

## ANTECEDENTES

# EMPRESAS SOCIALES EN ESPAÑA

### Ecosistemas

El concepto específico de “empresa social” es relativamente nuevo en España, y se mantiene desconocido en lugares fuera de las 4 regiones predominantes donde la mayoría de actividades ocurren: Cataluña, Madrid, Andalucía y el País Vasco. Sin embargo el país “tiene una larga tradición de economía social (más general): cooperativas, cuerpos voluntarios, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro han formado parte de las actividades lucrativas por raciones sociales más que razones comerciales por años” (Alvarez, 2014)

### Historia

La historia de la economía social de España puede ser trazada hacia los 1800s. Sociedades de socorro mutuo, sociedades con respuestas colectivas a temas y necesidades como el desempleo y aseguramiento de salud, emergieron en el siglo 19 como una versión temprana del sistema de seguridad social (Alvarez, 2014).

En los 1970s, como país en transición hacia la democracia y enfrentando una crisis industrial severa, resultando en desempleo elevado, trabajadores desempleados se unieron en sociedades laborales y empresas propiedad de los trabajadores. En los 1980s, las empresas sociales de integración laboral fueron introducidas, enfocándose en las personas socialmente excluidas o personas con discapacidad. Durante los 1990s, y debido a que la noción de la economía social se desarrolla, resultando en “la formación del Instituto Nacional de Fomento de la economía social (INFES) (Alvarez, 2014). La mayor parte de la legislación en economía social de España fue emitida en el 2011.

### Política nacional

La legislación relacionada con la economía social comenzó durante los 1970s, con la promoción de las cooperativas incluida en la Constitución de 1978. El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social publicó un informe sobre economía social en 1992, el mismo tiempo que INFES (ver sección anterior) fue establecido. En 2011, la Ley sobre economía social fue aprobada, y durante ese año el Parlamento Español creó la sub-comisión de economía social, sin embargo desde entonces fue desactivada (Alvarez, 2014).

A nivel institucional, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social dentro del gobierno central tiene un Directorio General (DG) dedicado a la economía social que tiene la tarea de “Promover planes legislativos y públicos de soporte para la economía social” (Alvarez, 2014).

Regionalmente, “todas las comunidades autónomas tienen departamentos dedicados a economía social y temas de emprendimiento; las comunidades autónomas también tienen competencias exclusivas en temas cruciales relacionadas a la economía social, como cooperativas y mutuales” (Alvarez, 2014).

### Formato legal

España tiene muchas formas institucionalizadas de empresas sociales.

Los cuales son las siguientes:

• **Cooperativas de iniciativa social:** bajo la Ley 27/1999 las cooperativas han sido bastante importante para los

movimientos sociales en España. Muchas empresas sociales han adoptado estos modelos. Sin embargo, las cooperativas tienen una desventaja importante debido a que generalmente tienen mayor dificultad para atraer inversiones de fuentes externas, por lo que tienden a generar capital a través de sus miembros.

• **Centros de empleo protegido** (Ley 13/1982): “Estos centros fueron establecidos por la Ley 13/1982 de Integración Social de Personas con Discapacidad. Ellos realizan trabajo productivo y participan en operaciones comerciales, y tienen como objetivo una posición remunerada y servicios personales y sociales adecuados para sus empleados con discapacidad (que tiene que constituir por lo menos el 70% de su personal)” (Alvarez, 2014).

• **Empresas sociales de integración laboral (ESIL):** (Ley 44/2007) “ESIL son típicamente iniciadas como fundaciones o asociaciones. En su estructura de empleo tienen más de 30% de trabajadores en proceso de integración laboral durante los tres primeros años de actividad de una entidad determinada con incremento de 50% desde el cuarto año en adelante” (Alvarez, 2014).

• **Organizaciones sin fines de lucro como asociaciones y fundaciones:** Las asociaciones en España no necesitan capital inicial para comenzar y el proceso es bastante simple. Sin embargo, las asociaciones no son declaradas tener una “finalidad social” por los tres primeros años desde que han sido fundadas y tienen que demostrar que están ayudando a causas sociales locales. En este periodo interino no obtienen beneficios fiscales en relación a su actividad.

