



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

# **Emprendimiento Social: Generación de Autoempleo**

Autor: Julio Hernández-Claverie Rojo  
Director: José Luis Fernández Fernández

Madrid  
Marzo de 2015

Julio  
Hernández-Claverie  
Rojo

**Emprendimiento Social: Generación de Autoempleo**



## **Resumen**

En el trabajo de investigación que se presenta a continuación, se analiza detalladamente el concepto de emprendimiento social y los mecanismos de que dispone para la creación de autoempleo. Es decir, de qué manera pueden contribuir las empresas sociales en la búsqueda de herramientas para generar puestos de trabajo. La importancia de este tema reside en que, con las inaceptables tasas de desempleo que ostenta este país, la contribución que se puede realizar para terminar con este problema a través de un poco de solidaridad y participación proactiva de la sociedad es enorme. Por ello, se trata de concienciar a emprendedores y empresarios de que impulsar iniciativas de este tipo está al alcance de todos y de que cualquier ayuda es necesaria para devolver la dignidad a muchas personas. Para corroborar estas afirmaciones se ha revisado la literatura presente, alineando los conceptos clave de este trabajo: emprendimiento social y autoempleo. Los resultados alcanzados al final del proyecto, se analizan a través de un caso real en el que se confirma lo que hemos venido mencionando. Y es que dichos conceptos clave están íntimamente relacionados y que, por tanto, para poder repartir solidaridad entre todos, no se requiere pensar qué es lo que puede aportar el resto, sino lo que uno mismo puede hacer por ellos con un poco de iniciativa.

**Palabras clave:** Emprendimiento social, autoempleo, valor social, Ashoka, microcréditos, emprendedor, empresa social, innovation.

## **Abstract**

In the research presented below it is analyzed in detail the concept of social entrepreneurship and the mechanisms available for creating self-employment. That is, how social enterprises can help in the search for tools to generate jobs. The importance of this issue is that, with unacceptable levels of unemployment that holds this country, the contribution that can be done to end with this problem through a bit of solidarity and the proactive participation of the society, is enormous. Therefore, that entrepreneurs and business men would have to be aware that supporting initiatives of this type is available to everybody and any help is needed to give dignity back to many people. So that, to corroborate these claims it has been needed to reviewed the current literature, aligning the key concepts of this work: social entrepreneurship and self-employment. The results achieved at the end of the project, have been analyzed through a real case where it is

confirmed what we have been mentioning. And what we found, is that these key concepts are closely related and, therefore, to share solidarity to everybody, it is not about thinking how the rest of the people can contribute, but what you can do for others with a little of initiative.

**Keywords:** Social entrepreneurship, self employment, social value, Ashoka, microcredit, entrepreneur, social business, innovation.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS:

<b>Introducción</b> .....	2
<b>1. ¿Qué es el emprendimiento social?</b> .....	5
1.1. Historia: creadores del concepto, máximos exponentes .....	7
1.2. Tipos de emprendimiento social .....	8
1.3. Diferencia con el emprendimiento de negocio y creación de valor social .....	11
1.4 Fuentes de financiación .....	15
<b>2. Análisis del problema actual en la creación de empresas</b> .....	18
2.1 Concepto de autoempleo y su situación en el panorama nacional .....	18
2.2. Requisitos para el establecimiento de un negocio propio.....	22
2.3 De qué manera el emprendimiento social puede ayudar a potenciar el sector del autoempleo.....	23
<b>3. Fuente de financiación: Microcréditos</b> .....	27
3.1 ¿Qué son los microcréditos? .....	27
3.2 ¿Qué finalidad persiguen? .....	28
3.3 ¿Cómo funcionan? .....	28
3.4. Requisitos para su concesión .....	29
<b>4. Análisis de la organización Ashoka</b> .....	30
4.1. Misión, visión y valores.....	30
4.2. ¿Cómo participan en la generación de autoempleo? .....	33
<b>5. Estudio de un ejemplo práctico</b> .....	36
<b>6. Conclusiones</b> .....	39
<b>7. Bibliografía</b> .....	42

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Prioridades dentro de una empresa social .....	15
Figura 2: Porcentaje de emprendedores en España .....	21
Figura 3: Mecanismos de implementación del autoempleo .....	26
Figura 4: Componentes de la filosofía de Ashoka.....	33

## Introducción

El objetivo que nos marcamos en este proyecto es realizar una sistemática investigación y un análisis literario de en qué consiste el emprendimiento social enfocado en la generación de autoempleo. Es decir, identificar y recalcar la importancia y el papel fundamental que juega este nuevo concepto de actividad empresarial dirigido fundamentalmente hacia la creación propia de empleo y dando a conocer el impacto positivo que podemos desprender de todo ello en el desarrollo económico. De esta manera trataremos de fomentar la trascendencia de un emprendimiento social donde los beneficios empresariales sean destinados hacia aquellos sujetos que necesitan financiación para poder establecer y asentar su negocio particular. En definitiva, la pregunta que trataremos de contestar en este trabajo es: cómo puede el emprendimiento social generar y ser la base de la creación de autoempleo. De forma que, si podemos contestar a esta pregunta de manera afirmativa la respuesta consista en dar a conocer y potenciar esta nueva modalidad de negocio social y conseguir que la gente apueste por esta innovadora alternativa frente a los modelos convencionales y obsoletos.

Con ello no necesariamente trataremos de ser los creadores de una nueva teoría ni formulación por la que las empresas deban orientar su proceso de negocio, sino concienciar de la relevancia que desempeña este tipo de emprendimiento en la creación de valor social, la búsqueda de progreso en una sociedad inmersa en numerosas injusticias y ofrecerles la oportunidad a todos aquellos que lo pretendan, de crear su propio negocio y hacer tangibles sus objetivos socialmente deseables (SEKN, 2006), pero que por motivos de escasez de recursos, la limitación del acceso a financiación y su situación de exclusión social son incapaces de llevarlo a cabo. Así, estableceremos y desarrollaremos la relación directa que existe entre el emprendimiento social y la generación de autoempleo, destacando, a su vez, la relevancia que desempeñan los microcréditos como mecanismo de financiación.

De esta forma, a través de una concisa investigación y revisión de la literatura tanto nacional como internacional trataremos de comprender que la actividad económica desarrollada en los procesos de negocio que siguen las empresas en sus ansias por obtener la mayor rentabilidad con un efectivo control de costes y gestión del riesgo, es totalmente compatible con una vocación social en la búsqueda de aquellos que con

escasos recursos y capacidades pongan en marcha pequeños negocios que generen ingresos para mejorar su nivel y calidad de vida a través de un crecimiento sostenible (Marbán, 2007). Por tanto partiendo de la base mencionada, trataremos de hacer comprender y reflejar que los grandes cambios sociales han sido configurados por emprendedores (Swedberg, 2000) a través de dos premisas fundamentales y necesariamente coexistentes: la creación de valor social y la creación de valor económico (Austin, Stevenson, & Wei Skillern, 2006; Dees, 1996; Dees, 1998).

En definitiva, lo que pretendemos es que toda aquella persona que quiera o verdaderamente se haya planteado crear su propia empresa o establecer su propio negocio, pero por los motivos anteriormente mencionados sea incapaz de llevarlo a cabo, se le ofrezca la oportunidad para ello, estudiando de qué manera y a través de qué medios se podría encontrar y fundamentar una solución a dicho problema partiendo siempre desde la base del emprendimiento social.

En cuanto a la estructura de mi investigación, ésta consistirá en lo siguiente: comenzaremos estudiando qué se entiende por el concepto de emprendimiento social así como las múltiples definiciones que se establecen sobre él.

Posteriormente ahondaremos en la historia del nacimiento de este concepto así como sus principales precursores para establecer una clara diferencia entre lo que se considera emprendimiento de negocio y emprendimiento social así como la creación de valor en la sociedad.

Para ponernos en contexto, esbozaremos un análisis sobre el problema actual en la creación de empresas, el desequilibrio social existente y (de manera superficial) qué requisitos son necesarios para el establecimiento de un negocio propio. Asimismo analizaremos dentro de un marco conceptual la viabilidad económica de que disponen las empresas a la hora de destinar sus recursos a fines sociales y por ende las fuentes de financiación que tienen a su alcance. Adentrándonos aun más en la parte económica-financiera del emprendimiento social reflejaremos de manera tangencial la importancia de los microcréditos en este campo, cómo funcionan, qué requisitos se necesitan para su concesión y qué finalidad persiguen.

Es importante señalar que aunque en un principio el examen de conceptos y de revisión de la literatura se realizará a nivel internacional, el estudio se centrará principalmente en



España, dada la necesidad actual de encontrar vías alternativas para terminar con la lacra que supone el desempleo para millones de familias. Así pues, como se ha mencionado acudiré a distintas fuentes de información entre revistas (*The Social Enterprise Financing Landscape*, *Revista de Economía Mundial*), artículos, bases de datos (Business Source, EconLit), libros y asistencia a compañías que me puedan aportar información adicional, así como consultas a profesores y profesionales en el campo del emprendimiento social. De esta manera e indagando entre la amplitud de las fuentes, realizaremos una revisión y recopilación para una posterior interpretación de una manera totalmente objetiva y argumentativa del conjunto de información que obtengamos a través de todas ellas.

Finalmente y con objeto de una mayor comprensión práctica realizaremos un análisis de la organización Ashoka; cuál es su misión y valores y de qué manera realizan una labor ejemplar en la generación de autoempleo. El motivo del estudio de esta asociación es sencillamente porque constituyen la mayor red de emprendedores sociales que han liderado durante más de 30 años este campo de la ética empresarial con sus iniciativas y obras filantrópicas, ayudando a que la vida en este mundo sea algo más fácil. Asimismo citaremos la figura de Kailash Satyarthi, uno de los máximos exponentes de esta asociación sin ánimo de lucro y que precisamente el año pasado fue galardonado con el Premio Nobel de la Paz. Para terminar, analizaremos a través de un caso real, de qué manera el emprendimiento social y el autoempleo están hilados entre sí, y la importancia que tiene el hecho recobrar la dignidad de la persona para disminuir la tasa de desempleo.

En conclusión, el lector a lo largo del trabajo de investigación podrá comprender esta nueva modalidad de emprendimiento, cada vez más presente en la actualidad y de qué manera teniendo como base siempre una sostenibilidad financiera, sin la cual nada de esto se podría llevar a cabo, (Novy-Hildesley, 2007) podemos construir a través de un poco de solidaridad, un mundo donde el derecho al trabajo sea constitucional y la generación de autoempleo una realidad palpable.

## 1. ¿Qué es el emprendimiento social?

Bajo el concepto de emprendimiento social son numerosas las acepciones que podemos encontrar ya que no existe aún un consenso mayoritario acerca de cómo calificar este concepto. Algunos señalan que consiste simplemente en un negocio primordialmente con objetivos sociales cuyos excedentes son reinvertidos en el negocio en sí o en una comunidad, en vez de reconducirlos hacia una mejora de la rentabilidad para los accionistas (DTI 2002, 2003). Otros lo definen como una manera de centrar la estrategia empresarial en la resolución de fallos sociales del mercado a través de un sistema organizacional determinado para maximizar de la manera más eficiente posible el impacto social (Nicholls, 2006). Y otros simplemente lo consideran como un vehículo a través del cual el emprendedor social identifica oportunidades que se califican como problemas y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos (Sullivan, 2007).

