



L'EMPREDORIA SOCIAL A CATALUNYA

Informe de resultats, Octubre 2016

Hugo Valenzuela García
José Luis Molina
Miranda J. Lubbers
Paula Escribano
Marta Lobato

GRAFO. Departament d'Antropologia Social i Cultural, UAB.



EMPRENEDORS SOCIALS A CATALUNYA

Aquest informe recull algunes conclusions del projecte de recerca (I+D) *Social entrepreneurship: local embeddedness, social networking sites and theoretical development*. ENCLAVE (2013-2015), finançat pel MINECO (CSO2012-32635) i liderat per un equip d'investigadors del Departament d'Antropologia Social i Cultural de la Universitat Autònoma de Barcelona¹.

L'objectiu del projecte era analitzar els factors que contribueixen al sorgiment i consolidació de les empreses socials a Catalunya. Les dades presentades deriven de les següents fonts:

- De **93 respostes d'emprenedors/es** - en qualitat de gestors, socis fundadors o co-propietaris de l'empresa- a una enquesta on-line.
- D'una base de dades que recull informació sobre **347 organitzacions** catalanes amb objectius explícits socials o ambientals a partir de les seves pàgines webs (o de les pàgines de llurs associacions o federacions d'empreses socials)². Aquesta base de dades podria complementar altres bases de dades, com són el *Mapa d'Actors de l'Emprenedoria Social a Catalunya* (<http://www.emprenedoriasocial.cat> (que recull un total de 92 entitats públiques i privades que ofereixen suport a aquestes iniciatives), el mapa de l'economia solidària realitzat per Pam a Pam (<http://pamapam.org>), el mapa d'entitats del tercer sector social (<http://www.tercersector.cat/mapa>), amb més de 3000 entitats, ONGs i Associacions, i altres directoris de les diferents federacions (www.fecet.org i www.feicat.cat), entre d'altres.
- De **43 entrevistes** en profunditat i d'anàlisi de les seves xarxes personals realitzades a empresaris i empresàries socials d'arreu de Catalunya.

Però ... què és exactament una empresa social? Una empresa social, segons la definició formal, és *aquella organització o iniciativa que compleix la seva missió social o mediambiental orientada per fins de mercat, fent servir solucions innovadores i obtenint elevat impacte* (Dacin, Dacin, & Matear, 2010; Dees, 1998, 2007; Mair, 2010; Seelos & Mair, 2005; Zahra et al., 2009)³⁴. Aquesta definició, no obstant, és **tautològica** (Santos, 2012); és a dir, pot resultar redundant o inexacta (Young & Lecy, 2014)⁵. En efecte, què és una innovació social? En quin sentit i per a qui aquesta innovació és positiva? Com es pot mesurar aquest impacte? són preguntes sense una resposta clara.

Dit això, s'ha de reconèixer però que l'emprenedoria social no es simplement una definició inexacta sinó que requereix ser entesa com un camp institucional d'activitat empresarial i autoocupació promogut per polítiques públiques en un context de recessió de l'estat del benestar, fent ús de la mateixa xarxa de serveis a l'emprenedoria "comercial" com ara les incubadores d'empreses, l'assessoria per a l'elaboració del pla de negoci, l'accés al crèdit, etc. Aquest nou camp, que s'empara en els valors i les formes adoptades pels sectors de l'economia social i solidària tradicional, ha estat impulsat i promocionat en bona mesura per les pròpies consultories i fundacions que han contribuït a posar en circulació la categoria (Hervieux, Gedajlovic, & Turcotte, 2010).

L'emprenedoria social respon a un camp institucional d'activitat empresarial i autoocupació promogut per polítiques públiques en un context de recessió de l'estat del benestar, que ha fet ús de la xarxa de serveis a la creació d'empreses.

Per tal de salvar la tautologia, definirem aquí l'univers de l'emprenedoria social i/o ambiental a Catalunya com *el conjunt d'iniciatives empresarials amb motivacions socials i/o ambientals auto-declarades, independentment de la seva forma jurídica i de la democràcia i equitats internes*. Aquesta definició més ampla permet incloure tant a les organitzacions de la tradicional "economia social" (com els Centres Especials de Treball i les Empreses d'Inserció), a "l'economia solidària" i a les empreses amb ànim de lucre i fórmules jurídiques diverses (SA, SL, fundacions, cooperatives, etc.).

