

“Emprendimiento social: *embeddedness* local, *social networking sites* (SNS) y desarrollo teórico” (ENCLAVE)”, MINECO (CSO2012-32635), 2013-2015.

Este proyecto de investigación (I+D) se orienta a estudiar los factores que contribuyen al **surgimiento y la consolidación de las empresas sociales en España**. Sus objetivos son, primero, ofrecer una **definición teórica** acotada del concepto de “empresario/a social”. Segundo, definir una **tipología** general del empresariado social en España a partir de una encuesta. Tercero, comparar qué peso tienen las **redes sociales** en la constitución y éxito de estas iniciativas, tanto en *Social Network Sites* como en ámbitos locales o cara a cara.

Provisionalmente, adoptamos la definición propuesta por la Comisión Europea, que se refiere a las "empresas sociales" como "organizaciones (a) para las que el objetivo social es la razón de la actividad comercial (a menudo en forma de un alto nivel de innovación social), (b) aquéllas en las que los beneficios se reinvierten principalmente con miras a la consecución de este objetivo social, y (c) aquéllas en las que el tipo de organización o propiedad privada reflejan su misión, utilizando los principios democráticos o participativos o centrándose en la justicia social”.

Igualmente, entendemos provisionalmente por empresario o emprendedor/a social aquella persona que inicia o desarrolla una actividad empresarial movido/a por motivaciones sociales, que obtiene al menos el 51% de los ingresos a través de actividades comerciales (lo cual permite tener en cuenta actividades que se financien en parte con otras fuentes como donaciones o subvenciones) y cuya actividad tiene un impacto social positivo, muy superior al valor apropiado por la organización o sus miembros.

HIPÓTESIS DE PARTIDA

Con el fin de evaluar el papel de las redes sociales en el éxito de los emprendimientos sociales, se estudiarán **dos grupos** de emprendedores sociales (50 en total): uno localizado, con interacciones cara a cara, y otro deslocalizado o mediado por plataformas de Internet o *Social Network Sites* (SNS). Dentro de cada grupo se diferenciarán iniciativas dentro del primer año y con tres o más años, así como hombres y mujeres.

Las **hipótesis** que se barajan son las siguientes:

Para ambos grupos

H1. Las características de la red personal (tamaño, *betweenness* y diversidad) y el acceso promedio al capital social están positivamente relacionados con el éxito de la empresa social.

Para el grupo basado en el SNS:

H2. La elevada participación en el SNS se asocia positivamente con el éxito de la empresa social.

Para el grupo basado en las interacciones cara a cara:

H3. El tamaño y la estructura de red personal (alta *betweeness* entre grupos diversos con baja diversidad interna) a nivel local están asociados positivamente con el éxito de la empresa social.

Por último,

H4. Los individuos activos en el SNS y en el ámbito local llevan a cabo empresas exitosas.

DISEÑO Y CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN

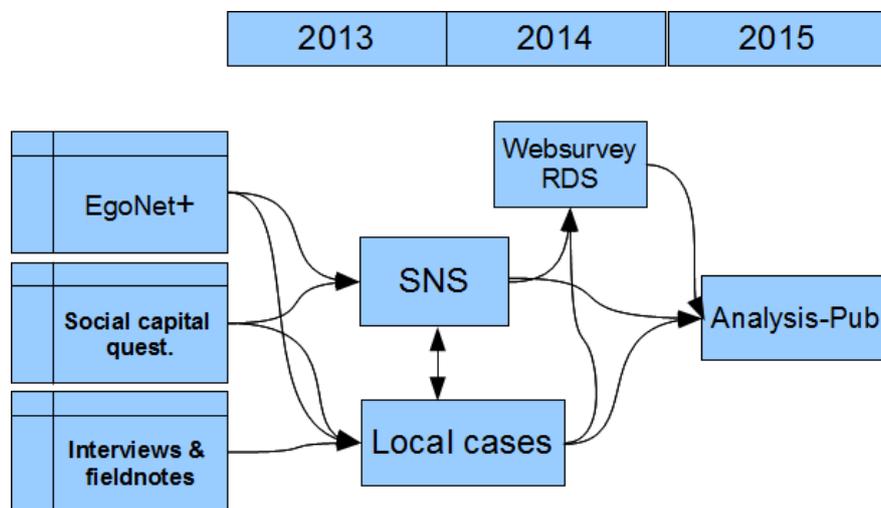


Ilustración 1. Etapas y cronograma.