El Consejo Económico y Social de la Unión Europea, considera el emprendimiento social como “aquella empresa privada formalmente organizada con autonomía de decisión y libertad de asociación, creada para satisfacer las necesidades de las personas prestando servicios y produciendo bienes, cuyos beneficios no son destinados a los accionistas”. Lo que podemos deducir de todo ello, es que el objetivo final que se persigue es crear valor social sostenible transformando la vida de las personas necesitadas que no pueden llegar a ser ayudadas por las instituciones tradicionales. Sin embargo, debemos tener en cuenta que aunque exista un objeto social, los emprendedores no dejan de ser gente de negocios (Roberts y Woods, 2005) y por tanto, aunque se mencionará en el apartado correspondiente, la dificultad de todo ello reside en la forma en que estas empresas se financian, ya que la rentabilidad obtenida por el accionista convencional no existe y por tanto las posibles fuentes de financiación provienen de donaciones individuales, publicidad o crowdfunding (Kickul y Lyons, 2012).

Como anteriormente quedó señalado, la característica principal que diferencia el emprendimiento social del resto de obras de beneficencia o actividades solidarias es el concepto clave de la creación de valor sostenible, es decir, supone la generación ininterrumpida de un beneficio solidario en la sociedad. Consiste también en cambiar para bien las vidas de los individuos o de las personas mediante el cumplimiento de

objetivos socialmente anhelados (SEKN, 2006). Sin embargo, el problema surge cuando nos preguntamos cómo se consigue todo ello. Para contestar a esta pregunta la *Social Enterprise Knowledge Network* establece cuatro mecanismos claramente diferenciados: El primero de ellos es el **trabajo** desempeñado para derribar las distintas barreras que impiden el acceso a ese público objetivo, entre las que podemos destacar la descentralizada relación precio-ingreso, la carencia de una educación formal o sexual o la poca accesibilidad que disponen a una buena financiación. El segundo de los mecanismos es el **apoyo** proporcionado a esta parte de la sociedad a través de inversiones o actividades que favorezcan y permitan un desarrollo sostenible y fortificado de estas comunidades locales en situación de exclusión y que vayan dirigidas a un crecimiento continuo del empleo. Como tercer factor, en palabras de la SEKN, es el hecho de **dar voz** a aquél segmento de la sociedad (niños, adolescentes,...) que también necesita de los emprendedores sociales, de manera que si no fuese así, permanecería pasivo y silencioso frente a sus derechos, es decir, supone dejar que el sector más débil de la población pueda hablar y expresarse de forma que no pasen desapercibido. Y finalmente como cuarto mecanismo de generación de valor social sostenible consiste en **buscar soluciones** a problemas secundarios indeseables que pudieran surgir dentro del marco legal vigente como son el alcohol o el tabaco que aunque amparados por la normativa son totalmente contraproducentes para sus consumidores.

Todo este conjunto de mecanismos son los que conforman el “cómo” lograr o alcanzar ese valor social que constituye el núcleo y la estructura de lo que conocemos actualmente como emprendimiento social.

La asociación Ashoka<sup>1</sup> ofrece una definición muy ilustrativa de lo que persigue el emprendedor social y lo que pretende conseguir.

*“Los emprendedores sociales no se contentan sólo con dar un pescado o enseñar a pescar. No descansarán hasta que hayan revolucionado la industria pesquera”.*

---

<sup>1</sup> Ashoka es una asociación internacional, independiente y sin ánimo de lucro de Emprendedores Sociales Innovadores con sede en Arlington, Virginia, Estados Unidos.

En definitiva, lo que nos quiere transmitir con todo ello es que un emprendedor social no se va a conformar con solventar injusticias particulares o concretas, sino problemas que hayan surgido a gran escala y luchar cuanto sea necesario para ofrecer una alternativa al sistema desvirtuado. Así, tratará de identificar y encontrar una solución innovadora frente a una dificultad socio económica a través de una estrategia eficiente y sostenible.

### **1.1. Historia: creadores del concepto, máximos exponentes.**

Hace más de 300 años, se fue tejiendo poco a poco una estructura organizativa la cual se fragmentaba en una mitad social que no participaba de la productividad que se creaba, mientras la otra mitad empresarial ganaba poder de manera creciente y exponencial. De esta forma, la brecha existente entre estas dos mitades se hacía cada vez mayor tanto en términos salariales, de reputación como espiritual. Cada vez más, el poder político y económico se reunía en manos de unos pocos y de ahí que aumentase el conformismo y la inexistente necesidad de cambio. En el siglo XIX, la separación empezaba a ser cada vez más intolerable y ello supuso la aparición de las primeras figuras de lo que iban a ser los actuales emprendedores sociales, como fueron William Lloyd Garrison y Florence Nightingale. Aquél, fue un reformador norteamericano conocido por ser uno de los fundadores de la Sociedad Americana para la Abolición de la Esclavitud, mientras ésta última fue una enfermera inglesa pionera en su profesión durante la guerra de Crimea.

No obstante, no fue hasta 1980 cuando el sector social tuvo su mayor auge, rompiendo con los estereotipos anteriores y aprovechando las oportunidades que les brindaban, estructuraron su modelo de negocio hacia una nueva manera de orientar y entender el emprendimiento. De este modo, paulatinamente la brecha que dividía la mitad social de la empresarial (Bill Drayton, según Albert Figueras, 2011) se fue cerrando aumentando la productividad, tamaño y alcance de sus organizaciones. Esto atraía cada vez más a líderes creativos que con su capacidad y talento llegaron a cambiar las reglas del juego hasta alcanzar las dos piezas claves que componen el emprendimiento social: creación de valor económico y social.

En definitiva, el emprendimiento en el sentido más amplio de la palabra fue concebido en un principio como concepto de oportunidad (Casson, 1982) y poco a poco en la

década de los ochenta, como anteriormente se mencionó, se fue abriendo paso a través de las distintas escuelas de negocio y en campos tan vastos como la sociología, psicología e incluso antropología. Aquélla le dotaba de un significado económico, mientras éstas últimas fueron descubriendo la vertiente social que se podía desprender del concepto de emprendimiento. No obstante, no fue hasta la última década del siglo pasado cuando el emprendimiento social crece de manera notable y va tomando protagonismo en la cultura empresarial y en la sociedad en general.

En Europa, en poco más de dos décadas y media, la economía social ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia hasta alcanzar unos niveles de generación de empleo de hasta el 6% del total (Trigo, 2003). Poco a poco el concepto tradicional de empresa va metamorfoseándose hacia una visión más enfocada en la resolución de los problemas sociales no sólo en los países desarrollados sino traspasando fronteras hacia contextos de pobreza económica y desarrollo humano. Es por ello por lo que las empresas deciden cambiar de rumbo y adentrarse en una cultura empresarial enfocada hacia la compatibilización entre la vocación social y la necesidad de continuar con su actividad económica (Fisac, Moreno, Mataix, Palacios, 2011).

Actualmente, esa brecha que anteriormente citábamos ha desaparecido, alcanzando el sector social al empresarial. De hecho, son muchas las empresas que colaboran con organizaciones del sector ciudadano conformando lo que conocemos como cadenas híbridas, agrupaciones entre ambos sectores que buscan la manera de crear valor en la sociedad a través de un perfeccionamiento en la gestión de los costes y un incremento en los beneficios. Por eso, hoy en día, son más de tres millones los grupos establecidos por todo el mundo en los que gracias a la eficaz vertebración de sus organizaciones, la interconexión que muestran y al nivel de competitividad existente, presentan unas cifras en crecimiento del empleo que serían inimaginables hace unos años.

## **1.2. Tipos de emprendimiento social**

Para poder establecer los tipos de emprendimiento social que hay debemos estudiar la tipología y morfología de las empresas sociales existentes, que por sus características estructurales son las más adecuadas y apropiadas para realizar tales objetivos.

Por ello en función de los tres factores que todas las empresas sociales poseen y que enunciaremos a continuación, podremos diferenciar cuatro tipos de empresas sociales.

Las tres cualidades que presenta toda empresa social son:

- **Fin social o medioambiental:** Frente a la finalidad económica que las empresas de negocio persiguen, el objetivo social y la creación de valor sostenible son las características más notables de toda empresa social.
- **Ingresos generados:** Aunque la mayoría de las empresas sociales subsisten financiera y económicamente a través de subvenciones o donaciones, esto no supone que parte de los ingresos que generen también vayan destinados a la subsistencia de la empresa y a su expansión (Porter y Kramer, 2002)<sup>2</sup>.
- **Innovación:** Como tercer factor cualitativo de una empresa social, la innovación es imprescindible para la buena marcha y evolución de la compañía, la cual tratará de identificar y encontrar soluciones creativas y alternativas frente a las convencionales.

De esta forma, siguiendo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es un consorcio académico de investigación sin ánimo de lucro que pretende recopilar datos e información sobre materia de emprendimiento, se pueden distinguir cuatro tipos de empresas sociales según la relevancia que presenten los factores anteriormente enunciados en cada una de ellas (GEM, 2009).

1. **ONG tradicional:** Constituyen las organizaciones no gubernamentales *per se*, cuya misión principal y única es perseguir un fin social y se las identifica como entidades sin ánimo de lucro.
2. **Empresa social sin ánimo de lucro:** Al igual que la anterior, comparte un mismo y único fin social y como su propio nombre indica son entidades sin ánimo de lucro. Lo que las diferencia frente a las anteriores es su fuente innovadora como base para la creación de soluciones.
3. **Empresa social híbrida:** En este caso el objeto social aunque ocupa un lugar muy importante en la compañía no es el único. Además, su fuente de ingresos no proviene exclusivamente de donaciones o subvenciones sino también de los propios beneficios recogidos, fruto de su actividad de explotación. Poseen una

---

<sup>2</sup> Kramer, R.M. (2002) considera que los emprendimientos sociales no tienen por qué ir desvinculados de los económicos y que por tanto a través de esfuerzos caritativos se pueden alcanzar beneficios económicos y sociales.

fuerte capacidad innovadora y aproximadamente un 5% de sus ingresos procede del mercado.

4. **Empresa social con ánimo de lucro:** Al igual que sucede en el caso anterior el fin social no es único, pero sí relevante o cuasi principal en la empresa. En este supuesto el fin económico también juega un papel importante por lo que la compañía tiene la necesidad de financiarse tanto a través de donaciones como de recursos ajenos. Es decir, presenta una clara estrategia de captación de instrumentos financieros.

