

**Informe sobre las  
medidas de  
promoción del  
Tercer Sector Social  
de Euskadi en 2019**

Observatorio Vasco del Tercer  
Sector Social

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

BERDINTASUN, JUSTIZIA  
ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE IGUALDAD,  
JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

De acuerdo con el artículo 19 de la Ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi el informe de medidas de promoción se elaborará con carácter anual por el Departamento del Gobierno Vasco competente en materia de políticas sociales, versará sobre la acción de promoción de las organizaciones y redes del tercer sector social de Euskadi, tendrá carácter público e incluirá información actualizada y sistematizada sobre el conjunto de medidas de promoción impulsadas por el sector público y por el sector privado, así como orientaciones para la mejora de la acción de promoción.

Metodológicamente se opta por que los informes anuales tengan carácter descriptivo incluyendo algunos, como este primero, orientaciones para mejorar la acción de promoción a partir de una valoración de las medidas descritas. Los informes anuales se denominarán *Informe sobre las medidas de promoción del tercer sector social de Euskadi en (2019)*, aludiendo al año al que se refieren las medidas que será siempre el anterior al de la elaboración del informe.

*Autoría:* Observatorio Vasco del Tercer Sector Social.

El Observatorio es un instrumento técnico de la Administración general de la Comunidad Autónoma del País Vasco dependiente del Departamento del Gobierno Vasco competente en materia de servicios sociales encargado de la recopilación, sistematización, actualización y generación de información y conocimiento, así como de su difusión, en las esferas relacionadas con el tercer sector social y con las organizaciones y redes integradas en él (art. 25.1, LEY 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi).



En la web del Observatorio ([www.3seuskadi.eus](http://www.3seuskadi.eus)) y en <https://ikusmirak.eus/> es posible acceder al conjunto de publicaciones del Observatorio y descargarlas gratuitamente.

Mediante ellas pretendemos contribuir a la mejora del Tercer Sector Social, por lo que agradecemos su máxima difusión y autorizamos su distribución, copia y reutilización siempre que se realice sin afán de lucro y se reconozca su autoría.



# Contenido

<b>1</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>5</b>
1.1	JUSTIFICACIÓN Y FINALIDAD DEL INFORME	5
1.2	CONTENIDOS DEL INFORME	6
<b>2</b>	<b>ENCUADRE</b>	<b>8</b>
2.1	CONCEPTUALIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN	8
2.1.1	¿Qué es una medida de promoción?	8
2.1.2	Clasificación de las medidas de promoción	9
<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>11</b>
3.1	METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE MEDIDAS	11
3.1.1	Identificación y priorización de agentes	11
3.1.2	Identificación de medidas de promoción	14
3.2	DIMENSIONES DEL ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN	14
3.3	METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE ORIENTACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA	18
<b>4</b>	<b>SISTEMATIZACIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN</b>	<b>20</b>
4.1	PANORÁMICA GENERAL DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN	20
4.2	DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN	26
4.2.1	¿Cómo son las medidas? Descripción por categorías y tipos de medidas	26
4.2.1.1	Descripción de las medidas de financiación identificadas	30
4.2.2	¿Cómo se distribuyen las medidas en los diferentes ámbitos territoriales?	33
4.2.3	¿Qué agentes impulsan estas medidas?	34
4.2.4	¿A quién van dirigidas?	38
4.2.4.1	La acción de promoción en relación con las figuras jurídicas de las entidades destinatarias	38
4.2.4.2	La acción de promoción en relación con el tamaño de las entidades destinatarias	41
4.2.4.3	La acción de promoción en relación con el nivel de estructuración de las entidades destinatarias (organizaciones de primer nivel o superiores)	43
4.2.4.4	La acción de promoción en relación con el ámbito de actuación de las entidades destinatarias	46
4.2.4.5	La acción de promoción en relación con los colectivos a los que dirigen su acción las entidades destinatarias	49
4.2.4.6	La acción de promoción en relación con las contingencias que atienden las entidades destinatarias	54
<b>5</b>	<b>LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN EN RELACIÓN CON LA LTSSE Y LA EPTSSE</b>	<b>57</b>
5.1	EN RELACIÓN CON LAS ÁREAS Y OBJETIVOS EXPUESTOS EN LA LTSSE Y LA EPTSSE	58
5.1.1	Desarrollo de la base social y participación de las organizaciones	58
5.1.2	Fortalecimiento organizativo y de la gestión	59
5.1.3	Estructuración del TSSE y colaboración entre organizaciones	60
5.1.4	Sostenibilidad, autonomía, transparencia y rendición de cuentas	61
5.1.5	Inversiones e infraestructuras	62
5.1.6	Colaboración con el sector público	64
5.1.7	Colaboración con las empresas	65
5.1.8	Fomento, fiscalidad y reconocimiento del TSSE	66
5.1.9	Identidad	67
5.2	EN RELACIÓN CON OTROS ASPECTOS RECOGIDOS EN LA LTSSE Y LA EPTSSE	69
5.2.1	Transversalización e impulso de la acción de promoción entre diferentes niveles de las administraciones públicas vascas	69

5.2.2	<i>La colaboración multiagente y multisectorial en el impulso de la acción de promoción</i> .....	70
5.2.3	<i>I+D+i social</i> .....	72
5.2.4	<i>Acceso a programas europeos</i> .....	73
5.2.5	<i>Apoyo a las PYMAS</i> .....	74
5.2.6	<i>Diversificación de fuentes de financiación</i> .....	75
5.2.7	<i>Análisis de la realidad y gestión del sistema de promoción en base a datos</i> .....	76
<b>6</b>	<b>PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN IDENTIFICADA</b> .....	<b>77</b>
6.1	CATEGORÍAS, AGENTES, ÁMBITOS TERRITORIALES Y ENTIDADES DESTINATARIAS.....	77
6.2	ÁREAS Y OBJETIVOS DE LA LTSSE Y LA EPTSSE .....	80
<b>7</b>	<b>ORIENTACIONES PARA LA MEJORA DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN</b> .....	<b>83</b>
7.1	UNA ACCIÓN DE PROMOCIÓN MÁS COORDINADA Y COHERENTE ENTRE TODOS LOS AGENTES IMPLICADOS.....	83
7.1.1	<i>Propuesta 1: intensificar la cooperación entre agentes de promoción</i> .....	84
7.1.2	<i>Propuesta 2: clarificar los roles y los modelos de colaboración de los agentes de promoción</i> .....	87
7.2	UNA ACCIÓN DE PROMOCIÓN MÁS EFICIENTE .....	88
7.2.1	<i>Propuesta 3: optimizar los recursos existentes</i> .....	88
7.2.2	<i>Propuesta 4: mejorar la gestión del sistema de promoción en base a datos</i> .....	90
7.3	UNA ACCIÓN DE PROMOCIÓN QUE CONTRIBUYA A UN TSSE MÁS AUTÓNOMO, MÁS RECONOCIDO Y CON UN MAYOR IMPACTO DE SU ACTIVIDAD.....	90
7.3.1	<i>Propuesta 5: avanzar en la diversificación de fuentes de financiación</i> .....	91
7.3.2	<i>Propuesta 6: fomentar la innovación social</i> .....	92
7.3.3	<i>Propuesta 7: impulsar la transformación digital del TSSE</i> .....	93
7.3.4	<i>Propuesta 8: visibilizar el aporte del TSSE a la sociedad</i> .....	95
7.3.5	<i>Propuesta 9: mejorar los sistemas de apoyo al pequeño y mediano asociacionismo (PYMAS)</i> ....	96
<b>8</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>98</b>

# 1 Presentación

## 1.1 Justificación y finalidad del informe

La descripción y mejora continua de la acción de promoción de las organizaciones y redes del Tercer Sector Social de Euskadi (en adelante TSSE) se encuadra en, y debe articularse con, las políticas de impulso y promoción del TSSE previstas en la ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi (en adelante LTSSE), particularmente en su capítulo IV, y desarrolladas en la Estrategia de Promoción del Tercer Sector Social de Euskadi (en adelante EPTSSE).

Y, respecto a la acción de promoción, contemplar, por tanto, entre otros principios: el impulso de la cooperación público-público y público-privada en dicha acción (sinergias entre agentes), así como el impulso público de la colaboración entre empresas y organizaciones.

La obligación de elaborar este informe con periodicidad anual se establece en el **artículo 19 de la LTSSE** que señala que: “dicho informe tendrá carácter público e incluirá información actualizada y sistematizada sobre el conjunto de medidas de promoción impulsadas tanto por parte del sector público como por parte del sector privado” (apartado segundo).

De este modo, el informe busca ofrecer una descripción de la acción de promoción, pública y privada, del TSSE, correspondiente al año anterior al de su elaboración. Y este primer informe y otros posteriores, una valoración de las medidas y orientaciones para mejorar la acción de promoción, con una periodicidad superior a la anual.

En concreto, los sucesivos informes deben permitir:

- Recopilar y dar a conocer anualmente las medidas de promoción, describiendo las características de cada medida, quién las impulsa (agentes)..., y la tipología de medidas identificadas.
- Reflexionar periódicamente sobre la acción de promoción en favor de las organizaciones y redes del TSSE y establecer orientaciones para mejorarla.

El cumplimiento de tales objetivos, entre otros factores, constituye **un paso previo para avanzar hacia la configuración de un sistema de promoción del TSSE** que a su vez permita:

- Clarificar el papel de cada institución y de otros agentes en la acción de promoción.
- Identificar y aumentar las colaboraciones (público-público, público-privado) entre agentes de promoción y generar sinergias entre ellos para mejorar el impacto de la acción de promoción en la innovación, la mejora de la gestión de las organizaciones, etc.

En este informe se realiza un primer acercamiento a la acción de promoción del TSSE, aún aproximativo, como corresponde a un primer ejercicio, pero sistemático y con detalle suficiente, de modo que:

a) se han identificado cerca de 1.000 medidas de promoción y en torno a 200 agentes promotores; b) se ha establecido una primera tipología de medidas.

En todo caso, la cantidad y diversidad de agentes, públicos y privados, implicados en la acción de promoción, impide que la primera edición del informe recoja todas las medidas impulsadas en Euskadi.

Así, este trabajo se ha realizado, sin perjuicio de los que puedan incorporarse en el futuro, atendiendo a los siguientes **criterios**:

- **Equilibrio territorial:** que exista un equilibrio en la atención prestada por el informe a los tres Territorios Históricos, así como a la comunidad autónoma y al ámbito local, sin perder de vista otros ámbitos geográficos (Estado, Europa, Mundo) en los que opera el TSSE.
- **Diversidad y selección de agentes:** que las medidas identificadas se refieran a los sectores público y privado, conforme a lo previsto en el artículo 19 de la LTSSE, y muestren la diversidad de agentes implicados en la acción de promoción, si bien las primeras ediciones deberán centrarse en una selección de agentes a contactar al realizar el trabajo de campo.

Sucesivas ediciones permitirán ampliar la recopilación de medidas, a la vez que dirigir el foco hacia ámbitos específicos en los que profundizar, así como visualizar la **evolución de las medidas** que aparecen/desaparecen, y las principales diferencias (en contenidos, agentes, organizaciones y redes destinatarias) entre el año a estudio y el anterior, o en series temporales más largas.

## 1.2 Contenidos del informe

Se comienza con una presentación, un encuadre del informe y una descripción de la metodología.

En el tercer apartado, primero del bloque descriptivo, tras una **panorámica general** en la que se ofrecen datos cuantitativos sobre las medidas de promoción del TSS<sup>1</sup>, la sistematización de la acción de promoción continúa con **cuatro apartados**: a) ¿cómo son las medidas?; b) ¿cómo se distribuyen en los diferentes ámbitos territoriales?; c) ¿qué agentes las impulsan?

Se han identificado **cerca de 1.000 medidas de promoción y en torno a 200 agentes promotores.**

Y, de acuerdo con los objetivos, se ha establecido una **tipología de medidas.**

---

<sup>1</sup> A lo largo de los análisis incluidos en el informe, hemos utilizado la sigla TSSE para referirnos a medidas dirigidas específicamente al Tercer Sector Social de Euskadi, y TSS cuando las medidas que se analizan se dirigen al Tercer Sector Social, independientemente del territorio donde se asienta (por ejemplo, medidas impulsadas por la Administración General del Estado o empresas cuya sede social está fuera de la CAE). Por tanto, a menos que en el análisis ofrecido estén excluidas las medidas procedentes del Estado o de la UE, utilizaremos las siglas TSS.

Y, finalmente, ¿a quién van dirigidas?, desagregando esta información relativa a las entidades destinatarias de la acción de promoción en base a seis variables: figuras jurídicas, tamaño, nivel, ámbito de actuación, colectivo al que se dirigen y contingencias que atienden.<sup>2</sup>

En el quinto apartado se realiza una **lectura y valoración de los datos recogidos** a fin de determinar en qué medida la acción de promoción identificada guarda relación con, y refuerza, las diferentes áreas, objetivos y otros aspectos establecidos en la ley 6/2016 y en la EPTSSE.

En todo caso, respecto a este bloque, es oportuno señalar que el plan de la XI legislatura sólo incluye las 12 actuaciones de las 36 que contempla la EPTSSE que se priorizaron en su momento. Y, por tanto, son sólo estas actuaciones, y particularmente las que hayan tenido algún recorrido en 2019 las que recoge este informe junto al resto de medidas de promoción identificadas. Como es lógico, la mayor parte de las medidas identificadas no forman parte de la EPTSSE.

En el siguiente apartado, que cierra este bloque descriptivo, se incluyen las **principales conclusiones** del informe según las diferentes dimensiones de análisis utilizadas, cerrando así la parte descriptiva del informe.

En esta primera edición, el informe se completa con un bloque propositivo (informe propositivo), incluyendo una serie de **orientaciones y propuestas de mejora** de la acción de promoción realizadas por los diferentes agentes clave identificados durante su realización.

Forman parte también del informe, aunque quedan plasmados en otro documento a fin de reducir su extensión, dos anexos con los siguientes contenidos:

- **Anexo 1: medidas de promoción.** Incluye una relación de las medidas de promoción del TSSE impulsadas en la CAPV en 2019, clasificadas según las diferentes categorías.
- **Anexo 2: agentes impulsores de medidas de promoción.** Incluye una relación de los agentes que recoge esta edición como impulsores de medidas de promoción, clasificados según sector de actividad y tipo.

Aunque éste sea un informe sobre las Medidas de Promoción del TSSE en 2019, en su elaboración a lo largo de 2020 no puede dejarse de lado el contexto de emergencia social vivido a nivel mundial como consecuencia de la **COVID-19** y que ha marcado, indiscutiblemente, también la realidad de las organizaciones sociales y de los agentes implicados en su promoción.

La información descriptiva para este informe fue recogida antes y durante la crisis social que comenzó en marzo, mientras que las reflexiones que han nutrido el apartado de orientaciones y acciones de mejora se han recogido durante el otoño de 2020. En ellas no se puede obviar el impacto de la pandemia, que ha venido a magnificar, ampliar o priorizar algunas de las cuestiones que ya estaban presentes antes de la COVID-19.

---

<sup>2</sup> Ver “Metodología”.

## 2 Encuadre

### 2.1 Conceptualización y clasificación de las medidas de promoción

#### 2.1.1 ¿Qué es una medida de promoción?

Ni la Ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi, cuyo artículo 19 regula este informe, ni la Estrategia de promoción del Tercer Sector Social de Euskadi recogen una definición y tipología de “medidas de promoción”, que permitan delimitar y detallar la acción de promoción.

Por ello, ha sido necesario emprender aquí esa labor previa de conceptualización y clasificación, como primera aproximación, sin perjuicio de que la definición y tipología propuestas se modifiquen en sucesivas ediciones por la aparición de nuevas acciones de promoción, que desborden el marco conceptual establecido, o por la identificación de medidas no previstas o no incluidas en esta edición.

#### *Definición de medida de promoción*

Cualquier **acción concreta** (definida de manera operativa) **y dotada de recursos** (equipos, presupuesto...) **orientada al desarrollo y mejora de las organizaciones y redes** que forman parte del TSSE y **realizada o impulsada por agentes ajenos a dichas organizaciones y redes** sin perjuicio de la participación de las mismas en su diseño, desarrollo y/o evaluación.

Con objeto de clarificar y delimitar con mayor precisión el concepto, mostramos algunos ejemplos de actuaciones que SÍ son consideradas medidas de promoción en este informe y algunos ejemplos de actuaciones que NO lo son.

#### **Ejemplos de actuaciones que SÍ se consideran medidas de promoción en este informe**

- Las acciones concretas, incluidas en los planes o programas generales (no específicos), siempre que estén dotadas de recursos y esté prevista, expresamente, la participación como destinatarias, entre otro tipo de entidades, de las organizaciones del TSS.
- Las acciones que generen un marco favorable al diálogo civil, la interlocución o la cooperación público-social como, por ejemplo, la aprobación del decreto de concierto social, de un decreto regulador de una mesa de diálogo civil...

#### **¿Qué es una medida de promoción?**

Cualquier **acción concreta y dotada de recursos** (equipos, presupuesto...) **orientada al desarrollo y mejora de las organizaciones y redes** que forman parte del TSSE y **realizada o impulsada por agentes ajenos a dichas organizaciones y redes** sin perjuicio de la participación de las mismas.



- Las acciones de cooperación entre sectores que refuercen de manera clara y directa las capacidades o recursos (humanos, económicos...) de las organizaciones y redes del TSSE como, por ejemplo, el voluntariado corporativo, cuando las empresas lo despliegan en organizaciones del TSSE, o el marketing con causa.

### **Ejemplos de actuaciones que NO se consideran medidas de promoción en este informe**

- Las actuaciones de las organizaciones y redes del TSSE, aunque se orienten al fortalecimiento (desarrollo y mejora) de las mismas, si no se desarrollan con el apoyo de terceros.
- Las que promuevan terceros para lograr objetivos distintos al fortalecimiento (sostenibilidad, desarrollo, mejora...) de las organizaciones y redes del TSSE, aunque la definición de fortalecimiento sea amplia (incluyendo aspectos como, por ejemplo, la coherencia).
- El diálogo civil, la interlocución con el sector público/participación en el diseño de políticas, la cooperación público-social para la provisión de servicios de responsabilidad pública y las iniciativas en colaboración entre el TSSE y el sector público, las empresas, las universidades..., ya que no se despliegan al efecto de promover el TSSE, sino que constituyen una acción en colaboración/cooperación entre sectores, en pie de igualdad.

### **2.1.2 Clasificación de las medidas de promoción**

Se ha realizado una clasificación previa en base a diferentes categorías, basadas en aspectos clave que señala la LTSSE (art.17.3) y desarrolla la EPTSSE, que pretenden recoger y caracterizar todo el espectro de medidas de promoción, si bien, como se ha señalado, dicha clasificación es susceptible de ser modificada, en aras de su exhaustividad, exclusividad, claridad y concreción.

La tipología actual recoge 15 categorías, acompañadas de una breve definición, y diferentes subtipos, de considerarlo necesario en virtud de los cuatro criterios que se acaban de indicar.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO DE MEDIDA</b>
<b>1. CONOCIMIENTO Y RECONOCIMIENTO DEL TSSE</b>	<b>Actuaciones que persiguen dar a conocer o reconocer la labor, actividad, recorrido, etc. de las organizaciones y redes del TSSE.</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Premios (reconocimiento).</li> <li>▪ Herramientas, instrumentos o acciones en general que facilitan la visibilidad de las organizaciones y su contribución.</li> <li>▪ Declaraciones institucionales (parlamento vasco, juntas generales y administraciones públicas).</li> </ul>
	<b>Actuaciones que persiguen el fortalecimiento de las organizaciones y redes a través de diferentes vías y la mejora en su gestión.</b>
<b>2. FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO Y DE LA GESTIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programas de fortalecimiento organizacional: servicios gratuitos a organizaciones (información, orientación, formación, asesoría, consultoría...).</li> <li>▪ Oferta formativa adaptada al sector (gratuita o subvencionada).</li> <li>▪ Adaptación al TSSE, a PYMAS<sup>3</sup>... de programas de apoyo, o discriminación positiva en el acceso.</li> <li>▪ Apoyo a procesos clave de cambio y adaptación del TSSE</li> </ul>
	<b>Actuaciones orientadas a facilitar a las organizaciones y redes del TSSE el acceso a infraestructuras o su construcción, renovación o modernización.</b>
	<b>3. INFRAESTRUCTURAS</b>

<sup>3</sup> Pequeñas y medianas asociaciones.

CATEGORÍA	TIPO DE MEDIDA
4. FISCALIDAD	<p>Actuaciones recogidas en la normativa u ordenanza fiscal correspondiente que regula los beneficios fiscales dirigidos a las entidades del TSSE o los incentivos fiscales a terceros por donativos, donaciones y aportaciones cuando se hagan en favor de las entidades del TSSE.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Exenciones fiscales.</li> <li>Desgravaciones o reducciones impositivas.</li> </ul>
5. FINANCIACIÓN	<p>Actuaciones orientadas a financiar la actividad propia de las organizaciones y redes del TSSE (ajenas a la provisión de servicios incluidos en carteras de responsabilidad pública) y otras ayudas para la gestión, capacitación, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ayudas y subvenciones: a) mantenimiento; b) inversiones; c) gestión (mejora continua/calidad/ fortalecimiento...); d) innovación o experimentación; e) investigación; f) formación; g) actividad (servicios, proyectos y otras actividades de intervención, incluida la detección de necesidades, la sensibilización, etc.); h) cumplimiento de obligaciones; etcétera.</li> <li>Becas.</li> <li>Premios (financiación).</li> <li>Mecanismos de acceso al crédito.</li> <li>Instrumentos de apoyo a la inversión.</li> <li>Instrumentos de promoción de la participación de la ciudadanía, consumidores/as, trabajadores/as, en la financiación.</li> <li>Ofertas y descuentos en servicios (mensajería, viajes, informática, telefonía...).</li> </ul>
6. ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS DE PROMOCIÓN	<p><b>Estrategias específicas de promoción y otras acciones desde el sector público</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño, desarrollo y evaluación de estrategias públicas específicamente orientadas a la promoción del TSSE (artículo 18 de la ley 6/2016, de 12 de mayo).</li> <li>Acciones que posibilitan el fortalecimiento de las organizaciones en estrategias, planes o programas de las administraciones públicas vascas no dirigidos específicamente a la promoción del TSSE.</li> </ul>
7. IMPULSO DEL VOLUNTARIADO Y EL ASOCIACIONISMO	<p><b>Instrumentos (agencias) y acciones de promoción de la participación social de las mujeres, personas jóvenes, mayores... y la ciudadanía como socias o voluntarias (voluntariado social).</b></p>
8. EQUILIBRIO DE FUNCIONES	<p><b>Acciones que permiten el desarrollo de funciones de las organizaciones y redes distintas a la provisión de servicios: detección de necesidades, investigación, innovación, sensibilización, denuncia, promoción de derechos, ayuda mutua...</b></p>
9. COHERENCIA	<p><b>Acciones orientadas a promover la igualdad, conciliación, diversidad, integración, normalización del uso del euskera y, en general, la expresión de los valores del sector y el ejercicio de los derechos de las personas... en las propias organizaciones.</b></p>
10. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES	<p><b>Apoyo para la adaptación de las organizaciones a cambios normativos actuales o previstos.</b></p>
11. REFUERZO DEL VALOR AÑADIDO	<p><b>Apoyo al desarrollo de aspectos que caracterizan a las organizaciones y añaden valor a la provisión de servicios de responsabilidad pública.</b></p>
12. COOPERACIÓN INTRASECTOR	<p><b>Acciones orientadas al impulso de la colaboración horizontal y el trabajo en red.</b></p>
13. COOPERACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO	<p><b>Actuaciones que faciliten o promuevan la cooperación entre las organizaciones y redes del TSSE y el sector público.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo y mejora del modelo, marco y herramientas de cooperación público-social.</li> <li>Apoyo y cooperación en el acceso a iniciativas y programas de la UE.</li> </ul>
14. COLABORACIÓN CON OTROS SECTORES, INSTITUCIONES Y MOVIMIENTOS SOCIALES	<p><b>Actuaciones que faciliten o promuevan la colaboración entre las organizaciones y redes del TSSE y otros sectores distintos del sector público.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones de impulso de la colaboración con empresas, universidades, medios de comunicación social, etcétera.</li> <li>Desarrollo del marco y las herramientas para la colaboración/cooperación.</li> <li>Apoyo a la configuración de redes multi-agente, que desbordan el TSSE.</li> <li>Apoyo al conocimiento mutuo y la colaboración entre el TSSE y los movimientos sociales.</li> </ul>
15. ACCESO A LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN	<p><b>Estructuras de apoyo a las organizaciones (en especial a las PYMAS) para facilitar su acceso a las medidas de promoción.</b></p>

## 3 Metodología

### 3.1 Metodología para la identificación de medidas

A continuación, se describen los procesos y métodos desarrollados para la identificación y registro de los agentes y de las medidas de promoción.

#### 3.1.1 Identificación y priorización de agentes

Se realizó una identificación preliminar de todos los agentes del sector público (ejecutivos y legislativos) y privado (de diversos ámbitos de actividad), susceptibles de impulsar y realizar acciones y medidas de promoción del TSSE<sup>4</sup>, agrupada en la siguiente clasificación por sectores y ámbitos de actividad.

SECTOR PÚBLICO DE LA CAE	SECTOR PRIVADO DE LA CAE
<b>Administración General de la CAE</b>	<b>Actividad socioeconómica y laboral</b>
Gobierno Vasco – Eusko Jaurlaritza Organismos autónomos Entes públicos de Derecho Privado Sociedades mercantiles Fundaciones del sector público Consortios Otras instituciones y entes públicos Universidades Otros	Asociaciones y agrupaciones empresariales Empresas Fundaciones empresariales Bancos Fundaciones bancarias Colegios y asociaciones profesionales Cámaras de comercio
<b>Administración Foral de Araba</b>	<b>Educación</b>
Diputación Foral de Araba Entidades públicas Otras instituciones	Federaciones o asociaciones del ámbito educativo
<b>Administración Foral de Bizkaia</b>	<b>Investigación</b>
Diputación Foral de Bizkaia Organismos autónomos forales Entidades públicas empresariales forales Sociedades Mercantiles Forales Fundaciones Forales Otras instituciones	Clústeres Centros de investigación
	<b>Comunicación</b>
	Medios de comunicación
	<b>Deporte</b>
	Entidades deportivas (federaciones y asociaciones) Fundaciones deportivas
	<b>Actividad social</b>
	Agencias para el voluntariado y la participación social
<b>Administración Foral de Gipuzkoa</b>	
Diputación Foral de Gipuzkoa Sociedades Mercantiles públicas Sociedades Mercantiles participadas Fundaciones Consortios Otras instituciones	

<sup>4</sup> En esta selección se descartaron: partidos políticos y sindicatos, entidades culturales públicas o participadas por el sector público, y centros educativos reglados de enseñanza primaria y secundaria, públicos y privados.

## SECTOR PÚBLICO DE LA CAE

### Administración Local de la CAE

Ayuntamientos y mancomunidades de los tres Territorios Históricos

Agencias de desarrollo municipal de los tres Territorios Históricos y otros entes públicos de carácter local.

Asociaciones municipales

Tras comprobar que los agentes susceptibles de impulsar medidas de promoción siguiendo la clasificación anterior conformaban un grupo extremadamente numeroso, se establecieron criterios para concentrar la identificación de medidas en un grupo menor.

#### 1. En el caso de los **agentes públicos**

*Entidades locales:* se excluyeron los entes públicos de carácter municipal a excepción de las agencias de desarrollo local. Se limitó la identificación de medidas en los ayuntamientos de menos de 50.000 habitantes (y los entes públicos vinculados a los mismos) a las orientadas a financiar la actividad de las organizaciones del TSSE.

#### 2. En el caso de los **agentes privados**

*Empresas y fundaciones empresariales:* se escogió una muestra de empresas de mediano o gran tamaño de cada Territorio Histórico, ya que se consideró que habría una mayor probabilidad de que este tipo de empresas desarrollaran actividades de promoción (mecenazgo, voluntariado corporativo, etc.).

*Colegios y asociaciones empresariales:* se escogieron colegios y asociaciones profesionales con actividad directamente relacionada con la de las entidades del TSSE.

*Entidades deportivas:* se descartaron las asociaciones, agrupaciones o federaciones deportivas, limitándose la selección a las asociaciones de federaciones; en el caso de las fundaciones, se limitó a aquellas muy significativas a nivel de cada Territorio Histórico, excluyéndose otras con un impacto localizado en un municipio o comarca.

*Medios de comunicación:* se excluyeron los medios de comunicación de carácter local, seleccionando grupos de comunicación con presencia en los tres Territorios Históricos.

Aunque el marco territorial del informe se circunscribe a la CAPV, se incluyó en el mismo la acción de promoción de agentes de carácter estatal o europeo con los siguientes criterios:

1. *Del sector público:* entidades de la Administración General del Estado (AGE) y de la Unión Europea limitando la identificación de medidas de estos agentes a las orientadas a la financiación de la actividad de las organizaciones del Tercer Sector.
2. *Del sector privado:* empresas, fundaciones empresariales, bancos y fundaciones bancarias de gran tamaño y amplia presencia en el Estado o que han venido impulsando medidas de promoción a las que pueden acogerse las entidades del TSSE.

Una vez ajustada la clasificación y selección preliminar se realizó una sesión de contraste con Sareen Sarea y las entidades que la conforman, identificando aspectos que no modificaron la clasificación establecida, pero que permitieron incorporar una serie de agentes susceptibles de impulsar medidas de promoción. De esta manera, la cifra total de agentes públicos y privados inicialmente identificados fue de 453.

Finalmente, se realizó una priorización de agentes mediante una categorización según su nivel de interés (alto-medio-bajo), entendido este como: a) la probabilidad que cada tipo de agente tiene o ha tenido tradicionalmente de impulsar medidas de promoción del TSSE; b) el impacto o peso que tales medidas han podido tener o tienen para el sector.

En base a esta categorización, se seleccionaron aquellos agentes con un nivel de interés “alto” o “medio”. En el caso de entidades del sector privado, se seleccionaron agentes con un nivel de interés “bajo” e ámbitos de actividad no visibilizados tras la priorización, como las federaciones y asociaciones educativas, fundaciones deportivas, etc.

De este modo, la cifra de agentes seleccionados tras la priorización ascendió a **199 agentes** (123 públicos; 76 privados), como muestra la siguiente tabla (ver detalle en el anexo 2).

<b>AGENTES SELECCIONADOS POR SECTORES<sup>5</sup></b>			
<b>PÚBLICO</b>	<b>123</b>	<b>PRIVADO</b>	<b>76</b>
Agencias de desarrollo local	7	Agencias de voluntariado	3
Asociaciones municipales	2	Asociaciones y agrupaciones empresariales	5
Ayuntamientos <sup>6</sup>	6	Bancos y fundaciones bancarias	12
Diputación Foral de Araba	9	Centros de investigación	5
Diputación Foral de Bizkaia	10	Clústeres	3
Diputación Foral de Gipuzkoa	10	Colegios y asociaciones profesionales	4
Entidades Forales Araba	2	Empresas y fundaciones de empresas	19
Entidades Forales Bizkaia	3	Entidades deportivas	2
Entidades Forales Gipuzkoa	1	Federaciones y asociaciones educativas	3
Entidades públicas CAE	33	Fundaciones deportivas	3
Gobierno Vasco	34	Medios de comunicación	5
Mancomunidades	7	Universidades privadas	11

<sup>5</sup> Organismos dependientes de terceros, se entienden aquí como agentes diferenciados. Por ejemplo, institutos, centros de investigación, etc. vinculados a una universidad, con ámbitos de actividad diversos.

<sup>6</sup> Se incluyen los municipios de más de 50.000 habitantes: Vitoria-Gasteiz, Barakaldo, Bilbao, Getxo, Donostia-San Sebastián e Irún. Informes sucesivos incluirán otros para ampliar la visión de la acción de promoción municipal.