• **Empresas principales y empresas limitadas:** tienen un formato legal común con criterios más estrictos. Generalmente emprendedores sociales no tienen ventajas en comparación con propuestas con fines de lucro, más que mencionar explícitamente sus objetivos sociales como una forma de “activismo ligero”

### Tamaño del sector

El estimado disponible de economía social elaborado por CEPES sugiere que hubieron 44,500 empresas sociales en el 2013. Sin embargo, estimaciones que emplearon criterios operacionales de la UE fueron aplicados basados en las estadísticas de CEPES que sugieren un número mucho menor, alrededor de 8,000 (excluyendo cooperativas de iniciativa social).

El tamaño de las empresas sociales en España varía en función del acceso y disponibilidad de los fondos, con fundaciones y organizaciones no gubernamentales más tradicionales con 30 empleados en promedio, mientras que empresas más pequeñas tienen menos de 10 empleados. La edad de las organizaciones varía, como la mayoría de entrevistados mencionaron que los impuestos elevados y leyes difíciles suponen una barrera para iniciar el negocio de acuerdo a ley y los obliga a operar bajo distintos formatos hasta entonces. La mayoría de emprendedores sociales trabajando bajo un estatus de empresa privada legal considera encontrarse en una fase inicial del proyecto.

### Actividades

Tradicionalmente, empresas sociales españolas se distribuyen en un área diverso de la industria y servicios sociales, sin embargo hay un movimiento creciente enfocado en el cambio social, básicamente desempleo y entrenamiento. En años recientes, como resultado de un gran número de inmigrantes que llegaron durante la crisis económica, España ha visto aumentar las organizaciones cuyas actividades se enfocan en inclusión social e integración laboral.



## RECOMENDACIONES PARA LOS POLÍTICOS

Crear mediciones de impacto más estandarizadas como precondiciones necesarias para desarrollar mercados de inversión social

Demostrar un compromiso firme hacia la empresa social a través de acciones políticas a nivel nacional.

Incluir el criterio social en adquisiciones públicas

Incrementar el monto de financiamiento disponible para empresas sociales, y realizar mediciones para mejorar el acceso al financiamiento.

Establecer certificación y/o un sistema de reconocimiento para las empresas sociales.

Tomar medidas para incrementar el acceso al crédito especialmente para mujeres (Actualmente muchas mujeres emprendedoras sociales cuentan con amigos y familiares para el capital inicial en ausencia de acceso al crédito)

## Trabajos citados

### Bibliografía:

Alvarez, N. (ICF), Chaves, R. and Fajardo Gracia, I. (2014). *A map of Social Enterprises and their ecosystems in Europe*. Country Report for Spain. London. ICF Consulting Services for the European Commission.  
Bruni, A., Gherardi, G. and Poggio, B. (2005). *Gender and entrepreneurship: An ethnographic approach*. London.  
Jennings, J. and Brush, C. (2013). *Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?* The Academy of Management Annals, 7(1), 663-715.  
Jennings (Eds.), *Global women's entrepreneurship research: Diverse settings, questions and approaches* (pp. 135-151). Cheltenham/Northampton, U.K.: Edward Elgar.

### Entrevistas personales realizadas a los siguientes emprendedores sociales:

Alice Fauveau / Alicia Carpo / Aurelie Salvaire / Fiona Capdevila / Isabella Raymond / Maite Canton / Mari Cruz / Marta Fernandez / Veronica Recanati

### ACERCA DEL PROYECTO

Este mini-reporte está basado en información empírica primaria recolectada por Elena Blanco de mayo a julio, año 2015 en España, de parte del Lobby Europeo para Mujeres. La información fue recolectada mediante investigación documental, entrevistas a profundidad semi-estructuradas con 10 informantes dando métodos de entrevista feminista, y una encuesta por internet disponible en español e inglés que fue tomada por 16 personas.

Estos resultados son parte del estudio piloto de un año iniciado por el Lobby Europeo para Mujeres, llamado WEstart: mapeando el emprendimiento social femenino en Europa. Enfocándose en 10 países europeos WEstart busca generar un mejor entendimiento de la situación y el estado del rol del emprendimiento social femenino en Europa.