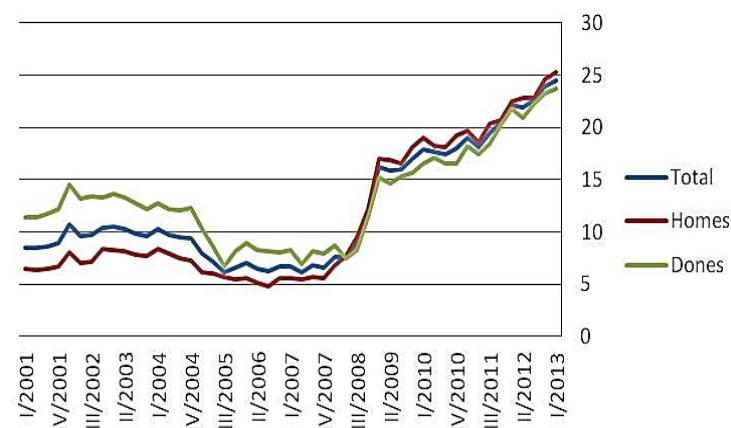
La noció d'emprenedoria social es situa doncs entre el Tercer Sector (que inclou les ONG, associacions i entitats sense ànim de lucre) i el món empresarial (amb programes de responsabilitat social corporativa), subratllant la creació simultània de valors socials i/o ambientals. En aquest nou espai la promoció d'iniciatives empresarials té un paper fonamental i les administracions tenen un rol d'impuls i facilitació.

La noció d'emprenedoria social es situa entre el Tercer Sector i el món empresarial, prenent l'economia social com a model.

L'emergència i consolidació d'un sector en expansió

La crisi financera ha transformat profundament a la societat espanyola i catalana, que han de fer front a altes taxes d'atur, a una severa reducció del pressupost públic en salut, educació i protecció social així com a una reducció radical de la despesa social. La taxa d'atur havia arribat a Espanya al 20% de la població activa -el doble que només dos anys abans- i l'atur

juvenil va superar el 45%. A partir de 2010 les institucions públiques (salut, educació i serveis socials) pateixen unes retallades pressupostàries radicals per part dels governs, sotmesos tanmateix a la pressió de les directrius polítiques de la Unió Europea.



Tasa d'atur a Catalunya per trimestres (2001-2013) (Font: IDESCAT).

Paral·lelament, entre 2009 i 2014, el sistema financer espanyol va patir un rescat amb diners públics de 61.495.000 d'euros amb el resultat d'una concentració del sector bancari i la desaparició de gran part del sector històric de les Caixes d'Estalvi, que havien jugat durant dècades un paper fonamental donant suport al Tercer Sector i a l'Economia Social. La majoria de les Caixes d'Estalvi es van transformar en bancs i els seus programes socials van ser gestionats per fundacions, de manera que si en el 2008 la despesa social d'aquest sector va ser de 2.000 milions d'euros, aquesta xifra es va reduir a menys de la meitat en l'any 2012 i a partir del 2014 va a passar a ser pràcticament inexistent.

Mentre que a Europa la noció “d’emprenedor social” comença a ser àmpliament emprada a partir de 1980, a Espanya i Catalunya no es comença a popularitzar fins el 2010.

Mentre que a Europa la noció “d’emprenedor social” comença a ser àmpliament emprada a partir de 1980 (amb la creació d’Ashoka, per exemple), a Espanya i Catalunya no es comença a popularitzar fins el 2010, al mateix temps que els bancs més importants posaven en marxa programes d’emprenedoria social: el programa *Momentum*, patrocinat pel Banc Bilbao Vizcaya i l’escola de negocis ESADE i, un any més tard, el programa d’empresariat social llançat per La Caixa amb el suport de l’IESE. Al 2011, la Generalitat de Catalunya va posar en marxa el programa @EmprenSocial per donar suport al desenvolupament d’iniciatives d’emprenedoria social a través de l’organització de reunions, guies de recursos i la comunicació activa a través dels mitjans de comunicacions. A nivell europeu, la iniciativa d’empresa social va ser aprovada en el mateix any amb l’objectiu d’augmentar la seva visibilitat i millorar l’accés al finançament.

Però són l’economia i l’emprenedoria social fenòmens totalment nous? Malgrat que és innegable la llarga i arrelada tradició cooperativista i d’empreses d’inserció laboral a Catalunya,⁶ l’emergència d’iniciatives d’emprenedoria social mostra una expansió sense precedents a partir de 2008, on apareixen el 60% de les empreses socials registrades a la nostra mostra (veure la Figura 1).

