social. Dentro del tercer bloque se define lo que es el emprendedor social y sus características. En el cuarto se analiza el emprendimiento social en España, en qué momento se encuentra, cómo se financia y cuál es su marco jurídico. En el quinto bloque se estudia cómo se encuentran las empresas sociales en el momento actual en Europa y que políticas se están llevando para impulsarla. Por último en el quinto apartado, se expone cómo se mide el impacto social de dichas empresas.

2. ORÍGENES DEL EMPRENDIMIENTOS SOCIAL

2.1 ECONOMÍA SOCIAL

Para hablar de emprendimiento social hay que remitirse primero a los orígenes de la economía social ya que esta va a ser importante para entender de dónde surgen las empresas sociales.

La economía social se define como toda actividad económica basada en la asociación de personas en entidades de tipo democrático y participativo con primacía de las aportaciones personales y de trabajo sobre las de capital; son un conjunto muy amplio de organizaciones que no tratan solo de ganarse la vida, sino que el objetivo es producir para ganarse la vida; pero ganarse la vida de manera tal que no explote, que no destruya el medio ambiente y que sea una experiencia gratificante de trabajo, en colaboración con sus semejantes y al mismo tiempo una experiencia importante para hacerse cargo de todos aquellos que están excluidos en el planeta.

La economía social se originó en el siglo XIX. Autores tan importantes como León Walras³ y John Stuart Mill⁴ fueron los primeros que designaron con este término a las nuevas empresas que se generaban como solución a los problemas sociales que el capitalismo producía. Fue creada con una doble misión, la primera fue tener en consideración las consecuencias sociales, tales como la democracia industrial, la igualdad social, etc y la segunda, identificar a las nuevas organizaciones que con tales objetivos iban gestándose.

Este tipo de economía ha sufrido a lo largo de la historia altibajos, es decir, ha habido épocas en las que esta ha sido más relevante por cómo ha afectado a la sociedad. Una de las fechas que marcó un hito importante para la economía social europea fue a partir de los años 70 debido a la crisis económica acontecida que originó que los estados perdieran la capacidad de generar empleo, lo que ocasionó un vertiginoso crecimiento de la tasa de desempleo.

Como consecuencia de ello se empezó a generar el autoempleo para hacer frente a las nuevas necesidades o aquellas que no podían ser satisfechas, particularmente las de aquellas poblaciones con menos recursos, desarrollando acciones que favorecían el medioambiente, el reciclaje de materiales, con espíritu cooperativo de democratización y responsabilidad.

³ Marie-Ésprit-Léon Walras (Évreux, Francia, 16 de diciembre de 1834 - Montreux, Suiza, 5 de enero de 1910) fue un economista francés de la Escuela de Lausana.

⁴ (Londres, 1806 - Aviñón, Francia, 1873) economista, lógico y filósofo británico.

Para poder distinguir la economía social de la economía considerada normal se establecieron unos criterios clave, ciertas características comunes, que perfilan el sector de una manera rigurosa y distintiva. Estas características fundamentales se resumen en siete (Pérez *et alii*, 2008):

1. Entidades privadas
2. Organizadas formalmente (con personalidad jurídica propia)
3. Con autonomía de decisión
4. Con libertad de adhesión
5. Con una eventual distribución de beneficios no vinculada al capital aportado
6. Que ejercen una actividad económica en sí misma considerada
7. Son organizaciones democráticas

En España la configuración actual de la economía social viene marcada por la aprobación de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, que sin duda alguna supuso un punto de inflexión sin precedentes para el reconocimiento, visibilidad y desarrollo del Sector, tanto dentro del propio Estado como de la Unión Europea.

Recientemente, la aprobación de la Ley 31/2015, de 9 de septiembre, por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo y se adoptan medidas de fomento y promoción del trabajo autónomo y de la economía social, ha venido a completar este marco normativo estableciendo medidas de desarrollo y fomento de la economía social española.

El propio texto de la Ley define a la economía social como el conjunto de actividades económicas y empresariales que, en el ámbito privado, llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los siguientes principios, persiguen el interés general económico o social, o ambos. Los principios que orientan a la economía social en España son:

- 1. Primacía de las personas y del fin social sobre el capital.** Las empresas y entidades de la economía social poseen una gestión democrática y participativa, que prioriza la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o al fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
- 2. Reparto equitativo y social de los beneficios.** Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica a sus socios y miembros – en función del trabajo aportado o servicio prestado– o al fin social.

3. Solidaridad. Promoción del compromiso que favorezca el desarrollo local, la generación de empleo estable y de calidad, igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión, la consolidación de la vida personal, familiar y laboral; y compromiso por la sostenibilidad.

4. Independencia frente a los poderes públicos.

Asimismo, según establece la Ley, forman parte de este conjunto empresarial y diverso que es la economía social en España las siguientes entidades: cooperativas, sociedades laborales, mutualidades, empresas de inserción, centros especiales de empleo, cofradías de pescadores, asociaciones del sector de la discapacidad, fundaciones.⁵

Como luego veremos que el emprendimiento social comparte características con la economía social pero no está englobada dentro de ella, ni siquiera tiene, de momento, personalidad jurídica propia.

2.2 PIONEROS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL

Si bien el emprendimiento social se cree que es un concepto nuevo a la largo de la historia de la humanidad siempre han existido emprendedores sociales cuya prioridad han sido los problemas de los individuos y las comunidades por encima de sus intereses económicos, por lo tanto no podemos hablar de ello sin mencionar a dos de los precursores de este tipo de forma de entender el emprendimiento como son Bill Drayton y Muhammad Yunus.

2.2.1 Bill Drayton

William Drayton (Nueva York, 1943), Premio Príncipe de Asturias conocido como Bill Drayton, es un emprendedor social estadounidense, conocido por ser el creador de «Ashoka», la asociación de emprendedores sociales más grande del mundo. Ha estado vinculado desde siempre al «movimiento por los derechos civiles».