Para más detalles sobre WEstart visita:  
[www.womenlobby.org](http://www.womenlobby.org)  
o [www.WEstartEurope.org](http://www.WEstartEurope.org)

PHOTO CREDITS  
p. 3 © Apuntadas. [Photograph]. Retrieved 1 September, 2015 from <http://www.wonders.com/blog/a-puntadas-y-wonders-una-entrevista-a-rosa-escandell/>



### MINI-REPORT

## EMPRENDIMIENTO SOCIAL FEMENINO EN



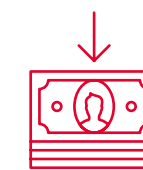
# ESPAÑA

Empoderando, incluyendo y educando a grupos marginados

Llevadas por experiencias de primera mano de marginalización en sus comunidades, las mujeres en España están usando el emprendimiento social para pelear por la justicia social.

### INSTANTÁNEA\*

\*Extraído de 16 encuestas a mujeres



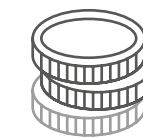
Ganancia anual  
½ menos de  
**30,000€**



La duración promedio de operación de una empresa social de una mujer es aproximadamente  
**3 AÑOS**



La **MAYORÍA** de las mujeres emprendedoras sociales no tienen responsabilidades de prestación de cuidados.



**90%** de las ganancias son reinvertidas por la mayoría en misiones sociales



Para **1/3** de las mujeres el **90%** de su ingreso depende del mercado



En promedio, **1-2** trabajos a tiempo completo y **4** trabajos a tiempo parcial son generados por empresas sociales lideradas por mujeres.

“Manejar una empresa social crea empoderamiento en diferentes niveles”

Encuestado por WEstart  
(Anónimo)

### HALLAZGOS CLAVES

#### ECOSISTEMA

• Aproximadamente 8,000 empresas sociales en España • Varios formatos legales incluyendo: cooperativas de iniciativa social, centros de empleo protegido, empresas sociales de integración laboral (ESIL), empresas principales y sin fines de lucro (fundaciones y asociaciones).

#### SECTORES

• Educación, salud y trabajo social, agricultura, servicios profesionales, científicos y técnicos, industria y construcción.

#### MISIONES

• Inclusión de grupos marginados, educación, inclusión de diversidad, empoderamiento femenino.

#### MOTIVACIONES

• Experiencia personal con temas sociales, respondiendo a una necesidad no cubierta en la comunidad, buscando lograr un impacto social específico

#### BARRERAS

• Falta de disponibilidad de fondos, falta de acceso a financiamiento.  
• Falta de tiempo para dedicarse a las actividades de la empresa social.  
• Falta de visibilidad.

#### GÉNERO

Women social entrepreneurs: Mujeres emprendedoras sociales:

• Contribuye al empoderamiento de la mujer en el país. • Maneja su empresa social de una manera colaborativa y más participativa.  
• Percepción de sí mismas como más conectadas y tienen mayor pasión por su misión social. • La mayoría no tiene responsabilidades de prestación de cuidado.

#### IMPACTO

• La mayoría mide impacto social • La mayoría busca impacto individual o impacto grupal pequeño

### TABLA DE CONTENIDO

p2 Antecedentes . p3 Impacto social . p4 Mujeres emprendedoras sociales . p6 Recomendaciones para formuladores de políticas . p6 Trabajos citados . p6 Sobre el proyecto



## ESTUDIO DE CASO



## Apuntadas

Rosa Escandell y Cristina Perez son fundadoras de la empresa social, Apuntadas, una empresa textil y de manufactura que trabaja con mujeres en riesgo de exclusión social. La empresa comenzó como una asociación sin fines de lucro que realizaba talleres de entrenamiento en producción textil para mujeres vulnerables, con el objetivo de darles herramientas laborales y capacidad de elaborar productos de alta calidad.



