EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

BERDINTASUN, JUSTIZIA ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE IGUALDAD, JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

Euskadiko Hirugarren Sektore Soziala sustatzeko neurriei buruzko txostena 2019an

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

3seuskadi

Hirugarren Sektore Sozialaren Euskal Behatokia

Observatorio Vasco del Tercer Sector Social

Justifikazioa - Justificación

Euskadiko Hirugarren Sektore Sozialari buruzko maiatzaren 12ko 6/2016 Legeak Euskadiko Hirugarren Sektore Soziala (aurrerantzean, EHSS) bultzatzeko eta sustatzeko aurreikusten dituen politiken baitan kokatzen dira EHSSko erakundeak eta sareak sustatzeko ekintzen deskribapena eta etengabeko hobekuntza, eta lege horren arabera antolatu behar dira, bereziki, lege horren IV. kapituluaren arabera. Euskadiko Hirugarren Sektore Soziala Sustatzeko Estrategiak ere jasotzen ditu politika horiek.

EHSS Legearen 19. artikuluak ezartzen du txosten hau urtero egiteko betebeharra: “txosten hori publikoa izango da, eta sektore publikoak eta pribatuak bultzatutako sustapen-neurrien gaineko informazio eguneratua eta sistematizatua jasoko du” (bigarren atala).

La obligación de elaborar este informe con periodicidad anual se establece en el **artículo 19 de la Ley del Tercer Sector Social de Euskadi** 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).

Helburua - Finalidad

Txostena prestatu aurreko urtean **EHSS sustatzeko egindako ekintza publikoak eta pribatuak deskribatzea** da txostenaren **helburua**. Eta, txosten honek eta hurrengoek, **neurrien balorazio bat eta sustapen-ekintzak hobetzeko orientabideak** eskainiko dituzte, urtean behin baino gehiagotan.

El **objetivo** del informe es 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.

Ondoz ondoko txostenek honakoak ahalbidetu behar dituzte:

- Urtero **sustapen-neurriak biltzea eta ezagutzera ematea**, eta neurri bakoitzaren **ezaugarriak**, nork sustatzen dituen (**eragileak**) eta identifikatutako neurrien **tipologia** deskribatzea.
- EHSSko erakundeak eta sareak sustatzeko ekintzen gainean **etengabe hausnartzea**, eta ekintza horiek hobetzeko **orientabideak** ezartzea.

Helburu horiek betetzea beharrezkoa da **EHSS sustatzeko sistema bat eratu ahal izateko.**

Zer eskaintzen du txosten honek? - ¿Qué ofrece este informe?

Txosten honetan **lehen hurbilketa bat egiten da EHSS sustatzeko ekintzetara**. Oraindik ere gutxi gorabeherakoa da hurbilketa, lehen ariketa baita, baina hurbilketa **sistematikoa** da eta **nahikoa xehetasun** ditu:

- Ia **1.000 sustapen-neurri** eta **200 eragile** sustatzaile inguru identifikatu ditugu;
- **neurrien lehen tipologia** bat ezari dugu.

Lan hau egiteko orduan **irizpide** hauek jarraitu ditugu: **lurraldeen arteko oreka eta eragileen aniztasuna eta hautaketa.**

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:

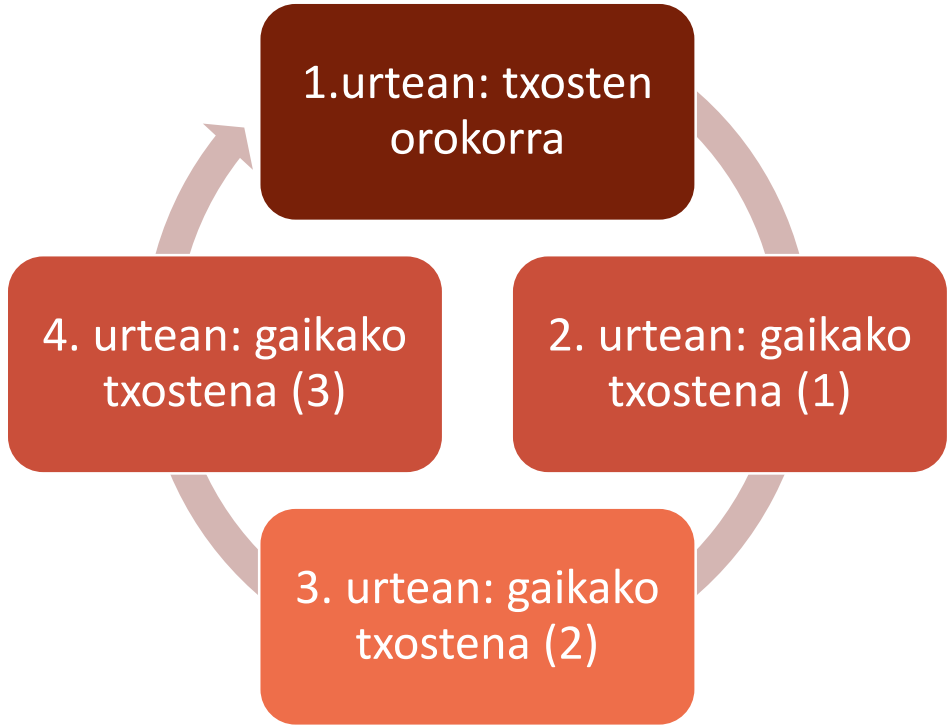
- se han identificado cerca de **1.000 medidas de promoción** y en torno a **200 agentes** promotores;
- se ha establecido una **primera tipología de medidas**.

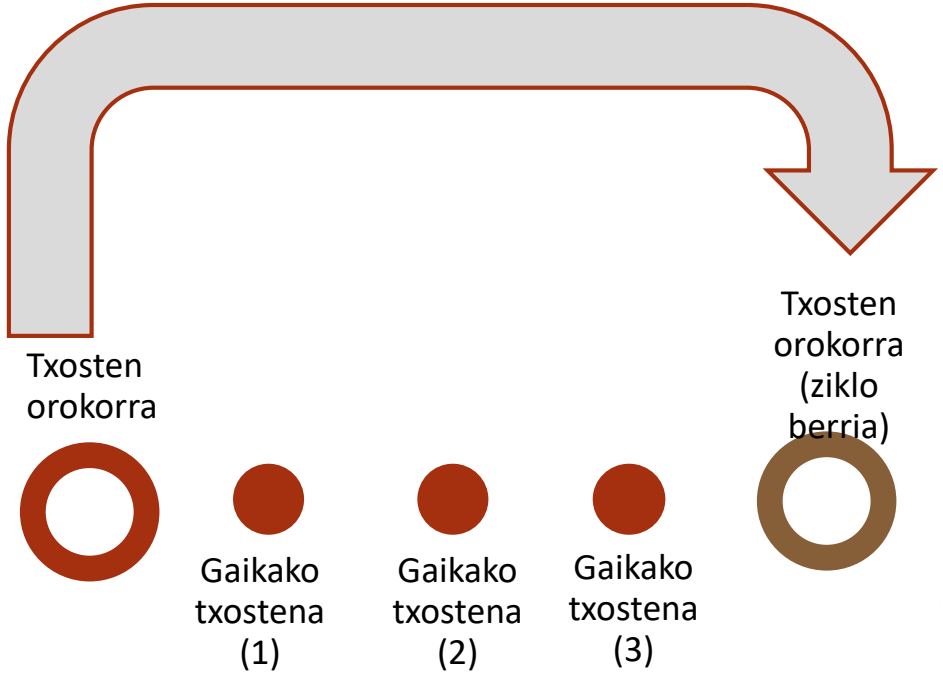
Este trabajo se ha realizado, atendiendo a los siguientes **criterios**: equilibrio territorial y diversidad y selección de agentes.

Txostenak egiteko zikloa - Ciclo de realización de los informes

Proposamena: EHSS sustatzeko neurriei buruzko txostenaren **lau urteko ziklo periodikoa**.