Una vez estipulada la tipología de las empresas sociales existentes, podemos establecer una prudente clasificación de los tipos de emprendimiento social que se hallan dentro del panorama nacional en función del objeto de negocio al que se dediquen. De esta manera podemos diferenciar entre (Universidad de Salamanca, 2013):

- Aquellas que pretenden **buscar oportunidades de empleo** o de mejora de ingresos dentro de un colectivo desfavorecido o en riesgo de exclusión social a lo largo de la cadena de valor de la empresa. Es el caso por ejemplo de la empresa de reciclaje PorSiete, que se encarga de crear puestos de trabajo dentro del colectivo discapacitado (PorSiete: [www.empresaycompromiso.blogspot.com](http://www.empresaycompromiso.blogspot.com)).
- Aquellas que apuestan por una fuerte inversión en investigación y desarrollo y trabajan en la **creación de productos y servicios** básicos para los sectores más pobres de la sociedad. Un ejemplo de empresa que se dedica a este tipo de emprendimiento sería la compañía Dlight Design, que vende un modelo de lámparas que captan la luz solar para proporcionar electricidad en aquellas zonas donde no gozan de suministro alguno (Dlight Design: [www.dlightdesign.com](http://www.dlightdesign.com)).
- Aquellas que **prestan servicios sociales** para favorecer el acceso de que se encuentran en situación de exclusión a un mercado más justo. Como ejemplo podemos destacar la labor que realiza la empresa argentina “El Arca” en la mediación por establecer entre productores y consumidores un precio justo de forma que se pueda crear valor en la comunidad ([www.elarcamendoza.com.ar](http://www.elarcamendoza.com.ar)).
- Aquellas empresas que a través de sus **acciones empresariales** tratan de modificar políticas económicas y/o públicas injustas **para ampliar los derechos** sociales que ostentan unos pocos hacia los colectivos más desfavorecidos. Es el

famoso caso del Grameen Foundation que, aunque lo mencionaremos de forma más detallada en el apartado de los microcréditos, creó un novedoso modelo de financiación basado en pequeños préstamos concedidos a personas sin recursos y que se encuentra totalmente alejado del concepto tradicional de este instrumento crediticio (Grameen Foundation: [www.grameenfoundation.org](http://www.grameenfoundation.org)).

Como se acaba de analizar son múltiples los tipos de empresas y emprendimientos sociales que existen. Ya sea a través de los bienes o servicios que ofrecen o del número de puestos de trabajo que crean, todas ellas comparten una premisa común e indispensable, la innovación y la creación de valor social sostenible para reducir las desigualdades.

### **1.3. Diferencia con el emprendimiento de negocio y creación de valor social**

Aunque mucha gente podría llegar a confundirlos, el emprendimiento social y el de negocio presentan múltiples diferencias que a continuación analizaremos de cara a conocer con mayor profundidad por qué aquél puede constituir una fuente inagotable de empleo a través de un fin perseguido totalmente distinto al del emprendimiento de negocio.

Las diferencias las estableceremos en función del fin perseguido y de las características que tiene la actividad emprendedora en cada uno de los emprendimientos mencionados (Universidad ECESI, 2008).

#### **a) Según el fin perseguido**

Bajo este punto de vista podríamos situar la mayor divergencia entre ambos emprendimientos. La finalidad que pretende alcanzar el de negocio es totalmente lucrativa y económica. Actúa allá donde ve que puede obtener una alta rentabilidad independientemente de las consecuencias que pueda acarrear esa conducta. La búsqueda de oportunidades las realiza en función de los flujos de caja que pudiera obtener de esa operación y el beneficio que le reporte.

Por otro lado y en contraposición con el emprendimiento anterior encontramos el social. En este caso la finalidad la enfocan en la resolución de problemas sociales y la construcción de un mundo sin desigualdades. Tal y como deja claro Olsen (2004) lo que persigue un emprendedor social es el enriquecimiento en uno mismo y en espíritu. De



esta forma, la rentabilidad material no aparece en su búsqueda de objetivos como primordial, pues ésta la podríamos situar en tercer o cuarto lugar si estableciéramos una lista jerarquizada de propósitos dentro de una empresa social. Por ello, el punto de mira, se ubicaría en la creación de valor social de una manera sostenible y continuada en el tiempo dentro de un colectivo desfavorecido y en la búsqueda por encontrar soluciones innovadoras frente a injusticias acuciantes.

#### b) **Según la modalidad en la que ejecutan sus operaciones**

Son cuatro los puntos sobre los que existen divergencias entre la actividad que desempeña un emprendimiento social y uno de negocio (Austin et al, 2006; citado según Guzmán Vásquez, y Trujillo Dávila, 2008).

El primero lo encontramos en lo que llaman el fallo de mercado, ya que para las empresas sociales todas las adversidades las consideran como oportunidades. Pero no entendidas como oportunidades de negocio sino de realización personal. Ocasiones en las que suplantar el poder económico por el poder de la ética como virtud.

La segunda cualidad divergente y a raíz del apartado anterior, es la misión empresarial. En el emprendimiento comercial buscan un provecho lucrativo a costa de una competitividad alejada de la moral, mientras en el social se focalizan en la innovación como fuente de resolución de problemas y realidades desiguales. Por ello, la misión en éste último la ubicamos dentro de la creación de valor social como objetivo primordial. Es decir, se trata de una cuestión de prioridades, pues no significa que las empresas comerciales se obcequen en el aspecto puramente económico o material y se olviden de ofrecer también una perspectiva ética. Ya que actualmente todas ellas tienen su código o incluso un departamento de responsabilidad social corporativa. Lo que diferencia a una de las otras, es que la prioridad del emprendimiento social reside en la instauración de un valor ético y sostenible dentro de una serie de realidades desiguales, mientras que en el de negocio se asienta en el ánimo lucrativo y en el beneficio económico.

Una tercera vía de contraposición la podemos situar en lo que denominan movilización de recursos. Esto se traduce en las fuentes de financiación que presenta cada tipo de emprendimiento, que aunque profundizaremos en ello en el siguiente epígrafe conviene su mención introductoria. Pues bien, lo que para uno el beneficio generado supone rentabilidad accionarial, para el otro es combustible de innovación catalítica dentro del

panorama social. A diferencia del emprendimiento de negocio donde la financiación puede provenir desde mercados de capitales primarios o secundarios o a través de una simple ampliación de capital, en el emprendimiento social son las donaciones, las subvenciones y el *crowdfunding*, entre otras, lo que mantiene operativa la actividad funcional de la empresa.

Por último, y aunque lo definen como la rentabilidad del desempeño, para una mayor comprensión lo definiría, desde un punto de vista, como medición operacional. Consiste básicamente en la forma de valoración por parte de la empresa del trabajo realizado. En una empresa comercial la manera de cuantificar el valor añadido puede resultar relativamente sencilla si se cuenta con las herramientas financieras e informáticas necesarias. Sin embargo, la realidad cambia en el caso de las empresas sociales donde la evaluación del impacto social ocasionado resulta muy complicada e incluso prácticamente imposible de forma inminente o a corto plazo.

De esta forma se puede observar que aunque compartan la misma raíz de la palabra, las diferencias son significativas e inabarcables, que exceden de nuestro proyecto de investigación. Dicho lo cual procedemos a establecer un análisis profundo de lo que se considera el núcleo y el germen del emprendimiento social. Aunque se ha estado mencionando a lo largo del trabajo, una parada para conocer su significado es imprescindible para entender el comportamiento de los empresarios sociales. Estamos hablando de la creación de valor social sostenible.

#### Creación de valor social

La creación de valor en sentido estricto se puede definir como el hecho de crear riqueza cuando el consumidor final es capaz de pagar más por ese producto que el coste que ha supuesto producirlo. Es decir, dotar a un producto de unas cualidades agregadas que lo hagan atractivo y los beneficiarios de su uso o disfrute estén dispuestos a gastar lo razonablemente necesario por ello. No obstante, esto es lo que entenderíamos por valor económico. Extrapolando por tanto la definición señalada *supra* al concepto de valor social se puede desarrollar (ésta) arguyendo que es el producto que se genera tras la combinación de recursos y capacidades de la empresa, el cual tiene un impacto sustancial en la mejora de la vida de un conjunto de personas o dentro de un colectivo desfavorecido. Pero éste no sólo tiene que llegar a un sector de la sociedad, sino que es

imprescindible que este beneficio llegue al mayor número de personas posible. La revista digital *Harvard Business Review* establece la siguiente definición sobre el concepto de creación de valor social:

*“El concepto de valor compartido puede ser definido como las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera”* (Porter y Kramer, 2011: 6).

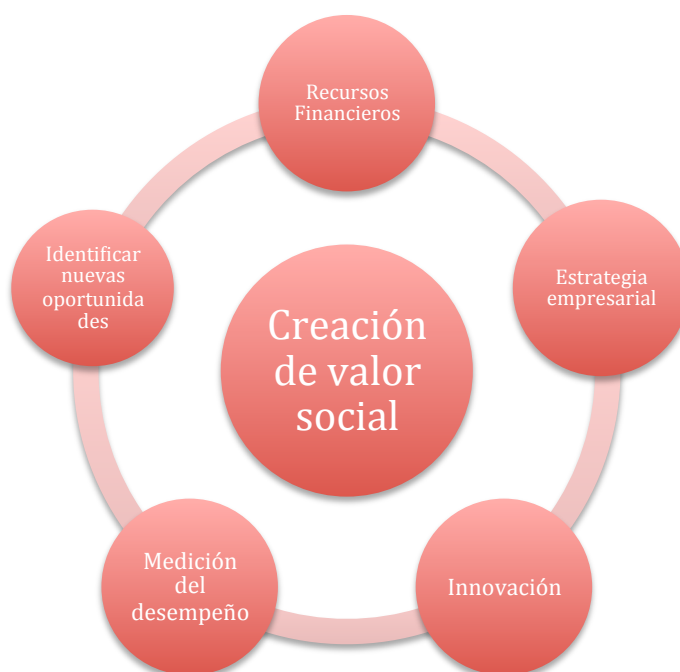
Hoy en día la sociedad desconoce la relevancia que juega y el papel que desempeña el valor social no sólo de cara a alcanzar los objetivos programados, sino de cara a conseguir propósitos mayores como son el bienestar, el desarrollo comunitario, la justicia o el mismo crecimiento del empleo. Y en parte este desconocimiento proviene de la complejidad que existe para evaluar y medir los resultados que se desprenden de este concepto intangible y su difícil cuantificación. Además, son los propios gobiernos e instituciones financieras las que materializan el éxito en términos económicos y no en términos de valor, lo que forzosamente empuja a estas entidades a apostar por empresas de mayor naturaleza capitalista y a desincentivar posibles inversiones hacia las empresas sociales. Con ello, no queremos desacreditar la importancia y la necesidad de tener en cuenta lo que concierne al ámbito económico dado que en todo momento hablamos de empresas y no de organizaciones con programas meramente sociales, donde se ha comprobado que aquellas a diferencias de estas últimas tienen un mayor poder de crecimiento social y mayor capacidad de volverse autosustentables (Porter, & Kramer, 2011).

Ello nos hace traer a colación de manera tangencial qué diferencia existe entre la responsabilidad social corporativa y la creación de valor social. Pues bien, mientras la primera es una parte más de la compañía sobre la que no se sustenta ningún tipo de base operacional, el valor social de una empresa es parte integral de la misma, siendo el motivo de su existencia. Además la responsabilidad social corporativa en ocasiones puede tener un motivo fundamentalmente reputacional, mientras la creación de valor social forma parte de la seña de identidad de la compañía. Por último, y en cuanto a términos económicos y dada la restricción presupuestaria, la repercusión que la

responsabilidad social corporativa tiene en la sociedad es sustancialmente menor que la huella que deja el valor social como fuente intrínseca de crecimiento y bienestar social.