METODOLOGÍA

La metodología empleada será mixta, cuantitativa y cualitativa, y consistirá en:

- **Análisis de redes sociales:** con la ayuda del programa de código abierto EgoNet (www.sourceforge.net/egonet) se obtendrán las redes sociales (es decir, las características de 50 empresarios/as sociales, sus motivaciones, características de la empresa social, contactos, etc.). Se aplicará tanto a informantes locales como a informantes en red, con fines comparativos.
- **Cuestionario sobre capital social**¹: breve cuestionario sobre los recursos accesibles a partir de las relaciones sociales de los empresarios/as sociales entrevistados.

¹ Entendemos por capital social los recursos accesibles a partir de las redes sociales. Estos recursos pueden ser evaluados mediante la metodología estándar del “generador de posiciones”, consistente en identificar un conjunto de profesiones (alrededor de 20) que se distribuyen jerárquicamente en la escala social.

- **Entrevistas y diario de campo:** se estudiarán en profundidad, empleando técnicas etnográficas, unos 20 casos, prestando atención especial al *embeddeness* local de los contactos y el desarrollo de las empresas sociales. En este caso se emplearán cadenas de contactos (Grossetti et al. 2011).
- **Respondent Driven Sampling (RDS)**². Una vez se hayan realizado los contactos con los emprendedores sociales, seleccionaremos las ‘semillas’ apropiadas para lanzar el *websurvey*. Éste se realizará durante el segundo año con la ayuda de los socios del proyecto.

ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA

Las actividades de transferencia incluyen un **blog continuo de los avances del proyecto** (<http://blogs.uab.cat/enclave/>), la celebración de **jornadas y seminarios**, así como publicaciones de **divulgación** además de las estrictamente científicas.

ÉTICA

Esta investigación incluye protocolos para garantizar la ética de la investigación científica tanto en la recogida, almacenamiento y tratamiento de la información. Estos protocolos incluyen consentimientos informados, *feedback* y el uso de compromisos de confidencialidad por parte de los investigadores/as, así como la anonimización de los (véase la hoja informativa, el consentimiento informado y la guía de buenas prácticas de investigación del grupo *egolab-GRAFO*: www.egolab.cat).

RESPONSABLES

El grupo de investigación pertenece al Departamento de Antropología de la UAB. Contactos:

Joseluis.molina@uab.cat (investigador principal del proyecto).
Hugo.Valenzuela@uab.cat (Investigador).
Sara.Revilla@uab.cat (Investigadora, gestora del proyecto).

² Al no existir un registro centralizado de este tipo de empresas, adoptaremos la metodología desarrollada para identificar “poblaciones ocultas”, “difíciles de contar” o “mal conocidas” (Heckathorn 1997, 2002, 2007; Salganik et al. 2004, 2010). Consiste en identificar entre 8-10 personas con redes amplias y bien conocidas en sus respectivos ámbitos de actuación y pedirles que nominen a otras 3 personas que cumplan con los requisitos especificados. Se contacta a esas otras personas y se repite el proceso entre 4 y 6 veces. Una vez obtenida una muestra amplia se les administra una encuesta on-line a través de los contactos previos.

Hoja informativa proyecto ENCLAVE

Estudio sobre el papel de las redes sociales en el éxito de las iniciativas desarrolladas por emprendedores/as sociales

Los responsables de esta investigación son investigadores del grupo egolab-GRAFO (www.egolab.cat), del Departamento de Antropología social y cultural de la Universitat Autònoma de Barcelona. El investigador principal es José Luis Molina (joseluis.molina@uab.es, tf.: 93 581 11 42), con el que puede contactar en cualquier momento con cuestiones relativas a la investigación o a su participación en ella.