Galardonado en 2011 con el «Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional», Drayton fue considerado por US News & World Report⁶ como uno de los 25 líderes más importantes de Estados Unidos en 2005 (Wikipedia, 2016).

⁵ Confederación Empresarial Española de la Economía Social (cepes)

⁶ U.S. News & World Report es una revista estadounidense publicada en Washington D. C. Fue por muchos años, junto con Time y Newsweek, la revista semanal líder de ese país.

Bill Drayton es conocido como el padre del emprendimiento social ya que fue él el que acuñó el término Emprendedor Social para referirse a personas que se enfrentan de manera innovadora, con toda su energía, pasión, y tenacidad a resolver los problemas más importantes de nuestras sociedades.

Hace 30 años fundó Ashoka, una comunidad de casi 3.000 emprendedores sociales innovadores de 70 países que impulsa las ideas más importantes e innovadoras de transformación social. Ashoka apoya a los emprendedores sociales a poner en marcha sus innovaciones, a extenderlas por el mundo y a colaborar entre ellos para conseguir el mayor impacto social posible (Haro, 2011).

La idea original de Ashoka tuvo sus raíces en las experiencias de Bill en el movimiento de derechos civiles de los Estados Unidos en los años 60; en su pasión por la historia, y sus líderes, tales como Mahatma Gandhi, Jean Monnet y Martin Luther King; en su interés en geografía, especialmente en Asia donde observó el efecto multiplicador de ideas de cambio social; y en su fuerte convicción de que el emprendedor es la fuerza más poderosa para lograr cambios sociales.

Ashoka eligió a sus primeros emprendedores sociales en la India en 1982 y, después de varios años de prueba, se expandió exitosamente a nivel mundial. Las fechas claves a tener en cuenta son (Ashoka España, s.f):

1980	Bill Drayton funda Ashoka.
1982	Primer Emprendedor Social de Ashoka seleccionado en la India. Lanzamiento del programa en Asia.
1987	Primeros Emprendedores Sociales (ES) en México y Nepal. Lanzamiento de las redes locales de Emprendedores Socialeship.
1988	Primeros Emprendedores Sociales en Bangladesh. Creación de los "Servicios de Apoyo a los Emprendedores Sociales" (FSS).
1990	Primeros Emprendedores Sociales en Zimbabwe. Lanzamiento del programa en África. Lanzamiento del programa "Emprendedor a Emprendedor" (E2) en Estados Unidos.
1993	Creación de Changemakers, primera revista dedicada a las actividades del emprendedor social. Primeros Emprendedores Sociales en Burkina Faso, Camerún y Uruguay.
1997	Lanzamiento de ChangeMakers.net: primera publicación electrónica dedicada a los emprendedores sociales de todo el mundo. Primeros Emprendedores Sociales en El Salvador.

2000	Primeros Emprendedores Sociales en Estados Unidos. Lanzamiento del programa EEUU-Canadá. Lanzamiento de la alianza Ashoka/McKinsey en Sudáfrica, México e India. Primeros ES en Turquía, Eslovenia, Eslovaquia, Lituania, Nicaragua y Guatemala.
2001	Lanzamiento de www.espanol.ashoka.org , el primer portal latinoamericano de Ashoka en español.
2003	Lanzamiento del programa de Ashoka en España.
2006	Elección de los primeros Emprendedores Sociales de Ashoka en España.

2.2.2 Muhammad Yunus

Al hablar sobre emprendedores sociales, uno de los primeros nombres que probablemente se planteará es el de Muhammad Yunus: emprendedor social, banquero, economista y líder social bangladesí condecorado con el Premio Nobel de la Paz en 2006 por desarrollar el Banco Grameen y ser el desarrollador del concepto de microcrédito.

Muhammad ilustra perfectamente el trabajo de los emprendedores sociales: cómo una idea innovadora (dar crédito a mujeres sin recursos) puede contribuir a generar un cambio social de importancia y magnitud global. En los años 70 el profesor Yunus desarrolló en Bangladesh un modelo de microcréditos que ha cambiado la manera de luchar contra la pobreza alrededor del mundo. Millones de personas se benefician de los microcréditos; más de 6,6 millones de mujeres y hombres son clientes del Banco Grameen.

Es uno de los emprendedores sociales que ha alcanzado mayor reconocimiento y también es conocido como “el banquero de los pobres”. En un país como Bangladesh, uno de los más pobres del mundo, una práctica extendida es la del préstamo de dinero por parte de poderosos terratenientes a personas con escasos recursos económicos. Frecuentemente, esos préstamos se conceden con cláusulas abusivas que incluyen intereses desproporcionados y contraprestaciones de todo tipo, lo que provoca situaciones de dependencia para las personas que solicitan el crédito respecto de las que se lo otorgan. En este contexto, Yunus creó en 1976 el Banco Grameen (Sánchez, julio/agosto 2011).

Contra todo pronóstico, el sistema de Yunus ha demostrado ser, no solo valioso socialmente, sino también rentable económicamente y ha sido replicado en todo el mundo.

Desde entonces, muchos emprendedores sociales han seguido el camino de Drayton o Yunus. Actualmente, más de 40 millones de personas y entidades en todo el mundo pueden encuadrarse dentro de esta categoría, según los datos de B Corporation, la corporación que se encarga en Estados Unidos de certificar que un emprendedor social reúne todas las condiciones para serlo (Sánchez, julio/agosto 2011).

3. ¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO SOCIAL?

Esta pregunta no tiene una única respuesta, ya que cambian los matices dependiendo de la perspectiva de quién responde.