A continuación se muestra un gráfico en el que se detalla las cinco prioridades que debe de tener en cuenta una empresa social:

Figura 1: Prioridades dentro de una empresa social



*Fuente: Elaboración propia*

#### **1.4 Fuentes de financiación**

La captación de recursos financieros es una parte esencial y determinante de la evolución de la salud económica de una empresa, y más decisiva si cabe si esta compañía es de naturaleza social. Por ello, resulta fundamental estudiar la estrategia y los mecanismos de que disponen las empresas sociales para movilizar recursos, qué tipos existen y por qué supone una ardua tarea el compaginar el fin social que pretende alcanzar la empresa, donde la rentabilidad obtenida para los accionistas es prácticamente nula, con la viabilidad financiera (Céspedes, 2009). Así, se establecerá una alineación entre la estrategia financiera a seguir y la finalidad del emprendimiento. Es decir, deberá existir una relación estricta entre los mecanismos de financiación y el objetivo central de la empresa social.

En el caso de las empresas sociales, muchas de ellas financian sus proyectos a través de la generación de valor económico. Es decir, que a través de una participación activa en el mercado destinan los beneficios generados como mecanismo propio de financiación para la creación de valor social. En definitiva, de lo que se trata es de establecer herramientas de financiación que mantengan viva la actividad social de la empresa de manera sostenible. Y para ello se requiere de una buena estrategia de diversificación de los recursos de manera que se optimice y minimice la dependencia de una sola fuente de financiación y ello evite una posible bajada de rendimiento en el desarrollo y en el devenir del proyecto social de la empresa.

De esta forma podemos establecer cuáles son las fuentes más utilizadas y adecuadas para la financiación del emprendimiento social. Algunos diferencian entre aquéllas que provienen del mercado en sentido estricto y las que operan fuera de él (Network, S. E. K., 2006). Pero nos parece más oportuno diferenciarlo entre aquellos recursos que proceden del sector público y los que lo hacen del sector privado.

- **Sector público:** Entre ellas podemos destacar las subvenciones del Estado, los fondos y contribuciones de la Unión Europea, donaciones comunitarias, subsidios públicos de los distintos entes territoriales o fondos de cooperación internacional. Es el caso de la conocida Organización No Gubernamental “Intermon Oxfam” en España cuyas fuentes de financiación provienen de las contribuciones locales, estatales y europeas (Intermon Oxfam: [www.oxfamintermon.org](http://www.oxfamintermon.org)).
- **Sector privado:** Dentro de este grupo encontraríamos subvenciones de fundaciones privadas como Ashoka, préstamos bancarios emitidos a un interés muy bajo o nulo, el novedoso mecanismo de financiación que está teniendo cada vez más protagonismo en España como es el *crowdfunding*<sup>3</sup> o los ya mencionados microcréditos que desarrollaremos más adelante. Es el caso de la empresa argentina Pro Vivienda Social, cuya fuente de recursos son principalmente los microcréditos (Pro Vivienda Social: [www.fpvs.org](http://www.fpvs.org)).

---

<sup>3</sup> Por crowdfunding se entiende todas aquellas plataformas digitales a través de las cuales los inversores privados facilitan a la cuenta de la empresa el importe que deseen donar.

También existen otros medios de financiación del proyecto social de la empresa alejados de los señalados, y que consistirían en lo que se mencionó *supra* acerca de la creación de valor económico. Por ejemplo, a través de la venta de productos o bienes de una empresa con el objetivo de reinvertir los beneficios en la compañía y con ello alimentar y hacer viable de forma sostenible el mantenimiento de la salud económica de la empresa. Otra alternativa que está creciendo es firmar convenios de colaboración con industrias, proveedores o competidores que tengan un interés en la misma causa social y de esta manera diversificar riesgos y reducir costes para la empresa social.

En definitiva, aunque la funcionalidad de los instrumentos financieros es cada vez más sofisticada y son más accesibles, todavía no se ha alcanzado un consenso y una sensibilidad social suficiente en la que se predique la relevancia del papel que desempeñan y la necesidad que tienen las empresas para financiarse. Pues dada las características de estas entidades, la mínima creación de valor económico y la baja rentabilidad que generan, hacen que los métodos convencionales de financiación sean totalmente inaccesibles. Por ello, la sensibilización por parte de las entidades tanto públicas como privadas es imprescindible para que este sector siga creciendo y que los miles de proyectos que esperan financiación no se queden en mero papel mojado y la realidad, por tanto, supere a la ficción.

## 2. Análisis del problema actual en la creación de empresas

A lo largo de este epígrafe trataremos el reciente problema que existe en España acerca de las posibilidades y pocas facilidades que se ofrecen para crear tu propia empresa, así como las dificultades existentes para la generación de autoempleo. Posteriormente nos centraremos brevemente en los requisitos necesarios para la implantación de un negocio propio (siempre desde un punto de vista y una finalidad ético social), para finalmente abordar el tema crucial de cómo el emprendimiento social puede servir de paliativo y de base para crear este tipo de puestos de trabajo (Norniella, 2001).

La empresariedad siempre ha sido una señal de dinamismo y desarrollo en una economía, convirtiendo los retos en oportunidades de negocio. Los empresarios suelen ser los agentes de cambio de la riqueza de un país aportando recursos a la sociedad y creando nuevos puestos de trabajo. Con ello, el poder adquisitivo de las familias aumenta, y el consumo y la producción crece, de forma que a largo plazo la tasa de desempleo disminuye. No obstante, para que el tejido empresarial aumente deben de existir políticas de incentivo tanto a nivel financiero como burocrático de manera que esas ideas o proyectos de negocio sean tangibles y se conviertan en una realidad palpable. Así, y en palabras de la Comisión Europea:

*“Ya es hora de que pasemos a hablar simplemente de la importancia de contar con un entorno adecuado para las pequeñas empresas a situar las necesidades de las empresas en el centro de las decisiones políticas”* (Maqueda Lafuente, 2010: 111).

Por ello, urge la necesidad de encontrar mecanismos que favorezcan el crecimiento empresarial y, por ende, del empleo, abriendo puertas a miles de familias que carecen de recursos para fundar su propia empresa. De esta forma, a través de incentivos político económicos por una parte, y del emprendimiento social como herramienta básica de colaboración en la generación de autoempleo, por otra, conseguiremos acabar con los niveles aberrantes de desempleo y crear riqueza de una manera solidaria y sostenible.

### 2.1 Concepto de autoempleo y su situación en el panorama nacional

Desde hace algún tiempo son muchas las administraciones públicas que están apostando tanto de manera financiera como a través de cursos de formación y asesoramiento, a lo que se conoce como *autoempleo*. Este novedoso concepto obedece a la definición de,

toda puesta en marcha de una actividad económica, ya sea de manera individual o colectiva, que pretende como objetivo primordial salir del desempleo apostando por el desarrollo de una idea propia de negocio. Es decir, supone obtener una ocupación o un puesto de trabajo mediante la autoorganización o el desempeño de una actividad profesional o productiva propia (García Jiménez, 2001).

Este tipo de empleo se caracteriza por el interés solidario que persigue pues, alejado de todo fin especulativo o de riesgo, lo que pretende es la satisfacción de necesidades de trabajo de los socios. Por ello, podríamos englobarlo dentro del concepto de economía social, siendo el emprendimiento un mecanismo fundamental para llevar todo esto a cabo.

De esta forma el autoempleo supone una alternativa al precario mercado laboral que, lastrado por el sector inmobiliario, provocó la pérdida de millones de puestos de trabajo. Así, poco a poco son cada vez más los que han tomado la decisión de aventurarse hacia la creación de su propia actividad de negocio y que gracias a su creatividad, ingenio y capital se han convertido en emprendedores. Éstos, se transformarán paulatinamente en empresarios y, en un futuro, serán los capaces de generar múltiples puestos de trabajo y de llegar a colaborar con nuevos emprendedores que también ansían por salir de la situación de desempleo y mejorar su calidad de vida. Por lo tanto, si a todo ello le dotamos de un fin social y solidario, donde el empleador no sólo persiga la finalidad económica, sino también busque la cooperación con otros colectivos que se encuentren en la misma situación en que se hallaba este mismo empresario tiempo atrás, seríamos capaces de terminar con estas inaceptables tasas de desempleo que protagonizan el día a día en nuestro país.

Un estudio realizado por la Fundación Príncipe de Girona (Alemany, 2011) revela que los principales motivos por los que se rechaza la creación de una empresa propia son:

- Propensión al riesgo: Un 12% (de los que tienen pensado emprender).
- Miedo al fracaso: 45% frente a un 25% en Noruega.
- Creatividad: En este aspecto es España sólo un 15% se consideran creativas frente al 51% en Estados Unidos.



- Confianza en uno mismo: Tan sólo un 17% en contraste con el 72% en EE.UU. consideran que la vida viene determinada por el desempeño de sus propias acciones.
- Oportunidades: En cuanto a la percepción de oportunidades que se pueden ofrecer, el 16% de la población española es optimista, mientras en Noruega roza el 50%.

De todo ello podemos deducir que nuestro país lo que necesita son medios y sobre todo credibilidad. Es decir, la confianza y la creencia en un futuro de éxito son parámetros clave para poder desarrollar y apostar por el autoempleo. Asimismo, como hemos señalado, los medios de ayuda, tanto de formación como económica, a este colectivo resultan también imprescindibles para poder llevar todo esto a cabo. Así los factores claves para el inicio de una actividad de autoempleo son:

- La cultura emprendedora: Engloba el conjunto de valores, normas, actitudes e iniciativas que impregna la concepción del emprendimiento en la sociedad.
- La formación: De cara a constituir una propia empresa se requiere un mínimo de formación empresarial y aprendizaje.
- Financiación de la actividad emprendedora: Herramientas y mecanismos financieros a disposición de los nuevos emprendedores sociales.

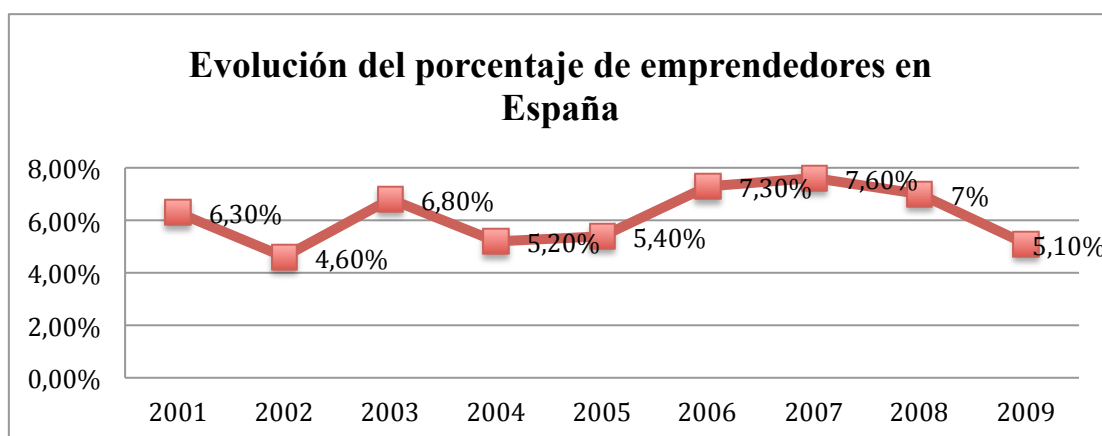
Por ello, partiendo de estas tres premisas básicas trataremos de entender y averiguar de qué manera el emprendimiento social puede ser impulsor y motor de la generación de autoempleo. Es decir, cómo a través de la colaboración de empresas y empresarios se puede facilitar la inserción de las personas en la creación de un negocio propio.