Ens trobem, per tant, davant d’un **canvi de tendència i volum** d’aquest sector. Per primer cop, i a partir d’aquesta data, una ampla diversitat d’iniciatives amb objectius, formes jurídiques i missions distintes s’agrupa sota el mateix paraigües, el de l’emprenedoria social. Parlem doncs d’un **canvi de percepció** del sector.

A més a més, els resultats mostren que, juntament amb els sectors tradicionals sense ànim de lucre i d’economia social, les noves iniciatives socials/ambientals van aparèixer en molts casos com a alternativa d’autoocupació (en resposta a la les altes taxes de desocupació) o com efecte de la reducció de la despesa pública en aquest sector (ONG, Cooperació Internacional, els programes de desenvolupament local, etc.) que fa que certes organitzacions socials i sense ànim de lucre s’organitzin com a empresa comercial. Ens trobem, per tant, davant d’una **re-conceptualització i ampliació del sector**. Finalment, el més rellevant d’aquest sector emergent és que ha estat **resilient** o resistent a la crisi i ha generat prop del 6,74% dels llocs de treball, jugant les cooperatives un rol preponderant (81,5%) (Ministerio de Empleo y Seguridad Social).

L’emprenedoria social no és un sector nou, però la seva re-conceptualització i expansió als darrers anys marca una nova tendència.

El perfil de l'emprenedor/a social català

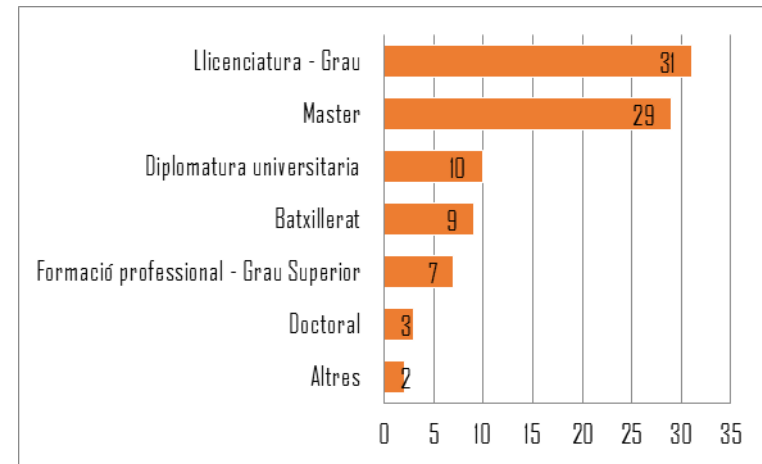
D'acord amb les nostres dades, podem categoritzar a l'emprenedor social tipus com una persona relativament "jove", amb "elevada formació acadèmica", "de procedència urbana" i "amb motivacions socials i/o ambientals" genuïnes. Si anem al detall, ens trobem davant d'un grup de persones amb una majoria masculina (63%) i amb una edat mitja de 42 anys (amb una àmplia concentració entre els 30 i els 47 anys).

| Atributs individuals | Entrevistes | Enquesta online |
|--|--------------------|-----------------|
| Dones | 17 (39,5%) | 34 (37%) |
| Edat mitja | 40.23 | 42.89 |
| Llicenciats o doctorats | 37 (86%) | 70 (76%) |
| Motivació social i ambiental | 4.64/5 (SD=0.549) | 44 (48,9%) |
| Motivació personal | 4.70/5 (SD=0,585) | 28 (31,1%) |
| Motivació econòmica | 2.06/5 (SD= 1,197) | 11 (12,2%) |
| Ocupació prèvia: aturat, auto- empleat, ocupació precària, assalariat. | 17 (39.53%)* | 47 (51%) |
| Altres ocupacions | - | 25 (27.2%) |

Atributs individuals.