## IMPACTO SOCIAL DE LAS EMPRESAS SOCIALES LIDERADAS POR MUJERES

La mayoría de mujeres encuestadas y entrevistadas indicaron que miden el impacto social, a pesar de encontrarse en varias etapas de este proceso. Una mujer acotó, “Está en nuestros planes, pero estar en etapas precoces del proyecto ha hecho que comencemos con la medición, (cuando lo hagamos) consideraremos indicadores cuantitativos y cualitativos”. Otra emprendedora indica, “Por ahora hacemos encuestas de satisfacción con las participantes en nuestros programas. Tenemos diseñado un sistema de evaluación para mejorar capacidades de participantes basados en percepciones usando escalas de Likert que comenzaremos a tomar este año.”

Después de muchos años como empresa sin fines de lucro, en el 2011 las fundadoras deseaban lograr un impacto social mayor y decidieron unirse con la fundación Juan Peran-Pikolinos, que tiene una experiencia sólida en negocios, para convertirse en una empresa social.

Cristina menciona que incluso después de que su empresa estaba activa encontraron la necesidad de desarrollarse ellas mismas y ser más innovadoras en el campo. Por esta razón es que obtienen la certificación GOTS (Global Organic Textile Standard/Estándar global de textil orgánico), el cual es uno de los estándares más reconocidos basados en su procesamiento estricto de manufactura en todo el ciclo productivo para ropa hecha a base de fibras orgánicas. Dado que son una de las pocas empresas que han obtenido esta certificación, su empresa ahora también incluye consultoría, dando soporte a organizaciones para compartir los estándares de su trabajo reconocidos a nivel mundial. Ellas dicen:

**“Tu siempre tienes que buscar ser el mejor y el primero en las cosas que haces, incluso si eres social, tienes que estar al nivel de las empresas y ser mejor que ellos”**

Desde 2008, Apuntadas ha entrenado a 286 mujeres en producción textil. Desde 2011, 25 mujeres han obtenido un contrato laboral en el mercado, y 13 mujeres han sido capaz de entrar al mercado laboral por su cuenta.

Para otras emprendedoras, el impacto social es más anecdótico. Una entrevistada mencionó, “personas que prueban nuestros productos y los usa regularmente mejoran su salud y corrige muchos problemas relacionados a alérgenos y sustancias tóxicas que son encontrados en cosméticos convencionales, alimentos no orgánicos, etc.”

Sobre todo, las mujeres emprendedoras sociales buscan obtener un impacto social para individuos o grupos específicos de personas que corresponden a su motivación debido a una experiencia personal en un tema social o necesidad.

Económicamente, muchas mujeres entrevistadas miden el éxito al tener suficiente dinero para pagar todo y luego tener un adicional. Otra vez, esto corresponde al hecho que la mayoría tiene un ingreso menor a 30,000 euros anuales. Sin embargo, como ha sido evidenciado antes, la satisfacción personal y el sentimiento de empoderamiento en las mujeres emprendedoras sociales es elevada.

## MUJERES EMPRENDEDORAS SOCIALES



### MOTIVACIONES Experiencias personales, necesidades insatisfechas, impacto social

Mujeres emprendedoras sociales generalmente experimentan un llamado claro y sienten un compromiso fuerte con lo que hacen. En el contexto español, pocas emprendedoras sociales se convierten en emprendedores por necesidad económica, más bien generalmente lo hacen debido a que han experimentado una necesidad o tema social en su comunidad a primera mano, y son llevadas a llenar ese vacío. De ese modo, la misión de las mujeres emprendedoras sociales está enfocada en esfuerzos para empoderar, incluir y educar grupos marginados. Como una emprendedora explicó cuando describió su misión, “estoy dando visibilidad y voz a mujeres con autismo y síndrome de Asperger en mi país”.

El enfoque específico de la inclusión de personas marginadas genera una gran satisfacción en las mujeres liderando empresas sociales. Como una emprendedora relata.