Situándonos en el panorama nacional, actualmente, los niveles de autoempleo se encuentran entorno al 16,2% (Cuadrado Roura, 2004) frente al 12,4% en el resto de Europa. Sin embargo, España es uno de los países donde la tasa ha disminuido con mayor fuerza en los últimos años, siendo el sector financiero y el de servicios a empresas el que más importancia cobra dentro del autoempleo. El emprendimiento en España ha ido evolucionando poco a poco, desde el predominio de colectivos de estudiantes sin estudios universitarios, todos ellos de género masculino y que en su mayoría se dedicaban a servicios al por menor, hasta el actual modelo de autoempleo enfocado hacia los servicios sociales, con predominio de estudiantes de perfil

universitario y englobando a los dos sexos. Ello nos revela la importancia que ha ido adquiriendo el autoempleo en nuestra sociedad, no sólo en la cultura, sino en términos de inversión por parte de las administraciones públicas. Concretamente en España, el gasto en políticas que tuvieran como objetivo el fomento del autoempleo en 2008 fue de aproximadamente el 0,051% del PIB, estando 0,017 puntos porcentuales por encima de la media europea (European Communities, 2007).

A continuación se muestra un gráfico que demuestra la evolución del porcentaje de nuevos emprendedores que hubieron desde 2001 hasta 2009. A diferencia del autoempleo, el emprendimiento es una actividad que engloba iniciativas de negocio de cualquier tipo y sector, incluyéndose en él el autoempleo.

Figura 2: Porcentaje de emprendedores en España



Fuente: Alemany, L. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Como se puede observar las variaciones responden a un comportamiento cíclico, donde tras unos años de bonanza económica entre 2006 y 2007, donde el porcentaje se situaba entorno al 7%, la crisis lastró el número de emprendedores hasta situarse en el 5,1%.

Con todo ello, lo que se aprecia es que si bien la cultura del emprendimiento está cada vez más asentada, las políticas de promoción e implantación del autoempleo, siendo imprescindibles, no llegan a ser del todo eficientes. Estas medidas, impulsadas, no sólo por el sector público sino también por el privado (en particular las empresas sociales), deberán comprender tanto ayudas financieras destinadas a los gastos de establecimiento,

a la logística o a la correspondiente inversión inicial, a través de créditos corporativos, como ayudas encaminadas a la formación y aprendizaje de las bases y políticas básicas de constitución de empresas.

## **2.2. Requisitos para el establecimiento de un negocio propio.**

A lo largo de este epígrafe, analizaremos de manera tangencial los requisitos que son necesarios para la creación de tu propio negocio, así como los recursos necesarios para desarrollarlo, y de qué forma el emprendimiento social puede colaborar con estas iniciativas para generar un empleo sostenible.

Pues bien, en España, actualmente se tarda entorno a 47 días (Doing Business: [www.doingbusiness.com](http://www.doingbusiness.com)) para poder establecer y abrir tu empresa. Esto supone más del doble que la media de la Unión Europea hasta que uno finaliza los trámites procesales. Además este primer papeleo simplemente corresponde a los requisitos generales, por tanto si nos focalizamos en nuestro negocio particular, el tiempo exigible sería mucho mayor. Esto supondrá el primer obstáculo de muchos, para todos aquellos que se animen a emprender.

Así, el primer requisito supone la cumplimentación de cada uno de los burocráticos y engorrosos trámites procedimentales, cuyos modelos y tasas a pagar varían en función de la Comunidad Autónoma y el ayuntamiento. Además, a pesar de la dificultad, cualquier intención de eludir algún tipo de licencia o autorización supondrá el pago de una multa (cuya cuantía puede superar los 50.000 €) y el cierre momentáneo de la compañía.

A continuación, el emprendedor deberá darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas e inscribir la sociedad en el Registro Mercantil. Asimismo, en la Seguridad Social dará de alta a los empleados, si los tuviere, y se inscribirá en el Régimen de Trabajadores Autónomos. Todo ello, unido a la legalización de los libros oficiales, el otorgamiento de escritura pública y la obtención del código de identificación fiscal, entre otros, hacen que todo este proceso sea una agonía y el emprendedor tenga que pensárselo dos veces. Además, y como “caballo de batalla” de todo emprendedor, el costo inicial que supondría poner en marcha la empresa ascendería a la cantidad media de cien mil euros.

Por todo ello, surge la necesidad de encontrar un mecanismo que facilite la integración de estos emprendedores, que invite a la creación de empresas sociales y que permita la sostenibilidad de las mismas. Éste es el papel que debe desempeñar el emprendimiento social en la lucha contra el desempleo y a favor del bienestar y la calidad de vida de las personas. Así, describiremos de qué manera, y a través de qué herramientas, este tipo de emprendimiento puede ayudar a impulsar la generación de autoempleo y a mantener la tasa de supervivencia de las empresas a un nivel estándar.

### **2.3 De qué manera el emprendimiento social puede ayudar a potenciar el sector del autoempleo.**

En palabras del programa de Educación de la Fundación Telefónica, la economía social es uno de los principales motores de crecimiento en la sociedad del conocimiento. Según datos del *Eurostat*, la economía social y en particular el emprendimiento social representa el 10% de la riqueza en la Unión Europea, dando empleo a más de once millones de personas. En el caso de Finlandia, Eslovenia o Reino Unido, alrededor del 6% de la población activa trabajan en empresas sociales, que a su vez éstas nacieron de otros proyectos de desarrollo social. Es decir, una de cada tres empresas que se crean en Finlandia por ejemplo, y que dan empleo a miles de personas, son empresas que persiguen un objetivo solidario. En estos países las este tipo de compañías aprovechan el superávit que obtienen a través de sus negocios particulares para reinvertirlos en la sociedad y generar un impacto tanto en el aspecto laboral como medio ambiental. El emprendimiento social lo que llega a alcanzar es un *crecimiento inteligente*, que revierte en un valor incalculable para la comunidad local. Según cita el Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Barroso: “la razón de ser de la economía social es organizar transformaciones sociales y económicas que contribuyen a los objetivos de la Estrategia de Europa para 2020<sup>4</sup>”.

Ahora bien, una vez definido el problema y qué es lo que se pretende conseguir, nos queda por responder a la pregunta, ¿cómo puede el emprendimiento social ayudar a alcanzar estos objetivos?.

---

<sup>4</sup> Estrategia consensuada por los Estados Miembros, cuyo objetivo es el crecimiento inteligente dentro de una economía sostenible e integradora para 2020.

Pues bien, son únicamente las personas emprendedoras las capaces de generar empleo, por ello una de las premisas fundamentales será alimentar el espíritu emprendedor desde la educación de los más jóvenes. La misma fundación Ashoka afirma que si una persona emprende antes de los veinte años, es muy probable que ésta siga emprendiendo a lo largo de su vida. Por tanto, desde el primer momento sería imprescindible educar a los más pequeños desde la importancia del emprendimiento. Y no sólo a los jóvenes, sino también a los adultos que se encuentran en situación de desempleo y requieren de una **formación** precisa para poder ejecutar y llevar a cabo sus proyectos de negocio. Estas medidas comprenderían programas de atención personalizada, de asesoramiento técnico, de tutela, de consultoría o de viabilidad económica. Ello permitirá no sólo el aprendizaje por parte del emprendedor, sino ir generando poco a poco una cultura de valores y actitudes dirigidas hacia un emprendimiento, que se concibe como esencial para cultivar estas iniciativas.

Otro factor clave de generación de autoempleo por parte de las empresas sociales sería el **acompañamiento estratégico**. A la par que en la medida anterior, la formación debería ir complementada con un servicio de educación estratégica donde un equipo de apoyo de la empresa social, compuesto por directivos y demás colaboradores, sean capaces de guiar al emprendedor por el camino correcto aunando experiencias profesionales para elaborar un plan viable de desarrollo y sostenibilidad por el que la empresa pueda encaminar su objetivo social. Es decir, aprovechar la sabiduría de aquellos que han tenido éxito a la hora de emprender, para poder transmitirla a través de programas de actuación donde se enseñe a la persona que quiera crear su propio negocio qué es lo que quiere conseguir y cómo pretende hacerlo ( líneas de actuación, objetivos a corto plazo y evaluación de resultados, entre otros).

Por otro lado, encontramos el factor de la **visibilidad** de los proyectos de negocio. Aunque a simple vista no parezca una medida muy eficiente, el hecho de que las empresas promocionen y den publicidad sobre nuevos propósitos emprendedores, permitirá, por un lado, la reducción de costes de las nuevas empresas, ya que el gasto o la inversión en propaganda disminuirá e incluso podría llegar a ser nula si la empresa financiase al cien por cien la visibilidad del proyecto; y por otro lado, al facilitar la entrada de éste al mercado, llegaría antes a los consumidores y por tanto un retorno de

la inversión más temprano. Es decir, el hecho de que el proyecto sea visible a través de una exitosa publicidad, información y comunicación de una empresa experimentada, facilitará la percepción por parte del público objetivo y ello permitirá que la creación de valor se proyecte sobre un mayor número de personas.

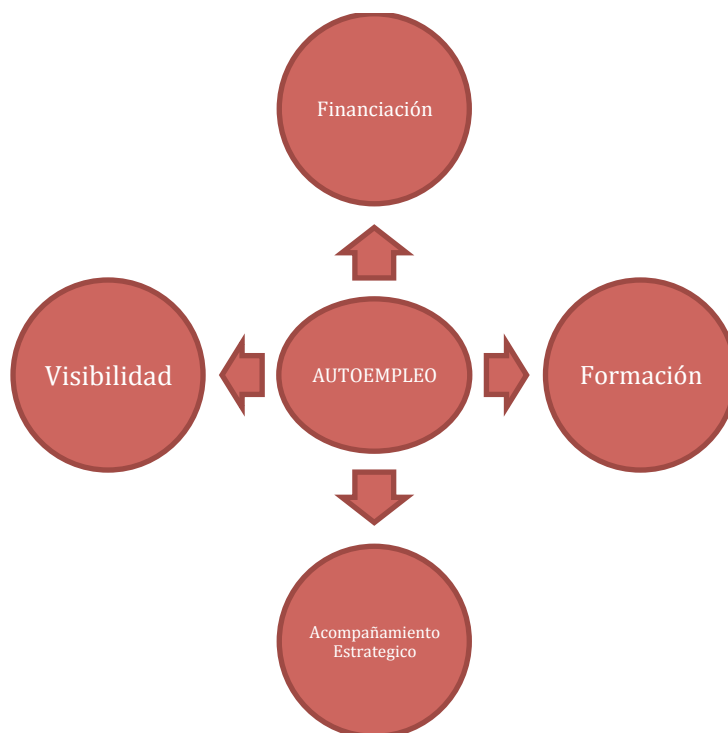
Y finalmente el factor clave de la **financiación**. Como hemos venido mencionando, uno de los problemas que sufren las empresas actualmente es la falta y dificultad de captar recursos financieros que hagan viable el proyecto. Esta forma de financiación puede provenir a través de créditos corporativos, préstamos bancarios sin apenas tipo de interés u otorgamientos de avales y garantías que permita a la empresa acceder a una subvención justa. Y es aquí donde las empresas sociales tienen que intervenir con mayor intensidad, ejerciendo de vehículo financiero donde se garantice el crecimiento de las empresas, aumente el impacto social y permita crear estructuras multiplicadoras de dicho impacto (Momentum<sup>5</sup> Project, 2013). Bajo este tipo de colaboración y ayudas se encuentran muchos proyectos que han surgido y pretenden precisamente esto, facilitar la generación de autoempleo y permitir tanto a los jóvenes como a los adultos que se encuentran en situación de desempleo el acceso a un puesto de trabajo digno. Entre los mencionados proyectos podemos destacar la labor que ejerce MicroBank, el banco social de la Caixa que concede microcréditos a aquellos que perciben rentas inferiores a sesenta mil euros y que permite iniciar y desarrollar el negocio sin un significativo endeudamiento inicial. También encontramos el Préstamo Primera Empresa que ofrece Unicaja y que otorga a aquellos jóvenes emprendedores, siempre y cuando presenten un proyecto pionero y con espíritu emprendedor, una cantidad de hasta un ochenta por ciento de la inversión con un periodo de devolución de hasta cinco años. O incluso también participa de este tipo de préstamo Ibercaja, que atiende a las necesidades de inversión iniciales que les surgen a los emprendedores hasta la puesta en funcionamiento de la empresa. En este caso, se llega a ofrecer al cliente la elección entre un tipo fijo o variable sin ningún ánimo especulativo. Así, son múltiples los ejemplos que encontraríamos de empresas que ejerciendo una labor social hacen que el derecho al trabajo, sea un derecho más accesible.