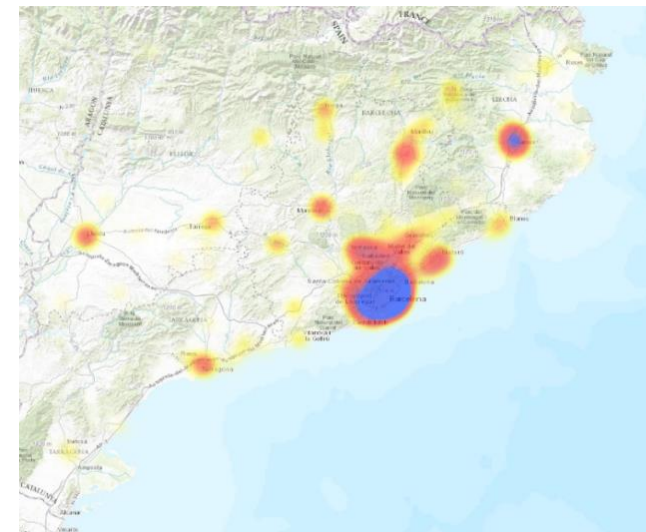
Un 34,1% d'aquests emprenedors socials té una formació de grau o llicenciatura universitària; un 31,9% de Màster (que ja implica un grau o llicenciatura prèvia) i un 11% algun diploma tècnic. Les branques de formació són diverses, malgrat que hi destaquen formacions tècniques (enginyeries, informàtica...) i humanistes/ciències socials.

Podem categoritzar a l'emprenedor social tipus com una persona relativament jove, amb elevada formació acadèmica, urbanita i amb motivacions socials i/o ambientals genuïnes.



Formació dels emprenedors/es enquestats.

Malgrat que l'emprenedoria social mostra una pauta geogràfica dispersa, s'observa que les iniciatives es concentren a la regió metropolitana de Barcelona, i a Girona.



Mapa de calor de les organitzacions i iniciatives d'emprenedoria social i ambiental a Catalunya.

Les iniciatives analitzades destaquen en dos sectors fonamentals, com mostren els núvols de lletres: serveis (jardineria, neteja, etc.) (prop del 64%) i la producció, distribució i consum de productes ecològics (prop del 15%).



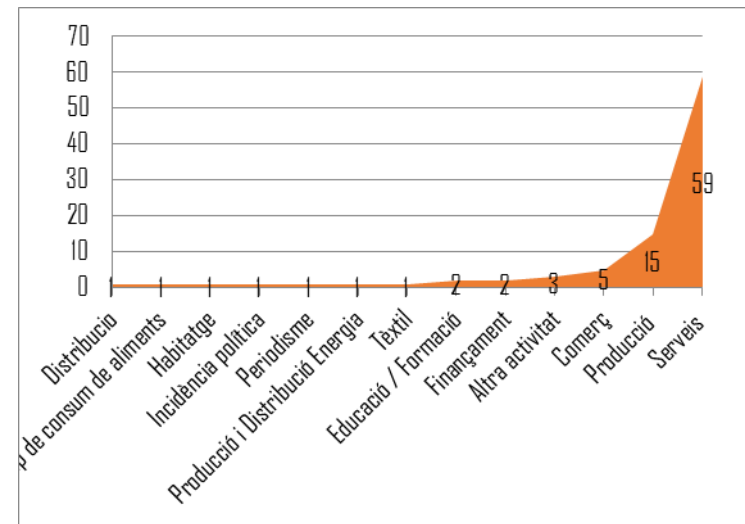
Núvol de paraules descriptives de les iniciatives.

Si, de les dades que tenim, extraiem els Centres Especials de Treball i les Empreses d'Inserció Laboral, que ara queden inclosos sota la categoria genèrica d'economia o empenedoria social, el quadre que obtenim és potser més realista de l'escenari de l'empenedoria social a Catalunya.



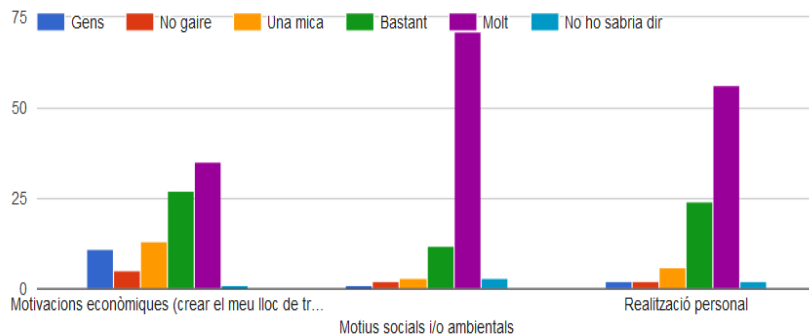
Núvol sense el registres corresponents a Centres Especials de Treball i Empreses d'Inserció.