Las definiciones de emprendimiento social suelen contener algunos elementos en común:

- Creación de valor social
- Uso principios y herramientas empresariales
- Soluciones innovadoras a problemas sociales
- Cambio social

Aunque esos elementos pueden estar presentes en la provisión pública de servicios sociales, en el emprendimiento convencional capitalista o en fundaciones y ONG, la empresa social seguiría una lógica que no encaja exactamente en ninguno de esos formatos.

Podemos decir que cualquier emprendimiento social tendría una motivación común que es la conciencia de un problema social, es decir, la preocupación por el bienestar de la sociedad y del medioambiente y la voluntad de cambiarlo.

Los siguientes criterios pueden ser de utilidad para identificar un emprendimiento como social, de modo que los emprendedores serán agentes del cambio social cuando (Estévez, 2015):

- Definen una misión para crear y mantener valor social (no sólo privado)
- Reconocen y persiguen permanentemente nuevas oportunidades para servir a esa misión
- Se comprometen en un proceso de innovación, adaptación y aprendizaje continuos
- No se ven paralizados por los límites de los recursos disponibles en un momento dado
- Muestran una intensa responsabilidad hacia los públicos a los que sirven y por los resultados creados

Los principales problemas a la hora de definir lo que es una empresa social es la confusión de esta con ONG o empresas de responsabilidad social empresarial, por lo que diferenciarlos cobra vital importancia.

Por un lado tenemos que la principal diferencia entre una empresa social y una ONG es, que la primera logra obtener sus propios ingresos por consecuencia de la venta de sus servicios o productos mientras que la ONG depende de donaciones filantrópicas.

Y por otro, la diferencia entre empresa social y empresa con responsabilidad social empresarial radica en que la primera es una organización que utiliza modelos de negocio para alcanzar un objetivo ambiental o social, donde su principal negocio se diseña alrededor de su misión social; mientras que la segunda se refiere a las prácticas, estrategias o programas que implementa una empresa “tradicional” para generar un impacto positivo o responsable en la sociedad, sin que esto sea su misión u objetivo principal.

Por todo lo anterior se puede concluir que ser una empresa social quiere decir que sus relaciones laborales se basan en la confianza y la equidad; que los vínculos con el medioambiente se basan en el respeto y la tolerancia y tiene presente en todo momento los principios éticos, los cuales deben responder a la sociedad en la cual desarrolla su actividad. En fin, ser una empresa social es cuando se ejercen prácticas transparentes hacia dentro y hacia fuera de la empresa.

4. EL EMPRENDEDOR SOCIAL

Los emprendedores sociales son personas con soluciones innovadoras para los problemas de la sociedad, son ambiciosos y persistentes en su lucha por los asuntos sociales más importantes y en la búsqueda de nuevas ideas que provoquen cambios a gran escala.

En lugar de dejar las necesidades de la sociedad al gobierno o a las empresas, los emprendedores sociales dan con aquello que no funciona y buscan la solución al problema, difundiendo esta solución y convenciendo a sociedades enteras para que avancen hacia ella.

Una peculiaridad común de los emprendedores sociales es que han identificado su propósito personal y están decididos en hacer diferencia. Han entendido que su paso por la vida no solo es para capturar valor sino que el valor hay que crearlo y dejar un legado para las futuras generaciones.

En España el perfil del emprendedor social responde a un porcentaje de un 60% de hombres y un 40% de mujeres. La media de edad ronda los 35 años, y casi siempre llevan varios años trabajando en su idea, la han madurado y tienen una buena preparación al conocer el entorno y la problemática sobre la que quieren desarrollar su emprendimiento (Martín, junio 2010).

Los emprendedores sociales además de poseer la creatividad y determinación del emprendedor tradicional, poseen ideas innovadoras a través de las cuales intentan producir un cambio social significativo.

No existe un único tipo de emprendedor social, pero sí características comunes a todos ellos (Cobián, 2013):

- Son visionarios
- Tienen un genuino interés en hacer una diferencia
- Luchan constantemente por hacer que los cambios sociales se den
- Están dispuestos a luchar en contra de toda adversidad
- Dicen lo que piensan y actúan sobre ello
- Tienen mucha pasión por lo que hacen
- Para ellos la frase “no se puede” no existe
- Son persistentes y están enfocados en obtener resultados
- Saben que para llegar a la meta lo harán mediante pequeños logros
- No necesitan recibir crédito de sus acciones y cuando lo reciben se lo pasan a su equipo
- Tienen un gran sentido ético

- Cuando no obtienen resultados aceptan el fracaso como parte del proceso y cambian el curso
- No dependen de las estructuras establecidas sino que innovan para conseguir lo que se proponen
- El proyecto que realizan es con un objeto o fin social
- Innovación capaz de transformar la realidad
- El modelo de negocio es ético y sostenible
- Reinvierten del beneficio para lograr un mejor producto, más barato y extender esas filiales por el mundo para seguir cubriendo esa necesidad social.

A diferencia del emprendedor tradicional, al emprendedor social no le mueve el beneficio económico sino que su principal fuente de motivación es impactar positivamente en la sociedad e intentar mejorar la vida de los demás satisfaciendo necesidades sociales. Es decir, son personas que tienen la habilidad y la determinación suficiente para cambiar una realidad social llena de desigualdades.

5. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA

Ya dijimos que las empresas sociales no son empresas con fines de lucro comunes y corrientes, pero tampoco organizaciones no gubernamentales ni estatales. Hoy día, no existe una distinción legal para las empresas que generan ganancias, pero cuyo objetivo principal es hacer una transformación social. Por tanto queda englobada dentro de la economía social.