---

<sup>5</sup> El Proyecto Momentum, nace con la vocación de impulsar y extender la actividad y el impacto de los emprendimientos sociales como mecanismos de creación de empleo y riqueza, de cohesión social y, en definitiva, la creación de una cantera de emprendedores sociales.

Asimismo son numerosas las medidas que también, por parte del Gobierno o empresas públicas, han puesto a disposición de aquéllos que quieren crear su propio negocio como la modernización de las instituciones del mercado de trabajo, planes de acción y ayuda más personalizada o reformas en los sistemas de educación para implementar la empleabilidad.

Figura 3: Mecanismos de implementación del autoempleo



Fuente: Elaboración propia

Asistimos por tanto a un periodo donde la forma de organización y de estructuración del trabajo está cambiando, donde el contexto en el que vivimos ha provocado el afloramiento de iniciativas sociales que, nacidas de otras anteriores, han permitido mejorar la calidad de vida de las personas y su bienestar social. A través de estos mecanismos que hemos mencionado, y que han sido ejecutados por parte de empresas con el único fin de crear valor social, han permitido comprobar empíricamente que aquellos objetivos se cumplen. Y no sólo los enfocados a la generación de autoempleo, sino que también, esa gente que creó en algún momento su empresa, gracias a las iniciativas solidarias, está dando actualmente trabajo a muchas más personas.

### 3. Fuente de financiación: Microcréditos

A continuación, abordaremos de manera tangencial el sistema de los microcréditos ya que están considerados como una herramienta esencial de la financiación de muchos emprendedores sociales. Es decir, desarrollaremos su concepto, su mecanismo de funcionamiento, los requisitos para su concesión y cuál es la finalidad que persiguen, así como su importancia dentro del emprendimiento social.

#### 3.1 ¿Qué son los microcréditos?

Son muchos los colectivos que se encuentran actualmente en situación de exclusión social y numerosas las empresas que tratan de combatir estas injusticias. Sin embargo, debido a la dinámica y las condiciones del mercado financiero hacen inaccesible que el crédito y la ayuda pueda llegar a quienes más lo necesitan. Por tanto de la mano de Muhammad Yunus<sup>6</sup>, surgió la idea de crear un instrumento financiero que estuviera al alcance de los más necesitados. Éste consiste en la concesión de préstamos a un interés muy bajo, y que por tanto permita su devolución, a emprendedores con una significativa carencia de recursos financieros. A su vez, la rentabilidad obtenida por los beneficiarios deberá ser invertida en la empresa para su puesta en marcha y desarrollo, y así, a su vez, generar autoempleo. En la primera Cumbre Mundial sobre el Microcrédito<sup>7</sup>, se definieron como: *“Programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias”* (Cumbre Mundial sobre el Microcrédito, en febrero de 2007).

La importancia de los microcréditos fue cada vez mayor, y esto propició la creación del Banco Grameen cuyos valores residen en la responsabilidad y solidaridad de los prestamistas. En su lucha por erradicar la pobreza y permitir que los beneficiarios desarrollen con éxito sus propios negocios, podemos resumir las características de este tipo de créditos en lo siguiente:

---

<sup>6</sup> Es un economista y banquero, nacido el 28 de junio de 1940 en Bangladesh. Conocido por ser el desarrollador y creador del concepto de los microcréditos fue galardonado con el Premio Noble de la Paz en 2006 por la contribución que hizo al desarrollo social y económico desde “abajo”.

<sup>7</sup> Fue la primera cumbre sobre el concepto de los microcréditos, celebrada en Washington en 1997, y tuvo como objetivo dar a conocer estos préstamos para difundir su concesión por todo el mundo.



- Son créditos que únicamente se otorgan para emprendimientos que puedan revertir de manera social en la comunidad o individuos de bajos ingresos.
- Se pueden aceptar garantías no tradicionales que permitan de una forma más eficiente la devolución del préstamo (por ejemplo a través de bienes muebles o garantías personales).
- Son préstamos de montos pequeños, con devolución a corto plazo y de compleja diversificación.

Como se puede observar, los clientes que requieren de estos préstamos son clientes con muy pocos ingresos que buscan una oportunidad de negocio a través de estos instrumentos. Es decir, personas pobres, pero trabajadoras, a las que suele denominarse “emprendedores sin recursos”.

### **3.2 ¿Qué finalidad persiguen?**

El fin que persigue todo microcrédito es el de financiar a colectivos de emprendedores que, por sus condiciones económicas, se ven incapacitados para solicitar los préstamos que ofrecen las entidades financieras tradicionales. La aplicación primordial es la cooperación al desarrollo como mecanismo de generación de autoempleo. De hecho, una de las principales líneas de negocio que más solicitan este tipo de préstamos son los emprendimientos sociales. Un ejemplo de empresa social que se ha visto beneficiada de este tipo de financiación es la compañía americana Kiva (Kiva: [www.kiva.org](http://www.kiva.org)), en la cual se vinculan a micro financiadores con emprendedores sociales, permitiendo el crecimiento y desarrollo de proyectos con fines benéficos.

### **3.3 ¿Cómo funcionan?**

En un comienzo el funcionamiento de los microcréditos se inició en zonas pobres de Asia, donde la gente no tenía acceso a una financiación digna. Sin embargo, la crisis coyuntural que afecta a Europa, propició que los microcréditos se exportaran también a dicho continente.

Éste instrumento, no sólo se concibe como un recurso económico, sino como un concepto de oportunidad. Para poder optar a su solicitud se debe ser emprendedor, de forma que el monto concedido vendrá dado en función del proyecto de negocio previsto y la recuperación monetaria estimada. Una vez rentabilizado el microcrédito inicial, se

procederá a su devolución para poder solicitar de nuevo otro microcrédito de mayor cuantía, si fuera necesario, para desarrollar el proyecto. La concesión del mismo está supeditada a una exhaustiva evaluación por parte de la entidad prestamista sobre la solvencia del prestatario.

### **3.4. Requisitos para su concesión**

Actualmente, entidades tanto públicas como privadas tratan de captar emprendedores sin recursos a los que poder ofertar sus microcréditos. Sin embargo, es importante conocer de aquéllas, qué condiciones que ofrecen y qué requisitos presentan. Así, en líneas generales, los requerimientos para la concesión de microcréditos serían:

- Ser emprendedor (social, en nuestro caso) sin recursos.
- Altas probabilidades de éxito del proyecto social a emprender.
- Documentación: Informe de viabilidad, plan de negocio, fondos propios que se aportarían y un presupuesto inicial, entre otros.
- Evaluación sobre la solvencia del emprendedor social y las probabilidades de devolución del crédito.

Una vez más, podemos contemplar la necesidad de estrechar vínculos con el emprendimiento social y la importancia de invertir en proyectos solidarios que reporten en la sociedad bienestar y calidad de vida, en forma de puestos de trabajo y salarios dignos.

## 4. Análisis de la organización Ashoka.

A lo largo de este trabajo de investigación hemos estado mencionando la labor social que desempeña esta organización enfocada en la creación de autoempleo y la ayuda constante que realizan hacia los emprendedores sociales. Por tanto he considerado imprescindible pararnos a analizar detenidamente tanto la misión como los valores que envuelven a esta entidad, así como la contribución que ha hecho en la generación de puestos de trabajo a través de las empresas sociales.

Ashoka es la mayor asociación sin ánimo de lucro de emprendedores sociales innovadores del mundo. Con sede en Virginia, EE.UU., fue fundada por Bill Drayton en 1981 con el propósito de construir una sociedad donde los ciudadanos lucharan contra las injusticias sociales y fueran considerados como agentes de cambio. Lo que se denominan como *Changemakers*. Ésta es su base del éxito.

Actualmente, Ashoka ha proporcionado financiación a más de tres mil emprendedores sociales (Ashoka España: [www.spain.ashoka.org](http://www.spain.ashoka.org)), funcionando como plataforma de crecimiento de numerosos proyectos benéficos, a la vez que ofrece también servicios de apoyo técnico y profesional.

### 4.1. Misión, visión y valores.

La misión principal de esta organización se traduce en la asistencia técnica y económica de aquéllos que como la propia Ashoka define son ciudadanos del cambio. Es decir, cree en la integración global y eficiente del emprendedor en la sociedad para inculcar e inspirar a nuevos jóvenes en la aventura del cambio.

Así, la piedra angular sobre la que gira la organización es el ciudadano, pues piensan que éste es el único agente de cambio que existe, capaz de transformar el mundo y generar modificaciones estructurales importantes para reducir las desigualdades sociales. Éstos sujetos son líderes con una enorme capacidad de creatividad e innovación propias de empresarios de negocios, pero que gracias a la ayuda que les presta la organización, consiguen canalizar esas aptitudes hacia la resolución de problemas sociales a gran escala (Ashoka Argentina, 2011)<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Ésta información ha sido obtenida de un blog oficial de Ashoka Argentina, en el que se lleva trabajando desde 2011.