En referència als valors socials generats –en base al qüestionari que es va passar als enquestats– hi destaquen els valors ecològics (de producció, consum o redistribució), els valors de transformació i potenciació social (democratització, cooperativisme, solidaritat), la inclusió sociolaboral de persones vulnerables o en risc d'exclusió, la millora de les condicions d'habitatge o facilitació i/o millora de pràctiques socials (reciclatge, adopcions, creació artística, educació, etc.).



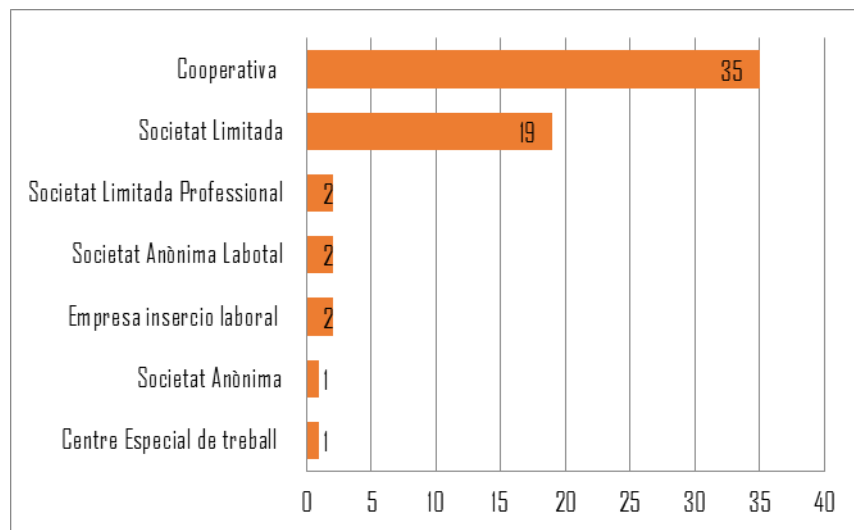
Àmbit d'activitats de les iniciatives.

De fet, aquestes àrees o sectors d'activitat es mostren congruents amb un elevat grau de compromís social o mediambiental. Aquest tret no és només propi dels empenedors socials, sinó també d'un sector de la societat que tendeix a privilegiar objectius més enllà dels beneficis econòmics, objectius post-materialistes que coincideixen amb un perfil genèric de classe mitja. Segons els informants, les motivacions per impulsar la iniciativa són fortament socials i/o ambientals (48,9%), malgrat que la motivació econòmica (12,2%) i la realització personal (31,1%) també són importants.



Motivacions per posar en marxa la seva iniciativa o empresa.

La forma jurídica més comú és la cooperativa (56,5%), seguida de la Societat Limitada (19%). De manera minoritària hi trobem diferents formes jurídiques: associacions, SA, fundacions, centres especials de treball, empreses d'inserció laboral, societats anònimes laborals i societats limitades professionals.



Facturació anual.

Les empreses estan gestionades en la majoria dels casos, per més d'una persona, amb una mitjana de 6 socis. Es tracta en la seva majoria de petites empreses amb una mitjana de 14 empleats i amb una presència important de voluntaris en alguns casos puntuals. També és important la incorporació d'empleats en risc d'exclusió (persones amb discapacitat, joves que cerquen una segona oportunitat, majors de 45 anys, etc.) però aquest fet és, possiblement, un epifenomen de la inclusió de les empreses d'inserció sota la categoria d'empreses socials.

La facturació mitjana anual és de 100,000€, amb un màxim de 17.000.000 i la majoria dels ingressos provenen de la venda de productes i serveis, però també compten amb subvencions (48%), donacions (20%), patrocini, premis i inversions externes (17.4%), i *crowdfunding* (10.5%).

Es tracta d'un sector cohesionat en el qual els emprenedors entrevistats mostren un coneixement ample d'altres d'emprenedors, amb una mitja de 24 empreses socials esmentats per persona: la XES (37), Coop57 (16), Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya (16), Grup ECOS (7), DINCAT (5), Fiare (5), etc. Això pot ser degut a la gran integració de les entitats en associacions o xarxes socials i a un elevat grau de cooperació interna.