### 3.1.2 Identificación de medidas de promoción

En la identificación de medidas se combinaron tres métodos diferentes: contacto con agentes a través de (1) correo electrónico, (2) teléfono y (3) rastreo de las web corporativas.

Concretamente, se realizaron para la elaboración de este informe las siguientes acciones:

- Rastreo web de los 199 agentes seleccionados.
- 102 contactos por correo electrónico, principalmente con entidades privadas.
- 50 contactos telefónicos, principalmente con entidades privadas.

Debido a que el trabajo de campo coincidió en gran parte con el estado de alarma derivado de la crisis de la COVID-19, no se establecieron contactos telefónicos con la mayor parte de los agentes con los que se tenía previsto tal método. En todo caso, se aplicó al menos uno de los tres métodos de identificación para cada uno de los 199 agentes seleccionados, aunque en la mayoría de los casos se utilizaron dos de los tres métodos previstos.

El informe no incluye un conjunto variado de actuaciones, específicas para el TSS o de carácter general, comprendidas en planes, programas y estrategias<sup>7</sup> impulsadas por diversas Administraciones Públicas, al no haber podido determinar si realmente son medidas en activo y, en el caso de las medidas generales, si están abiertas al TSS.

## 3.2 Dimensiones del análisis de las medidas de promoción

La descripción de la acción de promoción se ha realizado a partir de cuatro dimensiones, que se corresponden con la información proporcionada para cada una de las medidas:

1. **CATEGORÍAS:** determina la **distribución** de la acción de promoción **según las categorías y subtipos** en que se han clasificado las medidas<sup>8</sup>.
2. **AGENTES:** determina el **peso de los agentes** en la acción de promoción.
3. **TERRITORIOS:** determina la **distribución** de la acción de promoción **por los diferentes ámbitos territoriales**, con una especial mirada a los tres Territorios Históricos.
4. **ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR SOCIAL:** determina la **distribución** de la acción de promoción en las entidades del TSS atendiendo a diversas características de las mismas.

A continuación, se detallan una serie de cuestiones metodológicas específicas relacionadas con el modo en que se han tratado y se muestran los datos recogidos para cada una de las dimensiones de análisis.

<sup>7</sup> A modo de ejemplo, Estrategia Vasca de promoción del voluntariado 2017-2020; IV Plan Foral de igualdad de Araba 2016-2019; Plan para la participación y calidad de vida de las personas con discapacidad en Bizkaia 2016-2019; Plan Estratégico de Gestión 2015-2019 de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

<sup>8</sup> Para más información consultar *Conceptualización y clasificación de las medidas de promoción*.

## CATEGORÍAS de la acción (medidas) de promoción

Las medidas de promoción identificadas se han registrado por categorías y tipos según la clasificación expuesta más arriba. Para los casos, poco frecuentes, en que una medida, por sus características, puede consignarse en más de una categoría, se ha registrado en la que se ha considerado, en cada caso, que recoge de forma más completa su finalidad.

## AGENTES de promoción

Los agentes del sector público se han clasificado en **12 tipos**, agrupados según la organización territorial correspondiente al sector público.

- a. **Administración Local**, agrupados según los entes locales que la componen: ayuntamientos y mancomunidades.
- b. **Administración Foral**, agrupados según los entes forales que la componen: Diputaciones Forales de los tres Territorios Históricos y otras entidades y organismos públicos forales (recogidos genéricamente bajo la forma de “entidades forales” del Territorio Histórico correspondiente).
- c. **Administración General de la CAPV**, agrupados en dos subtipos: Gobierno Vasco; otras entidades y organismos públicos de la CAPV (Lanbide, Eustat, Euskalit EITB...) recogidos genéricamente bajo la forma de “entidades públicas de la CAPV”
- d. **Administración General del Estado**: todas las medidas impulsadas desde la AGE se han agrupado bajo la denominación “Gobierno de España”.
- e. **Sector público de la Unión Europea**: se han agrupado bajo la denominación genérica “Unión Europea” las medidas impulsadas por agentes europeos.

Los agentes del sector privado se han clasificado en **11 tipos**, agrupados en los siguientes ámbitos de actividad: socioeconómica, educativa, deportiva, comunicativa y social.

SECTOR PÚBLICO ↓	SECTOR PRIVADO ↓
<b>Administración Local de la CAPV</b>	<b>Actividad socioeconómica</b>
1. Ayuntamientos	1. Asociaciones y agrupaciones empresariales
2. Mancomunidades	2. Empresas
<b>Administración Foral de la CAPV</b>	3. Fundaciones empresariales
3. Diputación Foral de Araba	4. Bancos
4. Diputación Foral de Bizkaia	5. Fundaciones bancarias
5. Diputación Foral de Gipuzkoa	<b>Actividad educativa</b>
6. Entidades Forales de Araba	6. Federaciones y asociaciones educativas
7. Entidades Forales de Bizkaia	7. Universidades privadas
8. Entidades Forales de Gipuzkoa	<b>Actividad deportiva</b>
<b>Administración General de la CAPV</b>	8. Fundaciones deportivas
9. Gobierno Vasco	9. Entidades deportivas
10. Entidades públicas de la CAPV	<b>Actividad comunicativa</b>
<b>Administración General del Estado (AGE)</b>	10. Medios de comunicación
11. Gobierno de España	<b>Actividad social</b>
<b>Sector público de la UE</b>	11. Agencias de voluntariado
12. Unión Europea	

Para cada agente identificado, se ha registrado su territorio de procedencia, siguiendo los siguientes criterios. **En los agentes privados**, se ha registrado el Territorio Histórico donde reside<sup>9</sup> o tiene su sede social. Los no vascos se han incluido bajo la denominación territorial “Estado”. **En los públicos**, se ha registrado el territorio que administrativamente les corresponde. Euskadi para las entidades públicas de la Administración General de la CAPV, el Territorio Histórico para las Diputaciones Forales y en el caso de los entes locales (ayuntamientos, mancomunidades...) el Territorio Histórico correspondiente.

Los datos de la acción de promoción por agentes se muestran: a) por **sectores** (público/privado), agrupando las medidas impulsadas por los agentes de cada sector; b) por **tipo**, agrupando las medidas según la tipología específica utilizada en cada sector.

## **TERRITORIOS**

---

La territorialidad de las medidas se registra siguiendo como criterio **el ámbito territorial administrativo** (local, foral, autonómico...) **al que se dirigen o donde tienen efecto**.

Normalmente, coincide con el territorio del agente que impulsa la medida, pero cuando no sucede así<sup>10</sup>, se mantiene el mismo criterio, es decir, registrar la medida en el ámbito territorial donde tiene efecto y no en el territorio del agente que la impulsa.

Las medidas procedentes de la AG de la CAPV, de la AGE o de la Unión Europea, aunque tienen efectos o aplicabilidad en los Territorios Históricos, se han registrado según el ámbito territorial administrativo que les corresponde.

La tipificación del ámbito territorial administrativo queda como sigue: Local; Araba; Bizkaia; Gipuzkoa; Euskadi; Estado; Unión Europea.

Los datos de la acción de promoción según territorios se muestran de dos maneras:

- a. Por **ámbitos territoriales**. Se ofrecen los datos de cada ámbito territorial administrativo a fin de **conocer cómo se distribuye la acción de promoción en ellos**.
- b. Por **Territorios Históricos**: se ofrecen sólo los datos de las medidas que tienen efecto específicamente en cada TT.HH. a fin de **identificar la acción de promoción en cada uno de ellos**. En estos casos, se suman a cada territorio las medidas impulsadas desde los ayuntamientos y mancomunidades del territorio correspondiente.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Residencia fiscal o sede social. Para los agentes privados vascos, se ha registrado la residencia fiscal o sede social en el Territorio Histórico correspondiente. Los agentes privados no vascos se han incluido genéricamente bajo la denominación territorial “Estado”.

<sup>10</sup> A modo de ejemplo, medidas de promoción impulsadas por la Administración General de la CAPV que: (a) tienen efecto o se aplican específicamente en un Territorio Histórico; (b) se dirigen a entidades del TSSE que despliegan su actividad en uno sólo de los TT.HH.; (c) se dirigen a entidades del TSSE que despliegan su actividad en varios, pero con el objetivo de apoyar proyectos, programas, actividades, etc., que se desarrollan en uno sólo.

<sup>11</sup> Se omiten en el sumatorio las medidas impulsadas por la AG de la CAPV (excepto si se dirigen específicamente a entidades del TSSE de uno los Territorios Históricos), la AGE y la Unión Europea, así como las impulsadas por agentes privados de estos dos últimos ámbitos territoriales.



## ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR SOCIAL DESTINATARIAS

---

La acción de promoción según las organizaciones del TSS destinatarias se ha registrado atendiendo a las siguientes variables:

- **figura jurídica** de la organización;
- **tamaño**;
- **nivel** de estructuración: si se trata de organizaciones de base (entidades de primer nivel) o de redes (organizaciones de segundo nivel o superior);
- **ámbito** de actuación;
- **colectivo** al que dirige su actividad;
- **contingencias** que atiende.

Para cada variable, se ha seguido la siguiente clasificación.<sup>12</sup>

1. **Figuras jurídicas** adoptadas: se incluyen todas las figuras jurídicas propia del TSS o que se consideran propias de acuerdo con el artículo 2 de la ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi. Concretamente, se han incluido las fundaciones – incluidas las fundaciones y entidades históricas -, las asociaciones, las cooperativas de iniciativa social, las empresas de inserción y los centros especiales de empleo, así como aquellas congregaciones religiosas cuya misión se centra en la intervención social.
2. **Tamaño** de las organizaciones: pequeñas, medianas, grandes o muy grandes.
3. **Nivel** de estructuración: entidades de primer nivel; redes.
4. **Ámbito** de actuación: Social-Transversal, Servicios Sociales, Cooperación al Desarrollo, Tiempo Libre, Salud, Empleo.
5. **Colectivo** al que dirigen su actividad: personas con problemas de salud mental y sus familias; personas con discapacidad y sus familias; infancia y adolescencia y sus familias; jóvenes; mujeres; personas mayores; personas migrantes, personas refugiadas y demandantes de asilo; personas con problemas de adicción, personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión; personas con enfermedades (crónicas, raras...); familias (numerosas, monoparentales, madres y padres separadas/os...); personas pertenecientes a minorías étnicas; personas privadas de libertad o que lo han sido; personas sin hogar; mujeres víctimas de violencia contra las mujeres; personas que ejercen la prostitución; personas del colectivo LGTBIQ+; otras personas y población en general.
6. **Contingencias** que atienden: dependencia, exclusión, desprotección, y riesgo de todas ellas, discapacidad y otras.

---

<sup>12</sup> La clasificación que se expone sigue, a grandes rasgos, la mostrada en el *Libro Blanco del Tercer Sector Social de Euskadi 2014-2015* y en el *Barómetro 2019*, ambos realizados por el Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia.

En resumen, para cada una de las medidas identificadas en este informe se cuenta con la siguiente información.<sup>13</sup>

<b>Nombre de la medida de promoción</b>	
<b>Categoría</b>	Nombre de la categoría
	Tipo de medida
<b>Agente impulsor</b>	Sector del agente impulsor
	Tipología de agente impulsor
<b>Territorio</b>	Ámbito territorial administrativo específico al que se dirige o donde tiene efecto la medida
<b>Organizaciones destinatarias</b>	Figura jurídica de las organizaciones
	Tamaño de las organizaciones
	Nivel de las organizaciones
	Ámbito de las organizaciones
	Colectivo destinatario de las organizaciones
	Contingencia de las organizaciones

Finalmente, cabe destacar que a largo del análisis se han tenido en cuenta los datos ofrecidos por el Barómetro 2019<sup>14</sup>, ofreciendo comparativas cuando ha resultado de interés.

### **3.3 Metodología para la identificación de orientaciones y propuestas de mejora**

Para la identificación y mejora de propuestas de mejora se seleccionó un grupo de agentes que, tras el análisis descriptivo preliminar, fueron considerados informantes clave en la acción de promoción por la relevancia de las acciones impulsadas y su contribución al fortalecimiento y sostenibilidad del Tercer Sector Social de Euskadi. Este grupo ha estado conformado tanto por instituciones públicas como por organizaciones privadas.

#### **Agentes públicos:**

1. Gobierno Vasco. Departamento de Igualdad, Justicia y Políticas Sociales.
2. Diputación Foral de Araba. Departamento de Políticas Sociales.
3. Diputación Foral de Bizkaia. Departamento de Acción Social.
4. Diputación Foral de Gipuzkoa. Departamento de Políticas Sociales.
5. Euskadiko Udalen Elkartea-Asociación de Municipios Vascos (EUDEL).

<sup>13</sup> Cuando la información sobre estas variables (figura jurídica, nivel, ámbito, etc.) no se expone o no puede deducirse, se registra en la medida como “no especificado”. Cuando las medidas se dirigen a organizaciones de cualquier figura jurídica, nivel de estructuración, ámbito de actuación, etc., se registra como “indistinto”.

En las variables “tamaño” y “nivel”, se ha registrado la tipología “PYMAS” (entidades de tamaño pequeño o mediano según su volumen de ingresos) o la tipología “redes” (entidades de segundo o superior nivel), sólo cuando la medida identificada se dirige expresa o específicamente a entidades de ese tamaño o nivel.

<sup>14</sup> Equipo del Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia (2020). *Barómetro 2019. Principales datos de las organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi*. Disponible en: [https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO\\_txostena\\_2019\\_cas.pdf](https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO_txostena_2019_cas.pdf)

**Agentes privados:**

6. BBK Fundazioa.
7. Fundación Vital Fundazioa.
8. Kutxa Fundazioa.

Además de los agentes señalados, se invitó a participar en esta fase a **Sareen Sarea**.

La identificación y priorización de orientaciones y propuestas ha seguido dos métodos que se han empleado de forma sucesiva:

- a. **Entrevistas en profundidad.** Se realizó una entrevista en profundidad con cada uno de los agentes siguiendo un guion elaborado a tal efecto.
- b. **Seminario.** Una vez finalizada la ronda de entrevistas, se elaboró un borrador con las orientaciones y propuestas que cada agente había señalado. Tomando como base ese borrador, se celebró un seminario online en el que los agentes pudieron de forma conjunta matizar, corregir, completar y, finalmente, validar una propuesta compartida de orientaciones y propuestas de mejora (ver apartado 7. *Orientaciones para la mejora de la acción de promoción*).

## 4 Sistematización de las medidas de promoción

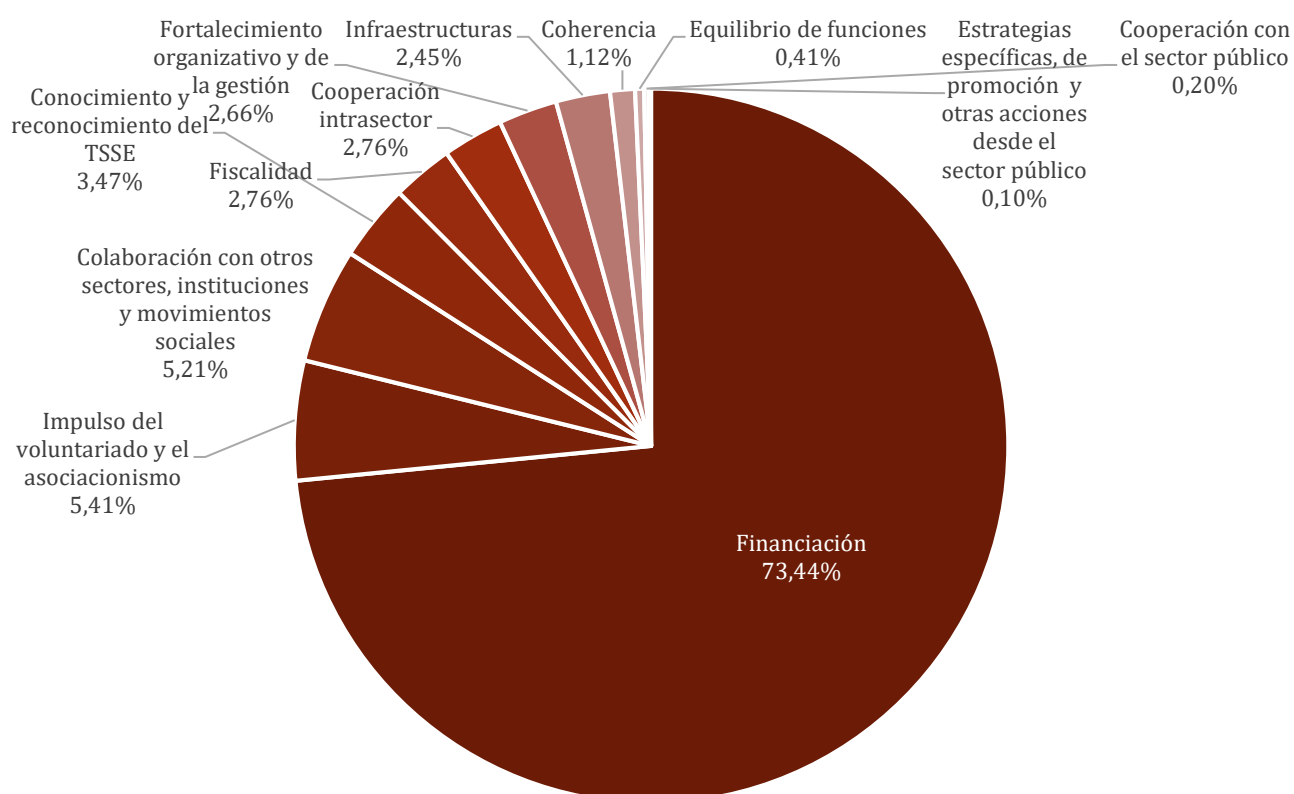
### 4.1 Panorámica general de la acción de promoción

#### *Visión general de las medidas de promoción*

Se han identificado para el periodo comprendido en este informe un total de **978 medidas de promoción** de 12 categorías diferentes, sin incluir la propia Estrategia de Promoción del Tercer Sector Social de Euskadi y, en particular, el plan de la XI legislatura, que se estructura en 12 actuaciones de las 36 que contempla la estrategia, con diversas acciones en cada una de ellas.<sup>15</sup>

La acción de promoción se concentra mayormente en la **financiación** de la actividad de las organizaciones y redes del TSSE, suponiendo por si sola el **73,44%** de las medidas identificadas.

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN POR CATEGORÍAS (%)



<sup>15</sup> La amplitud de las actuaciones que contempla la Estrategia motivó la decisión de la Mesa de Diálogo Civil de Euskadi de priorizarlas y desplegar las priorizadas en cada momento a través de planes de legislatura.

La importancia cuantitativa de estas medidas no debe distorsionar la relevancia cualitativa del resto, por lo que el análisis cuantitativo y cualitativo deben complementarse.

El resto de medidas se reparte de forma desigual en las 11 categorías restantes, teniendo mayor incidencia el **impulso del voluntariado y el asociacionismo** (5,41%), la **colaboración con otros sectores** (5,21%) y el **conocimiento y reconocimiento del sector** (3,47%). Y un carácter más puntual las vinculadas con el equilibrio de funciones, la cooperación con el sector público o el desarrollo de estrategias específicas de promoción desde el sector público.

En valores absolutos, las medidas identificadas se distribuyen del siguiente modo.<sup>16</sup>

- a. La **financiación** reúne **718 medidas** impulsadas por agentes del sector público y privado, distribuidas por todos los ámbitos territoriales y dirigidas a toda clase de entidades del TSS. Es la categoría con mayor peso y requiere de un análisis específico (apartado 4.2.1.1).
- b. **53 medidas** se corresponden con la **promoción del voluntariado y el asociacionismo**. En ellas se implican el sector público y privado, y casi todos los tipos de agentes (los tres niveles institucionales, empresas, instituciones deportivas, agencias de voluntariado...).
- c. **51 medidas** se relacionan con la **colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales**. Se trata principalmente de colaboraciones entre organizaciones del TSSE y agentes privados: empresas, instituciones deportivas y educativas.
- d. **34 medidas** persiguen el **conocimiento y reconocimiento del TSS**. Entidades de diverso tipo, públicas y privadas, están implicadas en su impulso: instituciones públicas locales, forales, autonómicas; medios de comunicación, empresas, instituciones educativas...
- e. **27 medidas** son de **carácter fiscal** y se recogen en la normativa foral de cada Territorio Histórico sobre régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo, así como en la normativa sobre el régimen fiscal de las cooperativas, que incluye las de utilidad pública y las de iniciativa social (éstas, no lucrativas)<sup>17</sup>.
- f. Las medidas que buscan favorecer la **cooperación intrasector** son **27**. Casi en su totalidad impulsadas por agentes públicos, buena parte son ayudas específicas a redes del TSSE.
- g. **26 medidas** persiguen el **fortalecimiento organizativo y de la gestión**. En su impulso juegan un papel importante las instituciones públicas locales, las agencias de voluntariado y las fundaciones bancarias de Euskadi y otras del Estado.
- h. **24 medidas** se dedican a la provisión de **infraestructuras**: locales, espacios para actividades, equipamientos de diverso tipo, etc. Son impulsadas, principalmente, por instituciones públicas locales, fundaciones bancarias y agencias de voluntariado.

<sup>16</sup> Las medidas de promoción por categorías, con información adicional sobre cada una, pueden verse en el anexo 1.

<sup>17</sup> No se recogen las ordenanzas fiscales de los entes locales porque siguen lo dispuesto en la norma fiscal del TTHH correspondiente.

- i. Las medidas orientadas a promover los valores del sector y el ejercicio de los derechos de las personas en las entidades (*coherencia*) son **11**. Principalmente, se corresponden con ayudas para actuaciones (planes, programas, acciones) que favorezcan la igualdad entre mujeres y hombres y la normalización del uso del euskera en las organizaciones.
- j. Finalmente, **4 medidas** buscan el *equilibrio de funciones*; otras **2** se orientan a la *cooperación con el sector público*, constituyendo marcos de colaboración entre agentes públicos y organizaciones del TSSE, y **1** corresponde al diseño de *una estrategia específica de promoción* desde el sector público (Diputación Foral de Bizkaia).<sup>18</sup>

TABLA 1: NÚMERO DE MEDIDAS DE PROMOCIÓN POR CATEGORÍAS (ABSOLUTOS Y %)

Categorías	Abs.	%
Financiación	718	73,74
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	53	5,41
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	51	5,21
Conocimiento y reconocimiento del TSS	34	3,47
Fiscalidad	27	2,76
Cooperación intrasector	27	2,76
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	26	2,66
Infraestructuras	24	2,45
Coherencia	11	1,12
Equilibrio de funciones	4	0,41
Cooperación con el sector público	2	0,20
Estrategias específicas de promoción y otras acciones desde el sector público	1	0,10
<b>Total</b>	<b>978</b>	<b>100,00</b>

Finalmente, cabe destacar que en relación con tres de las categorizaciones previstas (*cumplimiento de obligaciones, refuerzo del valor añadido y acceso a las medidas de promoción*), correspondientes con sendas actuaciones que forman parte de la EPTSSE y del plan de legislatura (actuaciones 18, 28 y 14 respectivamente), no se han identificado medidas distintas a estas tres.

<sup>18</sup> Lo que se incluye aquí como medida es la elaboración de la estrategia. Una vez cerrada, se incluirán en sucesivos informes las medidas concretas previstas en la misma.

## Visión general de los agentes promotores

Se han identificado **175 agentes promotores** que participan, con diferente peso e intensidad, en la acción de promoción. Se constata una gran **diversidad** de agentes, tanto por el territorio desde y hacia el que dirigen su actividad como por los ámbitos en los que la desarrollan.<sup>19</sup>

☞ Casi 3/4 partes de los agentes (72%) provienen del sector público: Administración General del Estado, Administración General de la CAPV y entidades públicas dependientes (organismos autónomos, entes públicos de derecho privado, sociedades mercantiles, etc.), Administración Foral y Local y entidades públicas dependientes.

Los agentes privados constituyen el 28% restante y provienen de diferentes sectores de actividad: socioeconómica, financiera, educativa, deportiva, etc.

☞ Un 88,5% de los agentes identificados son **entidades o instituciones vascas** de ambos sectores y el restante 11,50% son agentes estatales o de la Unión Europea que impulsan medidas a las que pueden tener acceso las organizaciones del TSSE.

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN POR SECTORES (%)

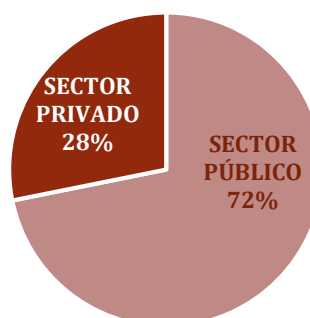
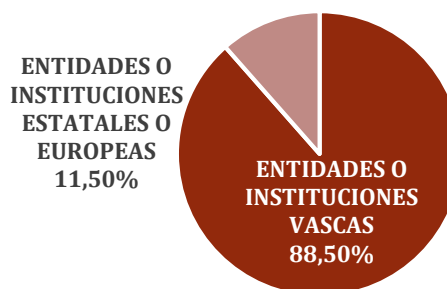


GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN SEGÚN TERRITORIO (CAPV/OTROS) (%)



<sup>19</sup> Para conocer cómo se han identificado los agentes, consultar el apartado 3.1.1 *Identificación y priorización de agentes*. El detalle de agentes promotores, por sectores y ámbitos de actividad, puede verse en el anexo 2.

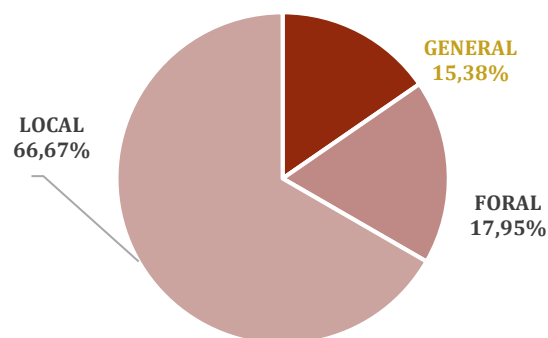
☞ Si se pone el foco en los agentes del **sector público** de la CAPV (67,25% de los agentes) el abanico es variado:

- Entre las administraciones locales, numerosos ayuntamientos y mancomunidades (66,67% de los agentes del sector público).

- Respecto a las administraciones forales (17,95%) las tres Diputaciones y otras entidades forales.<sup>20</sup>

- De la administración general de la CAPV (15,38%), departamentos<sup>21</sup> y entidades públicas<sup>22</sup>.

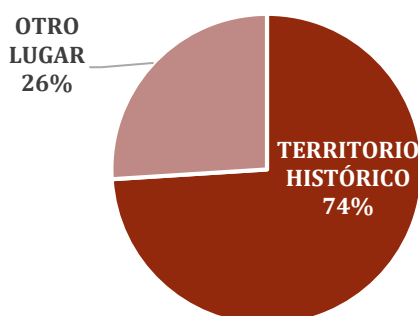
GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES DEL SECTOR PÚBLICO DE LA CAPV IMPLICADOS EN LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN SEGÚN TIPO (%)



☞ También cabe destacar que el 74% de los agentes lo son de alguno de los tres Territorios Históricos.

De estos agentes, un 15,50% son del Territorio Histórico de Araba, un 46,51% de Bizkaia y el 37,98% de Gipuzkoa. Entre los agentes de los Territorios Históricos tiene un peso relevante el sector público.

GRÁFICO 5: DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN SEGÚN TERRITORIO (TT.HH./OTROS) (%)



En definitiva, **la acción de promoción es principalmente de las administraciones públicas vascas y de ámbito local**. Parecería necesario impulsar la acción del sector privado y desarrollar la cooperación en la acción de promoción de las administraciones públicas vascas.

La siguiente tabla muestra una segmentación del conjunto de agentes promotores.

<sup>20</sup> En la categoría "Otras entidades Forales" se han identificado los institutos forales de Bienestar Social y Juventud.

<sup>21</sup> Departamentos de Desarrollo Económico y Competitividad, Educación, Empleo y Políticas Sociales, Gobernanza Pública y Autogobierno, Medio Ambiente, Planificación Territorial y Vivienda, Salud, Trabajo y Justicia, y Lehendakaritza. Se sigue la nomenclatura de los departamentos en la XI Legislatura a la que corresponde este informe.

<sup>22</sup> Lanbide, Eustat, Euskalit, Osakidetza, EHU-UPV, EITB, Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo, Consejo de la Juventud de Euskadi / Euskadiko Gazteriaren Kontseilua.



TABLA 2: DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN POR SECTORES Y TIPOS (ABSOLUTOS Y %) <sup>23</sup>

<b>SECTOR PÚBLICO</b>	<b>Nº agentes</b>	<b>% agentes</b>
<b>Sector público de la CAPV<sup>24</sup></b>	<b>118</b>	<b>93,6</b>
Administración General de la CAPV	19	14,4
Administración Foral de la CAPV	21	16,8
Administración Local	78	62,4
<b>Sector público de la AGE<sup>25</sup></b>	<b>7</b>	<b>5,6</b>
<b>Sector público de la UE</b>	<b>1</b>	<b>0,8</b>
<b>Total sector público</b>	<b>126</b>	<b>100,00</b>
<b>SECTOR PRIVADO</b>	<b>Nº agentes</b>	<b>% agentes</b>
<b>Sector privado de la CAPV<sup>26</sup></b>	<b>37</b>	<b>75,51</b>
Asociaciones y agrupaciones empresariales	1	2,04
Bancos y fundaciones bancarias	6	12,24
Empresas y fundaciones empresariales	18	36,73
Instituciones educativas privadas	2	4,08
Medios de comunicación privados	2	4,08
Instituciones deportivas	5	10,20
Agencias de voluntariado <sup>27</sup>	3	6,12
<b>Sector privado de implantación estatal</b>	<b>12</b>	<b>24,49</b>
Bancos y fundaciones bancarias	7	14,29
Empresas y fundaciones empresariales	5	10,20
<b>Total sector privado</b>	<b>49</b>	<b>100,00</b>
<b>Total sector público y privado</b>		<b>175</b>
<b>Sector público</b>		<b>126</b>
<b>Sector privado</b>		<b>49</b>

<sup>23</sup> Existen agentes que comparten ámbitos de actividad, aunque pertenecen a sectores distintos.

En tales casos se les ha incluido en el sector que les corresponde. Por ejemplo, cuando se contabilizan las medidas impulsadas por las instituciones educativas, las de la UPV-EHU han sido clasificadas como una institución pública de la CAPV; y lo mismo las de EITB. Este hecho puede distorsionar ligeramente algunos datos.

<sup>24</sup> La Administración General de la CAPV incluye departamentos del Gobierno Vasco y entidades públicas vascas: Lanbide, Eustat, Euskalit, EHU-UPV, EITB...La Administración Foral incluye a las tres diputaciones y otras entidades forales (Instituto Foral de Bienestar Social, Instituto Foral de la Juventud...). La Administración Local agrupa ayuntamientos, mancomunidades y entes públicos vinculados de los tres Territorios Históricos.

<sup>25</sup> En la Administración General del Estado (AGE) se incluyen diversos ministerios del Gobierno de España: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Ministerio de Educación y Formación Profesional, Ministerio de Fomento, Ministerio de Justicia, Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, Ministerio de Trabajo e Inmigración.

<sup>26</sup> Se incluyen aquí instituciones y organizaciones privadas vascas, es decir, instituciones y organizaciones que residen o tienen su sede social en Euskadi, al margen de que su actividad (incluida su actividad de promoción) trascienda la CAPV. Se han incluido también, instituciones y organizaciones privadas con sede social fuera de la CAPV, pero con actividades, programas, proyectos con sede o amplio arraigo en la CAPV.

<sup>27</sup> Las agencias de voluntariado se incluyen en el sector privado por surgir de la colaboración entre administraciones públicas, entidades del TSSE y, en al menos dos casos (Bolunta, Batekin), fundaciones bancarias vascas.

## 4.2 Descripción detallada de las medidas de promoción

En este apartado se profundiza en la descripción de las medidas identificadas a partir de la información recabada sobre sus características: categoría y tipo de medida, ámbito territorial, agente que la impulsa y tipo de entidad destinataria de la acción.