La Ley 5/2011 de Economía Social (LES) desarrolla legalmente este sector específico en nuestro país, estableciendo un marco jurídico común para el conjunto de entidades que lo integran, pero respetando la normativa específica aplicable a cada una de ellas (Paniagua, 2011); el objetivo último es definir medidas de promoción, fomento y visibilidad a favor de las mismas, teniendo en cuenta los valores y principios que les son propios, a saber: “la primacía de las personas y del fin social sobre el capital; la gestión autónoma, transparente, democrática y participativa; la aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por sus miembros; la promoción de la solidaridad interna y con la sociedad para estimular el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad; y, finalmente, la independencia manifiesta con respecto a los poderes públicos”(LES, 2011: Art. 4) en (Priete *et alii*, 2014, p.16).

En este contexto, la empresa social en España se enfrenta a una serie de dificultades que se pueden agrupar en tres bloques:

- El acceso a la financiación adecuada
- Desconocimiento del concepto
- La ausencia de marco jurídico

5.1 LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Una de las dudas más recurrente a la hora de emprender es cómo nos vamos a financiar, cuando además es un proyecto de emprendimiento social la respuesta es más difícil debido a que por un lado a los bancos tradicionales les cuesta invertir en este tipo de empresa ya que su fin no es lucrarse sino el bien social y porque lo ideal es ser autogestionado.

Uno de los problemas a la hora de financiarnos es el acceso a financiación adecuada, no sólo por las condiciones que se imponen al crédito inicial en el momento de su constitución, la falta de agilidad y flexibilidad burocrática, sino también en lo relativo a su desarrollo posterior, pues según se deduce del estudio del GEM (2009)⁷, en torno a la mitad de las empresas sociales en España no suelen sobrevivir por encima de los tres meses de vida, a pesar de que el número de nacimientos de este tipo de empresas suele ser elevado.

Todo lo anterior se acentúa por el hecho de que las subvenciones específicas a la empresa social son casi inexistentes, de forma que, por lo general, su canal de financiación más habitual se centra en el mecenazgo o en la financiación colectiva.

Además, las empresas sociales tienen más dificultad de acceso al mercado de fondos financieros privado, puesto que su objetivo prioritario es el bien social, de forma que los retornos de la inversión suelen ser inferiores al de las empresas tradicionales. Por otra parte, en relación a la posibilidad de obtener fondos ajenos, las entidades financieras suelen imponer condiciones menos favorables en lo relativo a tipos de interés y a las garantías exigidas.

A pesar de todo lo anterior, como toda empresa, las empresas sociales tienen gastos: sueldos de sus miembros, renta de oficinas, gastos burocráticos, desarrollo de un sitio web, manejo de redes sociales... La pregunta entonces es, ¿de dónde pueden obtener la financiación?

Las principales formas de financiarse de estas empresas son las siguientes (Pizarro *et* Rodero, s.f):

Fools, family and friends

Los préstamos de familiares y amigos siguen siendo una de las estrategias de financiación básicas en nuestro país. Sabemos que la inversión media para la creación de empresas en nuestro sector (especialmente en el cultural) está entre los 7.000 y los 10.000 euros, y que este capital inicial llega, la mayor parte de las veces de la propia red del emprendedor social o cultural.

Capitalización del desempleo

Si contamos con prestación por desempleo, podemos solicitar el desembolso de la misma en un único pago enfocado a la creación de nuestra propia empresa, o a la incorporación en un modelo cooperativo.

⁷ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial. Señalar que aunque el informe del GEM sea del 2014, los datos referidos a las empresas sociales son del 2009.

Microcréditos

Desde la creación del microcrédito y su exitosa aplicación en el ámbito de la cooperación al desarrollo, se ha consolidado como una opción práctica y útil para la promoción del autoempleo. De hecho, es frecuente la creación de líneas de negocio específicas alrededor del microcrédito en los grandes bancos comerciales españoles. Junto a ellos, se han creado plataformas específicas de microcréditos para emprendedores sociales.

Fundraising

Tras los recortes en la financiación pública de determinados proyectos sociales y culturales, surgió una pregunta en el sector: ¿cómo podemos acceder a los fondos privados, a los fondos de la responsabilidad social corporativa, a los fondos de la filantropía, todavía poco desarrollados en nuestro país, y cómo podemos desarrollar nuevas estrategias para fomentar el mecenazgo? Si bien los primeros pasos en esta dirección vienen del ámbito de las ONG, cada vez es más frecuente encontrar fondos de filantropía y capital privado enfocados a la promoción del emprendimiento social y cultural, buscando a la vez un impacto sobre el empleo.

Crowd-founding

El hecho de tomar en cuenta a la ciudadanía como posible apoyo financiador ha creado un sinfín de plataformas que, muy centradas en la movilización social y el apoyo de las redes, posibilita la atracción de pequeños capitales que, a cambio de recompensas "simbólicas" o bien a través de la gratificación de sentirse parte de una comunidad de apoyo, están creando nuevas oportunidades en el sector social y cultural.

Fondos de capital riesgo

Aunque la inversión de capital aún no es un hecho muy corriente dentro del emprendimiento social y cultural, cada vez son más las voces que apuestan por la creación de fondos y figuras inversoras específicas para nuestro sector. Este tipo de fondos se basa en la compra de acciones de modo temporal en empresas de rápido crecimiento que, una vez consolidadas, al retirar dicha participación económica, puedan obtener beneficios. Este tipo de fondos se han llamado "los fondos de la innovación", ya que han apoyado principalmente empresas de base tecnológica, bio-tecnológica y de telecomunicaciones (el ejemplo más famoso es el de Twitter).

Banca ética

Si existe una herramienta que prime frente al resto la promoción del emprendimiento social y cultural es la banca ética y las cooperativas de crédito que, por su perfil, sólo apoyan iniciativas de inversión en la economía real y que tengan un impacto positivo demostrable sobre la sociedad y el medioambiente.

ENISA

Empresa pública para la financiación de empresas: esta empresa aglutina diferentes instituciones españolas enfocadas a la promoción del emprendimiento y el apoyo financiero del mismo.