*“Considerando mi fuerte compromiso personal a la inclusión social, el hecho que soy capaz de aplicar esto en mis proyectos de negocio personales me da una satisfacción enorme. Estoy consciente que el beneficio de nuestro trabajo se dispersará a través de la comunidad y tendrá un efecto resonante en los grupos vulnerables.”*

**Emprendimiento social te permite enfocar en un proyecto en concreto en la que puedes realizar tus aspiraciones sociales, y tu deseo de crear algo positivo en tu entorno.”**

### Generación de ingresos, crecimiento personal

En algunos casos, mujeres vieron la posibilidad de ser una situación de ganar-ganar, en la que pudieron seguir su llamado y proveer de un ingreso adicional a su familia. Adicionalmente, algunas mujeres emprendedoras sociales comenzaron como emprendedoras para crecer como profesionales dentro de su horario y para acomodar una vida familiar ya que sintieron que “el sistema” no era compatible con sus necesidades personales. Entrevistadas notaron que el horario de trabajo español era particularmente incómodo para un balance trabajo-vida ya que va desde las 09:00-14:00 y 16:00-20:00

Sin embargo, la encuesta WEstart reveló que menos del 25% de las mujeres emprendedoras sociales sostenían su hogar enteramente del ingreso de su empresa social. Adicionalmente, más de la mitad de los encuestados reportaron un ingreso anual menor a 10,000 euros. Como tal, aparenta ser para la mayoría de las mujeres emprendedoras sociales, la generación del ingreso adicional, a pesar de ser bienvenida, es un factor de motivación menor que el deseo de tener un impacto social específico.



### BARRERAS

#### Barreras nacionales

A pesar de la fuerte motivación y pasión, España sigue quedando atrás en producir empresas sociales exitosas (lideradas por ambos sexos) comparado con otros países europeos. Hay varias razones para esto.

Primero, hay una brecha amplia entre la fuerza laboral emergente: mientras España actualmente tiene el grupo de jóvenes más educados, la posibilidad de encontrar un trabajo remunerado en el país es escasa. Personas jóvenes con capacidades para ser emprendedores encuentran trabajos en otro lado donde se encuentran en una “fuga de cerebros”. La mayoría de entrevistados mencionaron encontrar “recursos humanos” adecuados

el problema más importante para expandir su organización.

En segundo lugar, programas universitarios se están quedando atrás en su currículo ya que no desarrollan las habilidades y competencias que son necesarios para convertirse en un emprendedor social. Estas habilidades incluyen: empatía, pensamiento crítico y visión a largo plazo. Tercero, inversionistas aún no están tomando los riesgos necesarios para ayudar a los emprendedores y cambiar su estado mental en un formato de “capital a largo plazo y sustentable”. Finalmente, el gobierno tiene menos y menos dinero para subsidios y ayuda para proyectos innovadores.

#### Barreras específicas para mujeres

Adicionalmente a las barreras mencionadas anteriormente, las mujeres se enfrentan a barreras relacionadas a finanzas y discriminación de género.

La mayoría de mujeres encuentran finanzas, o acceso a financiamiento el mayor obstáculo durante todo el proceso. Mientras que esto es un problema para todo emprendedor social, es específicamente cierto para las mujeres, quienes enfrentan discriminación de género sutil y prejuicios de género a nivel social en todos los niveles de su camino con su empresa social.

Como describe una mujer, “Yo siento que es importante demostrar que la mayoría de proyectos con las que he tenido contacto que son liderados por hombres, para mí, confirman el soporte disminuido a las mujeres, y el prejuicio de género presente en el imaginario colectivo de la sociedad desde el sistema educativo hasta el estado.”

*Esto resulta en más barreras psicológicas y sociales para las mujeres cuando se trata de iniciar una empresa social.”*

En España, muchas instituciones son dominadas por hombres, no sólo bancos y entidades financieras, también en muchos casos, la familia. Como anotó un entrevistado,

**“mi padre y hermanos eran emprendedores pero cuando les decía para iniciar yo también, nadie me tomaba en serio en mi familia. Ahora mi empresa está pagando los gastos así que me siento capaz de hacer cualquier cosa!”**

En España, la falta de acceso al crédito es un obstáculo mayor para los emprendedores sociales de ambos sexos, y muchos confían en el soporte de sus amigos y familiares en encontrar un capital inicial. Cuando ambos, banca y familia muestra prejuicios de género, la mujer se encuentra en gran desventaja.