De esta forma las premisas para alcanzar sus propósitos son tres ( Albert Figueras; 2011: 37-38):

- 1) Seleccionar y dar apoyo a los *Changemakers*: Ashoka, a través de un exhaustivo estudio, trata de seleccionar a aquellas personas que califica como “Emprendedores Sociales Ashoka” a quienes les dota de una determinada remuneración durante tres años con el objetivo de que desarrollen y consoliden el proyecto social que tienen en mente. A su vez, estos agentes inspirarán a que otros jóvenes hagan lo mismo, de forma que se establezca un ciclo de constante cambio y sus logros tengan un impacto social a gran escala. Es decir, se trata de crear una cadena de valor cíclica donde unos individuos se vayan ayudando de forma recíproca para que las ayudas sociales lleguen al mayor número de personas posible.
- 2) Construir comunidades de emprendedores sociales: Lo que Ashoka trata de perseguir es la consecución de sinergias a través de la creación de comunidades de *changemakers*, de forma que el poder de cambio sea aun mayor. Asimismo, la colaboración entre estos grupos de emprendedores sociales permitirá aunar esfuerzos e importar métodos de resolución más innovadores a problemas globales.
- 3) Apoyo global a la transformación social: A través de la asistencia técnica y económica, entre la red de emprendedores sociales y sectores empresariales se derivarán efectos sinérgicos que permitirá abarcar un campo de acción mayor.

Como se puede deducir, la visión de la asociación es crear un mundo con actores de cambio. De ahí, que uno de sus lemas sea “Todo el mundo puede cambiar el mundo. Todos podemos ser Changemakers”. Es decir, la gente tiene que ser consciente de que tiene suficiente capacidad y libertad para modificar su entorno y transformar esta sociedad en una sociedad más justa. El único presupuesto necesario es “tener una buena idea”<sup>9</sup>. Pues, si se consigue explotar suficientemente esa ilusión, la solución a los problemas sociales estará un paso más cerca.

---

<sup>9</sup> Cuando Bill Drayton fue galardonado con el Premio Príncipe de Asturias, el Príncipe Felipe le preguntó cuál era la fuerza más poderosa del mundo. Aquél contestó: “Sin duda, siempre una buena idea”. De ahí, que este concepto lo considere como principio básico de todo cambio social.

Finalmente, si tuviésemos que destacar uno de entre los múltiples valores que conforman la organización de Ashoka, ese sería la innovación. Si bien, los atributos de Ashoka lo conforman la motivación, el compromiso, la empatía o el trabajo en equipo, la cualidad fundamental es la innovación. Albert Figueras (2011) distingue dos componentes interdependientes, que caracterizan este concepto: la idea y la persona. Es decir, la ilusión por hacer algo novedoso, y el innovador. Sin embargo, esa idea, que se considera requisito necesario de todo emprendedor, debe ser completa y factible de hacer realidad. Para Ashoka, la idea la define como “*una propuesta completa y bien formulada para lograr una acción concreta*” (Albert Figueras, 2011: 44).

Lo que deducimos de todo ello, es que ese primer boceto si tiene la suficiente autenticidad y viabilidad, y se potencia de manera ordenada y precisa, puede llegar a convertirse en un patrón de cambio.

Por otro lado, está la figura del innovador. Se trata de una persona entusiasta, con iniciativa y que siente que verdaderamente tiene algo que hacer en la sociedad. Una persona con empatía y con un sentimiento de pertenencia a aquello en lo que cree que es injusto, de forma que, a través del sacrificio y la persistencia termine dando con la solución más adecuada. Es decir, se trata de individuos que a la vez que se resignan por los problemas sociales, se sumergen en una búsqueda continua de remedios pragmáticos. Tal y como señala María Calvo<sup>10</sup>:

*“Las empresas deberían ver a los emprendedores sociales como un laboratorio de I+D+i”*(María Calvo, 2011: 4).

A continuación resalta la importancia de:

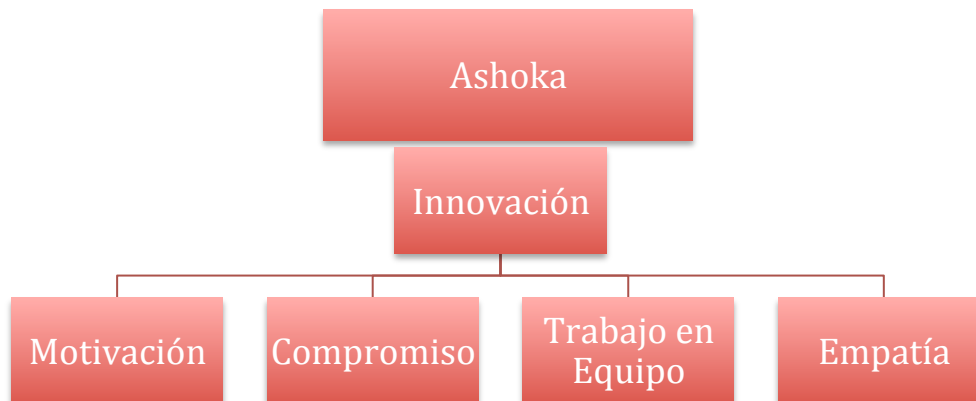
*“Trabajar con personas que cada día están aportando soluciones en lugar de hablar de los problemas es una satisfacción increíble”*(María Calvo, 2011: 2 ).

Así, la simbiosis entre estos dos elementos (la idea nueva y el innovador) constituyen el concepto de emprendedor social para Ashoka. La única figura capaz de empatizar con las injusticias sociales y generar un impacto transformador.

---

<sup>10</sup> María Calvo, es actualmente la Directora de Ashoka Emprendedores Sociales y participa, a su vez, en debates sobre Responsabilidad Social Corporativa.

Figura 4:Componentes de la filosofía de Ashoka



*Fuente: Elaboración propia*

Finalmente, conviene destacar la figura de Kailash Satyarthi, elegido socio de Ashoka en 1993 y galardonado en 2014 con el Premio Nobel de la Paz. Su lucha por la defensa de los derechos de los trabajadores y por una educación infantil digna, hace que sea un personaje clave para el entendimiento de la filosofía e ideología de esta organización. Asimismo, a través de su Centro Internacional sobre Trabajo Infantil y Educación ha hecho posible que miles de jóvenes salgan de la represión y la esclavitud y puedan alcanzar un futuro y un trabajo apropiado para recuperar la dignidad meritoria que toda persona se merece. Quizás, gracias a él, Ashoka es actualmente lo que es, ya que sin su ayuda, posiblemente cientos de jóvenes desconocerían el término empleo.

#### **4.2. ¿Cómo participan en la generación de autoempleo?**

La asociación Ashoka ha estado luchando durante años, y a través de sus tres mil emprendedores que existen por todo el mundo, por crear un método de crecimiento socio económico sostenible o simplemente renovar el modelo actual. Gracias a ello, se ha ido introduciendo poco a poco el concepto de autoempleo social en nuestra sociedad, como mecanismo de salvación de miles de personas desempleadas. Así, Ashoka ha sido de gran ayuda a aquellas personas que habían perdido todo tipo de esperanzas para encontrar un nuevo puesto de trabajo, mediante soluciones innovadoras que provocan la causa del problema.

De esta forma la asociación ha participado en la generación de autoempleo a través de múltiples alternativas. Entre ellas:

- Apoyo y asistencia económica a todos los emprendedores sociales que se enfrenten a retos en la lucha contra el desempleo. El apoyo consistirá en una ayuda financiera, prestada durante tres años, con el objetivo de iniciar y consolidar los proyectos sociales que tengan en mente, así como la colaboración requerida para la puesta en marcha de dichas ideas innovadoras.
- También ofrecen ayuda a través de programas de consultoría y asistencia legal. Creación de espacios de cooperación estatal y global en cuanto a planes del negocio, planes estratégicos y mecanismos de comunicación e información. Además, Ashoka, con frecuencia, suele contactar con emprendedores de negocio y empresas, con el objetivo de que faciliten al colectivo afectado el “*know how*” de la compañía en particular que quieren abrir y, así, satisfacer las necesidades a cubrir durante la apertura de la empresa.
- Asimismo, ofrecen programas de motivación y ayuda psicológica a desempleados, concienciándoles de que aún hay esperanza y de que existen vías de escape alternativas para salir adelante y encontrar un futuro más digno.

Dentro del personal de Ashoka podemos destacar la labor social de Elena Correas, directora del “Programa de Ayuda a Emprendedores”, quien ha insistido en que:

*“Los emprendedores sociales son aquellos que no descansan hasta que consiguen identificar la causa de un problema, logran cambiar el sistema y difunden la solución para que sociedades enteras puedan adoptarla”.*

Ashoka también ha sido la protagonista y partícipe directa junto con la Fundación Robert Bosch, en la creación del programa “This Works, Ideas and Solutions for Employment and Recovery in Southern Europe” (This Works: [www.bosch-stiftung.de](http://www.bosch-stiftung.de)), que consiste en impulsar y fomentar ideas innovadoras para la generación de empleo en el Sur de Europa.

Aproximadamente unos treinta emprendedores sociales son seleccionados por el Programa Ashoka de entre miles de ideas innovadoras que luchan contra el desempleo. Se encargan de desarrollar proyectos y planes de negocio, junto con un equipo

profesional de consultores estratégicos, para luego presentarlo a representantes de empresarios, políticos y gobiernos, en eventos que se celebran en Italia, España o Grecia. Y a su vez, empleados de Ashoka animan a jóvenes emprendedores a colaborar en el proyecto. Entre los programas más innovadores y finalmente seleccionados destacamos: Citymart (Citymart: [www.citymart.com](http://www.citymart.com) ), que conecta iniciativas ciudadanas para acelerar la colaboración entre pequeñas y medianas empresas; CoderDojo (CoderDojo: [www.coderdojobcn.com](http://www.coderdojobcn.com)) donde se invita a programadores profesionales a enseñar a jóvenes para iniciarse en el mundo de la informática y a raíz de ello crear puestos de trabajo; y “Lanzaderas de empleo” (Lanzaderas de empleo: [www.lanzaderasdeempleo.es](http://www.lanzaderasdeempleo.es)), que aunque se detallará más adelante su funcionamiento, consiste en una iniciativa en la que se enseña a desempleados, a través de un *coach*, distintas formas de colaboración para conseguir un empleo.

Una vez más, se demuestra la implicación y la dedicación de la asociación Ashoka contra la destrucción de empleo y la búsqueda de vías alternativas para que todos aquellos que lo deseen tengan la posibilidad de encontrar un puesto de trabajo digno. Una plataforma en la que se puede aprender a emprender, potenciar las habilidades de cada uno y, en definitiva, crecer como persona.



## 5. Estudio de un ejemplo práctico

Como se señaló anteriormente, para ilustrar la labor de los emprendedores sociales en la generación de autoempleo, se detallará a continuación con un ejemplo la labor benéfica que ha realizado el español, José María Pérez<sup>11</sup>, en la lucha por la creación de nuevos puestos de trabajo. Se trata de su proyecto la Lanzadera de Empleo. Consiste en que un equipo heterogéneo de desempleados, con espíritu aventurero, comprometido y solidario colaboran entre ellos, y con la ayuda de un *coach*, en la consecución de objetivos factibles por encontrar un puesto de trabajo, ya sea por cuenta ajena o propia. Ellos se definen como: “Equipos de desempleados voluntarios, activos, visibles y solidarios” (José María Pérez, 2013).