Esta investigación se propone identificar el papel que las redes sociales tienen en el éxito de los emprendimientos sociales. Para ello es importante saber cómo movilizan sus recursos sociales, tanto cara a cara como en plataformas tecnológicas. Para ello le pediremos que nomine a través de diferentes preguntas un mínimo de 15 personas que conozca actualmente y que tengan alguna relación con su empresa. “Conocer a alguien” significa que Usted le conoce y que esa persona le conoce, de vista o por el nombre. También significa que han tenido algún contacto en los dos últimos años y que puede contactar con ella si tuviese que hacerlo. No contactaremos con ninguna de las personas que nos diga y no le preguntaremos por información que nos permitiese hacerlo. Le pedimos que use nombres próximos a los reales con el objetivo de que Usted pueda reconocerlos durante el estudio.

Después de haber listado las personas le pediremos alguna información sobre ellas. Algunas de estas preguntas son cuestiones básicas como “¿Cómo de bien conoce a esta persona?”, “¿En qué trabaja?”, “¿Qué edad tiene?”, “¿Es hombre o mujer?”. También le preguntaremos si esta persona puede ejercer alguna influencia directa sobre su empresa, como por ejemplo “¿Ha pedido ayuda alguna vez a esta persona?”. Listar un mínimo de 15 personas y responder algunas preguntas sobre ellas le puede ocupar entre 15 y 20 minutos. También le preguntaremos alguna cosa sobre la relación que las personas nominadas tienen entre sí. Por ejemplo, le preguntaremos si cada par de personas se conocen entre sí. Nuestra experiencia nos dice que esta tarea dura entre 10 y 15 minutos.

La información recogida será anonimizada automáticamente y se pondrá a disposición de otros investigadores/as una vez transcurrido un mínimo de tres años, siempre bajo la condición de que se respeten los compromisos adoptados por nosotros. Recibirá una descripción de su red personal y los resultados del estudio a nivel agregados se presentarán en el blog del proyecto: <http://blogs.uab.cat/enclave/> .

Consentimiento Informado

“Emprendimiento social: embeddedness local, social networking sites (SNS) y desarrollo teórico” (ENCLAVE)”, MINECO (CSO2012-32635), 2013-2015.

Usted no tiene ninguna obligación de participar en este estudio. Su participación es completamente voluntaria. Puede decidir dejar de participar en el estudio en cualquier momento. En muchos casos dispondrá de la opción de no responder a una pregunta si no quiere hacerlo. La única excepción es la lista de un mínimo de 15 personas que conoce, la cual es necesaria para el estudio.

Su identidad será confidencial en la medida marcada legalmente. Esto protegerá su identidad y respuestas en relación a terceras personas. No hay riesgos de ningún tipo en su participación.

Si tiene preguntas o dudas acerca de este estudio puede contactar con José Luis Molina, profesor del Departamento de Antropología social y cultural de la UAB, (teléfono 93 581 11 42; correo electrónico joseluis.molina@uab.es).

Le rogamos que firme el presente consentimiento:

- He leído la descripción del estudio y decido participar.
- Entiendo que mi participación es voluntaria.
- Entiendo que puedo detener el estudio en cualquier momento y pedir que mis datos personales sean retirados de la investigación sin tener que dar explicaciones.
- También entiendo que la información que proporciono es confidencial y que todos los nombres serán anonimizados en la base de datos. Transcurridos tres años, estos datos anonimizados podrán ser estudiados por otros investigadores/as siempre que se comprometan a respetar los presentes compromisos por escrito.
- He sido informado que recibiré una copia firmada de este documento para conservar.

Nombre: _____ Fecha: _____

Firma: _____

Firma del Investigador/a: _____