### 4.2.1 ¿Cómo son las medidas? Descripción por categorías y tipos de medidas

Como se ha señalado las medidas identificadas se han clasificado en categorías y, en su caso, subtipos que permiten conocer con más detalle las características de las medidas.

☞ Las medidas cuya finalidad es la *financiación* de la actividad y otros aspectos de las redes y organizaciones del TSS se desarrollan bajo la forma, principalmente, de **ayudas y subvenciones** (97% de las medidas de financiación: 697 medidas).

74%

son medidas de  
**FINANCIACIÓN**

Es escaso el impulso de otros tipos de medidas de financiación, como instrumentos de apoyo a la inversión (4 medidas) o mecanismos de acceso al crédito (5 medidas). Para otros tipos, como “becas”, no se han identificado medidas.

☞ Las medidas de *impulso del voluntariado y el asociacionismo* están relacionadas en su totalidad con **instrumentos (agencias) y acciones de promoción** de la participación social de las mujeres, las personas jóvenes, las personas mayores... y la ciudadanía en general como socias o voluntarias (voluntariado social).

5%

son medidas de  
**IMPULSO del  
voluntariado y  
asociacionismo**

☞ La *colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales* se circunscribe en su totalidad a acciones de **impulso de colaboraciones** de cierta estabilidad entre las entidades del TSSE y entidades privadas. Otras formas de colaboración como el desarrollo de marcos y herramientas para la colaboración/cooperación, el apoyo a la configuración de redes multi-agente o el apoyo al conocimiento mutuo y la colaboración entre el TSS y los movimientos sociales, no han sido identificadas.<sup>28</sup>

5%

son medidas de  
**COLABORACIÓN  
CON OTROS  
SECTORES**

<sup>28</sup> En relación con este aspecto, señalamos algunas organizaciones con las que las entidades y redes del TSSE tienen bastante o mucha relación, según datos del Barómetro 2019 (p.33): Movimientos sociales: 64,1%; Universidades: 51,5%; Empresas: 30,1%; Obra social fundaciones bancarias: 29,1%; Asociaciones empresariales: 10,7%

☞ Un 65% de las medidas orientadas a *dar a conocer la labor de organizaciones y redes del TSS y reconocer su contribución*, son **instrumentos o acciones para visibilizar el sector** como exposiciones, portales web, estudios y documentos, campañas, programas o secciones en medios de comunicación, etc. (22 medidas).

3%

son medidas de  
CONOCIMIENTO Y  
RECONOCIMIENTO

Las **acciones de reconocimiento** del TSSE (32%, 11 medidas) se vehiculan especialmente mediante premios de instituciones públicas y privadas de la CAPV y el Estado. Se recoge también la declaración institucional realizada por el Lehendakari en el acto de celebración del Día del Tercer Sector Social de Euskadi 2019.

☞ Las medidas del ámbito de la *fiscalidad* incluyen las **exenciones fiscales** (67%, 18 medidas) para entidades no lucrativas, así como las **desgravaciones o reducciones impositivas** (33%, 9 medidas) reguladas en la normativa de cada Territorio Histórico que regula los incentivos fiscales al mecenazgo<sup>29</sup>.

3%

son medidas de  
FISCALIDAD

☞ Respecto a la *cooperación intrasector* las 27 medidas se corresponden con acciones orientadas al **impulso de la colaboración horizontal y el trabajo en red**<sup>30</sup>.

3%

son medidas de  
COOPERACIÓN  
INTRASECTOR

☞ Las medidas identificadas que buscan el *fortalecimiento organizativo y de la gestión* de las entidades y redes del TSS se reparten entre **programas específicos de fortalecimiento** (54%, 14 medidas) y **acciones formativas adaptadas** al sector (42%, 11 medidas). Se ha identificado 1 medida de apoyo a procesos clave de cambio y adaptación del TSS, pero no otras como la adaptación o discriminación positiva del sector en el acceso a programas de fortalecimiento dirigidos al sector privado.

3%

son medidas de  
FORTALECIMIENTO

☞ En la categoría *infraestructuras* el 100% de las medidas (24) se refieren al **acceso a infraestructuras** y su construcción, renovación o modernización.

2%

son medidas de  
INFRAESTRUCTURAS

☞ Las medidas orientadas a la *coherencia* de las organizaciones (11) están vinculadas principalmente a acciones de **promoción de la igualdad y la normalización del uso del euskera** en las organizaciones.

1%

son medidas de  
COHERENCIA

☞ Las medidas relacionadas con el *equilibrio de funciones* (4) son acciones que permiten el **desarrollo de otras funciones de las organizaciones y redes distintas a la provisión de servicios**: detección de necesidades, investigación, innovación, sensibilización, denuncia, promoción de derechos, ayuda mutua, etc.<sup>31</sup>

0,4%

son medidas de  
EQUILIBRIO DE  
FUNCIONES

<sup>29</sup> Ver nota a pie 23.

<sup>30</sup> Según el Barómetro 2019, el 66,4% de organizaciones pertenecen a una red u organización de segundo nivel (p.38)

<sup>31</sup> Según el Barómetro 2019, el 78,3% de organizaciones combina la provisión de servicios con otras funciones, el 14,2% solo realiza otras funciones sociales y el 7,5% solo presta servicios (p.15).

☞ Respecto a la *cooperación con el sector público* se han identificado 2 medidas relacionadas con **marcos de colaboración** implementados entre organizaciones del TSSE e instituciones públicas, no identificándose ninguna medida de apoyo y cooperación en el acceso a iniciativas y programas de la UE.<sup>32</sup>

0,2%

son medidas de  
COOPERACIÓN  
SECTOR PÚBLICO

☞ En relación con la generación de *estrategias específicas de promoción del TSS* además de la EPTSSE, en el marco de la Mesa de Diálogo Civil de Bizkaia se ha iniciado la elaboración de a Estrategia de Promoción del Tercer Sector Social de Bizkaia.

0,1%

son medidas de  
generación de  
ESTRATEGIAS Y  
OTRAS ACCIONES

En este sentido, el artículo 18.1 de la Ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi establece que las diputaciones forales y los entes locales elaborarán estrategias de promoción del tercer sector social en relación con sus respectivos ámbitos territoriales de competencia, coordinadas con la EPTSSE.

A la vista de lo observado, parece necesario continuar desplegando las medidas previstas en la normativa, así como diversificar y enriquecer las medidas en general, más allá de la financiación e incidiendo también en la diversificación de las fuentes de financiación de las organizaciones y redes del TSSE.

TABLA 3. DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS POR CATEGORÍAS Y TIPOS (ABSOLUTOS Y %)

Categorías y tipos	Medidas (abs.)	Medidas (% categoría)	Medidas (% tipo de medidas)
<b>Financiación</b>	<b>718</b>	<b>73,42</b>	
Ayudas y Subvenciones.	697		97,08
Instrumentos de apoyo a la inversión.	4		0,56
Instrumentos de promoción de la participación de la ciudadanía, consumidores/as, trabajadores/as, en la financiación.	8		1,11
Mecanismos de acceso al crédito.	5		0,70
Ofertas y descuentos en servicios.	2		0,28
Premios.	2		0,28
<b>Impulso del voluntariado y el asociacionismo</b>	<b>53</b>	<b>5,42</b>	
Instrumentos (agencias) y acciones de promoción de la participación social de las mujeres, las personas jóvenes, las personas mayores,... y la ciudadanía en general como socias o voluntarias (voluntariado social).	53		100,00
<b>Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales</b>	<b>51</b>	<b>5,21</b>	
Acciones de impulso de la colaboración con empresas, universidades, medios de comunicación social, etcétera.	51		100,00
<b>Conocimiento y reconocimiento del TSS</b>	<b>34</b>	<b>3,48</b>	
Declaraciones institucionales.	1		2,94
Herramientas, instrumentos o acciones en general que facilitan la visibilidad de las organizaciones y su contribución.	22		64,71
Premios (reconocimiento).	11		32,35

<sup>32</sup> En relación con este aspecto, señalamos algunas instituciones públicas con las que las entidades y redes del TSSE tienen bastante o mucha relación, según datos ofrecidos por el Barómetro 2019 (p.33): Ayuntamientos 72,9%; Diputaciones forales: 60%; Gobierno Vasco: 44,4%; Administración General del Estado: 3,9%

<b>Fiscalidad</b>	<b>27</b>	<b>2,76</b>	
Desgravaciones o reducciones impositivas.	9		33,33
Exenciones fiscales.	18		66,67
<b>Cooperación intrasector</b>	<b>27</b>	<b>2,36</b>	
Acciones orientadas al impulso de la colaboración horizontal y el trabajo en red.	27		100,00
<b>Fortalecimiento organizativo y de la gestión</b>	<b>26</b>	<b>2,66</b>	
Oferta formativa adaptada al sector (gratuita o subvencionada).	11		42,31
Programas de fortalecimiento organizacional.	14		53,85
Apoyo a procesos clave de cambio y adaptación del TSS.	1		3,85
<b>Infraestructuras</b>	<b>24</b>	<b>2,45</b>	
Acceso a infraestructuras y construcción, renovación o modernización de las mismas.	24		100,00
<b>Coherencia</b>	<b>11</b>	<b>1,12</b>	
Acciones orientadas a la promoción de la igualdad, la conciliación, la diversidad, la integración, la normalización del uso del euskera y, en general, a la expresión de los valores del sector y el ejercicio de los derechos de las personas... en las propias organizaciones.	11		100,00
<b>Equilibrio de funciones</b>	<b>4</b>	<b>0,41</b>	
Acciones que permiten el desarrollo de marcos y sistemas relacionados con otras funciones de las organizaciones, y redes, distintas a la provisión de servicios: detección de necesidades, investigación, innovación, sensibilización, denuncia...	4		100,00
<b>Cooperación con el sector público</b>	<b>2</b>	<b>0,20</b>	
Desarrollo y mejora del modelo, el marco y las herramientas de cooperación público-social.	2		100,00
<b>Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público</b>	<b>1</b>	<b>0,10</b>	
Diseño, desarrollo y evaluación de estrategias públicas específicamente orientadas a la promoción del TSSE.	1		100,00
<b>Total general</b>	<b>978</b>	<b>100</b>	

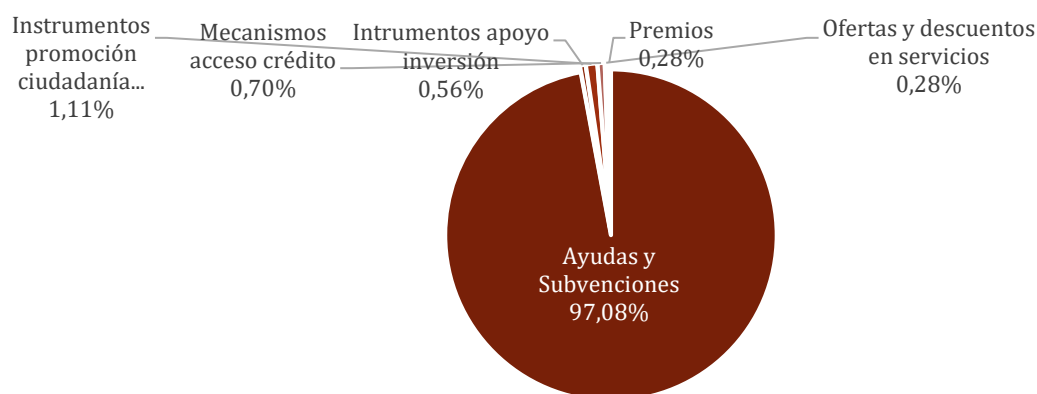
#### 4.2.1.1 Descripción de las medidas de financiación identificadas

El peso de las medidas de financiación en el conjunto de las medidas de promoción identificadas requiere una descripción específica que ofrecemos a continuación.

Prácticamente la totalidad de las 718 medidas de financiación impulsadas por los diferentes agentes toman la forma de **ayudas y subvenciones**, suponiendo el 97,8% (697) de este tipo de medidas. El resto se reparte en diversos subtipos, entre los que están:

- **Instrumentos de promoción de la participación de la ciudadanía, consumidores/as, trabajadores/as...en la financiación.** Se han identificado 8 instrumentos que suponen el 1,11% de este tipo de medidas. La mitad corresponden a diversos productos financieros impulsados por bancos (Kutxabank, Fiare Banca Ética) que favorecen la donación de intereses de sus titulares a diversos fines solidarios en los que las organizaciones del TSSE están involucrados. La otra mitad a eventos impulsados por entidades públicas y privadas que permiten la recaudación de dinero y su donación a organizaciones de carácter social.
- **Mecanismos de acceso al crédito** impulsados por bancos vascos (Kutxabank, Laboral Kutxa) o asentados en Euskadi (Fiare Banca Ética, Caixabank) que permiten la posibilidad de acceder a anticipos y líneas de financiación en condiciones más ventajosas para las entidades del TSSE. Se han identificado 5 medidas de este tipo que suponen el 0,70% del total de las medidas de financiación incluidas en este informe.
- **Instrumentos de apoyo a la inversión** impulsados por instituciones públicas y privadas. Se trata de productos financieros específicos (Fiare Banca Ética), fondos de capital riesgo (Seed Capital) y plataformas de crowdfunding (Crowdfunding Bizkaia, Crowdfunding Solidario CaixaBank) para financiar proyectos sociales o iniciativas sociales innovadoras en las que tienen cabida las organizaciones y redes del TSSE. Son 4 medidas, el 0,56% del total.
- Las 4 medidas restantes son **ofertas en descuentos y servicios** o donación de material de organizaciones privadas (2 medidas, 0,28%); y **premios** en metálico para reconocer proyectos sociales o innovadores de empresas o entidades del TSSE (2 medidas, 0,28%).

GRÁFICO 6. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS DE FINANCIACIÓN SEGÚN TIPOS (%)



Parece necesario **diversificar las medidas de financiación** a fin de **incorporar a terceros, distintos a las administraciones públicas, y mecanismos distintos a la subvención** para impulsar actividades de interés general de las organizaciones. Y, de este modo, promover la implicación de la ciudadanía, las empresas y la autonomía de las organizaciones.

### Ayudas y subvenciones

Dado que el grueso de las medidas de financiación son ayudas y subvenciones, realizaremos a continuación un análisis centrado en este tipo de medidas.

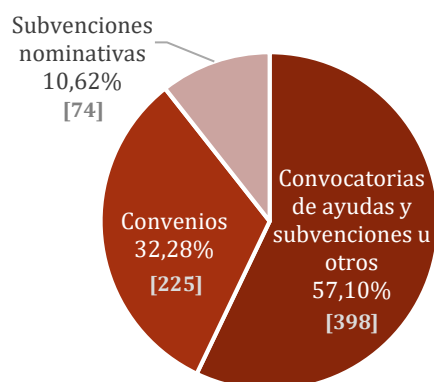
Previamente, resulta necesario señalar alrededor de 30 medidas en forma de ayuda o subvención económica que no han sido incluidas en la categoría “financiación”, sino, atendiendo a sus características, en otras tres categorías:

- *Coherencia*: ayudas y subvenciones destinadas al fomento del uso del euskera, la igualdad de mujeres y hombres, etc. dentro de las propias organizaciones del TSS.
- *Cooperación intrasector*: ayudas destinadas a las propias redes de organizaciones.
- *Impulso del voluntariado y el asociacionismo*: ayudas y subvenciones destinadas al fomento del asociacionismo en colectivos: mujeres, personas mayores, etc.

Las 697 medidas de financiación identificadas que toman la forma de ayudas y subvenciones, lo hacen bajo tres subtipos.

Más de la mitad (398, 57,10%) son convocatorias de **ayudas y subvenciones** de carácter regular y en régimen de concurrencia competitiva impulsadas por organismos públicos o por entidades privadas. Convocatorias de diversa índole orientadas a financiar la actividad, aunque también la formación, la innovación o la gestión de las entidades del TSS.

GRÁFICO 7. DISTRIBUCIÓN DE LAS AYUDAS Y SUBVENCIONES SEGÚN SUBTIPOS (%)



Una tercera parte son **convencios** (225 medidas, 32,28%) impulsados por las administraciones forales y de la CAPV con diferentes entidades y redes del TSSE<sup>33</sup>. Las medidas restantes (74, 10,62%) se corresponden con **subvenciones nominativas** a entidades del TSSE impulsadas por las administraciones públicas vascas.

<sup>33</sup> No se han incluido aquí los que tienen por destino la provisión de servicios de responsabilidad pública por no tratarse de una medida de promoción ya que no se despliegan al efecto de promover el TSSE.

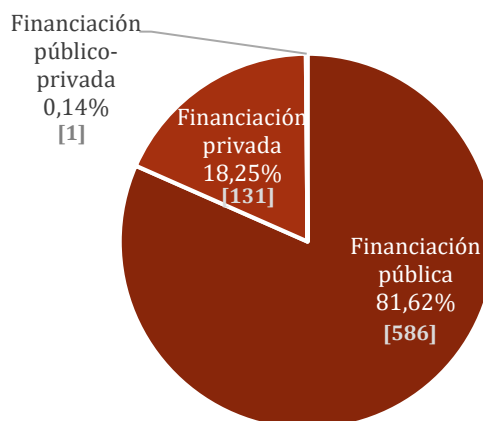
### Relevancia del sector público en la financiación

La mayoría de las medidas de financiación es impulsada por entidades de carácter público (586 medidas de financiación, 81,62%).

El sector privado tiene un peso muy inferior, procediendo del mismo el 18,24% (131) de las medidas de financiación.<sup>34</sup>

Sólo 1 medida de financiación (0,14%) surge de la colaboración entre organizaciones públicas y privadas.<sup>35</sup>

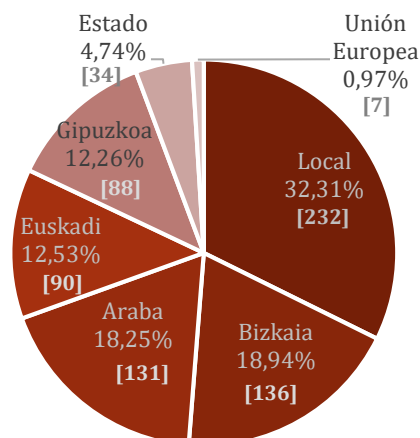
GRÁFICO 8. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS DE FINANCIACIÓN SEGÚN SECTORES (%)



La distribución de las medidas según ámbitos territoriales pone de manifiesto, el peso de las medidas de financiación surgidas del **ámbito local** (232 medidas, 32,31%) y en los tres **territorios históricos** (355 medidas, 49,45%).

Entre ambos ámbitos suman el **81,76%** de las medidas de financiación. Sin embargo, otros ámbitos como el estatal y, especialmente, el europeo son muy poco significativos.

GRÁFICO 9. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS DE FINANCIACIÓN SEGÚN ÁMBITOS TERRITORIALES (%)



<sup>34</sup> El dato contrasta con el Barómetro 2019 (p.27) que señala que el 56% de los ingresos de las organizaciones del TSSE provienen de fuentes de financiación de carácter público, mientras que el 44% restante provienen de fuentes de financiación privadas. Sin embargo, se incluyen allí, entre otros aspectos: por un lado, las cuotas de personas socias o afiliadas, ingresos por la prestación de servicios o venta de productos...; por otro lado, contratos o convenios para la provisión de servicios de responsabilidad pública. Conceptos, todo ellos, que este informe, lógicamente, no contempla.

<sup>35</sup> Se trata de la cofinanciación del programa de inserción laboral Hazia 23 (impulsado por Fundación ADSIS, Fundación Egibide y Cáritas Diocesanas de Vitoria) por parte del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y la Fundación Vital.



## 4.2.2 ¿Cómo se distribuyen las medidas en los diferentes ámbitos territoriales?

La acción de promoción surge desde, y tiene efecto en, diferentes ámbitos territoriales.<sup>36</sup>

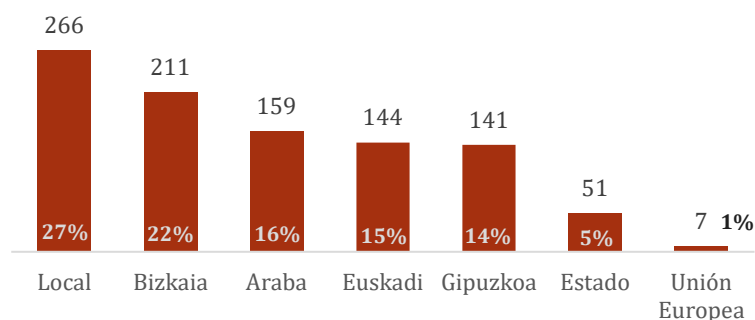
Las medidas surgidas en el **ámbito local** tienen un importante peso en la acción de promoción (27%), tratándose principalmente de medidas impulsadas por ayuntamientos, mancomunidades, y entes públicos asociados a los mismos.

Las surgidas en el **ámbito de los Territorios Históricos** suponen un porcentaje aún mayor (52%), siendo principalmente impulsadas por las Diputaciones Forales y entes públicos asociados a ellas, pero también por entidades privadas.

La **suma de ambos representa el 79% de la acción de promoción identificada** (777 medidas).

El peso de las medidas de la CAPV impulsadas, principalmente, por Gobierno Vasco y entes públicos de la Administración general de la CAPV (Lanbide, Eustat, etc.) representan el 15% de las medidas (144).

GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS POR ÁMBITOS TERRITORIALES (ABSOLUTOS Y %)



Un **análisis por ámbitos territoriales y categorías** refleja cierta relación entre el tipo de medida y el ámbito territorial desde el que se promueve.

- Las relacionadas con la **coherencia** de las organizaciones surgen desde el Territorio Histórico de Bizkaia (45%). Lo local tiene también aquí un papel destacado (27%).
- Las relativas a la **colaboración con otros sectores, instituciones o movimientos sociales** surgen de los Territorios Históricos y en menor medida de la CAPV.
- Las medidas de **conocimiento y reconocimiento del TSS** surgen en buena medida a nivel de Euskadi (38%), aunque Bizkaia (23%) y Gipuzkoa (21%) tienen peso en esta categoría.
- Las de **cooperación con el sector público**, que son escasas, o las de **cooperación intrasector** se impulsan principalmente en la CAPV y en menor medida desde los Territorios Históricos.
- Las medidas de **financiación** están repartidas, siendo el peso del ámbito local y provincial muy significativo (72%).
- El **resto de categorías** se distribuyen de manera similar en todos los ámbitos territoriales. La acción de promoción del ámbito europeo se circunscribe a financiar programas y proyectos de las entidades del TSS, en la mayoría de los casos en colaboración con otros sectores.

<sup>36</sup> Como se ha señalado, las medidas de la Administración General de la CAPV, de la AGE o la UE, aunque tienen efectos o aplicabilidad en los Territorios Históricos, se han registrado según la administración territorial correspondiente. Por otro lado, a lo largo de todo el informe, cuando nos referimos al ámbito territorial de las medidas, el análisis se centra en el territorio donde surge o tiene efecto la medida.

TABLA 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS POR ÁMBITOS TERRITORIALES Y CATEGORÍAS (%)

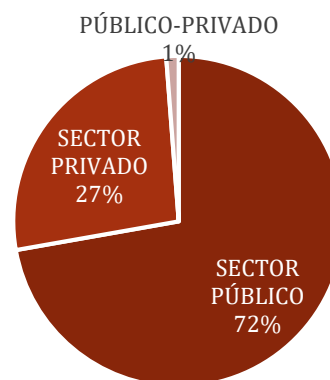
Categorías	Local	Bizkaia	Araba	Euskadi	Gipuzkoa	Estado	UE	Total
Coherencia	27,27	45,45	0,00	18,18	0,00	9,09	0,00	100
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	0,00	45,10	7,84	17,65	29,41	0,00	0,00	100
Conocimiento y reconocimiento del TSS	11,76	23,53	0,00	38,24	20,59	5,88	0,00	100
Cooperación con el sector público	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	100
Cooperación intrasector	7,41	11,11	3,70	66,67	11,11	0,00	0,00	100
Equilibrio de funciones	25,00	25,00	0,00	25,00	0,00	25,00	0,00	100
Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100
Financiación	32,41	18,92	18,22	12,52	12,24	4,73	0,97	100
Fiscalidad	0,00	33,33	33,33	0,00	33,33	0,00	0,00	100
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	19,23	19,23	11,54	7,69	19,23	23,08	0,00	100
Impulso del voluntariado y asociacionismo	22,64	28,30	11,32	11,32	15,09	11,32	0,00	100
Infraestructuras	25,00	20,83	20,83	4,17	25,00	4,17	0,00	100
<b>Total</b>	<b>27,17</b>	<b>21,55</b>	<b>16,24</b>	<b>14,71</b>	<b>14,40</b>	<b>5,21</b>	<b>0,72</b>	<b>100</b>

### 4.2.3 ¿Qué agentes impulsan estas medidas?

Atendiendo a las medidas analizadas, se observa que el peso del sector público es notablemente superior al del **sector privado**. Las medidas de promoción impulsadas por este último suponen el **27%** del total, frente al **72% del sector público**. Asimismo, un número reducido de medidas de promoción surgen gracias a la colaboración de instituciones y organizaciones públicas y privadas.

En términos absolutos, las medidas impulsadas específicamente por **organismos y entes públicos** son un total de **708**.

GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN POR SECTORES (%)



El peso de las **administraciones forales y locales** en la acción de promoción resulta muy significativo, representando el 81% de las medidas de promoción del sector público de la CAPV y el 78% del total de medidas del sector público en general (es decir, instituciones vascas, estatales y europeas). En el lado opuesto estaría la Unión Europea (menos del 1% de las acciones del sector público) o la Administración General del Estado (casi un 3%).

TABLA 5a. DISTRIBUCIÓN DE LA MEDIDAS DE PROMOCIÓN EN EL SECTOR PÚBLICO

SECTOR PÚBLICO	Medidas (abs.)	Medidas (% sectores)	Medidas (% sector público CAE)
<b>Sector público de la CAPV</b>	<b>681</b>	<b>96,19</b>	
Administración General de la CAPV	127		18,65
Administración Foral de la CAPV	284		41,70
Administración Local	270		39,65
<b>Sector público de la AGE</b>	<b>21</b>	<b>2,97</b>	
<b>Sector público de la UE</b>	<b>6</b>	<b>0,84</b>	
<b>Total sector público</b>	<b>708</b>	<b>100,00</b>	

Por otro lado, como se apuntaba previamente, las medidas de promoción impulsadas por el **sector privado** representan un 27% del total de medidas (259 medidas).

- Es relevante la **acción de promoción del ámbito socioeconómico y financiero** (bancos y fundaciones bancarias, empresas y fundaciones empresariales) que supone dos terceras partes (67,95%) de las medidas del sector privado (176 medidas), representando los **bancos y fundaciones bancarias** el 53,29% por sí solos
- Significativa es también la acción de promoción de las **entidades deportivas**, especialmente de las fundaciones ligadas a clubes deportivos vascos de gran arraigo en los territorios, con un total 37 medidas identificadas, el 14,29% de las medidas impulsadas desde el sector privado.
- Finalmente, es necesario subrayar las 26 medidas (10%) impulsadas por las **agencias de voluntariado** que, siendo inferiores en número a las anteriores, suponen una contribución cualitativa clave para la promoción del TSSE.

TABLA 5b. DISTRIBUCIÓN DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN EN EL SECTOR PRIVADO

SECTORES	(abs.)	(% sectores)	(% total CAE o Estado)
<b>Sector privado de la CAPV + Agencias</b>	<b>235</b>	<b>90,73</b>	
Asociaciones y agrupaciones empresariales	1	0,39	0,43
Bancos y fundaciones bancarias	119	45,95	50,64
Empresas y fundaciones empresariales	32	12,36	13,62
Instituciones educativas privadas	16	6,18	6,81
Medios de comunicación privados	4	1,54	1,70
Instituciones deportivas	37	14,29	15,74
Agencias de voluntariado	26	10,04	11,06
<b>Sector privado de implantación estatal</b>	<b>24</b>	<b>9,27</b>	
Bancos y fundaciones bancarias	19	7,34	79,17
Empresas y fundaciones empresariales	5	1,93	20,83
<b>Total sector privado + Agencias</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>	

**Por sectores y Territorios Históricos**, el sector privado tiene mayor peso en Araba (55% de las medidas) mientras en Bizkaia y Gipuzkoa el sector público supone el 79% y 84% respectivamente.

TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS POR SECTOR Y TERRITORIO HISTÓRICO (ABSOLUTOS Y %)

Territorios	Abs.				%			
	Público	Privado	Público-Privado	Total	Público	Privado	Público-Privado	Total
Araba	72	94	4	170	43%	55%	2%	100%
Bizkaia	265	67	4	336	79%	20%	1%	100%
Gipuzkoa	215	40	1	256	84%	15,6%	0,4%	100%
<b>Total sectores</b>	<b>552</b>	<b>201</b>	<b>9</b>	<b>762</b>	<b>73</b>	<b>26</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

La **distribución de las medidas por tipos de agentes y categorías** nos permite conocer dónde pone cada tipo de agente el acento en su actividad de promoción.

- Las **agencias de voluntariado** impulsan medidas que buscan principalmente fortalecer el movimiento asociativo e impulsar el voluntariado y asociacionismo (79% de las medidas).
- Los **entes locales** (ayuntamientos y mancomunidades) concentran su labor de promoción mayoritariamente en la financiación de las organizaciones y redes (85%).
- El resto de **instituciones y entes públicos** también concentran su labor en la financiación (más del 70% de las medidas), aunque la acción de promoción de las Diputaciones Forales de Bizkaia y Gipuzkoa o el Gobierno Vasco está diversificada en otras categorías.
- Las **entidades privadas del sector socioeconómico** concentran su actividad de promoción en la financiación, pero desarrollan también otras actividades.

Así, bancos, fundaciones bancarias, empresas y fundaciones empresariales promueven medidas ligadas al impulso del voluntariado y el asociacionismo y al fortalecimiento de las entidades del TSS.

- Las **instituciones deportivas** concentran buena parte de las medidas en la colaboración con otros sectores y las **instituciones educativas** promueven también este tipo de medidas.
- Las 4 medidas identificadas de los **medios de comunicación** se orientan a promover el conocimiento y reconocimiento del TSSE y a financiar su actividad u otros aspectos.

TABLA 7. DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS POR TIPOS DE AGENTES Y CATEGORÍAS (%)

Agentes por tipos	Coherencia	Colaboración con otros sectores	Conocimiento y reconocimiento del TSS	Cooperación con el sector público	Cooperación intrasector	Equilibrio de funciones	Estrategias específicas, de promoción y otras	Financiación	Fiscalidad	Fortalecimiento organizativo y de gestión	Impulso del voluntariado y el asociacionismo	Infraestructuras	Total agentes
Agencias de voluntariado	-	-	-	-	10,34	-	-	-	-	24,14	55,17	10,34	100,00
Asociaciones y agrup. empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00	-	100,00
Ayuntamientos	1,15	-	1,53	-	0,77	0,38	-	87,36	-	1,92	4,60	2,30	100,00
Bancos	-	-	-	-	-	-	-	65,00	-	15,00	20,00	-	100,00
Diputación Foral de Araba	-	-	-	-	-	-	-	73,91	19,57	-	-	6,52	100,00
Diputación Foral de Bizkaia	3,52	-	3,52	-	1,41	0,70	0,70	82,39	6,34	-	1,41	-	100,00
Diputación Foral de Gipuzkoa	-	-	1,11	-	1,11	-	-	84,44	10,00	-	2,22	1,11	100,00
Empresas	-	20,00	-	-	-	-	-	45,00	-	-	30,00	5,00	100,00
Entidades deportivas	-	50,00	50,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00
Entidades Forales Araba	-	-	-	-	-	-	-	100,00	-	-	-	-	100,00
Entidades Forales Bizkaia	-	-	-	-	-	-	-	100,00	-	-	-	-	100,00
Entidades públicas CAE	-	13,33	20,00	6,67	-	-	-	46,67	-	6,67	6,67	-	100,00
Federaciones y asociaciones educativas	-	100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00
Fundaciones bancarias	-	1,68	4,20	-	0,84	0,84	-	78,15	-	6,72	-	7,56	100,00
Fundaciones de empresas	-	5,88	5,88	-	-	-	-	70,59	-	-	17,65	-	100,00
Fundaciones deportivas	-	88,57	5,71	-	-	-	-	2,86	-	-	2,86	-	100,00
Gobierno de España	4,76	-	4,76	-	-	-	-	90,48	-	-	-	-	100,00
Gobierno Vasco	1,75	-	5,26	0,88	15,79	0,88	-	71,05	-	-	4,39	-	100,00
Mancomunidades	-	-	-	-	-	-	-	80,00	-	20,00	-	-	100,00
Medios de comunicación	-	-	50,00	-	-	-	-	50,00	-	-	-	-	100,00
Unión Europea	-	-	-	-	-	-	-	100,00	-	-	-	-	100,00
Universidades privadas	-	60,00	20,00	-	-	-	-	13,33	-	-	-	6,67	100,00
<b>Total categorías</b>	<b>1,12</b>	<b>5,21</b>	<b>3,48</b>	<b>0,20</b>	<b>2,76</b>	<b>0,41</b>	<b>0,10</b>	<b>73,42</b>	<b>2,76</b>	<b>2,66</b>	<b>5,42</b>	<b>2,45</b>	<b>100,00</b>

#### 4.2.4 ¿A quién van dirigidas?

Las medidas de promoción pretenden promover el desarrollo y fortalecimiento de las entidades del TSSE. Al describir la acción de promoción cabe preguntarse, con más detalle, quiénes o cómo son las entidades y redes del TSSE a las que se dirigen *de facto* las medidas.