Val a dir que en aquesta xarxa hi ha iniciatives que són referents o centrals i que tenen un elevat número de citacions, com són per exemple *Som Energia* (citada per 36), *L'Olivera* (citada per 17), la XES (16), *La Fageda* (12), *Sostre Cívic* (11), *Fiare* (8), *La Ciutat Invisible* (7), Coop57 (ALWA, Aprodisca, ARÇ, Associació CEN, Associació Mediambiental la Sínia...); eco-reciclat (5), Espigoladors (5), Eticom (5), etc.

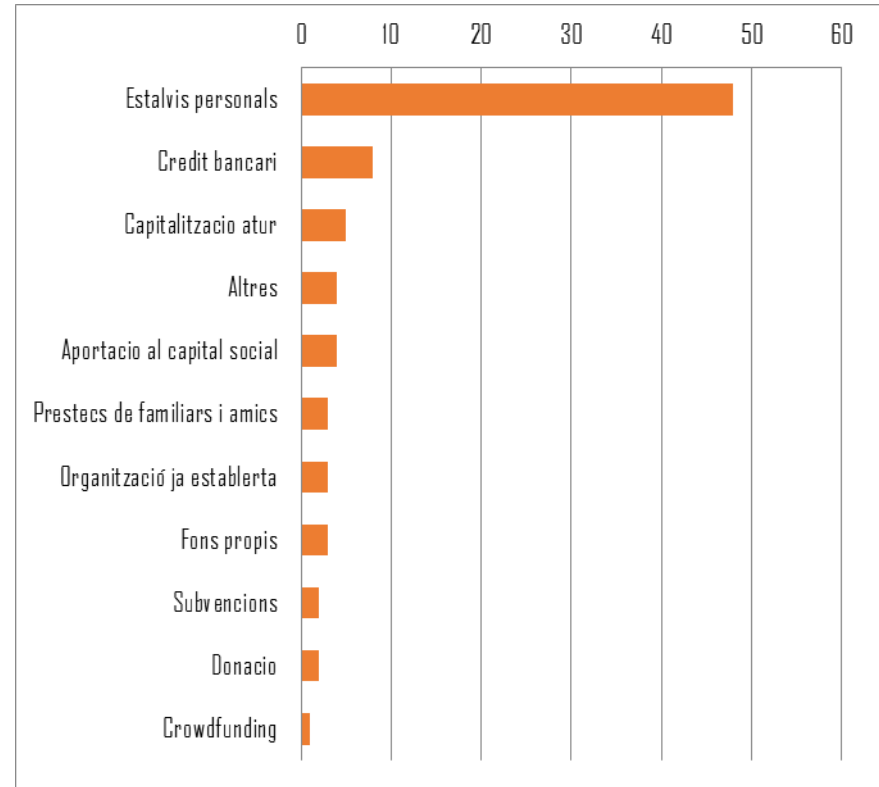


Els referents de l'empresariat social a Catalunya.

El capital econòmic inicial per posar en marxa la iniciativa deriva en el 57,8% del casos dels estalvis personals i, en menor mesura, del crèdit bancari (9,6%) o d'altres fonts com la capitalització de l'atur (6%), aportacions de capital social, petits préstecs de familiars i amics, donacions o subvencions.

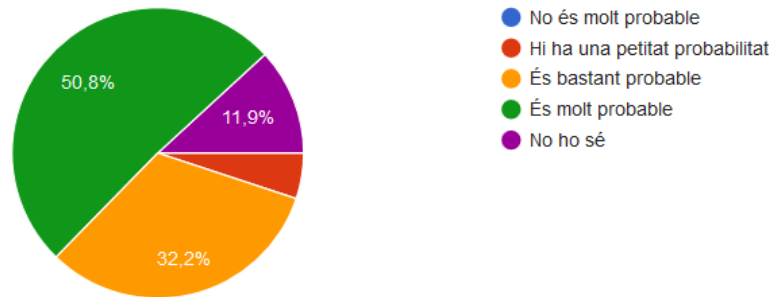
En la majoria dels casos el capital per posar en marxa el projecte deriva dels estalvis personals, malgrat que no exclusivament.

En la posada en marxa hi destaca, en més de la meitat dels casos el paper dels serveis d'assessoria d'emprenedors i la seva assistència es considera fonamental en el 38,6% dels casos i bastant important en el 35,1%. Aquesta valoració podria ser deguda a diversos factors: a la qualitat dels serveis, al fet que molts dels emprenedors no tenien experiència empresarial, o a la novetat del sector.