Ecosistema de Premios

Como vía de apoyo a la financiación en las fases iniciales y en forma de capital semilla, encontramos un gran número de premios para emprendedores tanto en España como en Latinoamérica a los que conviene prestar atención. Tanto los premios generales para jóvenes emprendedores, como los específicos de emprendimiento social y cultural, su apoyo económico oscila de los 800 hasta los 6000 euros. Con un perfil mayoritariamente universitario, son una buena opción para complementar nuestra financiación, reforzar nuestra imagen comercial así como dotarnos de una buena red de contactos en el propio sector.

5.2 MARCO JURÍDICO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA

La ausencia de un marco jurídico específico para el emprendimiento social en nuestro país no contribuye a responder a las necesidades de los emprendedores sociales, ni de los consumidores, los inversores y la sociedad en general. En cuestiones relacionados con la fiscalidad, el acceso a posibles vías de financiación, la legislación laboral, etc., sería conveniente contar con un marco específico que genere confianza en los *stakeholders* y evitar así que las empresas sociales sean consideradas más arriesgadas y menos formales que las tradicionales.

El entorno normativo español no tiene en cuenta las características específicas de las empresas sociales, en particular por lo que respecta a las figuras y normas de contratación, compra pública y a los regímenes existentes. Esto dificulta la movilización de los inversores y el acceso a las subvenciones, los contratos públicos, o a las bonificaciones fiscales que obtienen figuras jurídicas que generan el mismo valor social.

La definición de un marco jurídico específico de las empresas sociales contribuiría, sin duda, a promocionar su difusión, al mismo tiempo que permitiría legislar de forma adecuada todos los aspectos relacionados con este tipo de empresas.

Tampoco existe una regulación normativa específica en torno a la persona emprendedora y su potencial en tanto que motor económico y social

5.3 VISIBILIDAD, CREDIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO

Otro de los grandes problemas a los que se enfrenta el emprendimiento social en España es el gran desconocimiento y falta de visibilidad existente en torno al concepto, así como la falta de credibilidad y reconocimiento del sector en el mercado (Villajos *et alii*, 2012). Las dificultades de puesta en marcha y la escasa tradición emprendedora son factores determinantes en este aspecto concreto. Además, el sistema educativo español en sus diferentes niveles – desde primaria a educación superior- no contempla ni fomenta el conocimiento, ni la adquisición de competencias, habilidades y destrezas de este tipo de emprendimiento que se deriva en una falta de jóvenes con espíritu emprendedor y creadores de cambio (Priede *et alii*, 2014, p.18).

La definición de un marco jurídico específico de las empresas sociales contribuiría, sin duda, a promocionar su difusión, mejorar el conocimiento y comprensión del mercado sobre estas, al mismo tiempo que permitiría legislar de forma adecuada todos los aspectos relacionados con este tipo de empresas.

El escaso reconocimiento de las empresas sociales es el otro obstáculo que dificulta su creación y desarrollo. El marco legal que ignora las especificidades de las empresas sociales, las limitaciones en lo que respecta a la redistribución de los beneficios, o el empleo de trabajadores vulnerables, dan a menudo a proveedores, inversores, administraciones públicas, e instituciones la sensación de que son empresas de mayor riesgo y menor seriedad que otras.

El sistema educativo, tanto en primaria, secundaria y educación universitaria, no fomenta el emprendimiento en general y menos aún social. Este es un factor decisivo en el déficit de espíritu emprendedor que existe en España, a pesar de las iniciativas innovadoras de algunas personas e instituciones españolas que son referentes mundiales.

6. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EUROPA

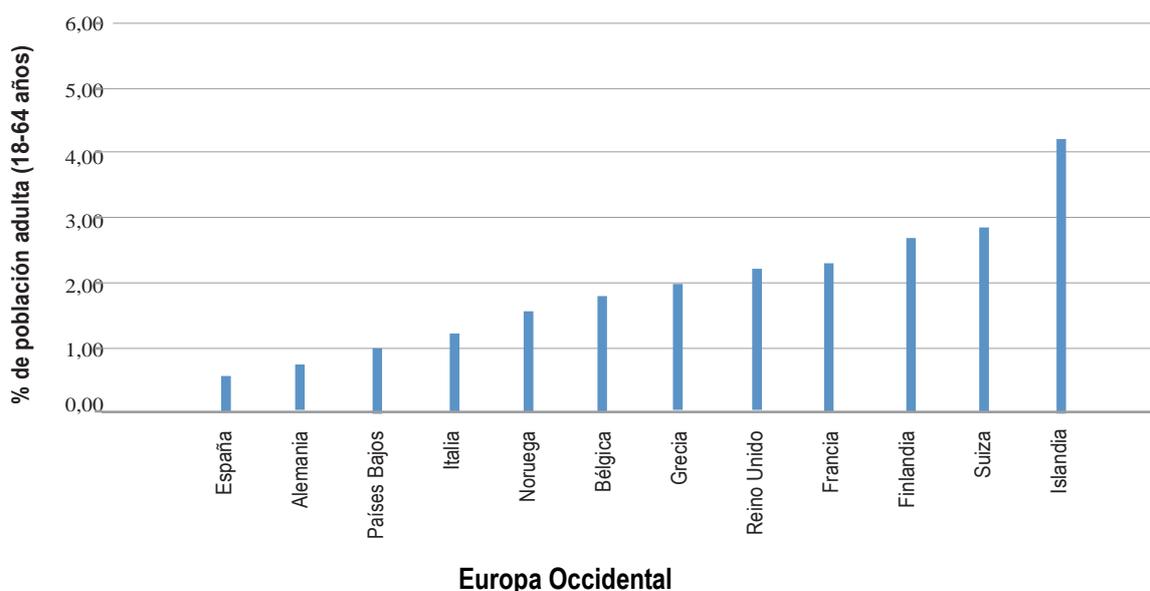
En este apartado se explica la situación en la que se encuentra las empresas sociales en Europa y para ello se describen las principales características de los emprendedores sociales con datos GEM de 2009, que son los últimos disponibles.