Para ello, se ofrece aquí información sobre la figura jurídica de las entidades destinatarias, su tamaño, nivel de estructuración (si son redes o entidades de base), ámbito de actuación, el colectivo al que destinan su actividad y la contingencia que atienden.

Para algunas de estas variables, no siempre se dispone de información o es insuficiente, por lo que se irá indicando cuándo los datos han de ser analizados con cautela.

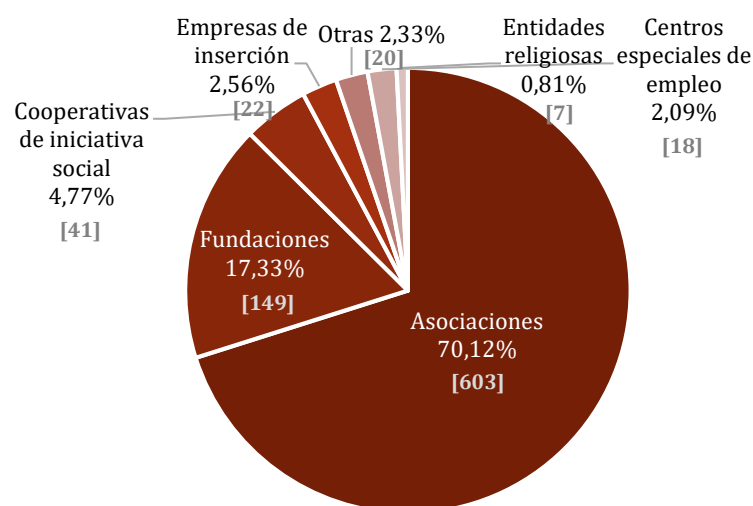
##### 4.2.4.1 La acción de promoción en relación con las figuras jurídicas de las entidades destinatarias

La acción de promoción se concentra en las **asociaciones**, a las que se dirigen el 70,12% de las medidas (603 medidas).

Les siguen las medidas orientadas a las **fundaciones**, el 17,33% (149 medidas).

Un número considerablemente menor se dirige a las **cooperativas de iniciativa social** (4,77%, 41 medidas), las **empresas de inserción** (2,56%, 22 medidas) y los **centros especiales de empleo** (2,09%, 18 medidas).

GRÁFICO 12. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN FIGURAS JURÍDICAS DE LAS ENTIDADES DEL TSS DESTINATARIAS (%)



El 2,33% (20 medidas) se dirigen a **entidades singulares**<sup>37</sup> (ONCE, Cruz Roja). Tan solo 7 medidas (0,8%) tienen como destinatarias específicas a **congregaciones religiosas** que desarrollan una labor de acción social.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Se trata de entidades tuteladas que desarrollan su actividad bajo la protección del Estado, según establecen el Real Decreto 415/1996, de 1 de marzo y Real Decreto 358/1991, de 15 de marzo.

<sup>38</sup> El 14,98% (167 medidas) se dirigen indistintamente a entidades con cualquier figura jurídica. Asimismo, en un 26% de las medidas de promoción identificadas (88) no hay información sobre la figura jurídica. Por otro lado, el sumatorio de las medidas de promoción para cada una de las figuras jurídicas es superior al número de medidas identificadas porque 84 de ellas se dirigen a organizaciones del TSS con diferentes figuras jurídicas.

En líneas generales, los datos guardan relación con el peso de cada figura jurídica en el sector: 9 de 10 son asociaciones y, en coherencia, el peso de las medidas esté principalmente en ellas. No obstante, cabe señalar una sobrerrepresentación en fundaciones y otras figuras jurídicas, que en el sector representan un 6% y un 4% respectivamente cuando las medidas dirigidas a ellas son un 17% (fundaciones) y un 10% (otras figuras jurídicas).<sup>39</sup>

Resulta interesante también conocer **en qué figuras jurídicas inciden el sector público y privado.**

La distribución del peso de la acción de promoción por sectores según la forma jurídica de las organizaciones del TSS destinatarias mantiene la distribución expresada en el análisis por agentes. No obstante, la acción de promoción dirigida a las figuras jurídicas minoritarias parte casi en su totalidad del sector público.

TABLA 8. DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS SEGÚN FIGURAS JURÍDICAS Y SECTORES (ABSOLUTOS Y %)

Figuras jurídicas	Público		Privado		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs	%
Asociaciones	474	70,12	126	70,39	600	70,18
Fundaciones	108	15,98	39	21,79	147	17,19
Cooperativas de iniciativa social	39	5,77	2	1,12	41	4,80
Empresas de inserción	20	2,96	2	1,12	22	2,57
Centros especiales de empleo	16	2,37	2	1,12	18	2,11
Otras	13	1,92	7	3,91	20	2,34
Entidades Religiosas	6	0,89	1	0,56	7	0,82
<b>Total</b>	<b>676</b>	<b>100</b>	<b>179</b>	<b>100</b>	<b>855</b>	<b>100</b>
<i>No especificada</i>	<i>31</i>		<i>53</i>		<i>84</i>	
<i>Indistinta</i>	<i>113</i>		<i>50</i>		<i>163</i>	

El análisis de la distribución de la acción de promoción dirigida a entidades con diferentes formas jurídicas considerando el **tipo de agente** de que parte ofrece otros rasgos de interés:

- Las **agencias de voluntariado** no especifican la figura jurídica a la que se dirigen, aunque cabe suponer que su actividad está orientada a entidades del tercer sector social de cualquier figura jurídica, especialmente al mundo asociativo.
- La **Administración General y la Administración Foral de la CAPV** orientan las medidas de promoción a entidades del TSSE que adoptan cualquier figura jurídica, aunque el Gobierno Vasco concentra la mayor parte de las medidas (tres cuartas partes) dirigidas a empresas de inserción (13 medidas) y Centros Especiales de Empleo (12).
- Las **entidades locales públicas** centran su acción en el mundo asociativo de su ámbito territorial (más del 90% de las medidas se dirigen a asociaciones locales).
- Las **entidades públicas de la Administración General del Estado y la Unión Europea**, cuando especifican a qué figuras jurídicas se dirigen, lo hacen casi por completo al mundo asociativo.

<sup>39</sup> Estas conclusiones deben tomarse con cautela debido al considerable número de medidas de promoción que no especifican de forma manifiesta las figuras jurídicas de las entidades del TSS a las que se dirigen, y a un número aún mayor que, según puede deducirse de las propias medidas, se dirige de forma indistinta a entidades que toman cualquiera de las formas jurídicas propias de las entidades del tercer sector social.

- e. La mayoría de las **entidades privadas**, cuando especifican la figura jurídica de las entidades del TSS destinatarias, orientan sus medidas a las asociaciones y fundaciones.
- f. Las cooperativas de iniciativa social cuentan con medidas de promoción principalmente de **Gobierno Vasco** (36% de las medidas orientadas a cooperativas), pero también de las **Diputaciones Forales** (56%).

TABLA 9. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN FIGURAS JURÍDICAS Y TIPOS DE AGENTES (%)

	Asociaciones	Fundaciones	Coop. Iniciativa Social	Empresas de inserción	Centros EE	Entidades religiosas	Otras	Total
Agencias de voluntariado	-	-	-	-	-	-	-	-
Asociaciones y agrupaciones empresariales	-	100,00	-	-	-	-	-	100,00
Ayuntamientos	92,86	4,08	0,51	1,02	1,02	0,51	-	100,00
Bancos	25,00	-	25,00	25,00	25,00	-	-	100,00
Diputación Foral de Araba	68,02	16,07	9,83	0,74	-	-	4,34	100,00
Diputación Foral de Bizkaia	72,14	17,14	6,43	1,43	1,43	0,71	0,71	100,00
Diputación Foral de Gipuzkoa	44,68	36,17	8,51	1,06	-	3,19	6,38	100,00
Empresas	33,33	66,67	-	-	-	-	-	100,00
Entidades deportivas	66,67	33,33	-	-	-	-	-	100,00
Entidades Forales Araba	66,67	33,33	-	-	-	-	-	100,00
Entidades Forales Bizkaia	100,00	-	-	-	-	-	-	100,00
Entidades públicas CAE	63,64	27,27	-	9,09	-	-	-	100,00
Federaciones y asociaciones educativas	-	-	-	-	-	-	-	-
Fundaciones bancarias	80,98	16,34	-	-	-	0,18	2,5	100,00
Fundaciones de empresas	61,03	23,53	-	4,78	4,78	-	5,88	100,00
Fundaciones deportivas	66,87	26,86	1,16	-	-	-	5,71	100,00
Gobierno de España	86,67	13,33	-	-	-	-	-	100,00
Gobierno Vasco	47,44	19,1	11,17	9,64	8,85	0,19	3,61	100,00
Mancomunidades	88,89	11,11	-	-	-	-	-	100,00
Medios de comunicación	-	-	-	-	-	-	-	-
Unión Europea	100,00	-	-	-	-	-	-	100,00
Universidades privadas	46,67	46,67	-	-	-	-	6,66	100,00

TABLA 10. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN FIGURAS JURÍDICAS Y TERRITORIOS HISTÓRICOS (ABSOLUTOS)

Por **Territorios Históricos**, no se han identificado medidas en Araba y Gipuzkoa dirigidas a centros especiales de empleo.

El resto de figuras jurídicas cuentan con medidas dirigidas a ellas en los tres territorios.

	Asociaciones	Fundaciones	Cooperativas IS	Empresas de inserción	Centros EE	Entidades religiosas	Otras	No especificada	Indistinta
Araba	123	28	6	1	-	1	4	9	8
Bizkaia	128	42	4	2	2	1	4	17	25
Gipuzkoa	61	38	5	1	-	3	8	16	18



Una lectura desde las **categorías** en que se han clasificado las medidas, permite evidenciar que las cooperativas de iniciativa social, las empresas de inserción, los centros especiales de empleo y las entidades religiosas, no cuentan con medidas específicas en al menos 6 categorías: colaboración con otros sectores; instituciones y movimientos sociales; conocimiento y reconocimiento del TSS; cooperación con el sector público; equilibrio de funciones; fortalecimiento organizativo y de la gestión; e infraestructuras.

Tampoco han sido identificadas medidas fiscales específicas para empresas de inserción o centros especiales de empleo.

Por otra parte, las medidas de coherencia e impulso del voluntariado y la elaboración de estrategias específicas de promoción del TSS se dirigen, aun con distribución desigual, a entidades del TSS con cualquier figura jurídica a excepción de las entidades religiosas.

TABLA 11. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN FIGURAS JURÍDICAS Y CATEGORÍAS

	Asociaciones	Fundaciones	Cooperativas IS	Empresas de inserción	Centros EE	Entidades religiosas	Otras	No especificada	Indistinta
Coherencia	5	2	2	1	1	-	-	-	6
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	30	14	-	-	-	-	5	14	-
Conocimiento y reconocimiento del TSS	10	1	-	-	-	-	-	5	19
Cooperación con el sector público	-	2	-	-	-	-	-	-	-
Cooperación intrasector	11	-	4	4	4	-	-	9	1
Equilibrio de funciones	1	-	-	-	-	-	-	2	1
Estrategias específicas, de promoción y otras	1	1	1	1	1	-	-	-	-
Financiación	479	99	19	15	11	7	14	33	91
Fiscalidad	21	21	14	-	-	-	-	1	6
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	4	1	-	-	-	-	-	-	21
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	14	9	1	1	1	-	-	23	10
Infraestructuras	9	3	-	-	-	-	1	1	12

#### 4.2.4.2 La acción de promoción en relación con el tamaño de las entidades destinatarias <sup>40</sup>

Un 28,89 % de las medidas identificadas (284) no especifican el tamaño de la entidad del TSS destinataria y el 51,27% (504) se dirigen indistintamente a entidades de cualquier tamaño. Esto impide cruzar la información con las distintas variables como se ha hecho en otros apartados.

<sup>40</sup> Las entidades, atendiendo al volumen de ingresos, se clasifican en: a) PYMAS, ingresos menores a 300.000€ anuales; b) grandes, ingresos de entre 300.001 y 1.500.000€ anuales; c) muy grandes: ingresos superiores a 1.500.000€ anuales. Las PYMAS, según el Barómetro 2019 representan más del 80% de las entidades del TSSE (p.26).

De este modo, sólo se han identificado 195 medidas dirigidas específicamente a entidades según su tamaño. Las pequeñas y medianas entidades, habitualmente asociaciones (PYMAS), reciben el 7,12% de las medidas identificadas (70) y las grandes o muy grandes el 12,72% (125).

Así, un 19,84% de las medidas de promoción se dirigen a entidades específicas según su tamaño.

La acción de promoción dirigida específicamente a PYMAS surge tanto de instituciones públicas (65,71%) como privadas (34,29%), aunque cabe destacar el importante peso que tienen tanto el Gobierno Vasco<sup>41</sup> como las fundaciones bancarias<sup>42</sup>, reuniendo entre ambos más de la mitad (54,28%) de las medidas dirigidas a este tipo de organizaciones.

La acción dirigida específicamente a organizaciones grandes o muy grandes del TSSE surge de instituciones públicas (68%) y privadas (32%), teniendo las Diputaciones Forales, con diferencias entre ellas, un importante peso (57,6%) en el apoyo a este tipo de organizaciones. En el sector privado, las fundaciones bancarias, vuelven a tener un papel relevante al agrupar casi la mitad de las medidas impulsadas por este sector que se dirigen a organizaciones grandes o muy grandes.

Por otro lado, aunque las agencias de voluntariado se dirigen indistintamente a organizaciones de cualquier tamaño, de facto desarrollan una importante labor de apoyo a las PYMAS vascas.

TABLA 12. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL TAMAÑO DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y TIPO DE AGENTE (ABSOLUTOS Y %)

Tipo de agente	Absolutos			%		
	PYMAS	Grandes o muy grandes	Total	PYMAS	Grandes o muy grandes	Total
Ayuntamientos	6	-	6	8,57	-	3,08
Asociaciones y agrupaciones empresariales	-	1	1	-	0,8	0,51
Bancos	1	2	3	1,43	1,6	1,54
Diputación Foral de Araba	7	5	12	10	4	6,15
Diputación Foral de Bizkaia	13	44	57	18,57	35,2	29,23
Diputación Foral de Gipuzkoa	1	20	21	1,43	16	10,77
Empresas	1	8	9	1,43	6,4	4,62
Fundaciones bancarias	19	15	34	27,14	12	17,44
Fundaciones de empresas	-	1	1	-	0,8	0,51
Fundaciones deportivas	3	10	13	4,29	8	6,67
Gobierno Vasco	19	16	35	27,14	12,8	17,95
Universidades privadas	-	3	3	-	2,4	1,54
Total	70	125	195	100,00	100,00	100,00

<sup>41</sup> Cabe esperar que el apoyo a PYMAS provenga de entidades de carácter local y foral, aunque la mayor parte de las medidas identificadas de este tipo de entidades no se dirijan de forma específica a PYMAS.

<sup>42</sup> Destaca aquí la Fundación BBK ya que es la única entidad privada que dispone de un programa permanente y específico de fortalecimiento organizacional dirigido a las PYMAS de Bizkaia.

Desde el punto de vista de las **categorías**, la financiación concentra gran parte de las medidas tanto dirigidas a PYMAS como a entidades grandes o muy grandes. En las PYMAS un número considerable de medidas se orienta a la cooperación intrasector (18,57%) y, en menor medida, a la dotación de infraestructuras (11,43%). En las entidades grandes o muy grandes, las medidas que buscan la colaboración con otros sectores tienen un papel destacable.

TABLA 13. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL TAMAÑO DE LAS ENTIDADES DEL TSS DESTINATARIAS Y CATEGORÍAS (ABSOLUTOS Y %)

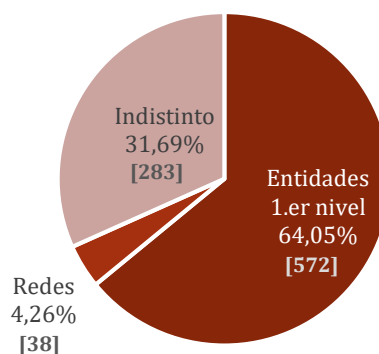
CATEGORÍAS	Absolutos			%		
	PYMAS	Grandes o muy grandes	Total	PYMAS	Grandes o muy grandes	Total
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	4	15	19	5,71	12,00	9,74
Conocimiento y reconocimiento del TSSE	2	-	2	2,86	-	1,03
Cooperación intrasector	13	-	13	18,57	-	6,67
Cooperación con el sector público		1	1	-	0,80	0,51
Financiación	41	99	140	58,57	79,20	71,79
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	2	1	3	2,86	0,80	1,54
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	-	6	6	-	4,80	3,08
Infraestructuras	8	3	11	11,43	2,40	5,64
Total	70	125	195	100,00	100,00	100,00

#### 4.2.4.3 La acción de promoción en relación con el nivel de estructuración de las entidades destinatarias (organizaciones de primer nivel o superiores)

En un 8,69% de las medidas identificadas (85) no se especifica el nivel de estructuración de las entidades a las que se destinan: organizaciones de base (primer nivel o superiores).

Partiendo de aquellas medidas de las que sí se cuenta con información, se observa que un 64,05% (572 medidas) se dirigen de forma específica a **entidades de primer nivel** (organizaciones de base), un 4,26% (46 medidas) están destinadas específicamente a **redes** y un 31,69% (283 medidas) se dirigen de forma indistinta a organizaciones de ambos tipos.<sup>43</sup>

GRÁFICO 13. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL NIVEL DE ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS (%)



<sup>43</sup> Según datos del Barómetro 2019, el 2,2% de las organizaciones son redes que agrupan a otras organizaciones (p.7).

Por **sectores** corresponde al sector público el peso principal en la acción de promoción dirigida tanto a las entidades de primer nivel como a las redes. Cabe apuntar, además, que entre las redes el peso del sector público es algo mayor.

TABLA 14. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL NIVEL DE ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y SECTOR (ABSOLUTOS Y %)

NIVEL	Absolutos			%		
	Público	Privado	Total	Público	Privado	Total
Entidades de primer nivel	423	149	572	73,95%	26,05%	100%
Redes	33	5	38	86,84%	13,16%	100%

Atendiendo al **tipo de agente**, la acción de promoción dirigida a entidades de primer nivel surge de agentes de todo tipo. La orientada a las redes surge de agentes de ambos sectores, público y privado, pero destaca el Gobierno Vasco como agente principal, concentrando el 63 % de las medidas identificadas. Asimismo, aunque la información resulta escasa en términos porcentuales y absolutos, las medidas de promoción provenientes de instituciones públicas dirigidas a redes son impulsadas en los Territorios Históricos por las Diputaciones Forales y desde el sector privado, por agentes del ámbito socioeconómico (bancos, fundaciones bancarias) y deportivo (fundaciones deportivas), siendo los únicos que implementan medidas (4) dirigidas a redes.

TABLA 15. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL NIVEL DE ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y TIPO DE AGENTE (ABSOLUTOS Y %)

Territorios	Entidades 1.º nivel		Redes		Indistinto		No especificado	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Agencias de voluntariado	-	-	-	-	10	3,53	19	22,35
Asociaciones y agrupaciones empresariales	1	0,17	-	-	-	-	-	-
Ayuntamientos	130	22,73	-	-	121	42,76	10	11,76
Bancos	2	0,35	1	2,63	16	5,65	1	1,18
Diputación Foral de Araba	25	4,37	4	10,53	15	5,30	2	2,35
Diputación Foral de Bizkaia	105	18,36	5	13,16	25	8,83	7	8,24
Diputación Foral de Gipuzkoa	79	13,81	1	2,63	9	3,18	1	1,18
Empresas	10	1,75	-	-	-	-	10	11,76
Entidades deportivas	2	0,35	-	-	-	-	-	-
Entidades Forales Araba	4	0,70	-	-	4	1,41	-	-
Entidades Forales Bizkaia	1	0,17	-	-	-	-	1	1,18
Entidades públicas CAE	3	0,52	-	-	7	2,47	5	5,88
Federaciones y asociaciones educativas	-	-	-	-	-	-	1	1,18
Fundaciones bancarias	93	16,26	2	5,26	18	6,36	6	7,06
Fundaciones de empresas	9	1,57	-	-	4	1,41	4	4,71
Fundaciones deportivas	29	5,07	1	2,63	3	1,06	2	2,35
Gobierno de España	8	1,40	-	-	13	4,59	-	-
Gobierno Vasco	58	10,14	24	63,16	30	10,60	2	2,35
Mancomunidades	6	60,00	-	-	4	1,41	-	-
Medios de comunicación	-	-	-	-	2	0,71	2	2,35
Unión Europea	4	0,70	-	-	2	0,71	-	-
Universidades privadas	3	0,52	-	-	-	-	12	14,12
<b>Total</b>	<b>572</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>283</b>	<b>100</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

La descripción por **categorías** pone de manifiesto que un muy alto porcentaje (86,89%) de las medidas dirigidas específicamente a las entidades de primer nivel están orientadas a su financiación. Del resto, aunque su peso es significativamente más bajo, destacan las orientadas a fomentar la colaboración con otros sectores e instituciones (5,94%) y las que buscan el impulso del voluntariado y el asociacionismo (2,45%).

En cuanto a las redes, aunque las medidas que persiguen su financiación representan el 50%, es destacable que un importante número de ellas (15 medidas, 39,47%) se centran en la búsqueda de la cooperación dentro del sector. Se trata, casi en todos los casos, de medidas de apoyo dirigidas a redes de diferentes ámbitos.

Las medidas de promoción dirigidas indistintamente a entidades de primer nivel y redes se distribuyen de forma desigual entre prácticamente todas las categorías, aunque es también la financiación la que acapara buena parte de las medidas identificadas (60,78%).

Del resto, aunque su peso es significativamente menor, destacan las orientadas a fomentar el conocimiento y reconocimiento del TSS (7,07%), el fortalecimiento organizativo y de la gestión (7,42%) y las medidas de carácter fiscal (7,77%).

TABLA 16. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL NIVEL DE ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y CATEGORÍAS (ABSOLUTOS Y %)

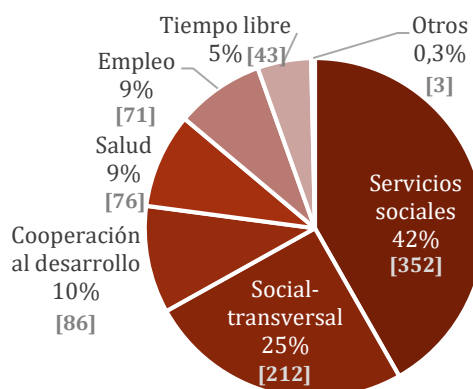
Territorios	Entidades 1.º nivel		Redes		Indistinto		No especificado	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Coherencia	2	0,35	-	-	9	3,18	-	-
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	34	5,94	1	2,63	2	0,71	14	16,47
Conocimiento y reconocimiento del TSS	8	1,40	-	-	20	7,07	6	7,06
Cooperación con el sector público	2	0,35	-	-	-	-	-	-
Cooperación intrasector	-	-	15	39,47	5	1,77	7	8,24
Equilibrio de funciones	-	-	-	-	2	0,71	2	2,35
Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público	-	-	-	-	1	0,35	-	-
Financiación	497	86,89	19	50,00	172	60,78	30	35,29
Fiscalidad	5	0,87	-	-	22	7,77	-	-
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	4	0,70	-	-	21	7,42	1	1,18
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	14	2,45	-	-	16	5,65	23	27,06
Infraestructuras	6	1,05	3	7,89	13	4,59	2	2,35
<b>Total</b>	<b>572</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>100</b>	<b>283</b>	<b>100</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

#### 4.2.4.4 La acción de promoción en relación con el ámbito de actuación de las entidades destinatarias

La acción de promoción se distribuye de manera desigual atendiendo a los diferentes ámbitos de actuación de las organizaciones del TSS destinatarias<sup>44</sup>.

El ámbito de los Servicios Sociales y el Social-transversal<sup>45</sup> suponen el 67 % de la acción de promoción (290 medidas orientadas a Servicios Sociales y 236 a Social-transversal). Les sigue el ámbito de la Cooperación al Desarrollo (10%, 86 medidas), Salud (9%, 76), Empleo (9%, 71) y Tiempo Libre (5%, 43). Otros<sup>46</sup> ámbitos no llegan al 1% del total.

GRÁFICO 14. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS (%)



Si comparamos el porcentaje de medidas de apoyo que reciben las organizaciones de cada ámbito (Informe MP 2019) con el peso de las organizaciones de cada ámbito sobre el total de organizaciones del TSSE (Barómetro 2019):

- Las entidades de los ámbitos de Servicios Sociales y Empleo reciben apoyo en un porcentaje considerablemente mayor a su peso en el sector según el Barómetro 2019.
- El ámbito de los Servicios Sociales es el que recibe mayor apoyo, pero según los datos del Barómetro, es el segundo con mayor peso en el sector.
- El apoyo recibido por las organizaciones de los ámbitos Social-transversal y Tiempo libre es significativamente menor con respecto a su peso en el sector.

<sup>44</sup> En un 5,62% de las medidas identificadas (55) no hay información sobre el ámbito de actuación; las medidas que se dirigen indistintamente a organizaciones de cualquier ámbito son 146 (14,92%). Por otro lado, el sumatorio de las medidas de promoción para cada uno de los ámbitos es superior al número de medidas identificadas porque 45 de ellas se dirigen a organizaciones del TSS con diferentes ámbitos de actuación.

<sup>45</sup> Siguiendo la definición expuesta en el Barómetro 2019 (p.10), se trata de “organizaciones que se dedican a la promoción de la igualdad y los derechos de colectivos, en situación de vulnerabilidad (mujeres, mayores, personas pertenecientes a minorías étnicas, familias monoparentales, LGTBIQ+, inmigrantes u otros). Mayoritariamente desarrollan actividades de desarrollo comunitario (información y orientación, sensibilización, articulación de la participación social, ayuda mutua...)”.

<sup>46</sup> Siguiendo la clasificación del Barómetro 2019 se agrupan aquí: las organizaciones del Tercer Sector orientadas a la promoción del TSS que prestan servicios de consultoría social, formación, investigación..., adaptados a la realidad del sector; las entidades de promoción de la economía alternativa solidaria; las entidades del sector que desempeñan su actividad en un ámbito distinto a los anteriores; y las redes que agrupan a organizaciones de varios ámbitos.

TABLA 17. DISTRIBUCIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SEGÚN MEDIDAS (%) Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN PRINCIPAL (%)

Ámbitos	Informe	
	MP 2019	Barómetro 2019
Social-transversal	25	36,5
Servicios Sociales	42	23,3
Cooperación al Desarrollo	10	13,3
Tiempo Libre	5	12,1
Salud	9	9,3
Empleo	9	3,8
Otros	0,3	1,6

Respecto al **sector** (público/privado) al que pertenecen los agentes promotores no se constatan diferencias significativas respecto al resto de apartados. Cabe reseñar que, en términos relativos, las organizaciones cuyo ámbito de actuación principal es la salud reciben un apoyo mayor del sector privado y las del ámbito social-transversal y del tiempo libre, del sector público.

TABLA 18. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y SECTORES (ABSOLUTOS Y %)

Figuras jurídicas	Público		Privado		Público-privado	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Servicios Sociales	253	34,05	98	33,91	1	7,69
Social-transversal	181	24,36	31	10,73	1	7,69
Indistinto	86	11,57	55	19,03	5	38,46
No especificado	23	3,10	28	9,69	4	30,77
Cooperación al Desarrollo	71	9,56	15	5,19	-	0,00
Empleo	52	7,00	18	6,23	1	7,69
Salud	36	4,85	39	13,49	1	7,69
Tiempo Libre	39	5,25	4	1,38	-	0,00
Otros	2	0,27	1	0,35	-	0,00
<b>Total</b>	<b>743</b>	<b>100</b>	<b>289</b>	<b>100</b>	<b>13</b>	<b>100</b>

Respecto a **los Territorios Históricos** observamos como en todos existe acción de promoción, dirigida a entidades de cualquier ámbito y tanto desde entidades locales como desde las diputaciones y otros agentes territoriales. Los de Servicios Sociales y Social Transversal son los ámbitos con mayor número de medidas de promoción en los tres territorios, siendo Bizkaia el que, en términos absolutos, contempla más medidas orientadas a ambos ámbitos.

Por otra parte, Araba impulsa más de la mitad de las medidas de promoción dirigidas a organizaciones del ámbito de la salud y el tiempo libre en el conjunto de la CAPV. Asimismo, las medidas dirigidas a las organizaciones del ámbito del empleo o del tiempo libre están más presentes en Araba y Bizkaia.

TABLA 19. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y TERRITORIOS HISTÓRICOS (ABSOLUTOS)

	Servicios Sociales	Social-transversal	Cooperación al desarrollo	Empleo	Salud	Tiempo Libre	Otros	Indistinto	No especificado	Total
Araba	77	15	3	9	28	5	-	8	17	162
Bizkaia	88	48	5	22	9	3	-	25	31	231
Gipuzkoa	74	24	5	4	9	1	-	18	27	162
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>87</b>	<b>13</b>	<b>35</b>	<b>46</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>51</b>	<b>75</b>	<b>555</b>

Cabe destacar dos aspectos generales del análisis por **categorías**:

Por un lado, las categorías que concentran un mayor peso de la acción de promoción, como las medidas orientadas a la financiación de la actividad y otros aspectos de las entidades, se dirigen a entidades de cualquier ámbito de actuación.

Por otro lado, buena parte de las medidas de varias categorías no se dirigen a organizaciones que desarrollan su labor en ámbitos como la cooperación al desarrollo, la salud y el tiempo libre y, en menor medida, en el empleo. Resulta especialmente significativo el caso de las organizaciones de tiempo libre que, prácticamente, sólo son destinatarias de las medidas de financiación.