La idea comenzó de la mano de este arquitecto cántabro que se planteó restaurar los monumentos de su pueblo que se encontraban en mal estado. Sin embargo, al no haber dinero suficiente para llevar a cabo la restauración, se dirigió al INEM para solicitarlo. Allí le dijeron que los parados no podían trabajar porque estaban en paro y por tanto la prestación económica no servía de mucho. Así que se le ocurrió la innovadora idea de por qué no seleccionar un grupo de parados, que se encargasen de renovar los monumentos con la ayuda económica que les prestaba el INEM. Y así, reunió y agrupó a artesanos, arquitectos, obreros y otros muchos profesionales desempleados, de forma que entre todos ellos pudieran colaborar en la restauración de las obras. De esta manera, convenció al Gobierno y con la ayuda de Fondos Europeos creó las “Escuelas Taller”, en las cuales recuperaba jóvenes, oficios y patrimonio. Después de treinta años, han pasado por su proyecto cerca de setecientos cincuenta mil personas cobrando todas ellas un salario digno. Por ello, él considera que la solución está en el desempleado como persona.

No obstante, aunque manteniendo la idea principal, ésta ha cambiado, y en vez de restaurar monumentos, se preguntó por qué no restaurar las personas. Pero restaurándose ellas mismas, siendo proactivas en su día a día.

---

<sup>11</sup> José María Pérez, es un arquitecto, escritor y humorista español que ha recibido numerosos premios, como el Premio Alfonso X el Sabio de novela. Actualmente es emprendedor social de Ashoka, y colabora en su proyecto Lanzaderas de Empleo en la lucha contra el desempleo.

Por tanto, en la Lanzadera de Empleo se reúnen un grupo de personas de distintas edades y profesiones, dónde todos buscan trabajo para todos y colaboran ayudándose recíprocamente. Ésta ayuda se ofrece no sólo desde un enfoque didáctico o de formación, sino que también cooperan unos entre otros para reanimarse, rehabilitarse y, en definitiva, volver a nacer como personas en espíritu. A su vez, son dirigidas por un “entrenador” que también procediendo del paro, les coordina y organiza para llevar a cabo cada uno de los proyectos diseñados.

Según estima José María, el grado de inserción es del sesenta por ciento. Además, una vez finalizado el programa de dura entorno a nueve meses, esas personas que han salido del paro, animan y sirven de inspiración a otros muchos más desempleados que no encuentran forma de supervivencia emocional.

Actualmente, el Programa se encuentra financiado tanto por fondos europeos y de la administración pública, como por empresas privadas, asociaciones y fundaciones. Esto ha hecho posible que sean cada vez más los jóvenes que atraídos por el éxito del proyecto y las ayudas económicas que ofrecen, decidan participar de él, para crear su propio negocio.

Tal y como menciona José María al final de la conferencia celebrada en Madrid en octubre de 2013, a través de la plataforma TED<sup>12</sup>:

*“El principio fundamental es que lamentarse no resuelve los problemas, y que lo pesado se vuelve ligero cuando se lleva entre muchos”.*

Lo que se nos trata de transmitir son dos premisas: que mientras haya vida hay esperanza, y que la unión hace la fuerza. Por tanto, la solución no reside en la ayuda prestada o el comportamiento de quienes nos rodean, sino en cada uno de nosotros mismos como seres racionales y capaces de salir adelante con actitud y aptitud.

De esta forma el arquitecto invita a confiar en las personas y sus capacidades, porque ésta es la única solución viable a través de la cual se puede recuperar el ánimo y la

---

<sup>12</sup> TED es una organización americana sin ánimo de lucro en la cual se celebran debates y conferencias sobre el arte, la política, la economía o la cultura del día a día.

esperanza. Es decir, devolver a la persona lo que más aprecia, su dignidad y honorabilidad.

## 6. Conclusiones

Al comienzo de este trabajo se formuló la pregunta, de cómo el emprendimiento social puede servir de base para la generación de autoempleo, así como los mecanismos que presentaba para llevar esto a cabo y qué puede hacer uno mismo para poder salir de la situación de desempleo. Analizando la literatura existente, hemos llegado a la conclusión de que el emprendimiento social nace de ideas e iniciativas. Pero para que éstas cobren sentido no nos podemos conformar con que sean unas ideas e iniciativas cualquiera, sino que tienen que ser auténticas, factibles y sobre todo innovadoras. Éste último concepto es un factor clave, entre muchos otros, para el entendimiento del trabajo. Hemos comprendido el concepto de innovación como un componente catalizador de los múltiples emprendedores que nacen cada año. Una forma de renovar y regenerar la filosofía de la empresa desde el punto de vista ético y solidario. Y que gracias a él, son cada vez más numerosos y sofisticados los recursos de financiación que existen o se crean. Ya sean: los microcréditos; recursos provenientes del sector público, como subvenciones, fondos europeos, donaciones; del sector privado, como créditos corporativos, avales, créditos subvencionados; o el sistema de *crowdfunding*. Y todo ello con el único objetivo de crear valor social, es decir, ser productivo a la sociedad contribuyendo solidariamente en la búsqueda de soluciones tangibles para problemas reales.

De esta forma, y entendiendo la filosofía del emprendimiento social conseguimos dar respuesta a cómo se puede solventar o paliar el desempleo y fomentar e incentivar a que uno mismo salga de ese abismo y pueda crear su propio negocio. Por ello, a lo que antes considerábamos un problema sin respuesta, ahora se convierte en una necesidad de llevarlo a la práctica. Así, hemos concluido comprobando que el emprendimiento social dispone de múltiples vías de resolución. Desde cursos de formación y enseñanza de cómo se constituye una empresa o ayudas a la visibilidad y publicación de los proyectos, a mecanismos de financiación corporativos o un acompañamiento estratégico, donde se les indique a los emprendedores el plan de negocio a seguir. Éstas líneas de actuación, que están al alcance de cualquier empresa, han demostrado empíricamente, que favorecen la inserción socio laboral de las personas, les devuelven la confianza que necesitan y les permite utilizar de los recursos que requieren para establecer su empresa.

Esta veracidad se ha ilustrado a través de ejemplos, como es el caso de la empresa “Lanzaderas de empleo” donde partiendo de una idea innovadora y con los medios suficientes ha dado trabajo entre puestos directos e indirectos a setecientas cincuenta mil personas. Lo que nos indica de manera fehaciente que la solidaridad empresarial es viable y fructífera, repercutiendo directamente en la sociedad y en su economía. Por lo tanto, podemos responder de manera afirmativa que el emprendimiento social puede funcionar como base sostenible en la generación de autoempleo.

Entre las limitaciones que nos hemos encontrado a lo largo del trabajo, cabría destacar la escasez o la opacidad de información existente y publicada en este tipo de temas de investigación. Posiblemente debido a la falta de concienciación por parte de muchas compañías, y a que la rentabilidad que reciben no es económica como tal, hace que no sean muchas las entidades que se animen a llevar a cabo este tipo de iniciativas. Lo que provoca en cierto modo, el desinterés por muchas de ellas que anteponen lo material a la ética, y por tanto la información y el número de casos reales que existen sea muy reducido. No obstante, complace observar como paulatinamente se está apreciando una transformación y la cantidad de autoempleados, gracias a asociaciones o fundaciones, vaya en aumento.

En último lugar, futuras líneas de investigación deben ir encaminadas al estudio de empresas que han decidido aventurarse en proyectos de lucha contra el desempleo y que suponen un modelo de crecimiento sostenible y un ejemplo de cómo con innovación y solidaridad empresarial esos ideales utópicos se pueden hacer realidad. Es el caso de “El Arca” ([www.elarcamendoza.com.ar](http://www.elarcamendoza.com.ar)), Dlight Design ([www.dlightdesign.com](http://www.dlightdesign.com)), Grameen Foundation ([www.grameenfoundation.org](http://www.grameenfoundation.org)) o el supuesto analizado de José María Pérez. Todos ellos componen un conglomerado de emprendedores sociales que, aunque puedan no hacer demasiado ruido o no lleguen a ser tan mediáticos como nos gustaría, la labor social que realizan y la entrega que demuestran con su actitud día a día es innegable.

Así, sería muy satisfactorio ver potenciada esta nueva manera de crear empleo, alejado de las ilusorias promesas o modelos de crecimiento obsoletos y arcaicos, que lo único que hacen es empobrecer al ciudadano y generar falsas esperanzas. Por ello, debemos aprender de aquellas empresas sociales que creen en el crecimiento inteligente y en los

*changemakers* que están dispuestos a dar sin recibir nada a cambio. Sólo así, conseguiremos alinear y fortalecer intereses entre sociedad y empresa.

## 7. Bibliografía

Agudelo, G. D. V. (2012). Autoempleo y emprendimiento. una hipótesis de trabajo para explicar una de las extrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre Económico*, 15(32), 103-127.

Alemaný, L. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Céspedes, H. (2009). El emprendimiento social y su sustentabilidad. HC Global Group.

Cuadrado-Roura, J. R. (2004). Empleo autónomo y empleo asalariado. Madrid: Subdirección General de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Cueto, B., & Álvarez, V. R. (2013). Determinantes de la permanencia en el autoempleo. Evidencia a partir de la Muestra Continua de Vidas Laborales. Working paper.

Curto, 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, 13, 1-23.

Ferguson, M. (2013). Juventud, Emprendimiento y Desarrollo: Nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo. *REVISTA DE ESTUDIOS*, 35.

Fernández, E. L. Emprendedores sociales y empresarios:¿ Hablamos de la misma especie?.

Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Bueno Aires, Argentina.[Links].

Gamón, M. L., Domenichelli, R. N., & Cuenca, A. B. (2004). Desarrollar el espíritu emprendedor: consideraciones de autoempleo de las políticas de empleo públicas. *Revista de treball, economia i societat*, (32), 33-41.

Gaiger, L. I. (2004). *Emprendimientos económicos solidarios*. CATTANI, Antonio (Organizador): La otra economía. Altamira-UNGS. Buenos Aires.

Guía práctica de emprendimiento social y cultural, Universidad de Salamanca, 2013

Iglesias, B. C. (2008). Políticas de fomento del autoempleo y creación de empleo. Un estudio de caso. *Estudios DE Economía Aplicada*, 26(3), 1-16.

Jiménez, M. G. (2001). *Autoempleo y trabajo Asociado: El Trabajo en la Economía Social*. Córdoba, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.

Krasniqi, B. A. (2014). Characteristics of self-employment: A refuge from unemployment or road to entrepreneurship.

Lacalle, M., Rico, S., Márquez, J., & Durán, J. (2006). Glosario básico sobre microfinanzas. *Cuadernos Monográficos*, 12.

Medrano, M. L. (Diciembre de 2012). Juventud y emprendimiento: Una oportunidad en tiempos de crisis. *Revista de estudios de juventud* .

Porter, M., & Kramer, M. (Enero de 2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review* .



Navarro, A. M., de Florida, R. C. G. P., Nittúa, U. R. C. C., Nittúa, N. G. G., Cardona, J. G., de Feprodal, P., & de la Fundación NovaTerra, P. (2011). Emprendimiento, economía social y empleo. Universidad de Valencia.

Navarro, A. M., Climent, V. C., & Palacio, J. R. S. (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, (106), 150-172.

Network, S. E. K. (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica. Washington, DC: Inter-American Development Bank & David Rockefeller Center for Latin American Studies.

Norniella, J. M. (2001). La Creación de Empresas en España: Análisis por Regiones y Sectores. Madrid, España: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.

Porter, M., & Kramer, M. (Enero de 2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review

Ramos, F. S., & Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (75), 128-151.

Universidad ECESI, 2008: vol. 24 número 109