6.1 SITUACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES SOCIALES EN EUROPA

Para estudiar la situación de las empresas sociales en Europa tenemos que saber que el proyecto GEM define el emprendimiento social como el conjunto de emprendedores y organizaciones dedicadas a actividades empresariales con un objetivo social. En este contexto, existen por tanto tres características que diferencian al emprendedor social del resto de emprendedores tradicionales o de las meras organizaciones sin ánimo de lucro. Concretamente, estas características son: el predominio de una misión social, la importancia de la innovación y el papel también importante de los ingresos obtenidos en el proyecto (Informe GEM, 2014).

Se presenta una comparación de la prevalencia de la tasa de actividad emprendedora social (AES) por países de la Europa occidental (véase el Gráfico 1)

Gráfico 1. Actividad empresarial social (AES) en la etapa temprana, por país y región. (Informe GEM 2014)⁸.



⁸ Señalar que aunque el informe del GEM sea del 2014, los datos referidos a las empresas sociales son del 2009.

En este gráfico se observa una gran diferencia en los porcentajes de emprendedores sociales por países, desde los países con mayor cantidad de población adulta emprendedora, como Islandia, con porcentajes superiores al 4%, hasta los países con menor presencia del emprendimiento social, como España, con una tasa de apenas el 0,51% de la población adulta (18-64 años), por lo que se convierte en el país que presenta el menor porcentaje de emprendedores sociales de Europa. Este escenario contrasta fuertemente con el nivel de emprendimiento social de los países nórdicos.

Según la Comisión Europea, la economía social representa en Europa el 10% de todas las empresas y da empleo a más de once millones de personas. En concreto, en el último estudio sobre economía social en la Unión Europea promovido por el *European Economic and Social Committee* se concluye que el empleo asalariado en la economía social in Europa es de más de catorce millones y medio de personas, lo que supone alrededor del 6,5% de los trabajadores de la Europa de los 27 (Monzón y Chaves, 2012). Estas cifras engloban a todas las empresas que tienen un impacto social positivo y anteponen la consecución de su misión social a la mera maximización de su beneficio (Valcárcel, agosto 2012, p.107).

La Comisión Europea ha acordado dar prioridad las políticas de ayuda a las empresas sociales y a los emprendedores sociales debido al impacto social, de sus actuaciones de creación de empleo sostenible e inclusivo positivo y al peso que tienen en el crecimiento económico. Para ello, su objetivo es la creación de un entorno económico y operativo que promueva su desarrollo y facilite su financiación.

6.2 IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL POR PARTE DE EUROPA

Como consecuencia de los resultados analizados en el apartado anterior en 2011 la Comisión Europea realizó una consulta pública sobre cómo habría que actuar para promover las políticas necesarias para los fondos de inversión social. Los resultados mostraron que el principal problema para las empresas sociales europeas es la financiación.

Así pues, se decretaron estrategias para cubrir estas necesidades, apoyando los fondos de inversión o de capital riesgo especializados en el sector social y se realizaron una serie de recomendaciones favoreciendo políticas de desarrollo de la economía social y más concretamente de las empresas sociales.

La Comisión subrayó la capacidad de estas políticas para “aumentar la competitividad del mercado de la economía social europeo”, además de implicarse en otros problemas como la cohesión de los territorios, la aplicación de procesos innovadores a problemas sociales, la inclusión social, el desarrollo sostenible y el desempleo juvenil. (Asociación Española de Emprendedores Sociales, 2015).

Con este objetivo la Comisión Europea publicó en diciembre de 2011 un borrador de norma sobre los fondos europeos de emprendimiento social. En la misma se recogen tres aspectos que intentan hacer frente a los desafíos que estas entidades encuentran (Valcárcel, agosto 2012, p.105):

- La creación de una marca europea de fondos de emprendimiento social.
- Mejorar la información para los inversores
- Permitir la captación de fondos en toda Europa sin asumir costes adicionales.

Desde este momento, la Comisión Europea enlazó el apoyo a los emprendedores sociales con la estrategia Europa 2020⁹. La UE ha establecido objetivos con el fin de enfrentarse a los desafíos a nivel europeo y aumentar el nivel de desarrollo y bienestar social. Estos objetivos se centran en mejorar el empleo, la investigación y el desarrollo, la conservación medioambiental, la educación y la pobreza y exclusión social.

Debido a que los fondos europeos deben estar regularizados por el gobierno del estado miembro donde operen, en España los fondos que aspiren a conseguir la marca de fondo europeo de emprendimiento social deben cumplir los requisitos exigidos por la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV) para dichos instrumentos de inversión (Valcárcel, agosto 2012, p. 107).

La Comisión Europea está haciendo un esfuerzo para facilitar la formación y desarrollo de las empresas sociales a pesar de que las mismas representan un 10% del total de empresas europeas y dado que tiene en cuenta el impacto de las actuaciones de estas empresas en la creación de empleo sostenible e inclusivo. En dónde una de las prioridades es, dentro de esta iniciativa de fomento del emprendimiento social, facilitar el acceso a la financiación de estas empresas sociales. Una mejor financiación permitirá incrementar el número de empresas creadas y promover su crecimiento. Todas estas políticas, resultan incluso prioritarias en el actual entorno económico europeo de recesión y fuerte destrucción de empleo en varios países.