TABLA 20. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y CATEGORÍAS (ABSOLUTOS)

	Servicios Sociales	Social-Transversal	Cooperación al Desarrollo	Empleo	Salud	Tiempo Libre	Otros	Indistinto	No especificado
Coherencia	1	3	1	-	-	-	-	6	-
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	29	9	3	3	6	-	-	-	5
Conocimiento y reconocimiento del TSS	2	7	3	1	1	-	1	20	3
Cooperación con el sector público	1	-	-	1	1	-	-	-	-
Cooperación intrasector	8	4	-	5	-	-	2	6	2
Equilibrio de funciones	-	2	-	-	-	-	-	1	1
Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Financiación	297	168	76	56	65	43	1	41	21
Fiscalidad	1	1	1	-	1	-	-	25	-
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	1	5	-	1	-	-	-	18	1
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	7	12	2	2	-	-	-	12	22
Infraestructuras	5	1	-	1	2	-	-	16	-



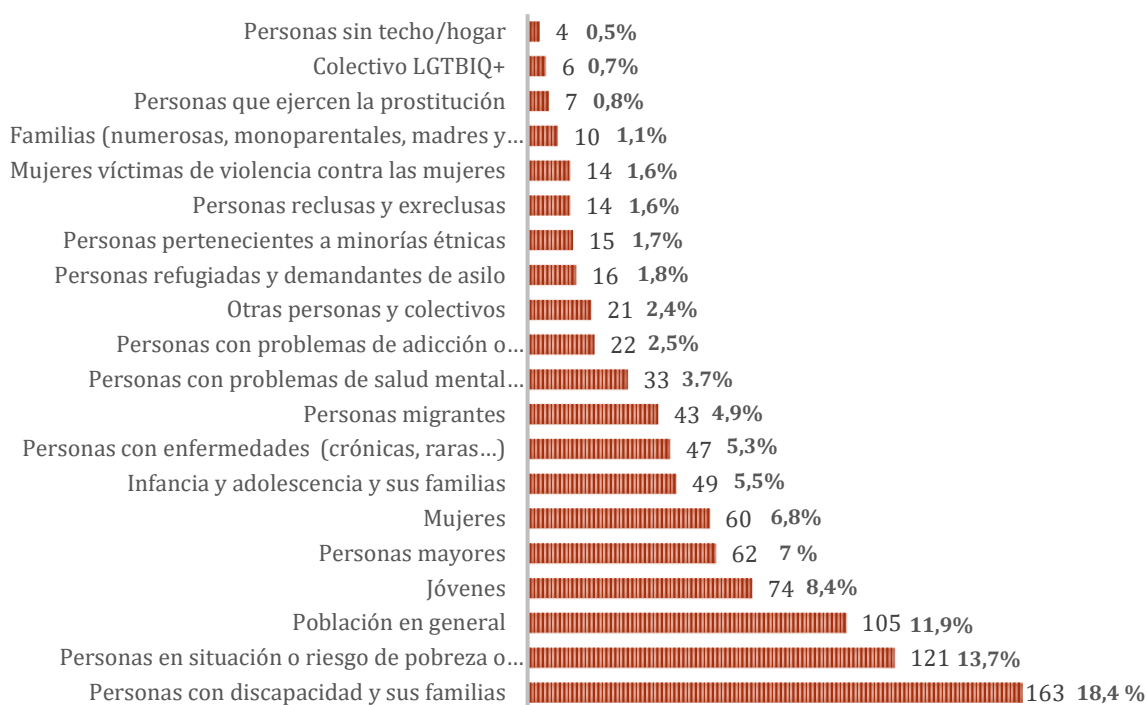
#### 4.2.4.5 La acción de promoción en relación con los colectivos a los que dirigen su acción las entidades destinatarias

En casi el 10% de las medidas identificadas (121) no se especifica el colectivo al que deben dirigirse las entidades destinatarias de las medidas y en otros casos (17%), las medidas se dirigen a organizaciones que trabajan con cualquier colectivo, indistintamente (213).

Siendo así, la visión de conjunto ha de ser tomada con cautela, pero, atendiendo a los casos en que sí se especifica el colectivo al que deben dirigirse las entidades destinatarias de las medidas, se observa que las **personas con discapacidad** y sus familias aglutinan el 18,4% de las medidas (163) y las **personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión** el 13,7% (121 medidas). Y les siguen las medidas dirigidas a la **población en general** (105 medidas), **jóvenes** (74), **personas mayores** (62), **mujeres** (60) e **infancia y adolescencia** (49).<sup>47</sup>

En los colectivos señalados se concentra cerca del 75% de las medidas identificadas.

GRÁFICO 15. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN LOS COLECTIVOS A LOS QUE DIRIGEN SU ACTIVIDAD LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS (ABSOLUTOS Y %)



Nuevamente, si comparamos el porcentaje de medidas de apoyo que reciben las organizaciones que se dirigen a cada colectivo (Informe MP 2019) con el peso de estas organizaciones sobre el total de organizaciones del TSSE (Barómetro 2019) cabe señalar lo siguiente.

<sup>47</sup> El total de casos del gráfico es superior al número de medidas ya que un 18% de las medidas (159 medidas) se dirigen al mismo tiempo a diferentes colectivos.

- a. La acción de promoción de entidades que dirigen su actividad a personas con **discapacidad** y sus familias representa el 18,4% del total, mientras que el 11,8% de las organizaciones del TSSE dirige su acción principalmente a este colectivo.<sup>48</sup>

Algo similar ocurre con la acción de promoción de organizaciones que dirigen su actividad a la **población en general** y a las **personas jóvenes**<sup>49</sup>, con una diferencia del 3,7% y del 5,4%, respectivamente entre las medidas existentes y el peso de dichas entidades.

- b. Por el contrario, las organizaciones que orientan su actividad principal a **personas mayores y mujeres** son el 12,4% y el 11,5% respectivamente, y a ellas se dirigen el 7% y el 6,8% de las medidas. Y es mayor aún la desproporción entre el porcentaje de las que dirigen su actividad principal a la **infancia y adolescencia** y sus familias (17,8%) y el porcentaje orientado a este tipo de organizaciones en la acción de promoción (5,5%).

TABLA 21. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN LOS COLECTIVOS A LOS QUE DIRIGEN SU ACTIVIDAD LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS (%)

Colectivos	Informe	Barómetro
	MP 2019	2019 <sup>50</sup>
Personas con discapacidad y sus familias	18,4	11,8
Personas en situación o riesgo de pobreza o marginación o exclusión	13,7	11,8
Población en general	11,9	8,2
Jóvenes	8,4	3,0
Personas mayores	7,0	12,4
Mujeres	6,8	11,5
Infancia y adolescencia y sus familias	5,5	17,8
Personas con enfermedades (crónicas, raras...)	5,3	4,2
Personas migrantes	4,9	5,9
Personas con problemas de salud mental (enfermedad mental) y sus familias	3,7	3,6
Personas con problemas de adicción o drogodependientes	2,5	1
Otras personas y colectivos	2,4	1,7
Personas refugiadas y demandantes de asilo	1,8	1,1
Personas pertenecientes a minorías étnicas	1,7	1,1
Personas reclusas y exreclusas	1,6	0,5
Mujeres víctimas de violencia contra las mujeres	1,6	0,5
Familias (numerosas, monoparentales, madres y padres separados/as...)	1,1	1,5
Personas que ejercen la prostitución	0,8	0,4
Colectivo LGTBIQ+	0,7	1,1
Personas sin techo/hogar	0,5	0,6

<sup>48</sup> Se ha de advertir que este tipo de lecturas no tienen en cuenta aspectos como el número de personas y familias atendidas por las organizaciones ni el grado de estructuración de cada ámbito. De este modo, si se trata de un ámbito conformado por un número reducido de organizaciones de tamaño grande el porcentaje de organizaciones a las que se dirigen las medidas puede ser reducido, pero el número de personas y/o familias destinatarias muy superior.

<sup>49</sup> Cabe que en las entidades del ámbito "juventud" se incluyan algunas que se dirigen también a niñas/os y adolescentes.

<sup>50</sup> El dato del Barómetro 2019 corresponde al porcentaje de organizaciones según el colectivo principal al que dirigen su acción (p.14). Equipo del Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia (2020). *Barómetro 2019. Principales datos de las organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi*. El dato está disponible en la p.4. Recuperado de: [https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO\\_txostena\\_2019\\_cas.pdf](https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO_txostena_2019_cas.pdf)

El **análisis por sectores** permite constatar que en ambos sectores las organizaciones de personas con discapacidad y sus familias, o dirigidas a ellas, son unas de las que reciben más apoyo, siendo el peso de las medidas orientadas a este colectivo mayor en el sector privado (26,32%).

En el sector privado también hay algo más de peso en las medidas destinadas a entidades que dirigen su actividad a personas en situación o riesgo de exclusión (15,79% versus 13% en el sector público) e infancia-adolescencia (8,33% y 4,59% respectivamente).

Por su parte, el sector público incluye entre los principales colectivos de promoción a la población en general (13,91%), mucho menos presente en el sector privado, y también tiene más incidencia en las acciones orientadas a jóvenes (9,79%), personas mayores (7,80%) y mujeres (8,41%).

No obstante, como se ha señalado, en términos absolutos, es desde el sector público desde donde se impulsan un mayor número de medidas independientemente del colectivo.

TABLA 22. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN LOS COLECTIVOS A LOS QUE DIRIGEN SU ACTIVIDAD LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y SECTORES (ABSOLUTOS Y %)

Colectivos	Público		Privado		Púb-Priv.	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Personas con discapacidad y sus familias	102	15,60	60	26,32	1	33,33
Personas en situación o riesgo de pobreza o marginación o exclusión	85	13,00	36	15,79	0	0,00
Población en general	91	13,91	14	6,14	0	0,00
Jóvenes	64	9,79	9	3,95	1	33,33
Personas mayores	51	7,80	10	4,39	0	0,00
Mujeres	55	8,41	5	2,19	0	0,00
Infancia y adolescencia y sus familias	30	4,59	19	8,33	0	0,00
Personas con enfermedades (crónicas, raras...)	19	2,91	27	11,84	1	33,33
Personas migrantes	36	5,50	7	3,07	0	0,00
Personas con problemas de salud mental (enfermedad mental) y sus familias	20	3,06	13	5,70	0	0,00
Personas con problemas de adicción o drogodependientes	17	2,60	5	2,19	0	0,00
Otras personas y colectivos	16	2,45	5	2,19	0	0,00
Personas refugiadas y demandantes de asilo	14	2,14	2	0,88	0	0,00
Personas pertenecientes a minorías étnicas	13	1,99	2	0,88	0	0,00
Personas reclusas y exreclusas	11	1,68	3	1,32	0	0,00
Mujeres víctimas de violencia contra las mujeres	12	1,83	2	0,88	0	0,00
Familias (numerosas, monoparentales, madres y padres separados/as...)	7	1,07	3	1,32	0	0,00
Personas que ejercen la prostitución	4	0,61	3	1,32	0	0,00
Colectivo LGTBIQ+	4	0,61	2	0,88	0	0,00
Personas sin techo/hogar	3	0,46	1	0,44	0	0,00
<i>Total (sin Indistintos y No especificados)</i>	<i>666</i>	<i>100,00</i>	<i>230</i>	<i>100,00</i>	<i>4</i>	<i>100,00</i>
<i>Indistinto</i>	<i>153</i>		<i>55</i>		<i>5</i>	
<i>No especificado</i>	<i>73</i>		<i>44</i>		<i>4</i>	

Los datos por territorios ponen de manifiesto la existencia de medidas de promoción orientadas a organizaciones que dirigen su actividad a los diferentes colectivos en todos los **ámbitos territoriales** salvo excepciones como la Unión Europea, cuyas medidas se centran principalmente en organizaciones que dirigen su actividad a jóvenes y adolescentes.

TABLA 23. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN LOS COLECTIVOS A LOS QUE DIRIGEN SU ACTIVIDAD LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y ÁMBITOS TERRITORIALES (ABSOLUTOS)

Colectivos	Local	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Euskadi	Estado	Unión Europea
Personas con discapacidad y sus familias	13	47	46	25	21	11	-
Personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión	17	25	34	19	17	9	-
Población en general	55	7	13	14	10	5	-
Jóvenes	31	7	10	7	10	5	4
Personas mayores	17	2	8	22	5	7	-
Mujeres	32	2	19	4	1	2	-
Infancia y adolescencia y sus familias	19	5	10	6	2	6	1
Personas con enfermedades (crónicas, raras...)	5	22	5	5	6	4	-
Personas migrantes	8	2	14	8	9	2	-
Personas con problemas de salud mental (enfermedad mental) y sus familias	1	6	6	8	7	5	-
Personas con problemas de adicción o drogodependientes	4	1	5	2	7	3	-
Otras personas y colectivos	2	3	6	2	6	2	-
Personas refugiadas y demandantes de asilo	1	-	5	1	7	2	-
Personas pertenecientes a minorías étnicas	3	4	2	3	2	1	-
Personas reclusas y exreclusas	1	2	4	2	4	1	-
Mujeres víctimas de violencia contra las mujeres	2	2	4	-	4	2	-
Familias (numerosas, monoparentales, madres y padres separados/as...)	-	1	1	1	6	1	-
Personas que ejercen la prostitución	-	2	1	-	2	2	-
Colectivo LGTBIQ+	1	-	1	1	2	1	-
Personas sin techo/hogar	-	-	1	1	1	1	-
<i>Total (sin Indistintos ni No específicos)</i>	212	140	195	131	129	72	5
<i>Indistinto</i>	86	19	32	28	32	15	1
<i>No especificado</i>	39	11	20	12	31	8	-

Además de esta, cabe hacer las siguientes consideraciones:

- Es sobre todo en el ámbito territorial de Euskadi y el Estado donde mayor diversidad por colectivos existe y aumenta el peso de las acciones orientadas a los colectivos menos presentes entre las medidas de promoción. Si en general los colectivos de personas con discapacidad, riesgo de pobreza o exclusión, población en general, jóvenes, mayores, mujeres e infancia y adolescencia agrupan casi el 75% de las medidas de promoción, en los ámbitos territoriales de Euskadi y el Estado suponen el 51% y 62% respectivamente, repartiéndose su acción con otros colectivos minoritarios: personas reclusas, mujeres víctimas de violencia, personas que ejercen la prostitución, etc.
- En el ámbito local predominan las medidas orientadas a entidades que dirigen su actividad a la población en general (25,94%), mujeres (15,09%) y jóvenes (14,62%).
- Por Territorios Históricos, en Araba las principales medidas de promoción están dirigidas a organizaciones que se dirigen a personas con discapacidad (33,57%), personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión (17,86%) y personas con enfermedades (15,71%).

En Bizkaia a personas con discapacidad (25,56%), personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión (18,89%) y mujeres (10,56%).

En Gipuzkoa a personas con discapacidad (19,08%), personas mayores (16,79%), personas en situación o riesgo de pobreza o exclusión (14,50%) y población en general (10,69%).

Por **categorías**, y respecto a los colectivos que concentran casi las tres cuartas partes de la acción de promoción (personas con discapacidad, riesgo de pobreza o exclusión, población en general, jóvenes, mayores, mujeres e infancia y adolescencia), a grandes rasgos puede decirse que:

- a. En estos colectivos predominan mayoritariamente las medidas de promoción vinculadas a la *financiación* (más del 80% de las medidas son de este tipo).
- b. La categoría *colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales* o la *colaboración intrasector* parecen ser mayores en las entidades que tienen por destinatarias a personas con discapacidad. Las medidas vinculadas a las *infraestructuras* están predominantemente dirigidas también a estas personas.
- c. Categorías como *equilibrio de funciones* o *coherencia* apenas contienen medidas de promoción para algunas de las organizaciones que dirigen su actividad a los colectivos seleccionados. Otras como las medidas *fiscales* están dirigidas, salvo contadas excepciones, a cualquier organización que cumpla los criterios establecidos en la normativa fiscal correspondiente y las *estrategias específicas* se dirigen a cualquier organización sin importar el colectivo.

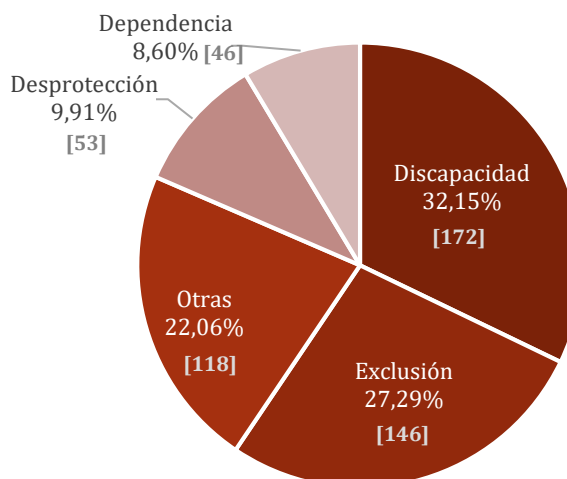
TABLA 24. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN LOS COLECTIVOS A LOS QUE DIRIGEN SU ACTIVIDAD LAS ORGANIZACIONES DEL TSS DESTINATARIAS Y CATEGORÍAS (ABSOLUTOS)

	Personas con discapacidad	Personas situac. pobreza	Población en general	Jóvenes	Personas mayores	Mujeres	Infancia y adolescencia
Coherencia	1	-	2	-	-	-	-
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	21	8	1	2	1	2	5
Conocimiento y reconocimiento del TSS	1	1	2	-	1	2	-
Cooperación con el sector público	-	1	-	-	-	-	-
Cooperación intrasector	6	3	1	-	1	2	-
Equilibrio de funciones	-	-	-	-	-	1	-
Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público	-	-	-	-	-	-	-
Financiación	128	106	88	68	55	42	43
Fiscalidad	1	1	-	-	-	-	-
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	1	-	-	2	2	1	-
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	-	-	11	1	1	10	1
Infraestructuras	4	1	-	1	1	-	-

#### 4.2.4.6 La acción de promoción en relación con las contingencias que atienden las entidades destinatarias

En el 28% de las medidas identificadas (298) no ha sido posible identificar la contingencia. El 20% de las medidas identificadas (215) se dirigen indistintamente a entidades que atienden cualquier tipo de contingencia. Por ello, lo que aquí se señala, de manera general, se ha de tomar con cautela.

GRAFICO 16. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS SEGÚN CONTINGENCIAS (ABSOLUTOS Y %)



En general, puede decirse que las medidas de promoción están bastante repartidas entre las distintas contingencias.

Son discapacidad (32,15% de medidas) y exclusión (27,29%) las contingencias con mayor número de medidas de promoción. Le siguen otras contingencias (22,06%) y desprotección (9,91%), siendo dependencia la contingencia con menos medidas de promoción (8,60%).

Si comparamos el porcentaje de medidas de apoyo que reciben las organizaciones según las contingencias que atienden (Informe MP 2019) con el peso cada una de ellas sobre el total de organizaciones del TSSE (Barómetro 2019)<sup>51</sup>:

- Las entidades que atienden a personas con **discapacidad, desprotección o dependencia** reciben apoyo en un porcentaje mayor a su peso en el sector según el Barómetro 2019. Este hecho es considerablemente mayor en las entidades que atienden a personas con discapacidad.
- Por el contrario, entidades que atienden a **colectivos con otras contingencias** reciben medidas de apoyo en un porcentaje menor respecto a su peso en el sector según el Barómetro 2019.
- Las entidades que atienden a personas en situación de **exclusión** reciben medidas de promoción en un porcentaje más acorde a su peso en el sector.

TABLA 25. DISTRIBUCIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SEGÚN MEDIDAS (%) Y CONTINGENCIAS ATENDIDAS (%)

Contingencias	Informe MP 2019	Barómetro 2019
Discapacidad	32,15	15,1
Exclusión	27,29	22,6
Otras	22,06	53,2
Desprotección	9,91	5,4
Dependencia	8,60	3,6

<sup>51</sup> Esta comparativa con los datos ofrecidos en el Barómetro de 2019 ha de ser tomada con cautela debido al significativo porcentaje de medidas de promoción que no especifican la contingencia. Por otro lado, se ha de tener en cuenta lo ya señalado en la nota a pie 48, o, también en la 49.

Tanto el **sector** público como el privado impulsan medidas de promoción dirigidas a todo tipo de entidades, considerando la contingencia que atienden. Por otro lado, tanto en función del sector como del tipo de agente, las medidas están bastante repartidas entre las distintas contingencias.

Por **ámbitos territoriales**, existen medidas dirigidas a todo tipo de organizaciones, considerando la contingencia que atienden, aunque con mayor detalle podría decirse que:

- Desde el ámbito local predominan las medidas orientadas a las entidades que atienden la contingencia de exclusión (38%).
- En los Territorios Históricos la discapacidad representa un tercio de las medidas impulsadas (en Gipuzkoa representan el 29%);
- En Euskadi y el Estado también predomina esta contingencia (29% y 36% de las medidas respectivamente) si bien en Euskadi tiene un peso mayor la contingencia otros (37%), mientras que en el Estado la exclusión y la desprotección tienen un peso relevante (23%).

TABLA 26. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS POR CONTINGENCIAS Y ÁMBITOS TERRITORIALES (ABSOLUTOS)

	Discapacidad	Exclusión	Desprotección	Dependencia	Otros	Indistinta	No especificada
Local	12	24	7	8	12	86	138
Araba	44	32	6	6	33	19	26
Bizkaia	51	37	20	6	25	32	49
Gipuzkoa	28	25	7	18	16	29	24
Euskadi	23	18	4	4	29	32	43
Estado	14	9	9	4	3	16	13
Unión Europea	-	1	-	-	-	1	5

Los datos por **categorías** han de ser tomados con cautela, pero a grandes rasgos cabe decir que:

- Las *organizaciones que atienden a personas con discapacidad* tienen presencia en las medidas de promoción relacionadas con *buena parte de las categorías*.
- Las medidas de *financiación* de las actividades y otros aspectos de las organizaciones se dirigen a organizaciones que atienden todo tipo de contingencias. También *las medidas que buscan la colaboración con otros sectores e instituciones* tienen presencia en las distintas contingencias, pero predominantemente en discapacidad y exclusión.
- Las medidas asociadas a la categoría *conocimiento y reconocimiento* o las vinculadas a la *cooperación intrasector* son casi exclusivas de los ámbitos discapacidad y exclusión.
- La contingencia discapacidad destaca también por ser la principal contingencia en las medidas relacionadas con la categoría *infraestructuras*.
- De forma general, puede subrayarse que, al margen de las medidas orientadas a la financiación, la acción de promoción parece estar ausente o ser escasa respecto a organizaciones dirigidas a personas en situación o riesgo de desprotección y dependencia.

TABLA 27. DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS POR CONTINGENCIAS Y CATEGORÍAS  
(ABSOLUTOS)

	Discapacidad	Exclusión	Desprotección	Dependencia	Otros	Indistinta	No especificada
Coherencia	1	-	-	-	1	8	1
Colaboración con otros sectores, instituciones y movimientos sociales	21	12	1	2	7	-	10
Conocimiento y reconocimiento del TSS	1	1	-	-	1	20	11
Cooperación con el sector público	-	1	-	-	2	-	-
Cooperación intrasector	6	4	-	1	2	8	6
Equilibrio de funciones	1	-	-	-	1	1	1
Estrategias específicas, de promoción y otras acciones desde el sector público	-	-	-	-	-	1	-
Financiación	135	127	51	43	93	107	227
Fiscalidad	-	-	-	-	-	27	
Fortalecimiento organizativo y de la gestión	2	-	1	-	-	17	6
Impulso del voluntariado y el asociacionismo	-	1	-	-	9	11	33
Infraestructuras	5	-	-	-	2	15	3



## 5 La acción de promoción en relación con la LTSSE y la EPTSSE

El objeto del informe sobre las medidas de promoción del Tercer Sector Social de Euskadi no es evaluar el despliegue de la ley ni de la estrategia de promoción del TSSE. De este modo, lo que se analiza aquí es qué medidas identificadas en el ejercicio analizado (2019 en este caso), previstas o no, se relacionan con la ley y/o la estrategia.

El capítulo IV de la **Ley 6/2016**, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi contempla, en su artículo 17, el desarrollo de una **Estrategia de Promoción** del Tercer Sector Social de Euskadi a promover por el departamento del Gobierno Vasco competente en materia de servicios sociales, con una vigencia de cuatro años.

La estrategia se aprobó en 2018 incluyendo un total de 36 actuaciones que deben ser impulsadas por las organizaciones y redes del TSSE, por diferentes departamentos del Gobierno Vasco y en colaboración.

Un grupo de 12 actuaciones de la estrategia fueron priorizadas para ser desarrolladas en un **plan de legislatura** que abarcaba el periodo 2018-2020, periodo en el que se inscribe el presente informe (2019).

Asimismo, la ley y la propia estrategia contienen y toman en consideración medidas de promoción de otros niveles de las administraciones públicas vascas, como las diputaciones forales y los entes locales. Concretamente dos: la elaboración de estrategias de promoción y el impulso de las mesas de diálogo civil u órganos similares.

La ley contempla una serie de **aspectos o áreas de interés** que han sido tomados en cuenta para trazar los diferentes **objetivos** de la estrategia y clasificar las medidas de promoción incluidas en ella, áreas que, a su vez, han servido de referencia para establecer las diferentes categorías en las que se han agrupado las medidas de promoción incluidas en este informe (ver más arriba 2.1.2. *Clasificación de las medidas de promoción*).

Como se ha señalado en la presentación, la descripción de la acción de promoción se encuadra dentro de las políticas de promoción del TSSE previstas en la LTSSE y desarrolladas en la EPTSSE, por lo que ley y estrategia constituyen un marco de referencia con el que la acción de promoción aquí descrita debe ser coherente y estar alineada. Algo que prevén, de hecho, ambas.

Por ello, tomando como referencia este marco, realizaremos a continuación una **lectura de la acción de promoción identificada según las diferentes áreas y aspectos de interés establecidos en la LTSSE y la EPTSSE**, lectura que nos permitirá determinar el desarrollo de estas áreas y aspectos en la acción de promoción y el modo en que esta está en consonancia con y refuerza los diferentes objetivos establecidos en la estrategia.

Tales aspectos o áreas de interés son los siguientes:

1. Desarrollo de la base social y participación de las organizaciones.
2. Fortalecimiento organizativo y de la gestión.
3. Estructuración del TSSE y colaboración con otras organizaciones.
4. Sostenibilidad, autonomía, transparencia y rendición de cuentas.
5. Inversiones e infraestructuras.
6. Colaboración con el sector público.
7. Colaboración con las empresas.
8. Fomento, fiscalidad y reconocimiento del TSSE.
9. Identidad.

## **5.1 En relación con las áreas y objetivos expuestos en la LTSSE y la EPTSSE**

### **5.1.1 Desarrollo de la base social y participación de las organizaciones**

Una de las características de la identidad de las organizaciones del TSS es que surgen y cuentan con una base social integrada por personas socias y otras personas voluntarias. La LTSSE, en su artículo 6, recoge una serie de principios de actuación de las organizaciones, entre los que está el de participación social. Principio éste que subraya la necesidad de reforzar, mantener o incrementar la base social de las entidades favoreciendo la participación activa de los diferentes colectivos en su vida interna y actividad externa. Asimismo, el principio apunta a favorecer la participación social de la ciudadanía en la intervención social a través del TSSE, así como al fortalecimiento del tejido social mediante acciones de promoción de sus organizaciones y redes.

Cabe destacar en este sentido la labor de las agencias de voluntariado de los tres Territorios Históricos (Batekin, bolunta, Gizalde), que desarrollan acciones de promoción del voluntariado y la participación social dirigidas a la ciudadanía, junto con acciones específicas, como las dirigidas al colectivo universitario a través de programas que pretenden impulsar su participación en las organizaciones, en colaboración con diferentes universidades vascas o implantadas en la CAPV.

Asimismo, desde el ámbito público local y, en menor medida, desde las Diputaciones Forales, se han identificado un grupo de medidas para impulsar la participación social, principalmente de las mujeres, y el fomento del asociacionismo de mujeres y de personas mayores.

En el ámbito de la CAPV cabe destacar la línea subvencional para actividades de fortalecimiento de la acción voluntaria y la participación asociativa en la intervención social incluida en las subvenciones para el fomento de actividades del tercer sector en el ámbito de la intervención social en el País Vasco, impulsadas por el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del GV.

Por otra parte, el Gobierno Vasco, a través del Departamento de Trabajo y Justicia, impulsa medidas para la incorporación de personas socias y la consolidación de estructuras asociativas en empresas de economía social solidaria (algunas de las cuales son también tercer sector social).<sup>52</sup>

Finalmente, el sector privado, a excepción de la participación de las fundaciones bancarias vascas en el impulso de las agencias de voluntariado, tiene una escasa incidencia en este aspecto. Cabe señalar como ejemplo la colaboración entre bolunta y la Fundación Bilbao Basket en la realización de un acto de reconocimiento del voluntariado y de sensibilización sobre la participación social cada 5 de diciembre (Día internacional del voluntariado).

### **5.1.2 Fortalecimiento organizativo y de la gestión**

La promoción del TSSE pasa, sin lugar a dudas, por el fortalecimiento de las organizaciones y de su capacidad de gestión. La LTSSE, en su artículo 16, establece las obligaciones para las organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi que cooperen y colaboren con las administraciones públicas vascas. Entre estas obligaciones está la de fomentar la mejora continua de la capacidad técnica, recursos metodológicos y organizativos, y de su capacidad de actuación.

Este aspecto aparece ampliamente reflejado en la EPTSSE, habiéndose incluido en el plan de legislatura 2018-2020, la actuación 12, consistente en el análisis y mejora de las subvenciones y ayudas del Departamento de Empleo y Políticas Sociales, que ha dado lugar a la unificación en una sola convocatoria de las líneas de ayuda a organizaciones del TSSE, ya mencionada en el epígrafe anterior, y la activación de la línea de gestión del conocimiento.

Considerando el resto de medidas identificadas, son de relevancia para las PYMAS, desde un punto de vista local, los servicios de asesoría y programas de formación específicos para asociaciones impulsados por ayuntamientos y mancomunidades (en algunos casos, dirigidos a asociaciones de mujeres o de personas mayores). También de forma específica el Consejo de la Juventud de Euskadi desarrolla un servicio de asesoramiento para jóvenes y asociaciones juveniles.

El Gobierno Vasco, a través del Departamento de Empleo y Políticas Sociales, mediante la convocatoria ya referida, y en particular, mediante las líneas de subvención para actividades de intervención social y para actividades de fortalecimiento de la acción voluntaria y la participación asociativa, desarrolla una importante labor de apoyo a las organizaciones, muchas de ellas PYMAS.

El Departamento de Trabajo y Justicia, cuenta con medidas específicas orientadas al fortalecimiento organizativo y de la gestión de entidades de economía social. Concretamente, las ayudas para la formación y las ayudas dirigidas a la consolidación de estructuras asociativas de las empresas y entidades de economía social de la CAPV.

---

<sup>52</sup> Ayudas para la incorporación de personas socias a empresas de economía social; Ayudas dirigidas a la consolidación de estructuras asociativas de las empresas y entidades de economía social de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

La actividad del resto de entidades públicas (forales o de la CAPV) se canaliza, al menos en parte, a través de su participación en las agencias de voluntariado que impulsan medidas que se concretan en servicios de asesoría, asistencia técnica y formación, de especial incidencia en las PYMAS de los tres Territorios Históricos.

El sector privado tiene también una presencia relevante en el impulso de este tipo de medidas. Las fundaciones bancarias vascas, además de participar en las agencias de voluntariado, desarrollan por sí mismas servicios de formación y apoyo a la gestión (Kutxa Fundazioa).

Cabe destacar aquí, el programa Indartu, impulsado por BBK Fundazioa, para el apoyo y fortalecimiento organizacional que, como en los casos anteriores, resulta clave para las PYMAS.

Además de las fundaciones bancarias vascas, bancos y fundaciones bancarias de implantación estatal (La Caixa, Banco Santander) impulsan medidas de asesoría o formación legal, económica, tecnológica, etc. para organizaciones del TSS.

### **5.1.3 Estructuración del TSSE y colaboración entre organizaciones**

En la propia exposición de motivos de la LTSSE se manifiesta la necesidad de “fortalecer la propia estructuración del tercer sector social mediante las redes de organizaciones y su convergencia”.

El artículo 22.2, incluido dentro del capítulo IV dedicado a la promoción del TSSE, establece que “las organizaciones y las redes del tercer sector social de Euskadi impulsarán la colaboración y el intercambio de información y buenas prácticas entre las organizaciones y redes que lo conforman”. Además, deberán promover, entre otros aspectos, su estructuración. Algo a lo que contribuyen, junto con otros medios, Sareen Sarea y espacios de interlocución y articulación del sector, y su voz, como las mesas de diálogo civil en Euskadi y Bizkaia.