Las mujeres son más probable de encontrarse con escepticismo por potenciales proveedores, clientes y compañeros de negocios y tienen que ser más persistentes para demostrar su conocimiento, habilidades y capacidades. La emprendedora española Fiona Capdevilla explica: “En algún punto sentí que había tomado un rumbo, como todos me decían que necesitaba tomar el siguiente paso en mi negocio. Siempre fui aconsejada de alejarme al 100% de la etapa experimental y avanzar al manejo de la empresa.”

Ella se inscribió en cursos gratuito ofrecidos a emprendedores. Sin embargo ella sintió que los cursos le quitaban energía y pensaba si las personas creativas deberían tener otro camino o formato para hacer negocios. Los cursos la dejaron sintiéndose menos capaz “como si enfatizaban lo que no sabía y la desconectaba de su pasión y su aventura original”. En cierto modo, siendo implícito los obstáculos en el ecosistema mientras se ofrece ayuda en el acceso financiero, información, mentoría y redes, parece haber una asunción que la mujer carece de credibilidad a construir empresas exitosas. (Bruni et. Al, 2005:19)



### GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL

#### Igualdad de género

Para las mujeres emprendedoras sociales españolas, el tema de igualdad de género es vivido de diferentes maneras dependiendo si la mujer viene de un área rural o urbano. Mujeres que provienen de realidades rurales tienen una herencia cultural fuerte sobre lo que la vida de una mujer debe ser, “sacrificio” es entendido como vital para la femineidad. La mujer parece “competir” para ver quien se sacrifica más, y a veces es juzgada por no “sacrificarse demasiado”.

Mientras que la mujer del entorno urbano percibe que tiene mayor igualdad de género, de hecho, muchas mencionaron que el género, o más específicamente la discriminación por el género es algo raramente han tenido en cuenta o que no ha disminuido su actividad. Muchas mujeres de áreas urbanas se consideran iguales que los hombres en oportunidades y poder llegar al éxito con sus empresas sociales.

Sin embargo, la investigación revela que algunas mujeres se convirtieron más alertas sobre la desigualdad de género cuando iniciaron un proceso de comenzar y manejar una empresa social, y comenzaron a tener experiencias personales sobre cómo el género afectaba su acceso a los recursos y cómo eran percibidas como propietarias de la empresa.

Una emprendedora acotó sombríamente, “es peor de lo que pensaba.” Otra dijo, “la inequidad se ha vuelto más evidente.”

A pesar de las percepciones originales de la igualdad o desigualdad de género, 92% de las mujeres encuestadas finalmente sintieron que estaban contribuyendo a la igualdad de género con sus empresas sociales. Este número extremadamente alto revela que incluso las que no se sentían personalmente afectadas por

la discriminación por género, estaban conscientes de su involucramiento en una empresa social consigue un efecto positivo en las relaciones entre género en la sociedad.

#### Empoderamiento de la mujer

Manteniendo la línea con las estadísticamente previamente mencionadas, la investigación reveló que las mujeres emprendedoras sociales son más sensibles a temas de género y disponibles a ayudar a otras mujeres en su camino. 92% de las mujeres encuestadas sentían estar empoderando a mujeres con sus empresas sociales, e implícitamente, o explícitamente, las mujeres creaban políticas y gobernanza dentro de las empresas que ayudaban a otras mujeres. Adicionalmente, el 92% de las entrevistadas sentían que comenzar y liderar una empresa social las ha empoderado como mujeres.

Como observó una emprendedora, “Yo creo que manejar una empresa social crea empoderamiento en distintos planos. En un plano profesional, te permite implementar nuevos conocimientos, habilidades, etc. En un plano personal, brinda auto realización, al tomar parte del proceso creativo y constructivo en la que tienes un rol relevante. Socialmente, te reconocen como alguien quien es valiente, que se ha atrevido a iniciar una empresa, y por lo tanto se recibe un reconocimiento por tu coraje, por el desafío personal que tomaste.”

La curva de aprendizaje en emprendimiento social es larga y difícil. Este camino estimula gran crecimiento personal y madurez para la mujer involucrada, quien aprende a percibir la realidad y las posibilidades bajo otro enfoque, y construye una resistencia y autoconfianza muy fuerte.