⁹ Europa 2020 es la estrategia de la Unión Europea para el crecimiento y el empleo iniciada en 2010 con una duración prevista de 10 años. Su objetivo no es solo superar la crisis de la que poco a poco van recuperándose nuestras economías. Se trata también de paliar las deficiencias de nuestro modelo de crecimiento y de crear las condiciones necesarias para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. (Comisión Europea, noviembre 2014. Europa 2020 en dos palabras)

Frente a otros países europeos, el entorno de financiación de empresa social en España es más complicado. No solo es inferior el número de nuevas empresas sociales, dadas las debilidades en la promoción empresarial, sino también es menor el volumen de patrimonio gestionado de los fondos de capital riesgo. Esta realidad ha ralentizado y, dificultado el despegue de los fondos de inversión y capital riesgo social españoles. Aun así, en los últimos años, desde la iniciativa privada se han lanzado varios proyectos piloto de financiación y asistencia técnica a las empresas sociales. La experiencia generada en su desarrollo y las conclusiones obtenidas de sus resultados pueden ser muy útiles para apoyar las líneas en las que se está trabajando en la Comisión Europea (Valcárcel, agosto 2012, p. 127).

Como consecuencia de todas estas políticas y estrategias se espera que haya un aumento de empresas sociales con las actuales iniciativas de impulso a las empresas sociales y por las facilidades que va a suponer el reglamento sobre los fondos europeos de emprendimiento social para la captación de fondos transfronterizos y la comunicación de las actividades de estos fondos.

7. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Una de las preguntas fundamentales es cómo medimos el impacto social que crean estas empresas sociales, cómo sabemos realmente que esta forma de emprender está causando un bien social y cuál es su alcance. La idea de medir el impacto de una iniciativa social se entienda como una tarea más complicada dado lo difícil de medir el cambio social en términos monetarios.

Recordemos que la empresa social tiene una dimensión social y otra económica. Y esta última forma parte también del éxito. Por tanto, habrá que tener en cuenta la cobertura de los gastos y, en su caso, la acumulación de beneficios por razones de seguridad, cobertura de riesgos, crecimiento futuro, ampliación de nuestros objetivos sociales, etc. La sostenibilidad económica es, al menos, un indicador de que la empresa está teniendo éxito.

La necesidad de mejorar la medición con nuevas metodologías es un debate abierto desde hace muchos años entre otras cosas por el gasto que implica la evaluación y los recursos tanto humanos como técnicos que esta requiere. Aun así no cabe duda de que es fundamental evaluar la intervención social, para medir si efectivamente se han conseguido los objetivos planteados como mecanismo de aprendizaje y mejora de futuras intervenciones.

En el caso de los emprendedores sociales es más complejo medir el impacto pues estamos ante la presencia de un híbrido de empresa con un objetivo social. Siendo una empresa, tiene que poseer un plan financiero donde se analiza la viabilidad del negocio planteado, cuánto se ha de invertir y cuánto tiempo se ha de esperar para el retorno de la inversión, estamos hablando del **ROI**. Pero la empresa social es un modelo de negocio que necesita no medir el impacto social esperado. Se trata de medir la tasa de retorno (**ROI**) pero agregando el componente social **SROI** (García, 2012).

Esta metodología utiliza el tradicional análisis costo beneficio pero va más allá al captar el valor financiero de aspectos económicos, sociales, medioambientales; en resumidas cuentas del objeto de la intervención social

Encontramos dos tipos de **SROI**:

- **De evaluación:** que se realiza a posteriori y según los resultados obtenidos.
- **De pronóstico:** en este caso hablamos de predecir el valor social que será generado una vez que las actividades planteadas se lleven a cabo y se alcanzan los resultados previstos

La clave para el cálculo del **SROI** se encuentra en los indicadores, los cuales se van diseñando a medida que se formula el proyecto social atendiendo al ciclo de vida del proyecto.

Ciclo de vida del Proyecto	Etapa SROI	¿Cómo?
Identificación / Diseño	Etapa 1: Definición de alcance de impacto	Se establecen los parámetros de medición del SROI . Se ha de identificar, priorizar y comprometer a involucrados.
Implementación/ Monitoreo	Etapa 2: Recolección de información	Selección de indicadores; es fundamental. Indicadores de impacto y de resultados y no solo de productos. Luego se ha de identificar valores (monetizar) es el paso que genera mayor confusión. Luego se ha de recolectar información.
	Etapa 3: Cálculo del SROI	Análisis de <i>inputs</i> que fue necesario para generar el retorno. Adicionar beneficios monetarios basados en el set de indicadores y valores financieros. <u>Calcular SROI:</u> Valor beneficios/ valor de la inversión
Evaluación	Etapa 4: Reporte y Comunicación	Preparar reporte SROI Comunicar e incorporar los resultados a la toma de decisiones

En la actualidad, cada vez más se utiliza la metodología de **SROI** como mecanismo de medición del impacto de proyectos de intervención social. El argumento es que por un lado supone una mejora en la medición del resultado esperado y por otro permite demostrar el verdadero valor del impacto. Es un indicador que tiene la capacidad de homologar el impacto en contextos distintos. En resumen la implementación del **SROI** contribuye a maximizar la eficiencia del ciclo del proyecto.

8. CONCLUSIONES

El emprendimiento social aunque existe desde hace muchos años es un mundo aún por explotar, la falta de visibilidad y la poca cultura empresarial y social hace aún más difícil el crecimiento de las empresas sociales en España si bien se está haciendo un esfuerzo por parte de esta y Europa por fomentarla, sus medidas son todavía insuficientes.

La poca cultura empresarial del país en general y el poco interés empresarial por parte de los jóvenes en especial, prefiriendo estos una vez terminados sus estudios trabajar para la empresa privada o para la administración, supone un gran obstáculo para que se desarrollen las empresas sociales. Esta falta de interés por el emprendimiento genera una debilidad en la sociedad, que desaprovecha la oportunidad de favorecer la creación de empleo y deja de generar beneficios personales y sociales. Por otro lado estamos viendo atisbos de interés por parte del Estado en donde parece estar tomando fuerza la idea de que fomentar la actividad por cuenta propia tiene una serie de beneficios para el país poco valorados hasta el momento. Sin embargo, las políticas generadas a este respecto son escasas ya que en España una de las dificultades principales es que la cuota de autónomo sigue siendo excesivamente alta.