El Libro Blanco del TSSE 2014-2015 incluía como retos impulsar la colaboración entre organizaciones de intervención directa y avanzar en la estructuración del sector.

El objetivo 5 de la EPTSEE se dedica, entre otros aspectos, a la estructuración del sector a todos los niveles: colaboración horizontal entre organizaciones de intervención; gobernanza, articulación interna, participación y trabajo en red en el seno de cada red; articulación del sector en su conjunto tanto a nivel territorial como por ámbitos y conexión entre Sareen Sarea y determinados ámbitos como el asociacionismo de las mujeres.

La EPTSSE incluye cinco actuaciones que guardan relación con esta cuestión <sup>53</sup>, en la mayoría de casos, a impulsar por las propias organizaciones y redes del TSSE, excepto la actuación 26 (impulso de la estructuración del TSSE) incluida en el plan de legislatura y que cuenta con la participación del Gobierno Vasco en una de sus acciones (acción 3) mediante subvenciones nominativas para el fortalecimiento de las redes supra-territoriales que, en buena medida, encauza el Departamento de Empleo y Políticas Sociales. Asimismo, el Departamento de Trabajo y Justicia impulsa anualmente ayudas para la intercooperación empresarial en la Economía Social.

---

<sup>53</sup> Ver actuaciones 13, 24, 25, 26 y 33.

Respecto al ámbito del voluntariado, las Diputaciones Forales junto con Gobierno Vasco y las fundaciones bancarias vascas, impulsan también indirectamente la estructuración del sector a través de su participación en las agencias de voluntariado que, a su vez, participan y dinamizan los foros de entidades de voluntariado de sus respectivos territorios, espacios que sirven de encuentro, conexión, colaboración y estructuración de este tipo de organizaciones.

La presencia del sector privado en la estructuración del TSSE es prácticamente inexistente, destacando como única medida identificada la plataforma *gipuzkoasolidaria.info* impulsada por Kutxa Fundazioa, proyecto que busca fomentar las relaciones entre asociaciones de Gipuzkoa a través del espacio digital desarrollado.

#### **5.1.4 Sostenibilidad, autonomía, transparencia y rendición de cuentas**

El artículo 16 de la LTSSE establece entre las obligaciones de las organizaciones del TSSE que cooperen y colaboren con las administraciones públicas vascas, la de ser transparentes y rendir cuentas, interna y externamente, de acuerdo, en su caso, con lo dispuesto en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

Asimismo, entre los retos del sector identificados en el Libro Blanco del Tercer Sector Social de Euskadi 2014-2015, cabe mencionar aquí los siguientes:

- RETO 5. Avanzar en la sostenibilidad económica de las organizaciones.
- RETO 7. Garantizar la transparencia y la rendición de cuentas y multiplicar los esfuerzos de comunicación.

La EPTSSE incluye también diversas actuaciones relacionadas<sup>54</sup>, entre las que destacamos las siguientes:

- 15. Campaña de promoción de donaciones y legados.
- 16. Desarrollo de la capacidad de inversión, liquidez y acceso al crédito.
- 18. Clarificación del alcance de las obligaciones de las organizaciones recogidas en el artículo 16 de la LTSEE.
- 27. Impulso de la transparencia y la cultura de la evaluación.
- 32. Impulso de acciones para la mejora del registro y de la disponibilidad de datos registrales sobre las organizaciones y redes del TSSE.

En la acción de promoción identificada existen numerosos ejemplos de medidas que apuntan a la sostenibilidad de las organizaciones del TSSE a través de la financiación pública y también, en consonancia con lo expuesto en el artículo 20.2 de la LTSSE, mediante la implicación de las empresas y la ciudadanía en la financiación, por diferentes vías, de sus actividades.

---

<sup>54</sup> Concretamente, las actuaciones incluidas en la EPTSSE que guardan en relación con la sostenibilidad, autonomía, transparencia y rendición de cuentas son las siguientes: 15,16, 18, 19, 27, 29, 30, 32.

Así, como ya se ha expuesto, las medidas de financiación del TSSE surgen de todo tipo de instituciones públicas de todos los ámbitos territoriales.

Y también contribuyen significativamente a la sostenibilidad de las organizaciones del tercer sector, con un peso y una intensidad diferentes, las entidades privadas del ámbito socioeconómico (bancos, fundaciones bancarias, empresas y fundaciones empresariales).

Además de la financiación de programas, proyectos y actividades del TSS mediante convocatorias de ayudas y subvenciones o convenios públicos o privados, también se han identificado otros mecanismos que contribuyen a la sostenibilidad económica del sector.

Por un lado, los mecanismos financieros impulsados por bancos vascos (Kutxabank, Laboral Kutxa) o con implantación en la CAPV (Fiare Banca Ética, Caixabank) en forma de acceso a créditos con condiciones especiales, anticipos, etc.

Por otro, el diseño de productos financieros por los mismos actores (en este caso, Kutxabank y Fiare Banca Ética) que permiten a la ciudadanía participar en la financiación de proyectos solidarios mediante la donación de intereses de depósitos y fondos de inversión<sup>55</sup>.

Finalmente, las medidas de carácter fiscal impulsadas por las haciendas forales, incluyendo, como se ha expresado más arriba, las exenciones fiscales a las entidades del tercer sector y los incentivos fiscales a los que pueden acogerse empresas y particulares por donativos, donaciones y aportaciones realizadas a favor de entidades del TSSE.

### **5.1.5 Inversiones e infraestructuras**

La LTSSE contempla en su artículo 21 dos grupos de medidas de apoyo a impulsar por las administraciones públicas vascas a fin de facilitar a las organizaciones y redes del TSSE que puedan disponer de instalaciones e infraestructuras adecuadas afectas al desarrollo de actividades sociales de interés general (art. 21.1) y favorecer que realicen y mejoren sus inversiones e impulsar su actividad económica (art. 21.2).

Ambos grupos de medidas se concretan en la EPTSSE en el desarrollo de las siguientes tres actuaciones que pretenden la mejora de los recursos materiales (infraestructuras) y el desarrollo de la capacidad de inversión y liquidez de las organizaciones:

- 2. Programas sociales de vivienda y red de viviendas de inserción.
- 16. Desarrollo de la capacidad de inversión, liquidez y acceso al crédito.
- 17. Plan de promoción de infraestructuras sociales, vinculadas a la provisión de servicios de responsabilidad pública y a otras actividades de interés general de las organizaciones del TSSE en el ámbito de la intervención social.

---

<sup>55</sup> Más información sobre este aspecto puede verse en el apartado 4.2.2.1 *Descripción de las medidas de financiación identificadas*.

De ellas, la actuación 17 fue incluida en el plan de legislatura 2018-2020, a desarrollar por el Gobierno Vasco y las redes del TSSE, con el liderazgo del Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial y Vivienda. Y una actuación similar aparece recogida entre los objetivos del Plan Director de Vivienda 2018-2020.<sup>56</sup>

Esta actuación 17 se ha desarrollado parcialmente. A comienzos de 2019 el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial y Vivienda disponía de más de 90 pisos cedidos a otros departamentos, instituciones (Diputaciones Forales, ayuntamientos) y organizaciones del TSSE (Cruz Roja, CEAR, Caritas, entre otros) para atender distintos programas de inclusión social.

Este mismo departamento impulsa un programa de subvenciones dirigidas a ayuntamientos, organismos autónomos locales y entidades locales menores, pero también a entidades privadas con fines sociales de utilidad pública, para la elaboración o actualización de planes de accesibilidad y para la ejecución de obras de mejora.<sup>57</sup>

Por otra parte, la acción de promoción identificada recoge un número importante de medidas que pretenden mejorar la capacidad inversora y facilitar el acceso a infraestructuras.

Respecto a la **inversión**, los instrumentos de apoyo identificados son escasos. En este punto, nos remitimos a lo expresado en el apartado anterior referente al diseño de mecanismos financieros impulsados por bancos vascos (Kutxabank, Laboral Kutxa) o con implantación en la CAPV (Fiare Banca Ética, Caixabank) que facilitan el acceso al crédito a las organizaciones del TSSE, permitiendo afrontar así sus dificultades de tesorería.

Existen, además, otros modos alternativos e incipientes de acceso a financiación. Desde el lado público, destacamos dos iniciativas de la Diputación Foral de Bizkaia: Seed Capital<sup>58</sup>, fondo de capital riesgo cuyos objetivos son apoyar la promoción y consolidación de iniciativas empresariales socialmente innovadoras y del que empresas de inserción y otras entidades sociales han sido beneficiarias. Y Crowdfunding Bizkaia<sup>59</sup>, plataforma destinada al desarrollo de proyectos de innovación social mediante inversión de capital de promotores privados.

Desde el sector privado, se han identificado una iniciativa de crowdfunding solidario impulsada por Caixabank, y el convenio firmado entre Fiare Banca Ética y Sareen Sarea que pretende garantizar unas condiciones preferentes en el acceso a la financiación para las entidades socias de la red, así como otros beneficios (anticipos de facturas y subvenciones, seguros...).

---

<sup>56</sup> En su acción 1.1.6. señala expresamente: "El Gobierno Vasco mantendrá una estrecha colaboración con las entidades sociales y entes del Tercer Sector del País Vasco para el desarrollo de programas sociales de vivienda. Se podrán realizar convenios de colaboración de cesión o alquiler de vivienda del parque protegido propio con organizaciones sociales. El objetivo será dar respuesta a las necesidades de vivienda de los colectivos más desfavorecidos, aquellos que tienen graves dificultades para acceder a una vivienda bajo procesos normalizados".

<sup>57</sup> A través de este programa de subvenciones se han aceptado en 2019 29 planes y 112 obras.

<sup>58</sup> <https://www.seedcapitalbizkaia.eus/>

<sup>59</sup> <https://crowdfundingbizkaia.com/>

Respecto a las medidas de acceso a **infraestructuras**, participan en ellas entidades públicas y privadas.

Desde el sector público, además de las medidas impulsadas por el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial y Vivienda, las Diputaciones Forales y los ayuntamientos juegan un importante papel en la cesión de locales o en la autorización del uso de espacios a entidades del TSSE. Destacan aquí las subvenciones a la inversión en centros de servicios sociales impulsadas por el Departamento de Políticas Sociales de la Diputación Foral de Gipuzkoa, que incluyen la línea 3 dedicada a financiar inversiones a realizar en las sedes de las entidades del tercer sector social de Gipuzkoa (ver anexo IV)<sup>60</sup>.

El sector privado desarrolla casi el 50% de este tipo de medidas, destacando las fundaciones bancarias vascas, que alquilan a precios reducidos o ceden temporalmente espacios para el desarrollo de actividades, en algunos casos a través de acuerdos a largo plazo. Por ejemplo, el Centro La Ola que BBK cede a Gorabide como residencia de estancias temporales para personas con discapacidad intelectual.

En algunos casos, la provisión de infraestructuras surge de la colaboración público-privada, como la cesión de espacios para la federación de asociaciones Vicente Abreu, medida impulsada en colaboración entre el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, la Diputación Foral de Araba y la Fundación Vital.

Finalmente, las agencias de voluntariado de Gipuzkoa (Gizalde) y Bizkaia (bolunta) ceden espacios en especial a las PYMAS, destacando el programa Ganbara (bolunta), consistente en la cesión temporal de espacios de trabajo a entidades sociales solidarias de Bizkaia para su actividad interna habitual y de salas polivalentes para actividades o proyectos específicos ocasionales.

### **5.1.6 Colaboración con el sector público**

La cooperación de las administraciones públicas vascas y el TSEE constituye un aspecto importante de la ley, cuyo artículo 15 enumera y describe diversos instrumentos para formalizar la cooperación y colaboración entre las administraciones públicas y las organizaciones del TSSE.

Esta importancia aparece expresada en la EPTSSE a través de un numeroso grupo de actuaciones que buscan fortalecer la colaboración entre las administraciones públicas vascas y el TSSE dentro de un marco de consolidación de los sistemas de responsabilidad pública.

El plan de legislación incluye actuaciones específicamente diseñadas para desarrollar y mejorar el modelo, el marco y las herramientas de cooperación público-social:

- 1. Transversalidad de la colaboración del GV con el TSSE y fortalecimiento de la MDCE.
- 5. Seguimiento, impulso y valoración del despliegue del modelo mixto.
- 6. Impulso del régimen de concierto social y los convenios.
- 7. Impulso del modelo comunitario de atención en las organizaciones del TSSE.

---

<sup>60</sup> Actuación recogida en el objetivo 44 del Plan Estratégico de Gestión 2015-2019 de la Diputación Foral de Gipuzkoa.



Las actuaciones 1 y 6 han tenido un desarrollo en 2019, pero, más allá de ellas, la acción de promoción relacionada con este aspecto es escasa.

Tan solo se han identificado dos medidas (0,20%), siendo una de ellas el convenio entre la Dirección General de Integración y Atención Humanitaria de la Secretaría de Estado de Migraciones del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, la Administración General de la Comunidad Autónoma del País Vasco, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y las entidades sociales Cáritas Diocesana de Bilbao, Cáritas Diocesana de Vitoria, Cáritas Diocesana de San Sebastián y Fundación Social Ignacio Ellacuría para desarrollar en Euskadi una Experiencia Piloto de Patrocinio Comunitario Auzolana II en materia de acogida e integración de personas beneficiarias de protección internacional.

### **5.1.7 Colaboración con las empresas**

La LTSSE contempla la promoción, por parte de las administraciones públicas vascas, de la colaboración entre el sector empresarial y el TSSE en el ámbito de la intervención social. El artículo 24.2 recoge una serie de iniciativas para impulsar esta colaboración, que se concretan en:

- a. acciones de patrocinio y mecenazgo, donación, marketing con causa u otras acciones, puntuales o no, que fundamentalmente movilizan recursos económicos de las empresas para el desarrollo de iniciativas de interés general de las organizaciones del tercer sector social en el ámbito de la intervención social ajenas a la provisión de servicios de responsabilidad pública;
- b. acciones de voluntariado corporativo, convenios para la puesta en marcha de proyectos compartidos u otras acciones que implican una colaboración de carácter más estable, conectadas con enfoques de responsabilidad social y con la misión de las empresas y las organizaciones, y la movilización de capital no sólo económico, sino también humano y social.

La EPTSSE recoge lo establecido en la ley buscando avanzar hacia un marco compartido por el TSSE y las empresas vascas, concretándose principalmente en la actuación 20, cuyo objetivo es la creación de un programa piloto de colaboración sector empresarial vasco-TSSE.

Un nutrido grupo de medidas identificadas (51, 5,21%) dan cuenta de la colaboración persistente entre el TSSE y otros sectores, incluido el ámbito empresarial. En este sentido, buena parte de los convenios de colaboración identificados se concretan en acciones de voluntariado corporativo (participación de profesionales de las empresas en el desarrollo de actividades de proyectos, asesoría técnica en su ejecución, etc.) y, en menor medida, en el patrocinio de actividades de las propias organizaciones, en términos económicos o de visibilidad social de las entidades, en el marco de los programas de responsabilidad social de las empresas participantes.

A pesar de ello, la implicación empresarial en este tipo de iniciativas parece responder a impulsos aislados y de las propias empresas, echándose en falta un marco o estrategia compartida de colaboración entre ambos sectores, para lo cual sería necesario la activación en los próximos años de la actuación 20 prevista en la estrategia, incluyéndola en el nuevo plan de legislatura.

### 5.1.8 Fomento, fiscalidad y reconocimiento del TSSE

El artículo 22 de la LTSSE recoge una serie de medidas a desarrollar para impulsar el reconocimiento del Tercer Sector Social de Euskadi y su contribución.

En esta línea, la EPTSSE incorpora una serie de actuaciones<sup>61</sup>, algunas de carácter transversal que afectan a esta y otras áreas, y que han sido comentadas más arriba en las áreas referentes a fortalecimiento organizativo, sostenibilidad o inversiones e infraestructuras, entre otras.

Respecto al reconocimiento del TSSE, la estrategia incluye dos actuaciones que pretenden mejorar el conocimiento y reconocimiento del sector y poner en valor su contribución social. Se trata de las actuaciones:

- 28. Identificación, reconocimiento y promoción del valor total y el valor añadido del TSSE y de las organizaciones.
- 29. Iniciativa para dar a conocer el TSSE, su realidad y contribución.

Ambas actuaciones, a realizar por las organizaciones y redes del TSSE con el apoyo de Gobierno Vasco, han sido recogidas en el plan de legislatura y se han ido dando pasos en su implementación.

De la actuación 28 se ha desarrollado un primer diseño del sistema y herramienta de autoevaluación del valor total y el valor añadido de las organizaciones.<sup>62</sup>

De la actuación 29, cabe destacar el convenio de colaboración rubricado en diciembre de 2019 entre EITB, el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco y Sareen Sarea.

Este acuerdo permitirá la realización de ocho campañas anuales que darán a conocer la realidad de la acción de las entidades agrupadas en Sareen Sarea en favor de la inclusión social y la defensa de las personas más vulnerables.

Además de las anteriores, y al margen de las diseñadas en la propia estrategia, la acción de promoción identificada aglutina 34 medidas (3,47%) que persiguen dar a conocer o reconocer la labor de las organizaciones y redes del TSSE. Este tipo de medidas vienen siendo impulsadas por agentes tanto del sector público como del privado y toman diferentes formas.

Respecto a la visibilidad de las organizaciones y su contribución, desde el sector público, juegan un importante papel a nivel local la generación de espacios y herramientas virtuales de difusión de la actividad asociativa implementados por algunos ayuntamientos (Bilbao, Vitoria-Gasteiz).

Desde la CAPV, el Registro General de Asociaciones del País Vasco o el Censo de organizaciones de voluntariado de Euskadi, ambos impulsados por el Gobierno Vasco, constituyen herramientas que permiten dimensionar el sector y conocer sus características básicas de forma ordinaria (no sólo en 2019).

---

<sup>61</sup> Concretamente, las actuaciones 9,10, 11, 12, 14, 17, 28, 29, 33, 34.

<sup>62</sup> *Refuerzo del valor añadido* constituye otra de las categorías de medidas para las que no se han encontrado medidas.

En mayor medida, el Libro Blanco del TSSE y el Barómetro, realizado en 2019 constituyen importantes instrumentos de conocimiento de la realidad del TSSE, de carácter periódico.<sup>63</sup>

El sector privado (fundaciones bancarias, instituciones deportivas, educativas...) también participa de diferentes modos en la generación de herramientas o acciones que dan visibilidad a las organizaciones: participación o apoyo de campañas, espacios virtuales de visibilización, etc.

Destaca, por su impacto, la labor de los medios de comunicación, a través, por ejemplo, de programas de radio impulsados por Cadena SER Euskadi ("El farol del sur", "Radio de acción) diseñados para dar a conocer la labor de las organizaciones del TSSE.

Otra forma de reconocimiento y visibilización del sector son los premios, impulsados por el sector privado y, especialmente, el público, en el que toman parte instituciones públicas de todos los ámbitos territoriales: local, provincial, CAE y Estado.<sup>64</sup>

Y, de forma destacada, las declaraciones institucionales. Durante 2019, cabe destacar la realizada por el Lehendakari Íñigo Urkullu en el acto de celebración del día del Tercer Sector Social de Euskadi en el Museo Artium, de Vitoria-Gasteiz, el 12 de mayo.

### **5.1.9 Identidad**

El objetivo 5 de la estrategia (Identidad, estructuración y reconocimiento del sector) incluye una serie de actuaciones – algunas en consonancia con otras áreas - que pretenden fortalecer la identidad del sector y avanzar en la construcción de una identidad y un discurso compartidos, así como en la identificación de las organizaciones con el sector (sentido de pertenencia).

Asimismo, esta área hace referencia a la coherencia de las organizaciones y la EPTSSE recoge al respecto actuaciones que persiguen la expresión de los valores del sector en las propias organizaciones y redes y el desarrollo de otras funciones distintas a la provisión de servicios (equilibrio de funciones): actuaciones relacionadas con el desempeño de la función de incidencia social y política (promoción de derechos y denuncia de las situaciones de vulneración de los mismos) o la promoción de la igualdad de oportunidades y de trato, con especial atención a la igualdad de mujeres y hombres en las organizaciones y a la inclusión de personas con diversidad funcional en las mismas, más allá de las obligaciones legales.

Así, las actuaciones que guardan una relación más estrecha con esta área, además de la referida sobre valor total y valor añadido, son las siguientes:

- 4. Promoción del uso, presencia y gestión del euskera en las organizaciones.
- 21. Impulso de una iniciativa de fortalecimiento de la identidad del sector.

---

<sup>63</sup> Productos incluidos en la actuación 33 de la EPTSSE.

<sup>64</sup> Algunos ejemplos los constituyen el Premio al Voluntariado Guipuzcoano 2019 o el Premio «Ignacio Ellacuría» de cooperación para el desarrollo 2019.

- 22. Desarrollo de sistemas de detección de incidencias relacionadas con el ejercicio efectivo de los derechos de las personas destinatarias.
- 23. Impulso del compromiso de las organizaciones del TSSE con la aplicación en su vida interna de los principios de igualdad de oportunidades y de trato más allá de lo previsto en la legislación y en coherencia con su identidad.

En todo caso la acción de promoción identificada para esta área es poco numerosa, y ninguna de las medidas recogidas aborda directamente el avance hacia la construcción de una identidad y un discurso compartidos como sector.

Las escasas medidas identificadas, casi siempre impulsadas por el sector público del ámbito local, provincial o de la CAPV, se relacionan con el fomento del uso y la presencia del euskera, la promoción de la igualdad y la promoción de derechos de personas con discapacidad.

Se trata normalmente de medidas no específicas para el sector, pero en las que organizaciones sociales pueden tener cabida.

## **5.2 En relación con otros aspectos recogidos en la LTSSE y la EPTSSE**

Varios aspectos recogidos en la LTSSE y la EPTSSE que no tienen eco en los objetivos de la EPTSSE o aparecen transversalizados a lo largo de la misma merecen una lectura más detallada y atenta por su importancia en la acción de promoción en su conjunto.

### **5.2.1 Transversalización e impulso de la acción de promoción entre diferentes niveles de las administraciones públicas vascas**

Entre las características que incluye la EPTSSE, hay dos aspectos que afectan a las administraciones públicas que toman parte en ella. Por un lado, la estrategia es transversal a los diferentes departamentos que conforman el Gobierno Vasco. Por otra parte, la EPTSSE está alineada con unos objetivos generales comunes a todas las administraciones públicas vascas.

Con respecto al carácter interdepartamental de la EPTSSE, la LTSSE contempla este aspecto en su artículo 17.4. Y la acción de promoción identificada confirma una presencia considerable, con diferente peso e intensidad, de varios departamentos del Gobierno Vasco (35 medidas), si bien el Departamento de Empleo y Políticas Sociales, como cabe esperar, concentra algo más de dos terceras partes de las medidas impulsadas por Gobierno Vasco (otras 79).

Por otra parte, el hecho de que la EPTSSE esté alineada con unos objetivos comunes a todas las administraciones públicas vascas, implica que entre ellas compartan criterios de actuación y mantengan un equilibrio y coordinación en su acción de promoción.

En este sentido, el artículo 18 de la LTSSE, dedicado a las medidas de promoción de otros niveles de las administraciones públicas vascas, recoge dos grupos de medidas a desarrollar por las Diputaciones Forales y los entes locales.

La primera de ellas (art.18.1) supone el desarrollo de estrategias de promoción del tercer sector social por parte de las diputaciones forales y los entes locales, coordinadas con la Estrategia de Promoción del Tercer Sector Social de Euskadi. Algo que ha iniciado la Diputación Foral de Bizkaia.

Esta medida aparece reflejada en la propia EPTSSE como una de las dos actuaciones no propias.

La otra actuación no propia recogida en la EPTSSE, busca la promoción del diálogo civil – principio consagrado en la LTSSE, al que se dedica el capítulo II de la misma - a través de mesas de diálogo civil o instrumentos similares con Diputaciones Forales, entes locales y otras instituciones, a fin de avanzar en la transversalidad de la colaboración de las administraciones públicas con el TSSE.

Al igual que en el caso anterior, la Diputación Foral de Bizkaia ha puesto en marcha y mantiene en 2019 la Mesa de Diálogo Civil de Bizkaia.

La segunda de las medidas recogidas en el artículo 18 de la ley, contempla la realización por parte de Diputaciones Forales y entes locales de convocatorias anuales que contribuyan a la realización de actividades de interés general por parte de las organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi, así como al funcionamiento de organizaciones y redes.

En este sentido, y como se ha señalado más arriba, el peso de las administraciones forales y locales en la acción de promoción resulta muy significativo (impulsan el 81% de las medidas de promoción del sector público de la CAE), constituyendo un tipo de agente fundamental en la financiación y apoyo de actividades de interés general de las organizaciones del TSSE. El impulso de medidas que contribuyen al funcionamiento de las redes recae, principalmente, en el Departamento de Empleo y Políticas Sociales de Gobierno Vasco.

### **5.2.2 La colaboración multiagente y multisectorial en el impulso de la acción de promoción**

Buena parte de la acción de promoción surge de la iniciativa en solitario de agentes públicos y privados de diverso tipo, tal como se ha reflejado en el informe.

No obstante, se han identificado un total de 46 medidas de promoción que surgen de la colaboración entre agentes, en línea con lo previsto en el artículo 20 de la Ley 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi, dedicado precisamente al “apoyo y colaboración con otros agentes que llevan a cabo acciones de promoción de las actividades sociales de interés general de las organizaciones, ajenas a la provisión de servicios de responsabilidad pública”.

En esas 46 medidas se incluyen tanto aquellas que surgen de la colaboración público-privada – aspecto abordado más arriba -, las que surgen de la colaboración entre agentes del mismo sector y las que son impulsadas gracias a las sinergias establecidas entre agentes de diferentes sectores, incluidas las propias entidades del TSSE.

Aunque tales medidas en términos absolutos y porcentuales (4,70%) tienen un escaso peso en el conjunto de la acción de promoción identificada, resultan de gran interés por varios motivos.

Por un lado, porque las medidas de promoción en colaboración identificadas se producen o tienen incidencia en todos los Territorios Históricos.

Por otro, porque varias de esas medidas implican la colaboración no sólo entre agentes del mismo sector, sino también entre agentes del sector público y del privado, como ya se ha apuntado.

Finalmente, porque principalmente este tipo de medidas guardan relación con áreas clave para mantener fuerte el tejido asociativo de la CAE.

Se trata, en la mayoría de los casos, de medidas que persiguen el desarrollo de la base social y la participación en las organizaciones a través del impulso del voluntariado y el asociacionismo, el fortalecimiento organizativo y de la gestión, la dotación de infraestructuras y la colaboración entre organizaciones. Cabe reseñar, además, que constituyen medidas clave para apoyar la labor de las pequeñas y medianas asociaciones (PYMAS) en los diferentes Territorios Históricos. A continuación, señalaremos algunas de estas colaboraciones.

En primer lugar, por la importancia y presencia de sus medidas (29) en los tres Territorios Históricos, están las **agencias para el voluntariado y la participación social**, con un largo recorrido y surgidas de la colaboración entre diferentes agentes públicos y privados, y las propias organizaciones del TSSE:

- a. Batekin, en Araba, es impulsada por la Fundación Vital, el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y Sartu Álava.
- b. bolunta, en Bizkaia, se constituye gracias a la colaboración entre la Diputación Foral de Bizkaia, la Fundación BBK y EDE Fundazioa.
- c. Gizalde, en Gipuzkoa, es fruto de la colaboración entre la Diputación Foral de Gipuzkoa y Hezkide Eskola.

La importancia de las agencias para el voluntariado y la participación social reside, además, en el efecto multiplicador de la promoción de medidas con otros agentes como, por ejemplo, las medidas en colaboración con instituciones educativas, principalmente universidades públicas (UPV-EHU) y privadas (Universidad de Deusto) de la CAE, como las Ferias de Voluntariado que se organizan anualmente a fin de impulsar el voluntariado entre las personas jóvenes.

También, en este sentido, destaca la participación de estas agencias en organismos como el Consejo Vasco del Voluntariado (en el que participan también representantes de instituciones públicas -Gobierno Vasco, Diputaciones Forales, municipios- y de las organizaciones) que, junto al Departamento de Empleo y Políticas Sociales, ha impulsado en 2019 la campaña *Gracias -a t-i / zuri esker-rak* para poner en valor la labor voluntaria de la ciudadanía vasca.

Por tanto, las agencias vascas de voluntariado constituyen una pieza fundamental en la promoción de la acción voluntaria y el fortalecimiento del tejido asociativo de Euskadi<sup>65</sup>.

En segundo lugar, el **Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia** creado en 2006 gracias a la colaboración de la Diputación Foral de Bizkaia, Fundación BBK y EDE Fundazioa, sumándose a este proyecto el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco. El observatorio se ha constituido desde su creación en un instrumento que ha permitido promocionar y visibilizar el Tercer Sector Social de Bizkaia y Euskadi, gracias a trabajos como el Libro Blanco del Tercer Sector Social de Euskadi 2014-2015 o el más reciente Barómetro 2019.

Específicamente en cada uno de los Territorios Históricos, cabe señalar otras medidas impulsadas en colaboración entre agentes de diferentes sectores. En Araba, la colaboración entre el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, la Diputación Foral de Araba y la Fundación Vital ha permitido la dotación de una serie de infraestructuras que permiten disponer de una sede social a las 23 asociaciones que forman parte de la **Federación Vicente Abreu**, que integra a entidades que atienden a colectivos y personas con discapacidad psíquica, física y/o sensorial.

---

<sup>65</sup> Por ello, la Estrategia Vasca del Voluntariado 2017-2020 recoge entre sus acciones estratégicas la “potenciación y consolidación de las agencias de voluntariado y participación social”.

En Gipuzkoa, la colaboración entre el área de igualdad del Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián y la Diputación Foral de Gipuzkoa ha permitido la creación y mantenimiento de **Donostiako Emakumeen Etxea**, un espacio que busca articular a todos aquellos colectivos y asociaciones que luchan por erradicar la desigualdad entre hombres y mujeres y hacer crecer y fortalecer el movimiento feminista. Se trata, además, de una medida que permite generar un espacio de encuentro y cooperación dentro del propio sector al permitir poner en relación organizaciones diferentes que comparten misión y objetivos.

En Bizkaia, el **Programa bINKLUSIon**, impulsado por la Diputación Foral de Bizkaia en colaboración con Euskalit, tiene como objetivo que las entidades del TSSB del área de discapacidad colaboradoras con la Diputación avancen en su gestión de una manera equilibrada, teniendo como referencia el modelo de Gestión Avanzada y poniendo el foco en elementos clave como la calidad de vida, el bilingüismo, la excelencia o la transparencia.

Finalmente, es necesario señalar que no se han identificado medidas de promoción impulsadas en colaboración entre agentes del sector privado.

La colaboración desde el sector privado se produce siempre con agentes públicos y surge en todos los casos identificados desde las **fundaciones bancarias vascas**. Este hecho viene a reforzar lo recogido en el artículo 20.1 de la LTSSE, en el que se establece como función de las administraciones públicas vascas impulsar la colaboración con otros agentes que llevan a cabo acciones de promoción del Tercer Sector Social de Euskadi, con especial atención a las **obras sociales de cajas de ahorros, fundaciones bancarias y otras entidades financieras**. Así, además de impulsar sus propias medidas de promoción, las fundaciones bancarias vascas participan con agentes públicos en diversas medidas identificadas.

Por tanto, cabe concluir que existe un recorrido importante en colaboración y que una mayor colaboración entre organizaciones del mismo o de diferentes sectores, tal como subraya la LTSSE<sup>66</sup>, redundaría en una mejora sustancial de la acción de promoción y permitiría avanzar hacia un sistema de promoción más compartido, coordinado y coherente en su conjunto.

### **5.2.3 I+D+i social**

El artículo 4.2 de la LTSSE señala entre las actividades de intervención social llevadas a cabo por las organizaciones de iniciativa social, la detección de necesidades, la investigación y la innovación. Este tipo de actividades constituyen funciones esenciales de las organizaciones a las que se desea dar un impulso, desde la cooperación con el sector público.