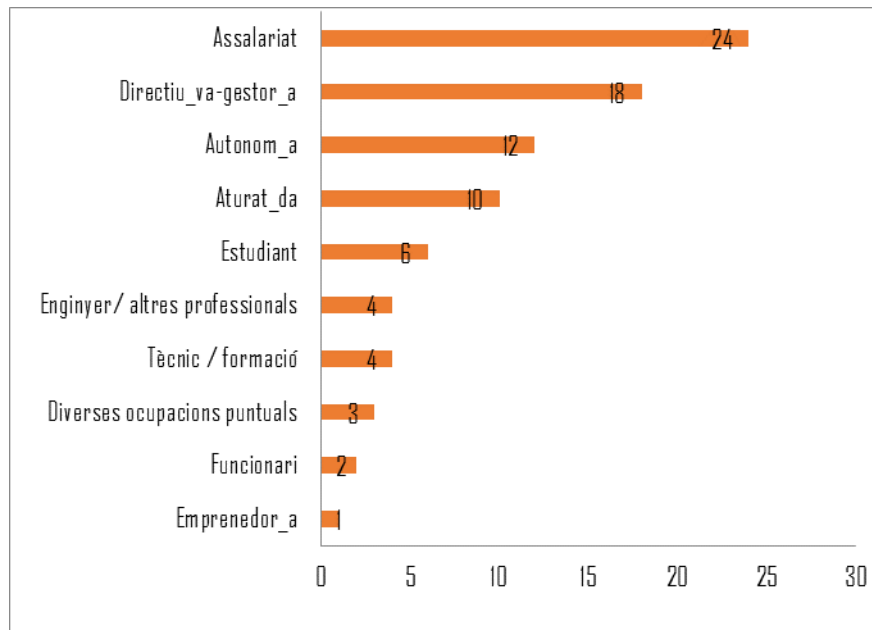
Origen del capital per la posada en marxa de la iniciativa

Les perspectives de futur solen ser optimistes i el 81% dels enquestats (en aquest cas només van contestar 58 persones) considera que les possibilitats de continuïtat en els propers cinc anys són molt o bastant altes.



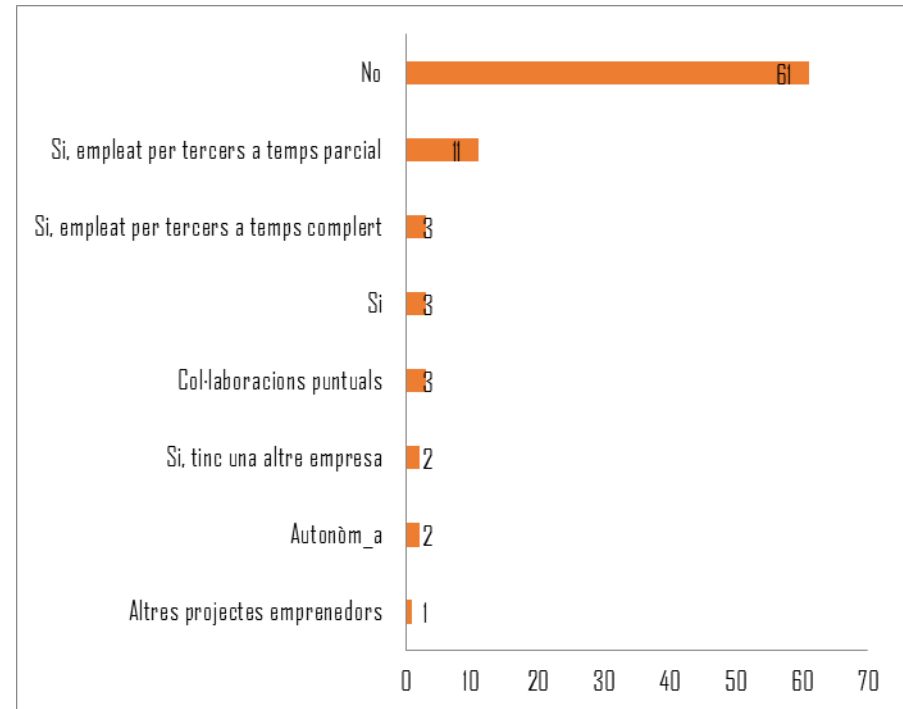
Perspectives de continuïtat a 5 anys vista

Dels enquestats, l'estatus laboral anterior al inici de l'empresa mostra un 28,6% d'assalariats, un 18% de càrrecs de direcció o gestió, un 14,3% d'autònoms i un 10% d'aturats – la resta obeeix a diversos perfils, com estudiant, emprenedor, tècnics, etc.