En este país, la tasa de actividad emprendedora social está muy por debajo de la media de Europa. No obstante, la actual coyuntura económica de recesión, la crisis del estado de bienestar y el problema del desempleo es la responsable del auge de las empresas sociales. De esta forma, la figura del emprendedor social toma gran importancia ya que se configuran como una alternativa real e innovadora para la solución de problemas de la sociedad y medioambientales, esto se debe a una conciencia social europea que es cada vez mayor.

Para que el emprendimiento social se abra paso en la sociedad hace falta mejorar los inconvenientes de la falta de financiación y de la reducida visibilidad del sector y hay que disponer de un marco jurídico e institucional adecuado, en definitiva, la creación de un ecosistema real de emprendimiento social.

En España, el emprendimiento social todavía está en fase de desarrollo pese al crecimiento de los últimos años. A pesar de ello existe, de forma progresiva más interés por parte del entorno institucional, profesional, empresarial, educativo, etc. No obstante, es importante señalar que no se debe simplemente copiar lo que ya hay hecho en otros países, sino que es necesario que el desarrollo jurídico se adapte a la cultura y se integre en el contexto español, de lo contrario será un fracaso.

Y para terminar me quedo con la declaración de Bill Drayton cuando conoció la noticia de que iba a ganar el Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional 2011: “Cuanto más rápido cambia el mundo, más importante es que vayamos más allá de dar peces o ayudar a la gente a aprender a pescar. Debemos cambiar constantemente la industria pesquera. Y eso requiere de Emprendedores. Además, tenemos que asegurarnos de que cada cambio es para el bien común. Por eso el mundo necesita emprendedores sociales - hombres y mujeres cuyas vidas, y por lo tanto sus trabajos, son para el bien de todos. Les necesitamos individualmente y como una gran comunidad que trabaja junta.”

9. BIBLIOGRAFÍA

ASHOKA España (s.f). "Historia de Ahoka Internacional". Recuperado de:

<http://spain.ashoka.org/historia-de-ashoka-internacional>

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRENDEDORES SOCIALES (13 de mayo de 2015). "El emprendimiento social se mueve... con Europa 2020". *Social Emprende*. Recuperado de:

<http://www.socialemprende.org/el-emprendimiento-social-se-mueve-con-europa-2020>

COBIÁN, C. (2013). "¿Qué es el emprendimiento social?". *CONPRMETIDOS ideas+acción*.

Recuperado de: <http://conprmetidos.org/que-es-el-empredimiento-social/>

COMISIÓN EUROPEA (28 de noviembre de 2014). "Europa 2020 en dos palabras". *Europa 2020*. Recuperado de:

http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_es.htm

CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA SOCIAL (CEPES). (s.f.).

Recuperado de:

http://www.cepes.es/social/econ_social_que_es

ESTÉVEZ, R. (09 de Octubre de 2015). "¿Qué es el emprendimiento social?". *Ecointeligencia*.

Recuperado de:

<http://www.ecointeligencia.com/2015/10/emprendimiento-social/>

GARCÍA, M. (10 de Septiembre de 2012). "**SROI** herramienta para medir el impacto de proyectos sociales". *Semántica Social*. Recuperado de:

<http://www.semanticasocial.es/2012/09/10/como-medir-el-impacto-de-las-iniciativas-de-emprendedores-sociales/>

GEM (2014). *Report on Social Entrepreneurship*. Recuperado de:

http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf

HARO PASTOR, G. (13 de 07 de 2011). Emprendedor social. Recuperado de:

<http://www.emprendedor-social.org/emprendedores-sociales-bill-drayton-fundador-ashoka/>

MARTÍN, L. (10 de junio de 2010). Emprendedores sociales. Cuando quien pide cuentas es la sociedad. Compromiso Empresarial la revista de la Fundación, Compromiso y Transparencia. Recuperado de:

<http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2010/06/emprendedores-sociales-cuando-quien-pide-cuentas-es-la-sociedad/>

PÉREZ, J.C, ETXEZARRETA, E., GURIDI, L. (Marzo de 2008). *Portal de Economía Solidaria*. Recuperado de:

http://www.economiasolidaria.org/files/Economia_social_y_solidaria_concepto_nociones.pdf

PIZARRO, E., RODERO, E., (s.f.). "Guía práctica de emprendimiento social y cultural". *Esta edición es propiedad del Servicio de Inserción Profesional, Prácticas y Empleo de la Universidad de Salamanca*. Recuperado de:

https://emprende.usal.es/esyc/b-guia_practica_para_emprender/3-la_financiacion_del_emprendimiento_social_y_cultural.html

PRIEDE, T., LÓPEZ-CÓZAR, C. & RODRÍGUEZ, A. (Abril 2014). "Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales". *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Comparativa*, nº 80, pp. 16 y 18

SÁNCHEZ CASTRO, JAVIER. (Julio/Agosto 2011). "El emprendimiento social, en auge frente a la crisis". *Publicado en Executive Excellence* nº 83. Recuperado de:

http://www.eexcellence.es/index.php?option=com_content&view=article&id=803:javier-sanchez-castro&catid=57:fundacion-luis-vives&Itemid=67

VALCÁRCEL, M. (2012): "Los fondos europeos de emprendimiento social: su aplicación en España", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 75, pp.106, 107, 126 y 127

WIKIPEDIA. (08 de Abril de 2016). Recuperado el 26 de 04 de 2016, de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Bill_Drayton