La EPTSSE dedica uno de sus objetivos, I+D+i social, a esta cuestión y reúne en él las siguientes actuaciones.

---

<sup>66</sup> La ley, en su artículo 20, establece que las administraciones públicas vascas impulsarán, entre otras actuaciones, “alianzas y colaboraciones entre sí y con otras organizaciones orientadas al fomento del tercer sector social y sus actividades sociales de interés general, mediante acciones de formación, apoyo técnico, patrocinio y mecenazgo, o colaboración en proyectos, entre otras”.



- 12. Recuperación de la línea de gestión del conocimiento en las líneas de ayuda a organizaciones del TSSE impulsada por el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco.
- 30. Promoción de la I+D+i en el ámbito de la intervención social y de una iniciativa de inversión social.
- 31. Evaluación de las oportunidades para impulsar la actividad económica de las organizaciones del TSSE en el ámbito de la “silver economy” y la promoción del emprendimiento de las y los jóvenes en el ámbito de la intervención social y apoyo a las ideas potencialmente viables.

Al margen de estas actuaciones, las medidas identificadas orientadas a la innovación y la investigación de carácter social son escasas y, en la mayoría de los casos, se concretan en distintas subvenciones siempre impulsadas por entidades públicas.

Algunos ejemplos destacables son la convocatoria de la Diputación Foral de Bizkaia del Programa de Emprendimiento e Innovación Social – programa de ayudas dirigido a entidades sociales para la generación de nuevos proyectos empresariales sociales innovadores que den solución a los retos sociales y económicos del siglo XXI -, o las subvenciones para el desarrollo de proyectos de innovación socio-laboral e innovación social en materia de juventud.

También, Gobierno Vasco en colaboración con Innobasque impulsa medidas de este tipo, como la convocatoria para identificación y elaboración de propuestas de proyectos de innovación social, en el marco del Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de Euskadi (PCTI-Euskadi 2020), convocatoria en la que pueden participar empresas, universidades, administraciones públicas y también organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi.

La innovación social está en relación no sólo con la mejora de los procesos de intervención, sino que afecta también a otros aspectos de interés para las organizaciones, como el impulso de la inversión social, la necesidad de diversificación de fuentes de financiación, o la cooperación en el desarrollo de iniciativas, proyectos y servicios.

A tenor de la acción de promoción identificada, se han dado pasos, pero queda un amplio margen de mejora en este aspecto.

#### **5.2.4 Acceso a programas europeos**

Algunas organizaciones y redes del TSSE cuentan ya con experiencia en el desarrollo de proyectos en el marco de los programas europeos, pero en este sentido cabría mejorar, tal como se señala en la EPTTSSE, diversos aspectos como:

- El acceso a los programas europeos y la diversificación de las organizaciones que acceden.
- La mejora de los procesos de preparación y evaluación de los proyectos;
- La cooperación entre organizaciones y redes, y entre éstas y el sector público.

En la acción de promoción descrita, no se han identificado medidas que incidan en la mejora de tales aspectos, tales como servicios de información sobre programas europeos, servicios de asesoría o acompañamiento especializados o espacios para compartir experiencias y aprendizajes en el desarrollo de proyectos dentro del marco europeo.

Por otra parte, la Unión Europea no es tan solo una fuente de financiación para el desarrollo de proyectos de intervención social. El objetivo 4 de la EPTSSE (Colaboración con otros agentes), contempla optimizar la colaboración con la Unión Europea con el objetivo de mejorar el posicionamiento de Euskadi ante la UE en el ámbito de la intervención social, desde la cooperación público-social, de manera que se puedan impulsar iniciativas de carácter estratégico alineadas con los objetivos de la UE en este ámbito.

Este objetivo se concreta en la actuación 19, no incluida en el plan de legislatura y, por tanto, no desarrollada en el periodo contemplado en este informe, consistente en la definición, puesta en marcha y evaluación de una iniciativa para el impulso de la colaboración con la Unión Europea para el desarrollo de iniciativas y proyectos en el ámbito de la intervención social.

Entre las iniciativas contempladas está el impulso de un modelo comunitario de atención en las organizaciones del TSSE, prioridad de la Estrategia Europea 2014-2020. La actuación busca, en última instancia, adecuar la intervención y gestión de las organizaciones del TSSE a dicho modelo y a otros estándares coherentes con el mismo como el Marco europeo voluntario de calidad para los servicios sociales.

Esta actuación ha sido incluida en el plan de legislatura, pero no ha sido impulsada en el periodo que comprende este informe.

### **5.2.5 Apoyo a las PYMAS**

Como se ha venido señalando anteriormente<sup>67</sup>, un importante grupo de medidas incluidas en la EPTSSE se orientan específicamente al fortalecimiento de las PYMAS, que representan más del 80% de las organizaciones del TSSE. Entre ellas están, apuntadas tan solo a modo de ejemplo la actuación 9, consistente en el diseño, puesta en marcha y desarrollo de un programa interdepartamental de fortalecimiento organizacional dirigido a las PYMAS, o, también, la actuación 10, que pretende simplificar y mejorar las convocatorias de ayudas dirigidas a organizaciones del TSSE y adaptar las mismas a las pequeñas y medianas organizaciones.

Según los datos obtenidos para este informe (tomados con la cautela necesaria), las PYMAS son destinatarias del 7,12% de las medidas específicas para organizaciones de un tamaño determinado que han sido identificadas, mientras que las entidades grandes o muy grandes lo son del 12,72%. Por otro lado, como se ha venido exponiendo, la acción de promoción de las administraciones públicas vascas (convocatorias de ayudas), en el marco de las medidas de financiación, y la colaboración público-privada a través de las agencias de voluntariado son, a grandes rasgos, los principales apoyos para este tipo de organizaciones.

---

<sup>67</sup> Ver lo expresado en el área "Fortalecimiento organizativo y de la gestión", entre otros.

Teniendo en cuenta lo expresado, y como ya contempla la estrategia, el impulso de nuevas medidas o la mejora general de la acción de promoción requiere reflexionar sobre la introducción de acciones específicas, criterios, etc., adaptados a la situación y necesidades de las PYMAS.

### **5.2.6 Diversificación de fuentes de financiación**

Según los datos del Barómetro 2019<sup>68</sup>, el 56% de los ingresos de las organizaciones provienen de fuentes de financiación pública (en forma, principalmente, de subvenciones y convenios públicos) y el 44% de fuentes de financiación privada, incluyéndose en este último caso las cuotas de personas socias y afiliadas, que representan el 17,9% del total de ingresos de las organizaciones.

La EPTSSE contempla la necesidad de mantener o aumentar el porcentaje que representa la financiación propia y privada sobre el total de financiación de las organizaciones, lo cual implica la diversificación de las fuentes de financiación.

En esta línea van, entre otras, las siguientes actuaciones, no incluidas en el plan de legislatura y, por tanto, no puestas en marcha en el periodo que recoge el presente informe:

- 15. Diseño, desarrollo y evaluación de una campaña de promoción de donaciones y legados, que persigue el aumento del porcentaje que representan los donativos y legados sobre el total de la financiación de las organizaciones del TSSE;
- 30. Promoción de la I+D+i en el ámbito de la intervención social y de una iniciativa el estudio de inversión social, iniciativa esta que contempla el análisis de instrumentos innovadores de captación de recursos y de inversión social o el diseño de un sistema de carácter experimental que permita aumentar y diversificar los recursos económicos disponibles para el desarrollo de proyectos de I+D+i, combinando el apoyo público y la implicación de la iniciativa privada en la inversión.

Asimismo, la mejora en el acceso a las fuentes de financiación europeas, como ya se ha expresado, será otro factor que contribuya a la diversificación de los recursos económicos.

La acción de promoción identificada señala que precisamente la financiación supone casi  $\frac{3}{4}$  partes del total de la acción de promoción, siendo el 82% impulsada por agentes del sector público. Tal como se ha apuntado más arriba, el 97% de la financiación son ayudas, subvenciones y convenios, suponiendo otros métodos alternativos de acceso a recursos económicos, como los instrumentos de apoyo a la inversión o mecanismos de acceso al crédito, poco más del 1% de la acción de promoción identificada.

Como ya hemos señalado, las medidas de apoyo a la inversión son escasas, y, en lo que concierne al aspecto abordado aquí, prácticamente inexistentes, a excepción de las iniciativas de crowdfunding comentadas anteriormente. Por tanto, queda un amplio camino por recorrer en la implementación de iniciativas y mecanismos alternativos de financiación.

---

<sup>68</sup> Ver cap. 4 dedicado a los recursos económicos.

### **5.2.7 Análisis de la realidad y gestión del sistema de promoción en base a datos**

La LTSSE contempla el desarrollo de instrumentos de información, diagnóstico o evaluación que permitan actualizar la propia estrategia y las medidas de promoción y, en última instancia, avanzar hacia un sistema de promoción.

Entre estos instrumentos plasmados en la ley está la creación del Observatorio Vasco del Tercer Sector Social (artículo 25) o la realización del presente informe sobre las medidas de promoción del TSSE.

En línea con lo anterior, la EPTSSE incluye entre sus objetivos la gestión del sistema de promoción en base a datos, y establece las siguientes actuaciones para reforzarlo que han sido incluidas en el plan de legislatura:

- 32. Mejora del registro y la disponibilidad de datos registrales sobre las organizaciones y redes.
- 33. Ciclo periódico de investigación y evaluación sobre la situación del TSSE, las medidas de promoción y el despliegue de la estrategia.
- 34. Puesta en marcha del Observatorio Vasco del Tercer Sector Social.

Se han producido avances importantes en esta área, particularmente respecto al ciclo periódico de investigación y evaluación, que incluye el Barómetro (bienal), realizado en 2019, y el Libro Blanco del TSSE (cuatrienal), que en 2019 estaba en proceso de elaboración.

Los avances producidos (actuales y anteriores) están permitiendo disponer de datos de interés que ayudarán a conocer mejor las necesidades y dificultades del TSSE en su conjunto y, en consonancia con ello, a impulsar una acción de promoción más ajustada a esa realidad.

## 6 Principales conclusiones de la acción de promoción identificada

### 6.1 Categorías, agentes, ámbitos territoriales y entidades destinatarias.

Las principales conclusiones de la acción de promoción que se exponen a continuación deben ser tomadas con cautela puesto que, como ya se ha expresado en la introducción, esta primera edición no recoge todas las medidas de promoción impulsadas debido, entre otros motivos, a la cantidad y diversidad de agentes públicos y privados implicados o a los problemas durante el trabajo de campo derivados de la crisis de la COVID-19.

No obstante, tomando en consideración lo anterior, podemos decir que la acción de promoción identificada se caracteriza de la siguiente manera:

#### 1 LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN EN SU CONJUNTO

En conjunto, la acción de promoción resulta muy significativa con **cerca de 1000 medidas identificadas**, actuaciones de diferente relevancia, procedencia e impacto que ofrecen un panorama rico y diverso del apoyo recibido por parte del TSSE y del grado de implicación en el mismo de agentes de distinto signo.

#### 2 DISTRIBUCIÓN DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN POR CATEGORÍAS

La acción de promoción se concentra principalmente en la **financiación** de la actividad y otros aspectos de las organizaciones y redes del Tercer Sector Social de Euskadi (718 de las 978 medidas de promoción identificadas), suponiendo por si sola el **73,44%** de las medidas incluidas en este informe, si bien este dato no debe distorsionar la relevancia, en términos cualitativos, de **medidas de promoción de otras categorías** que, en algunos casos, constituyen una contribución clave para el fortalecimiento de las entidades y redes del TSSE.

#### 3 AGENTES IMPULSORES DE MEDIDAS DE PROMOCIÓN

La acción de promoción viene impulsada, con diferente peso e intensidad, por **agentes públicos y privados** (175 agentes), diversos tanto por sus ámbitos de actividad como por el territorio desde y hacia el que dirigen su actividad de promoción. Casi  $\frac{3}{4}$  partes de los agentes identificados (72%) provienen del sector público. Los agentes privados constituyen el 28% restante.

El peso de ambos sectores en la acción de promoción (medidas identificadas) corre parejo a la distribución mencionada. Las medidas de promoción impulsadas por el sector privado suponen el **27%** (259 medidas) del total, frente al **72% del sector público** (708 medidas).

#### 4 SECTOR PÚBLICO

Dentro del sector público de la CAE (67,25% de los agentes), las **administraciones locales y forales tienen un papel muy importante** en la acción de promoción, impulsando el 78% de las medidas provenientes del conjunto del sector público.

#### 5 SECTOR PRIVADO

Desde el sector privado, la acción de promoción impulsada por entidades provenientes del ámbito socioeconómico y financiero, supone dos terceras partes de las medidas provenientes de este sector, destacando aquí el papel jugado por las **fundaciones bancarias vascas**.

#### 6 COLABORACIÓN EN EL IMPULSO DE MEDIDAS DE PROMOCIÓN

Aunque la mayor parte de la acción de promoción surge de la iniciativa en solitario de agentes públicos y privados, 46 medidas de promoción surgen de la **colaboración público-privada (1%) y de las sinergias generadas entre agentes del mismo sector** y son claves para fortalecer el tejido asociativo. Desde un punto de vista cualitativo, la acción de promoción impulsada por las **agencias de voluntariado** (3% del total) supone una contribución clave para el TSSE.

#### 7 ÁMBITO TERRITORIAL DONDE SURGEN O TIENEN EFECTO LAS MEDIDAS

La acción de promoción surge y tiene efecto en **todos los ámbitos territoriales, pero, al menos desde un punto de vista cuantitativo, aparece vinculada principalmente a los espacios de proximidad**: las medidas surgidas desde el **ámbito local** (27%) y en los **territorios históricos** (52%) representan el **79%** de la acción de promoción identificada (777 medidas de 978).

#### 8 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR FIGURAS JURÍDICAS

La acción de promoción **se concentra en las asociaciones**, a las que se dirigen el 73,3% de las medidas (582). Les siguen las orientadas a las fundaciones (17,33%, 149). Un número considerablemente menor de las medidas identificadas se dirige a las cooperativas de iniciativa social (4,77%, 41 medidas), las empresas de inserción (2,56%, 22 medidas) y centros especiales de empleo (2,09%, 18 medidas).

Esta distribución guarda relación con el peso que tiene cada figura jurídica en el sector, aunque con cierta **sobrerrepresentación en fundaciones y otras figuras jurídicas**, en decremento de las asociaciones. La acción de promoción dirigida a las figuras jurídicas minoritarias parte casi en su totalidad del sector público.

#### 9 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR NIVEL DE ESTRUCTURACIÓN

Un 64,05% (572 medidas) se dirigen de forma específica a **entidades de primer nivel** (organizaciones de base), un 4,26% (38 medidas) están destinadas específicamente a **redes** y un 31,69% (283 medidas) se dirigen indistintamente a organizaciones de ambos tipos.

## 10 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR TAMAÑO

Poco más de la mitad de la acción de promoción se dirige de forma indistinta a organizaciones de cualquier tamaño; de forma específica, las medidas dirigidas a las pequeñas y medianas asociaciones (**PYMAS**) suponen el **7,12%** (70 medidas), mientras que las **entidades grandes o muy grandes** son destinatarias del **12,72%** de las medidas identificadas.

Los resultados sobre el “tamaño” y “nivel de estructuración” de las entidades destinatarias deben ser tomados con **cautela** ya que en un porcentaje considerable no se dispone de este tipo de datos.

## 11 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

El ámbito de los **Servicios Sociales y el Social-transversal** suponen entre ambos el 67 % de la acción de promoción identificada (352 medidas orientadas a Servicios Sociales y 212 a Social-transversal). Las entidades de Servicios Sociales y Empleo reciben apoyo en un porcentaje mayor a su peso en el sector, mientras que, en sentido inverso, la acción de promoción dirigida a entidades del ámbito Social-transversal y el Tiempo Libre es menor con respecto al mismo criterio

## 12 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR COLECTIVOS ATENDIDOS

Por colectivos, el 18,12%% de las medidas (163) se orientan a entidades del tercer sector social que dirigen su acción a **personas con discapacidad y sus familias**, seguidas de las **personas en situación de riesgo de pobreza o exclusión** (13,4%, 121 medidas). En ambos colectivos, más la población en general, las personas jóvenes, mayores y mujeres se concentra cerca del 75% de las medidas identificadas. Organizaciones que dirigen su actividad a personas con discapacidad, población en general y personas jóvenes reciben medidas de promoción en un porcentaje mayor a su peso en el sector<sup>69</sup>. En sentido inverso están las organizaciones que orientan su actividad principal a personas mayores, mujeres y a la infancia y adolescencia.

## 12 ORGANIZACIONES DESTINATARIAS POR CONTINGENCIAS ATENDIDAS

Por contingencias, cuando se ha podido identificar este dato (en el 70% de las medidas identificadas), se constata que **discapacidad** (32,15% de medidas) y **exclusión** (27,29%) son las **contingencias con mayor número de medidas de promoción**. Le siguen otras contingencias (22,06%) y desprotección (9,91%), siendo dependencia la contingencia con menos medidas de promoción (8,60%).

<sup>69</sup> Si consideramos el número de organizaciones, pero no necesariamente, como se ha señalado anteriormente, si atendemos al número de personas y familias al que se dirigen, ya que existen organizaciones de muy diverso tamaño.

## 6.2 Áreas y objetivos de la LTSSE y la EPTSSE

### 13 DESARROLLO DE LA BASE SOCIAL Y PARTICIPACIÓN

Son principalmente las instituciones públicas las que impulsan medidas que refuerzan este aspecto, con un escaso impacto del sector privado, a excepción de las agencias de voluntariado de los tres Territorios Históricos (Batekin, bolunta, Gizalde) que, mediante la cooperación público-social, realizan una contribución significativa al desarrollo de la base social de las organizaciones y la participación.

### 14 FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO Y DE LA GESTIÓN

Un significativo número de medidas identificadas están orientadas al fortalecimiento organizativo y de la gestión de las organizaciones y redes. Parte de ellas surgen desde el ámbito local, otras se impulsan por iniciativas públicas principalmente, aunque también privadas, y, por último, otra parte es canalizada a través de las agencias de voluntariado surgidas por la colaboración entre el sector público (Diputaciones Forales y Gobierno Vasco) y privado (fundaciones bancarias vascas).

### 15 ESTRUCTURACIÓN DEL TSSE Y COLABORACION ENTRE ORGANIZACIONES

Un considerable número de medidas identificadas están orientadas a reforzar la estructuración del TSSE y la colaboración entre organizaciones, impulsadas principalmente por Gobierno Vasco a través de subvenciones y convenios. El sector privado es prácticamente inexistente en este ámbito.

### 16 SOSTENIBILIDAD, AUTONOMÍA, TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

No se han identificado medidas orientadas a reforzar aspectos como la transparencia y la rendición de cuentas, pero existen numerosos ejemplos de medidas impulsadas tanto por el sector público como el privado que apuntan a la sostenibilidad de las organizaciones a través de la financiación por medio de ayudas y convenios de los programas, proyectos y actividades del tercer sector. Bancos vascos o con implantación en la CAE desarrollan otras medidas alternativas de sostenibilidad a través de diversos instrumentos financieros.

### 17 INVERSIONES E INFRAESTRUCTURAS

Los instrumentos de apoyo a la inversión identificados son escasos. La acción de promoción identificada recoge un cierto número de medidas que pretenden facilitar el acceso a infraestructuras, con participación del sector público y del privado.

### 18 COLABORACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO

Es relevante el impulso de la Mesa de Diálogo Civil de Euskadi y su transversalidad, así como los pasos dados en relación con el futuro decreto regulador del concierto (social) y los convenios, retomando su impulso en 2019.



## 19 COLABORACIÓN CON LAS EMPRESAS

Un **nutrido grupo de medidas** identificadas dan cuenta de la **colaboración** persistente **entre el TSSE y otros sectores**, incluido el ámbito empresarial, tomando la forma de acciones de voluntariado corporativo y, en menor medida, el patrocinio de actividades de las propias organizaciones. A pesar de ello, la implicación empresarial en este tipo de iniciativas parece responder a iniciativas aisladas y particulares de las propias empresas, echándose en falta un marco o estrategia compartida de colaboración.

## 20 RECONOCIMIENTO DEL TSSE

Un **relevante número de medidas** que persiguen **dar a conocer o reconocer la labor de las organizaciones y redes del TSSE** a través de diversos métodos: herramientas que facilitan la visibilización de las organizaciones (campañas, espacios en medios de comunicación, censos y registros, instrumentos de investigación...), declaraciones institucionales o premios, etc., son algunos de los hallados. Este tipo de medidas vienen impulsadas por agentes tanto del sector público como del privado.

## 21 IDENTIDAD

Las medidas que persiguen el avance en la construcción de una **identidad** y un discurso compartidos como sector, así como la expresión de los valores del sector (**coherencia**), son **muy escasas** y constituyen una de las áreas con mayor margen de mejora de la acción de promoción identificada.

## 22 IMPULSO DE LA ACCIÓN DE PROMOCIÓN DESDE LAS ADMINISTRACIONES VASCAS

La acción de promoción identificada señala una presencia considerable, con diferente peso e intensidad, de varios departamentos del Gobierno Vasco en el impulso de la acción de promoción (**transversalidad**). El impulso de la acción surge también de forma **muy importante desde otros niveles de las administraciones públicas (local, foral)**. En el ámbito foral se han identificado estrategias de promoción del TSS y acciones que favorezcan el diálogo civil en el Territorio Histórico de Bizkaia.

## 23 COLABORACIÓN MULTIAGENTE Y MULTISECTORIAL

Hay **ejemplos poco numerosos pero muy relevantes de colaboración multiagente y multisectorial** en el impulso de la acción de promoción. La colaboración público-privada en los tres Territorios Históricos genera acciones muy significativas en favor del TSSE. Desde el ámbito privado, la colaboración con el sector público parte de las fundaciones bancarias vascas. Sin embargo, parece **necesario reforzar y mejorar la coordinación** entre agentes de diferentes sectores, tal como recoge la LTSSE (art.20.1.b).

## 24 I+D+i SOCIAL

Las **medidas** identificadas orientadas a la **innovación** y la **investigación** de carácter social son, aunque relevantes, **escasas** y, en la mayoría de los casos, se concretan en distintas subvenciones o ayudas casi siempre impulsadas por entidades públicas.

## 25 ACCESO A PROGRAMAS EUROPEOS

Aunque algunas organizaciones y redes del TSSE cuentan con experiencia en el desarrollo de proyectos en el marco de los **programas europeos**, en la acción de promoción identificada **no se han hallado medidas**, tales como servicios de información o asesoramiento, que incidan en la mejora de aspectos como el acceso a tales programas, la mejora de procesos de preparación y evaluación de proyectos, la cooperación entre organizaciones, etc.

## 26 APOYO A LAS PYMAS

**Muy pocas medidas** identificadas se dirigen específicamente a pequeñas y medianas asociaciones (**PYMAS**), al margen de las medidas de financiación.

## 27 DIVERSIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN

Aunque casi el 75% de las medidas identificadas se relacionan con la financiación del sector, estas toman la forma de ayudas, subvenciones y convenios, teniendo **escasa presencia** otras iniciativas o métodos (**instrumentos de apoyo a la inversión, mecanismos de acceso al crédito**, etc.), que permitan acceder a nuevas o poco exploradas fuentes de financiación, así como incorporar **o intensificar la relación con agentes privados y ciudadanía** (el 56% de los ingresos de las organizaciones provienen de fuentes de financiación pública), lo cual contribuiría a la necesaria diversificación de las fuentes de financiación para el TSSE.

## 28 GESTIÓN DEL SISTEMA DE PROMOCIÓN EN BASE A DATOS

Se han producido avances importantes en relación con el análisis de la realidad del sector y la gestión del sistema de promoción en base a datos. La acción de promoción identificada recoge algunas **medidas que vienen a reforzar este importante aspecto**, como la activación del **ciclo periódico de investigación** y evaluación sobre la situación del TSSE, la realización del Barómetro 2019 y el inicio de los trabajos para la elaboración del Libro Blanco.

## 29 ALINEAMIENTO CON LA LTSSE Y LA EPTSSE

En algunos casos, las medidas impulsadas vienen a reforzar algunas de las áreas y objetivos plasmadas en la LTSSE y en la EPTSSE, pero en otros ponen en evidencia la necesidad de diseñar propuestas de mejora para lograr una acción de promoción más equilibrada en sus diferentes ámbitos de desarrollo y entre los diferentes sectores y agentes que toman parte en ella.

## 7 Orientaciones para la mejora de la acción de promoción

Se concretan a continuación una serie de orientaciones de carácter estratégico que enmarcan diversas propuestas y actuaciones que pretenden mejorar la acción de promoción descrita, **tal y como han sido señaladas por los informantes clave que han participado en el proceso de elaboración de este informe.**

Así, se han destacado **tres grandes orientaciones:**

1. Avanzar hacia UNA ACCIÓN DE PROMOCIÓN MÁS **COORDINADA Y COHERENTE** entre todos los agentes implicados.
2. Avanzar hacia UNA ACCIÓN DE PROMOCIÓN MÁS **EFICIENTE.**
3. Avanzar hacia una acción de promoción QUE **CONTRIBUYA A UN TSSE MÁS AUTÓNOMO, MÁS RECONOCIDO Y CON UN MAYOR IMPACTO DE SU ACTIVIDAD.**

**3 orientaciones estratégicas y 9 propuestas de mejora**

Los agentes o informantes clave han identificado 3 orientaciones estratégicas y 9 propuestas de mejora.

### 7.1 Una acción de promoción más coordinada y coherente entre todos los agentes implicados

Las medidas de promoción descritas en el informe no parecen responder, salvo en los casos de colaboración señalados más arriba, a una **acción concertada** entre todos los agentes implicados ni mucho menos a una **estrategia** común y planificada, a excepción de la impulsada por Gobierno Vasco y las propias entidades y redes del TSSE (EPTSSE).

Así, el impulso de medidas de promoción parece producirse según necesidades y objetivos detectados por cada agente sin tener en consideración en muchas ocasiones al resto de agentes que operan en el mismo ámbito o territorio.

Esta falta de coordinación entre agentes afecta a todos los sectores y a todos los niveles. Todo ello no favorece un desarrollo equilibrado ni coherente de la acción de promoción, que debiera buscar:

- a. Un mayor **equilibrio** entre los diferentes aspectos recogidos en el informe: los agentes, los territorios, las entidades del TSSE destinatarias de la acción de promoción y el peso y distribución entre los diferentes tipos de medidas identificadas.
- b. Una mayor **coherencia** entre sí y con respecto a los objetivos y aspectos recogidos en la LTSSE y la EPTSSE, que suponen, como ya se ha expresado, un marco de referencia para una acción de promoción concertada.

Con el objetivo de avanzar hacia una acción de promoción más equilibrada y coherente, se han apuntado dos propuestas de mejora que afectan a todos los agentes implicados:

- 1. INTENSIFICAR LA COOPERACIÓN.** Es fundamental intensificar la cooperación y reforzar la interconexión entre los agentes implicados desde todos los sectores (multisectorial) y a todos los niveles (multinivel).
- 2. CLARIFICAR LOS ROLES Y LOS MODELOS DE COLABORACIÓN.** Es fundamental esclarecer los roles que debe jugar cada agente, impulsar el conocimiento mutuo y el modo en que se reconocen unos a otros.

### **7.1.1 Propuesta 1: intensificar la cooperación entre agentes de promoción**

Aunque la conexión entre los diversos agentes (sector público, privado y TSSE) existe, y con dinámicas y trayectorias específicas y valiosas en los diferentes territorios, es necesario intensificar esas conexiones para generar un marco común que permita articular una agenda y objetivos compartidos, en el que se apunten prioridades y se diseñen acciones ajustadas a las mismas, avanzando quizás desde unos objetivos generales con los que alinear las diferentes estrategias hacia una estrategia multinivel y multisectorial.

Tal cooperación debe estimular y fortalecer la relación mantenida en y entre los diferentes sectores y a diferentes niveles, al menos, en los siguientes casos.

#### **A. Cooperación del sector público con el TSSE**

El impulso del diálogo civil, principio al que se consagra el capítulo II de la LTSSE, como instrumento y espacio de encuentro entre el sector público y el TSSE, favorecería una mayor coordinación entre ambos agentes en el impulso de medidas de promoción.

Las acciones impulsadas por las instituciones forales y locales no responden a una estrategia específica de promoción del TSSE ni están articuladas con el propio Tercer Sector Social dentro de las Mesas de Diálogo Civil correspondientes.

Este hecho resulta muy significativo en el contexto del informe puesto que la acción de promoción de las administraciones locales y forales representa más de la mitad de las medidas de promoción descritas.

Es necesario reforzar este tipo de cooperación para diseñar estrategias compartidas y determinar acciones comunes, en coherencia con los objetivos establecidos con la EPTSSE.

## **B. Cooperación público-privada**

La cooperación entre el sector público y el privado para el impulso de medidas de promoción es un hecho del que ya se han señalado varios ejemplos en este informe.<sup>70</sup>

La apuesta por el fortalecimiento del TSSE es firme no sólo por parte de las administraciones públicas, sino también por las fundaciones bancarias vascas.

Aunque esta cooperación está desarrollada entre las administraciones públicas y las fundaciones bancarias vascas, hecho al que ya apuntaba la LTSSE (ver artículo 20.1), aparece acotada a iniciativas o proyectos puntuales y, por otro lado, no se da con otro tipo de agentes. Por lo tanto, es necesario continuar reforzándola.

## **C. Cooperación entre el sector privado y el TSSE**

La colaboración del TSSE con el sector privado es un hecho persistente, tal como puede desprenderse de las medidas identificadas en este informe.<sup>71</sup>

Sin embargo, se percibe que las medidas de promoción impulsadas desde el sector privado, especialmente desde el ámbito empresarial, responden menos a una acción planificada que a la sensibilidad particular de las personas que están trabajando en los programas de RSE de tales empresas. Un mayor conocimiento de la realidad y necesidades del TSSE por parte del sector privado redundaría en una acción de promoción más ajustada y, como consecuencia, más coordinada con los objetivos establecidos en otros espacios de interlocución.

Por tanto, la colaboración entre el sector privado y el TSSE se destaca como otro campo de trabajo en el que es necesario avanzar. En los casos en los que la relación entre TSSE y sector privado es tradicionalmente más fluida, como sucede en la relación mantenida entre el TSSE y las fundaciones bancarias, es necesario continuar fortaleciéndola.

## **D. Cooperación entre las administraciones públicas vascas**

La EPTSSE supone un marco interinstitucional en el impulso de medidas y el fortalecimiento del TSSE que permite a las distintas administraciones públicas vascas compartir objetivos y criterios de actuación comunes, manteniendo así una acción de promoción más coordinada<sup>72</sup>.

Es necesario continuar reforzando esta cooperación interinstitucional.

---

<sup>70</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.2 *La colaboración multiagente y multisectorial en el impulso de la acción de promoción*.

<sup>71</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.1.7 *Colaboración con las empresas*.

<sup>72</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.1 *Transversalización e impulso de la acción de promoción entre diferentes niveles de las administraciones públicas vascas*.

## **E. Cooperación intrasector**

La diversidad y la atomización son dos características propias del TSSE. Por otro lado, la acción de promoción descrita pone de manifiesto la existencia de un número significativo de medidas que buscan la articulación del sector.

Este tipo de medidas pueden permitir avanzar hacia la construcción de una identidad y un discurso compartidos, que facilitaría la participación del sector en la construcción de las políticas sociales a través de los espacios de interlocución previstos.<sup>73</sup>

No obstante, entidades del TSSE que trabajan con colectivos como infancia vulnerable o mujer no están articulados en red o con las redes del tercer sector social y no tienen presencia en espacios de interlocución como las Mesas de Diálogo Civil o esta es escasa.

Es necesario avanzar en esa estructuración para lograr una mayor cooperación dentro del TSSE y, de este modo, permitir que todas las voces y realidades sean conocidas y escuchadas.