Ocupació anterior de l'enquestat

El 70,9% es dedica ara plenament a l'activitat i la resta combina aquesta tasca amb d'altres activitats socioeconòmiques, destacant aquells que treballen per tercers, ja sigui a temps complet o parcial, que sumen el 16% aproximadament.



Altra ocupació per part dels empresaris.

A la base de dades, el sector tradicional sense ànim de lucre suma el 23% (fundacions, empreses d'inserció) mentre que els altres casos és testimonial. Les associacions estan absents a l'enquesta online, possiblement donat l'elevat nombre de casos perduts. La cooperativa és la forma jurídica més comú (al voltant del 40%), seguida de la SL (aproximadament el 26%), i de les fundacions, empreses inserció laboral o centres especials de treball, associacions i societats anònimes.

| Forma societat | Entrevistes (N=43) | Enquesta online (N=92) | Base de dades (N=347) |
|-------------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------|
| Cooperatives | 17 (40%) | 35 (38%) | 142 (41%) |
| Societat Limitada | 9 (21%) | 21 (23%) | 93 (27%) |
| Fundacions | 1 (2%) | - | 46 (13%) |
| EIL i CETs* | 0 | 3 (3%) | 33 (10%) |
| Associacions | 11 (26%) | - | 22 (7%) |
| Societats Anònimes | 1 (2%) | 3 (3%) | 8 (2%) |
| Altres /Missing data | 4 (9%) | 30 (33%) | - |

Formes de societat.

Les empreses són, en la seva majoria, de recent creació (aproximadament el 60% es creen a partir de 2008), però s'intueix una elevada "mortalitat", com sol passar en sectors econòmics innovadors.

Conclusions generals

A partir de la crisi de 2008 emergeix amb força un camp disputat, el de l'emprenedoria social/ambiental, amb el suport de les Institucions públiques i els bancs però també amb iniciatives socials i solidàries alternatives, que discuteixen la definició imposada.

En aquest nou escenari -amb milions d'aturats, la desaparició de les Caixes d'Estalvi i el rol decreixent de l'estat del benestar, emergeix un nou sector liderat per emprenedors/es joves, amb elevada educació amb sensibilitats socials i medio-ambientals.

Aquest actors generen nous negocis amb els seus propis estalvis i l'ajut d'assessories i recursos públics i privats. De la mateixa manera, algunes institucions sense ànim de lucre han hagut de posar en marxa projectes comercials per poder sobreviure.

¹ El Grup de Recerca és egolab-GRAFO: <http://www.egolab.cat> i l'investigador principal és el Dr. José Luis Molina.

² La informació trobada a Internet no és sempre fiable. Els canvis de les empreses no sempre es recullen o actualitzen a la web i, a més, donat l'elevat índex de 'mortalitat' d'aquestes empreses (com sol passar en sectors innovadors i pioners), és possible que certa informació micro de l'enquesta no sigui del tot correcta. Donat que el nostre anàlisi és general i estadístic, considerem que aquests error no influeixen massa en les conclusions que aquest informe presenta.

³ Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social Entrepreneurship: Why We Don't need a New Theory and How We Move Forward From Here. *The Academy of Management Perspectives*, 24 (3), 37–57; Dees, J. G. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship." *The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*. Kansas City, MO and Palo Alto, CA.; Dees, J. G. (2007). Taking Social Entrepreneurship Seriously. *Society*, 4(3), 24–31.; Mair, J. (2010). Social Entrepreneurship: taking stock and looking ahead. In A. Fayolle & H. Matlay (Eds.), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship* (pp. 20–32). Cheltenham.; Edward Elgar.; Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246; Zahra, S. a., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

⁴ La definició habitual sol ser prescriptiva: "Those individuals, organizations or ventures that achieve their social/environmental mission by market-oriented means, using innovative solutions, and reaching high impact" (Dacin, Dacin, & Matear, 2010; Dees, 1998, 2007; Mair, 2010; Seelos & Mair, 2005; Zahra et al., 2009).

⁵ Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335–351; Young, D. R., & Lacey, J. D. (2014). Defining the Universe of Social Enterprise: Competing Metaphors. *Voluntas*, 25(5), 1307–1332. doi:10.1007/s11266-013-9396-z