

# *El emprendimiento social en Aragón*

*El emprendimiento social se caracteriza por primar la creación de "valor social" por encima del puramente económico*

El Consejo Económico y Social ha concluido el estudio **Factores explicativos del fenómeno emprendimiento social en Aragón**, realizado por el equipo de investigación constituido por Esperanza García Uceda, Josefina Murillo Luna, Ramón Añaños Sánchez, Ana Hernández Serena y Pau Vidal García.



En el punto de partida del trabajo están los siguientes datos y premisas:

- ▶ El emprendimiento, en general, tiene un **impacto positivo sobre el crecimiento** y la riqueza de las economías.
- ▶ El emprendimiento social tiene un gran potencial para **resolver problemas de índole social, medioambiental y económica**.
- ▶ La **actividad emprendedora en Aragón** (4,7% de la población se anima a emprender) es inferior a la media española (6%), que a su vez está por debajo de la europea (8,5%).

El **objetivo** del estudio es explorar los factores que determinan la elección del emprendimiento social como modelo de negocio: analizar las **motivaciones** que animan a optar por esta alternativa y las **dificultades** encontradas por quienes lo han hecho en Aragón.

Una vez aplicado el **método Delphi** con un amplio grupo de expertos, se han **identificado, y valorado cuantitativamente**, los factores más relevantes para el emprendimiento social, que se reflejan con detalle en las páginas 2 y 3 de este documento.

En la investigación se ha desarrollado además:

- ▶ una **base de datos** de emprendedores sociales en Aragón y una relación de entidades de apoyo al emprendimiento.
- ▶ una **plataforma online** (activo.social) como ecosistema de apoyo al emprendimiento social en Aragón.



## *Algunas propuestas de futuro:*

- ➔ Simplificar el contexto legal del emprendimiento.
- ➔ Favorecer los ecosistemas de **apoyo** al emprendedor social.
- ➔ Ampliar la **formación** especializada en gestión empresarial de los emprendedores sociales.



# Motivaciones para el emprendimiento social

*Destacan la pasión por el objetivo social, la autorrealización y autoestima y la responsabilidad frente a una necesidad social*

Motivaciones ideológicas	1. Convicción ideológica. Convencimiento de la primacía de las personas sobre las estructuras productivas y el capital económico.	7.7
	2. Concienciación política (militancia política no partidista) vinculada a lo social.	5.7
	3. Solidaridad o Altruismo. Búsqueda de una rentabilidad emocional: sentir que el trabajo proporciona una mejora a la sociedad.	7.1
	4. Conciencia de justicia social. Búsqueda de una sociedad más equitativa.	7.4
	5. Responsabilidad social. Conciencia de la existencia de una necesidad social o medioambiental que el sistema no atiende o no lo hace de forma eficaz y/o	8.1
	6. Convicción de cambio y transformación social. Activismo sobre inequidades sociales.	7.4
Motivaciones de realización personal	7. Reconocimiento social, personal y de la labor realizada.	5.6
	8. Autorrealización y autoestima. Realización personal liderando un sueño de una manera adecuada a su forma de pensar.	8.4
	9. Capacidad emprendedora y pasión por el objetivo social. Generar más valor añadido que el puramente económico.	8.5
Motivaciones económicas y empleo	10. Realizar una actividad comercial y empresarial responsable y de reciprocidad. Replicable y escalable (de lo local a lo internacional).	6.2
	11. Autoempleo en su afición liderando su iniciativa o simplemente ganarse la vida trabajando en lo suyo.	6.3
	12. Generar empleo: Crear puestos de trabajo adecuados (de calidad) y sostenibles (estables).	5.8
	13. Mejores costes. Obtener una ventaja competitiva en los costes por bonificaciones fiscales y seguridad social.	3.4
	14. Obtener acceso a determinadas subvenciones y concursos públicos.	4.2
Motivaciones desarrollo sostenible	15. Creación de valor social con sentido práctico y valor económico sostenible.	7.1
	16. Inclusión social. Integración de personas marginadas.	7.2
	17. Favorecer un trabajo colaborativo y no competitivo. Las cosas se pueden hacer de una forma diferente.	6.5
	18. Seguir una tendencia social. "Mola" decir que eres emprendedor social.	3.7
Motivaciones por vinculación	19. Vinculación con espacios urbanos con cronificación de situaciones generadoras de riesgos de exclusión. Involucrarte con la realidad del entorno.	6.6
	20. Vinculación o implicación personal o familiar con necesidades sociales.	7.3
	21. Vinculación con entidades de carácter social que desean desarrollar proyectos en el marco empresarial social.	6.4
	22. Iniciativas desde lo público que se transfiere para su ejecución a promotores particulares de componente social.	4.8
	23. Vinculación trasversal de lo social con conceptos medio ambientales, desarrollo cultural o educativos.	6.5