### *Actuaciones propuestas*

Intensificar la cooperación multiagente y multisectorial pasa por **generar espacios de encuentro e interlocución y reforzar los ya existentes**, espacios que permitirían compartir marcos, enfoques y objetivos. Se han apuntado varios:

Con respecto a la cooperación del sector público con el TSSE, es necesario:

1. **Activar las Mesas de Diálogo Civil** en los territorios históricos (Áraba y Gipuzkoa) que todavía no lo han hecho.
  - La Diputación Foral de Áraba tiene prevista su activación en 2021.
  - La Diputación Foral de Gipuzkoa incorpora entre sus ejes de actuación incluidos en el Plan de Legislatura 2019-2022 el impulso de la Mesa de Diálogo Civil.
2. Generar, o reforzar en caso de que estén creados, **otros espacios de relación y diálogo entre administración pública y TSSE** complementarios a los institucionalmente previstos (MDC), que pueden favorecer interlocuciones más fluidas y con una mayor diversidad de entidades.
3. **Desarrollar estrategias de promoción del TSS de carácter territorial y local.**
  - La Diputación Foral de Gipuzkoa incorpora entre sus ejes de actuación incluidos en el Plan de Legislatura 2019-2022 el desarrollo de una estrategia para impulsar el TSS de Gipuzkoa.

Con respecto a la cooperación público-privada, es necesario generar **foros de encuentro** entre ambos sectores que incluyan a organizaciones (empresas, fundaciones de empresas...) con los que la interlocución ha sido tradicionalmente menos intensa.

---

<sup>73</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.1.3 *Estructuración del TSSE y colaboración entre organizaciones.*

La mejora de la cooperación del sector privado y el TSSE pasa por la **activación de espacios de conocimiento mutuo**, especialmente con el sector empresarial, y la **generación de instrumentos de orientación** para empresas y otras organizaciones del sector privado que estén colaborando con el TSSE o que deseen hacerlo.

Finalmente, la cooperación entre las entidades del TSSE debe mejorarse impulsando **medidas que favorezcan su estructuración**, especialmente en aquellos ámbitos donde esta es más débil. También contribuiría a mejorar esa cooperación la **generación de espacios de reflexión y formación**. Espacios que, al mismo tiempo, facilitarían la construcción de una identidad y un discurso compartidos dentro del TSSE.

### **7.1.2 Propuesta 2: clarificar los roles y los modelos de colaboración de los agentes de promoción**

Otro aspecto que contribuiría a una acción de promoción más coordinada y coherente sería la clarificación de los roles y las responsabilidades asociados a los mismos, así como los modelos de colaboración entre los diferentes agentes implicados.

A pesar de la relación existente entre agentes –de intensidad diversa–, operan estereotipos sobre ellos (como meros financiadores, motores únicos, etc.) que condicionan expectativas y formas de colaboración que no siempre responden a la percepción de los diferentes agentes sobre sí mismos.

Por un lado, es necesario esclarecer qué roles deben jugar los agentes públicos y privados en la acción de promoción. Esto debería evitar el solapamiento de esfuerzos, la complementariedad de acciones y, como consecuencia, su diversificación para cubrir necesidades no atendidas, escenario habitual en la relación entre las administraciones públicas y las fundaciones bancarias vascas.

En este sentido, el papel del sector privado, y en especial, de las fundaciones bancarias vascas, es el impulso de actuaciones para atender situaciones sociales a las que las administraciones públicas no llegan, y desde luego ajenas a su responsabilidad, favoreciendo así un mayor equilibrio de la acción de promoción.

Este tipo de planteamientos favorecen la visión de una acción de promoción no sólo compartida, sino también corresponsable puesto que, tal como señalan las administraciones públicas, aunque su liderazgo sea público, la responsabilidad de la acción de promoción del TSSE es social y, por lo tanto, también debe incorporar a otros agentes sociales (empresas, ciudadanía, etc.).

Por otro lado, se debe avanzar hacia modelos de colaboración que superen perspectivas obsoletas – las instituciones públicas y las organizaciones privadas no son meros financiadores de la actividad desplegada por el TSSE – y que contribuyan a una visión más integradora y compartida de la acción de promoción. Así, por ejemplo, las fundaciones bancarias vascas pueden ejercer un papel más cercano a un modelo de impulso propio y/o, en el marco de este informe, compartido de los proyectos y programas del TSSE, en tanto que ellas mismas son agentes sociales.

## Actuaciones propuestas

Como en la propuesta anterior, la clarificación de los roles y los modelos de colaboración entre agentes pasa por **generar espacios de encuentro e interlocución y reforzar los ya existentes**, espacios que, como se ha subrayado, permitirían avanzar conjuntamente hacia una acción de promoción más coordinada y coherente.

### 7.2 Una acción de promoción más eficiente

El refuerzo de la cooperación entre los diferentes agentes públicos y privados impulsores de medidas de promoción, y entre estos y el TSSE, no sólo redundaría en una acción de promoción más coordinada y coherente, sino también en una mayor eficiencia de la misma.

Aun así, es necesario establecer otras medidas que permitan avanzar hacia esa eficiencia. En este sentido, se han señalado dos propuestas de mejora:

1. **OPTIMIZAR LOS RECURSOS EXISTENTES**, para evitar duplicidades, establecer sinergias y obtener mayor rendimiento de los instrumentos de promoción disponibles.
2. **MEJORAR LA GESTIÓN DEL SISTEMA DE PROMOCIÓN EN BASE A DATOS**, con el objetivo de disponer de un mayor conocimiento que facilite a todos los agentes implicados la toma de decisiones.

#### 7.2.1 Propuesta 3: optimizar los recursos existentes

Como se ha señalado, la insuficiente coordinación entre los diferentes agentes impulsores de medidas de promoción, puede traer como consecuencia, en ocasiones, una ineficaz gestión de los recursos existentes. La gestión coordinada de los apoyos al sector entre las administraciones públicas y las fundaciones bancarias vascas constituye una buena práctica a impulsar.

Por otro lado, la adaptación de la acción de promoción a un tercer sector social atomizado puede implicar, especialmente en los ámbitos territoriales de proximidad, una dispersión del esfuerzo de promoción y, como consecuencia, un menor impacto del mismo, que cabe evitar o reducir reforzando la cooperación horizontal entre entidades.

En definitiva, un flujo coordinado para canalizar las medidas de promoción, por un lado, y una mayor coordinación entre las organizaciones del TSSE, por otro, redundaría en una acción de promoción más eficiente. En ambas direcciones van las dos siguientes actuaciones propuestas.

## Actuaciones propuestas

1. En línea con propuestas anteriores, se prevé la necesidad de **generar espacios de encuentro e interlocución entre los diferentes agentes implicados** en el impulso de medidas de promoción.



Si la finalidad de los espacios anteriores se orientaba a la construcción de marcos y modelos de colaboración compartidos, este tipo de espacios persigue de forma complementaria:

- a. **Aunar esfuerzos:** evitar esfuerzos aislados para sumar sinergias y generar mayor impacto, en respuesta a una acción de promoción fragmentada.
- b. **Delimitar prioridades, compartir objetivos** específicos, **acotar retos** comunes, especialmente en lo concerniente a la acción de promoción en territorios y comarcas.
- c. **Diseñar y compartir instrumentos y herramientas** comunes. En este sentido, se apuntan algunos ejemplos, como la creación de una ventanilla única en los diferentes territorios entre administraciones públicas y fundaciones bancarias con el objetivo de canalizar las diferentes medidas de financiación impulsadas, evitando así duplicidades entre agentes; también, la generación de formularios comunes de solicitud de ayudas y subvenciones entre administraciones públicas y fundaciones bancarias que minimizaría el esfuerzo de las entidades del tercer sector social, y muy especialmente de las PYMAS.

En la medida en que estos espacios de encuentro e interlocución ponen en conexión a entidades públicas y privadas (fundaciones bancarias vascas) con un amplio recorrido en el diseño e impulso de medidas de promoción del TSSE, pueden también entenderse o concebirse en determinados casos como **comunidades de aprendizaje** que permiten entre sus integrantes compartir su experiencia, recursos...

## 2. Potenciar las redes y el trabajo coordinado entre organizaciones del tercer sector social.

El objetivo de esta actuación es doble:

- a. Por un lado, generar sinergias entre organizaciones del TSSE para lograr un mayor impacto de su actividad mediante la concentración de servicios y recursos propios. Por ejemplo, en los casos en que organizaciones de un mismo ámbito o que atienden a colectivos con situaciones parejas, pero no están agrupadas en una red o no se coordinan entre sí, solicitan una ayuda a una institución pública o privada, con la consiguiente dispersión y merma del impacto de este tipo de medidas.
- b. Por otro, fomentar la participación en foros de encuentro con otros agentes (por ejemplo, Mesas de Diálogo Civil) de ámbitos en los que las entidades del TSSE están poco estructuradas en redes (infancia vulnerable, mujer, etc.), con la intención de darles mayor presencia, visibilidad y representatividad en esos foros y, como consecuencia, ofrecer un mayor conocimiento a los agentes promotores de esas realidades y sus necesidades.

### 7.2.2 Propuesta 4: mejorar la gestión del sistema de promoción en base a datos

Como se ha señalado más arriba, tanto la LTSSE como la EPTSSE, prevén el desarrollo de diversos instrumentos de información, diagnóstico o evaluación del TSSE y de los sistemas de promoción.<sup>74</sup>

El presente informe es uno de esos instrumentos y su realización supone un importante avance para disponer de un análisis de la acción de promoción que permita, teniendo en cuenta los datos disponibles, gestionar y proponer mejoras de la misma. Aunque la descripción mostrada según las diferentes dimensiones es adecuada, se apunta la necesidad de incorporar análisis complementarios a los expuestos en el informe que amplíen la visión que ofrece el mismo. Estos análisis complementarios son las siguientes actuaciones:

#### *Actuaciones propuestas*

1. Ofrecer un **análisis comparado de la acción de promoción** con respecto a otros territorios, regiones o países.
2. Ofrecer **análisis comparados de aspectos o ámbitos concretos de la acción de promoción**. Por ejemplo, comparar el modelo de financiación y la dependencia público-privada del TSSE que refleja el informe con la realidad de otros territorios, regiones o países.
3. Ofrecer datos sobre el **impacto específico de la acción de promoción de los agentes clave** en su ámbito territorial de actuación.

## 7.3 Una acción de promoción que contribuya a un TSSE más autónomo, más reconocido y con un mayor impacto de su actividad

Si las anteriores orientaciones buscaban mejorar la acción de promoción en su conjunto a través de diversas propuestas orientadas a lograr una mayor coordinación y coherencia entre los agentes implicados y una mayor eficiencia en el despliegue de sus medidas, la última de las orientaciones identificadas se centra en determinados aspectos surgidos a lo largo de la descripción, todos ellos contemplados en la EPTTSE y, por lo tanto, en coherencia con ella, cuyo refuerzo contribuiría a un tercer sector social vasco más autónomo, más reconocido y con un mayor impacto de su actividad.

Tal objetivo se concreta en el desarrollo de cinco propuestas de mejora, cada una de ellas orientada a reforzar un aspecto diferente:

1. Avanzar en la **DIVERSIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN**, con el objetivo de paliar la dependencia pública en la financiación del tercer sector social y avanzar hacia modelos de financiación más sostenibles.
2. Fomentar la **INNOVACIÓN SOCIAL**, desde una perspectiva multiagente, vinculada a retos y desde el enfoque de impacto social.

---

<sup>74</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.7 *Análisis de la realidad y gestión del sistema de promoción en base a datos*.

- 3.** Impulsar la **TRANSFORMACIÓN DIGITAL** del TSSE, para revertir su retraso digital en diversos aspectos.
- 4.** Visibilizar el **APORTE** del TSSE a la **SOCIEDAD**, mediante estrategias que pongan en valor su contribución y contribuyan a su reconocimiento.
- 5.** Mejorar los sistemas de apoyo específicos al **PEQUEÑO Y MEDIANO ASOCIACIONISMO (PYMAS)**, que constituye el 80% de las organizaciones del TSSE.

### **7.3.1 Propuesta 5: avanzar en la diversificación de fuentes de financiación**

La acción de promoción descrita pone en evidencia la dependencia del TSSE de la financiación pública, especialmente, aunque también de la privada<sup>75</sup>. La situación socioeconómica generada por la crisis de la COVID-19 puede suponer inevitablemente recortes en estas fuentes de financiación y, por tanto, mayor inestabilidad en el sector.

Se trata de un escenario que va a repercutir en todas las organizaciones del TSSE y, especialmente, en las PYMAS, con mayor dependencia de la financiación pública y de las aportaciones realizadas por sus personas socias y que no pueden sostenerse únicamente con el personal voluntario.

Esta coyuntura, unida a la necesidad de caminar hacia un TSSE más autónomo y sostenible, obliga a repensar y explorar otros modelos y fuentes de financiación que ya son posibles. Por un lado, la proliferación de plataformas, técnicas y herramientas digitales ha abierto un campo de posibilidades de exploración en lo que a la captación de fondos se refiere, campo que está en permanente transformación.

Por otro lado, la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las políticas públicas y su extensión y aceptación en diversos sectores sociales han contribuido a sensibilizar a las empresas y a modificar positivamente el rol que pueden jugar en la sociedad. Esta circunstancia puede suponer una oportunidad para que las organizaciones sociales aumenten y refuercen su relación con el sector empresarial.

Además, tal como se muestra en el informe, las medidas de promoción identificadas procedentes de la Unión Europea son tan solo una muestra de las posibilidades que ofrece Europa para la financiación de proyectos<sup>76</sup>. El nuevo Marco Financiero Plurianual 2021-2027 y, aunque en menor medida y de forma indirecta, el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, pueden constituir oportunidades de financiación que merecen ser exploradas por el TSSE. En estos caminos de exploración, las organizaciones y redes del tercer sector social deberían ser proactivas. Sin embargo, es necesario al mismo tiempo diseñar instrumentos y servicios de asesoramiento y acompañamiento en escenarios a veces nuevos y complejos.

---

<sup>75</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.6 *Diversificación de fuentes de financiación*.

<sup>76</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.4 *Acceso a programas europeos*.

Teniendo en cuenta lo anterior, se han propuesto las siguientes actuaciones:

### *Actuaciones propuestas*

1. Generar instrumentos y servicios de asesoramiento y acompañamiento a organizaciones del TSSE en la exploración de **nuevas fórmulas y mecanismos de financiación**.
2. Diseñar actuaciones específicas que favorezcan el acceso a **programas europeos de financiación**.
3. Explorar **nuevas formas de colaboración entre organizaciones y empresas**.

#### **7.3.2 Propuesta 6: fomentar la innovación social**

A pesar de que la innovación constituye una actividad esencial de las organizaciones sociales y de su recorrido en esta materia, la descripción de la acción de promoción pone en evidencia la escasez de medidas orientadas a la innovación e investigación.<sup>77</sup>

Durante el estado de alarma generado por la crisis de la COVID-19, las entidades del TSSE han tenido que hacer un esfuerzo de adaptación a la situación y ofrecer respuestas innovadoras para poder seguir atendiendo a sus personas destinatarias. La nueva realidad post-COVID tiene que venir acompañada de mayor innovación social ya que el escenario “invita” a explorar nuevas formas de hacer, más aún cuando buena parte de los recursos de financiación de las administraciones públicas son recursos “cautivos” orientados a apoyar la actividad ordinaria de las organizaciones del TSSE, por lo que no pueden ser destinados a la innovación social.

Lo anterior hace necesario modificar los modelos de innovación. Por un lado, es importante incorporar la cooperación a este ámbito y generar espacios multiagente en los que diferentes agentes sociales (empresas, centros de investigación, etc.) y organizaciones del TSSE puedan trabajar conjuntamente en la construcción de respuestas innovadoras. En este sentido, es necesario señalar que la colaboración multiagente es el modelo promovido desde los diferentes programas de innovación impulsados en Europa.

Este tipo de perspectivas se están produciendo ya en Euskadi, por lo que hay que seguir reforzándolas. Un ejemplo, sería el proyecto Pasaia Herri Lab, desarrollado desde un enfoque de ecosistemas locales y cuádruple hélice, en el que participan varias organizaciones del TSSE.<sup>78</sup>

También, el lanzamiento por BBK Fundazioa del proyecto KUNA<sup>79</sup>, un espacio de innovación social para co-crear soluciones a través de la implicación y colaboración transdisciplinar de diferentes agentes sociales (empresas, centros de investigación, administración pública, pero también entidades del tercer sector social) ante retos de la sociedad vizcaína.

---

<sup>77</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.2.3 *I+D+i social*.

<sup>78</sup> <https://www.matiainstituto.net/es/proyectos-de-investigacion/proyectos/pasaia-herri-lab-etxean-bizi>

<sup>79</sup> <https://kuna.bbk.eus/>

Por otro lado, los esfuerzos de innovación deben estar orientados a dar respuesta conjuntamente a problemas y retos de país – la agenda Euskadi Basque Country 2030 es un marco de referencia en este sentido – y deben profundizar en el enfoque de impacto social.

El impulso de la innovación social con la participación de las organizaciones sociales debe ir acompañado, al menos, de las siguientes actuaciones:

### *Actuaciones propuestas*

1. Transformar **los modelos y las apuestas en el ámbito de la innovación social** desde una triple perspectiva:
  - a. Innovación social desde la lógica **multiagente**.
  - b. Innovación social como respuesta **a retos de país**.
  - c. Innovación social desde el enfoque de **impacto social**.
2. Promover el acceso a los **programas europeos de innovación social**.

### **7.3.3 Propuesta 7: impulsar la transformación digital del TSSE**

La pandemia ha puesto a prueba las capacidades tecnológicas del TSSE, en muchos casos insuficientes para responder a las necesidades generadas. Las carencias de las organizaciones en este sentido eran anteriores a la situación generada por la COVID-19 (necesidad de actualización de dispositivos tecnológicos, necesidad de mejora de competencias digitales, etc.).

Por un lado, una parte de las organizaciones que conforman el TSSE, tienen dificultades para incorporar las tecnologías a sus diferentes procesos de trabajo. Un ejemplo lo constituye la implantación de entornos digitales como la administración electrónica, de especial dificultad para el pequeño y mediano asociacionismo (PYMAS). Además, una parte de los procesos de innovación social están cada vez más ligados al desarrollo de soluciones digitales (tecnología social) como respuesta a diferentes retos sociales (envejecimiento activo, dependencia, vida autónoma, etc.)

Por otro lado, existe una persistente brecha digital, de acceso y de uso, entre diversos colectivos atendidos por las organizaciones, por lo que la incorporación de la tecnología a determinados procesos de intervención es poco viable si no se buscan soluciones a esta brecha.

En este escenario, la administración pública tiene un papel clave y una responsabilidad, al menos desde dos puntos de vista.

De un lado, la brecha digital que afecta a diversos colectivos plantea un problema de universalidad que debe ser atendido. De otro, en tanto que se está produciendo y aplicando tecnologías digitales en los servicios de responsabilidad pública, tanto en la gestión de los procesos de intervención como en la de los datos surgidos de tales procesos, y que tales servicios son provistos en ocasiones por entidades sociales (modelo mixto), parece necesario apoyar a estas organizaciones en su proceso de transición digital para adaptarse a este tipo de entornos.

Para paliar la situación descrita, se han ido dando pasos por parte de diferentes agentes. La Diputación Foral de Bizkaia, en el contexto de la Mesa de Diálogo Civil, constituyó una comisión de trabajo en 2019 que dio como resultado un análisis de la situación de la transformación digital en las organizaciones del TSS de Bizkaia y la identificación de una serie de orientaciones estratégicas y actuaciones de mejora.

Kutxa Fundazioa dispone del proyecto *Gipuzkoa Kutxa Solidarioa*, una plataforma digital para el fomento de la participación social y la capacitación y acompañamiento de entidades sociales, especialmente pequeñas y medianas asociaciones, en el manejo de entornos digitales y la digitalización de procesos de trabajo mediante el desarrollo de formaciones específicas.

El Departamento de Políticas Sociales de Gobierno Vasco ha impulsado en 2020 la elaboración de un diagnóstico sobre la situación del Tercer Sector Social de Euskadi ante el reto de la transformación digital. Cabe esperar que ese diagnóstico ofrezca claves importantes para diseñar actuaciones concretas que permitan a las organizaciones del TSSE adaptarse a entornos digitales e incorporar la tecnología en el afrontamiento de diferentes retos sociales.

Para ello será necesario acompañar a las organizaciones en este proceso, y aquí la administración pública debe jugar un rol destacado en el que pueden participar otros agentes clave, como son las fundaciones bancarias vascas, por lo que es importante poner en valor los proyectos y servicios ya existentes impulsados por estos agentes que están teniendo y pueden tener aún un papel más importante en la transformación digital del TSSE, como las agencias para el voluntariado y la participación social.

Por todo ello, parece necesario impulsar las siguientes actuaciones:

### *Actuaciones propuestas*

1. Diseñar una **estrategia de transformación digital** del TSSE. El diagnóstico elaborado por el Departamento de Políticas Sociales del Gobierno Vasco puede constituir un paso previo fundamental para avanzar hacia esa estrategia.
2. Reforzar los **proyectos y servicios de formación y acompañamiento** de organizaciones sociales en sus procesos de digitalización, comenzando con realidades ya identificadas como:
  - a. PYMAS.
  - b. Organizaciones sociales proveedoras servicios de responsabilidad pública en entornos digitales compartidos con la administración pública.

### 7.3.4 Propuesta 8: visibilizar el aporte del TSSE a la sociedad

La acción de promoción descrita destaca un relevante número de medidas cuya finalidad es dar a conocer o reconocer la contribución de las organizaciones y redes del TSSE.<sup>80</sup>

No obstante, buena parte de la sociedad desconoce la labor concreta que desarrollan las organizaciones sociales y el impacto que tienen en el conjunto de la sociedad, aunque en términos generales haya una percepción positiva del TSSE.<sup>81</sup>

Este desconocimiento no sólo afecta a la sociedad. Una parte de las instituciones públicas vascas, especialmente las administraciones de carácter local, ignoran en ocasiones la labor social que desempeña el TSSE, el impacto social que tiene esa labor y el aporte diferenciador con respecto a otro tipo de agentes.

Por tanto, es necesario visibilizar esta contribución y, al mismo tiempo, poner en valor la importancia de disponer de una sociedad civil fuerte y organizada, y aquí la comunicación juega un papel fundamental.

La comunicación debe abordarse desde una doble perspectiva complementaria. De un lado, debe haber una estrategia comunicativa de sector orientada a la realización de campañas generales que promuevan una imagen de valor intrínseco del TSS de cara a la sociedad. El acuerdo de colaboración firmado entre EITB, el Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco y Sareen Sarea va en esta línea.

De otro lado, este tipo de actuaciones debe ir acompañada, en un entorno más micro, del refuerzo por parte de las propias organizaciones de su red de relaciones en lo local. La imagen del tercer sector social no solo se construye desde una perspectiva macro – grandes campañas comunicativas – sino que pasa necesariamente también por las relaciones que es capaz de establecer en sus ámbitos territoriales donde se asientan e intervienen. Por ello, resulta necesario ayudar a las organizaciones a comunicarse adecuadamente con su entorno.

Para visibilizar la contribución del TSSE a la sociedad se proponen las siguientes actuaciones:

#### *Actuaciones propuestas*

1. **Formar y acompañar** a las organizaciones en el uso de instrumentos y herramientas de comunicación que permitan contar lo que hacen y consigan mayor impacto.

---

<sup>80</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véase el apartado 5.1.8 *Fomento, fiscalidad y reconocimiento del TSSE*.

<sup>81</sup> Según el estudio sobre la percepción de la población de Bizkaia sobre el tercer sector elaborado por el Observatorio del TSS Bizkaia, “el 78% de la población identifica al tercer sector con aspectos positivos. Se destaca el carácter voluntario, gratuito y altruista de las entidades, así como la solidaridad ejercida por las personas que participan en ellas: altruismo, gente solidaria, voluntariado, solidaridad, gente con muy buena voluntad, trabajos filantrópicos, mucha gente desinteresada, etc.” (p.20). Equipo del Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia (2012). *Percepción de la población de Bizkaia sobre el Tercer Sector*. Bilbao: Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia. Recuperado de: <https://3seuskadi.eus/wp-content/uploads/Informe-final-Estudio-percepcion-de-la-poblaci%C3%B3n-de-Bizkaia-sobre-el-Tercer-Sector.pdf>

2. Repensar los **modelos y las estrategias (enfoques) de comunicación**.
  - a. Enfoque macro: campañas de comunicación de sector.
  - b. Enfoque micro: red de relaciones en lo local.
3. Impulsar medidas que favorezcan el **conocimiento de la contribución social del TSSE entre las diferentes administraciones públicas vascas**.

### **7.3.5 Propuesta 9: mejorar los sistemas de apoyo al pequeño y mediano asociacionismo (PYMAS)**

La descripción de la actuación de promoción identificada ha puesto en evidencia un escaso número de medidas diseñadas y dirigidas específicamente al pequeño y mediano asociacionismo, hecho que contrasta con el peso de este tipo de organizaciones (80%) en el conjunto de entidades del TSSE.<sup>82</sup>

A lo largo del informe se han ido señalando numerosos aspectos relacionados con o que influyen en la situación de las PYMAS, de los que destacaremos los siguientes. Por un lado, un importante volumen de entidades de pequeño y mediano tamaño trabajan en ámbitos poco estructurados (salud, social-transversal). Esta falta de estructuración merma su capacidad de interlocución con las instituciones públicas y, con ello, la posibilidad de que su voz sea escuchada en los foros habilitados a tal efecto. Desde Sareen Sarea se está trabajando para superar esta situación.

Asimismo, desde las propias instituciones públicas pueden darse pasos en esta línea fomentando espacios complementarios a las Mesas de Diálogo Civil, en los que puedan tener cabida organizaciones de pequeño y mediano tamaño, para abordar aspectos concretos relacionados con sus ámbitos de intervención. De esta manera, podrían confluir foros de interlocución de carácter generalista (MDC) con otros más especializados.

Por otra parte, como se ha venido señalando, las PYMAS tienen estructuralmente menos capacidades de acceder a las diversas fuentes de financiación y, en relación con esto, menos capacidad de relación con otros agentes sociales con los que buscar colaboraciones más estrechas y permanentes. Por ello, sería necesario implicar a este tipo de agentes en la colaboración (por ejemplo, mediante el impulso de programas de RSC en las empresas) con las PYMAS con el objetivo de reforzar el tejido asociativo e implicar a otros sectores sociales en la labor que desempeñan estas entidades.

Esta situación indica la necesidad de activar actuaciones específicas dirigidas a este tipo de organizaciones. No obstante, cabe destacar, como se ha señalado a lo largo del informe, que existen instrumentos que desempeñan una labor fundamental para sustentar a las PYMAS, entre las que cabe destacar, por un lado, la labor desempeñada por la administración local, impulsando servicios de asesoría y programas de formación específicos para las pequeñas y medianas asociaciones de sus ámbitos territoriales.

---

<sup>82</sup> Para conocer la situación descrita sobre este aspecto y su relación con la LTSSE y la EPTSSE, véanse los apartados 4.2.4.2 *La acción de promoción en relación con el tamaño de las entidades destinatarias*, y 5.2.5 *Apoyo a las PYMAS*.



También, las agencias para el voluntariado y la participación social, surgidas de la colaboración público-privada, constituyen otro de los pilares de apoyo para las PYMAS de la CAE.

Teniendo en cuenta todo ello, se proponen las siguientes actuaciones:

### *Actuaciones propuestas*

1. Incluir una **batería de acciones específicas a PYMAS en el próximo plan de legislatura de la EPTSSE** que den respuesta a las necesidades y problemáticas descritas.
2. **Fortalecer los espacios e instrumentos de apoyo** existentes de este tipo de organizaciones impulsados por los agentes públicos y privados.

## 8 Referencias bibliográficas

CANTO A., LOPEZ-AROSTEGUI, R.; ROMEO, Z. (2015). *Libro Blanco del Tercer Sector de Euskadi*. Bilbao: Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia. Recuperado de: [http://www.3sbizkaia.org/wp-content/uploads/1823\\_1\\_LibroBlancoTSSEuskadi2015.pdf](http://www.3sbizkaia.org/wp-content/uploads/1823_1_LibroBlancoTSSEuskadi2015.pdf)

DIPUTACIÓN FORAL DE ÁLAVA (2017). *IV Plan Foral de igualdad de Araba 2016-2019*. Recuperado de: [https://irekia.araba.eus/documents/2908004/2940040/IVPlanForalIgualdad\\_Documento+Final\\_CAS+%281%29.pdf/f0fccb23-7c33-ae1b-5173-294a7513b6ef?t=1538985607780](https://irekia.araba.eus/documents/2908004/2940040/IVPlanForalIgualdad_Documento+Final_CAS+%281%29.pdf/f0fccb23-7c33-ae1b-5173-294a7513b6ef?t=1538985607780)

DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA (2016). *Plan para la participación y calidad de vida de las personas con discapacidad en Bizkaia 2016-2019*. Recuperado de: <https://www.bizkaia.eus/home2/Archivos/DPTO3/Noticias/Pdf/CASTELLANO-COMPLETO-WEB.pdf?hash=3de3ca3e96b45d35e0eed10e50e77428&idioma=CA>

DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA (2016). *Plan Estratégico de Gestión 2015-2019 de la Diputación Foral de Gipuzkoa*. Recuperado de: [https://www.gipuzkoa.eus/documents/20933/923358/GFA\\_KudeaketaPlanEstrategikoa\\_2015-2019-es.pdf/f7f10838-03e5-4276-8b53-d94d8022a49d](https://www.gipuzkoa.eus/documents/20933/923358/GFA_KudeaketaPlanEstrategikoa_2015-2019-es.pdf/f7f10838-03e5-4276-8b53-d94d8022a49d)

EQUIPO DEL OBSERVATORIO DEL TERCER SECTOR DE BIZKAIA (2012). *Percepción de la población de Bizkaia sobre el Tercer Sector*. Bilbao: Equipo del Observatorio del Tercer Sector de Bizkaia. Recuperado de:

<https://3seuskadi.eus/wp-content/uploads/Informe-final-Estudio-percepcion-de-la-poblaci%C3%B3n-de-Bizkaia-sobre-el-Tercer-Sector.pdf>

EQUIPO DEL OBSERVATORIO DEL TERCER SECTOR DE BIZKAIA (2020). *Barómetro 2019. Principales datos de las organizaciones del Tercer Sector Social de Euskadi*. Disponible en: [https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO\\_txostena\\_2019\\_cas.pdf](https://3seuskadi.eus/wpcontent/uploads/BAR%C3%93METRO_txostena_2019_cas.pdf)

EUSKADI. LEY 6/2016, de 12 de mayo, del Tercer Sector Social de Euskadi. *Boletín Oficial del País Vasco*, 94, de 19 de mayo de 2016. Recuperado de: <http://www.euskadi.eus/bopv2/datos/2016/05/1602096a.pdf>

GOBIERNO VASCO (2018). *Estrategia de promoción del Tercer Sector Social de Euskadi*. Recuperado de: <https://www.sareensarea.eus/images/documentos/DocumentacionDeReferencia/Estrategia-de-Promocin-del-Tercer-Sector-Social-28-11-2017.pdf>

GOBIERNO VASCO (2018). *Estrategia de promoción del Tercer Sector Social de Euskadi. Plan de legislatura 2018-2020*. Recuperado de: [https://www.euskadi.eus/contenidos/plan\\_departamental/24\\_plandep\\_xileg/es\\_def/adjuntos/Estrategia%20promoci%C3%B3n%20tercer%20sector%20-%20Plan%20de%20la%20Legislatura%20CAST.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/plan_departamental/24_plandep_xileg/es_def/adjuntos/Estrategia%20promoci%C3%B3n%20tercer%20sector%20-%20Plan%20de%20la%20Legislatura%20CAST.pdf)

GOBIERNO VASCO (2018). *Estrategia Vasca del Voluntariado 2017-2020*. Recuperado de: [https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/estrategia\\_voluntariado\\_2017/es\\_def/adjuntos/estrategiavascadelvoluntariado\\_es.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/estrategia_voluntariado_2017/es_def/adjuntos/estrategiavascadelvoluntariado_es.pdf)