# Dificultades para el emprendimiento social

*Entre las principales están la escasa formación empresarial, las dificultades financieras y la compleja sostenibilidad del proyecto*

Dificultades financieras	1. Dificultades financieras. Pocos recursos propios. Falta de garantías para acceder a créditos. Evaluación exigente de los equipos de RRHH, sobre todo el promotor...	8.3
	2. Identificar fuentes de financiación alternativas para las que su modelo de negocio y valor social suponga una ventaja.	7.3
	3. Ausencia de inversores en un sector en el que el retorno de la inversión se supone menor que en inversiones tradicionales o no se conoce.	7.7
Resistencias al cambio	4. Resistencias al cambio social de la administración pública, grandes empresas y grandes entidades sociales.	6.3
	5. No hay visión de que el cambio es necesario y especialmente posible.	6.3
	6. Limitaciones de las cláusulas sociales en contratación pública.	5.4
Desconocimiento / incomprensión	7. Falta de definición y comprensión del concepto de emprendimiento y empresa social especialmente en España.	6.2
	8. No reconocimiento por los actores económicos principales de la empresa social, su especificidad y su impacto positivo.	7.0
	9. Falta de confianza de los consumidores y la sociedad española en la calidad de los productos elaborados en emprendimientos sociales y de las propias empresas sociales.	5.4
	10. Rechazo al beneficio económico. Entendimiento de la ambición como algo negativo y no necesario en los emprendedores sociales.	5.9
	11. Autosuficiencia: Conseguir que el emprendedor se convenza de que (seguramente) necesita otras personas y formar un equipo.	5.4
Competencias del equipo humano	12. Escasa mentalidad, formación y experiencia empresarial de sus equipos directivos. Falta de habilidades en gestión y administración empresarial.	8.3
	13. Falta de conocimientos para identificar las herramientas de marketing adecuadas. En especial para la comunicación.	7.9
	14. Dificultad para identificar e integrar a los stakeholders (perfiles) diferentes: clientes, colaboradores, apoyo empresarial..., de sectores diferentes.	6.9
	15. La complejidad para formar un equipo cualificado en las distintas competencias necesarias con definición clara de sus roles.	7.5
Riesgo y viabilidad	16. Escasa o nula viabilidad económica de la iniciativa en el modelo de mercado existente.	7.3
	17. Lograr el compromiso de los stakeholders. Motivaciones diferentes y diversas de las personas promotoras del proyecto.	6.1
	18. Dificultades en las redes de contactos a nivel internacional y para la combinación de equipos multidisciplinarios.	6.0
	19. Planteamiento de la empresa con vinculaciones excesivas a la financiación pública, que posteriormente no siempre se consiguen.	6.8
	20. Sostenibilidad y autonomía del proyecto en el tiempo.	7.7
Competencia	21. Falta de potencial para la escalabilidad del impacto social y como consecuencia falta de penetración en la sociedad.	6.6
	22. Concurrencia de entidades y proyectos con objetivos iguales o similares, y con otros proyectos de carácter lucrativo con estructuras y recursos diferentes.	6.4