Aurten egiten ari garen gaikako txostenak **enpresen sektoreak bultzatutako EHSS sustapen neurrien** deskribapena eta azterketa du helburu.





Zer da sustapen-neurri bat? - ¿Qué es una medida de promoción?

EHSSko **erakundeak eta sareak garatzera eta hobetzera bideratutako edozein ekintza konkretu** (modu operatiboan definitua)**, baliabidez hornitua** (lantaldeak, aurrekontua...), **erakunde eta sare horiez kanpoko eragileek egina edo bultzatua**, haien diseinuan, garapenean eta/edo ebaluazioan parte hartu ala ez.

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.

NO se consideran medidas de promoción

- Las actuaciones de las organizaciones y redes del TSSE, aunque se orienten a su fortalecimiento.
- Las que promuevan terceros para lograr objetivos distintos al fortalecimiento (sostenibilidad, desarrollo, mejora…).
- El diálogo civil, la interlocución con el sector público/participación en el diseño de políticas, la cooperación público-social para la provisión de servicios y, en general, las iniciativas en colaboración entre el TSSE y otros sectores y agentes.

Sustapen-neurrien sailkapena - Clasificación de las medidas de promoción

1. CONOCIMIENTO Y RECONOCIMIENTO DEL TSSE	Actuaciones que persiguen dar a conocer o reconocer la labor, actividad, recorrido, etc. de las organizaciones y redes del TSSE.
2. FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO Y DE LA GESTIÓN	Actuaciones que persiguen el fortalecimiento de las organizaciones y redes a través de diferentes vías y la mejora en su gestión.
3. INFRAESTRUCTURAS	Actuaciones orientadas a facilitar a las organizaciones y redes del TSSE el acceso a infraestructuras o su construcción, renovación o modernización.
4. FISCALIDAD	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.
5. FINANCIACIÓN	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.
6. ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS DE PROMOCIÓN	Estrategias específicas de promoción y otras acciones desde el sector público.
7. IMPULSO DEL VOLUNTARIADO Y EL ASOCIACIONISMO	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).

Sustapen-neurrien sailkapena - Clasificación de las medidas de promoción

8. EQUILIBRIO DE FUNCIONES	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, promoción de derechos, ayuda mutua…
9. COHERENCIA	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.
10. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES	Apoyo para que las organizaciones puedan adaptarse a cambios normativos actuales o previstos.
11. REFUERZO DEL VALOR AÑADIDO	Apoyo al desarrollo de aspectos que caracterizan a las organizaciones y añaden valor a la provisión de servicios de responsabilidad pública.
12. COOPERACIÓN INTRASECTOR	Acciones orientadas al impulso de la colaboración horizontal y el trabajo en red.
13. COOPERACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO	Actuaciones que faciliten o promuevan la cooperación entre las organizaciones y redes del TSSE y el sector público.
14. COLABORACIÓN CON OTROS SECTORES, INSTITUCIONES Y MOVIMIENTOS SOCIALES	Actuaciones que faciliten o promuevan la colaboración entre las organizaciones y redes del TSSE y otros sectores no públicos.
15. ACCESO A LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN	Estructuras de apoyo a las organizaciones (en especial a las PYMAS) para facilitar su acceso a las medidas de promoción.

Azterketaren dimentsioak - Dimensiones del análisis

CATEGORIAS

- determina la **distribución** de la acción de promoción según las **categorías y tipos** en que se han clasificado las medidas

AGENTES

- determina el **peso de los agentes** en la acción de promoción

TERRITORIOS

- determina la **distribución** de la acción de promoción por los **diferentes ámbitos territoriales**

ORGANIZACIONES

- determina la **distribución** de la acción de promoción en las **entidades del TSS**

Medida de promoción	
Categoría	Nombre de la categoría
	Tipo de medida
Agente impulsor	Sector del agente impulsor
	Tipología de agente impulsor
Territorio	Ámbito territorial administrativo específico al que se dirige o donde tiene efecto la medida
Organizaciones destinatarias	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

Txostenaren egitura - Estructura del informe

Bloque descriptivo

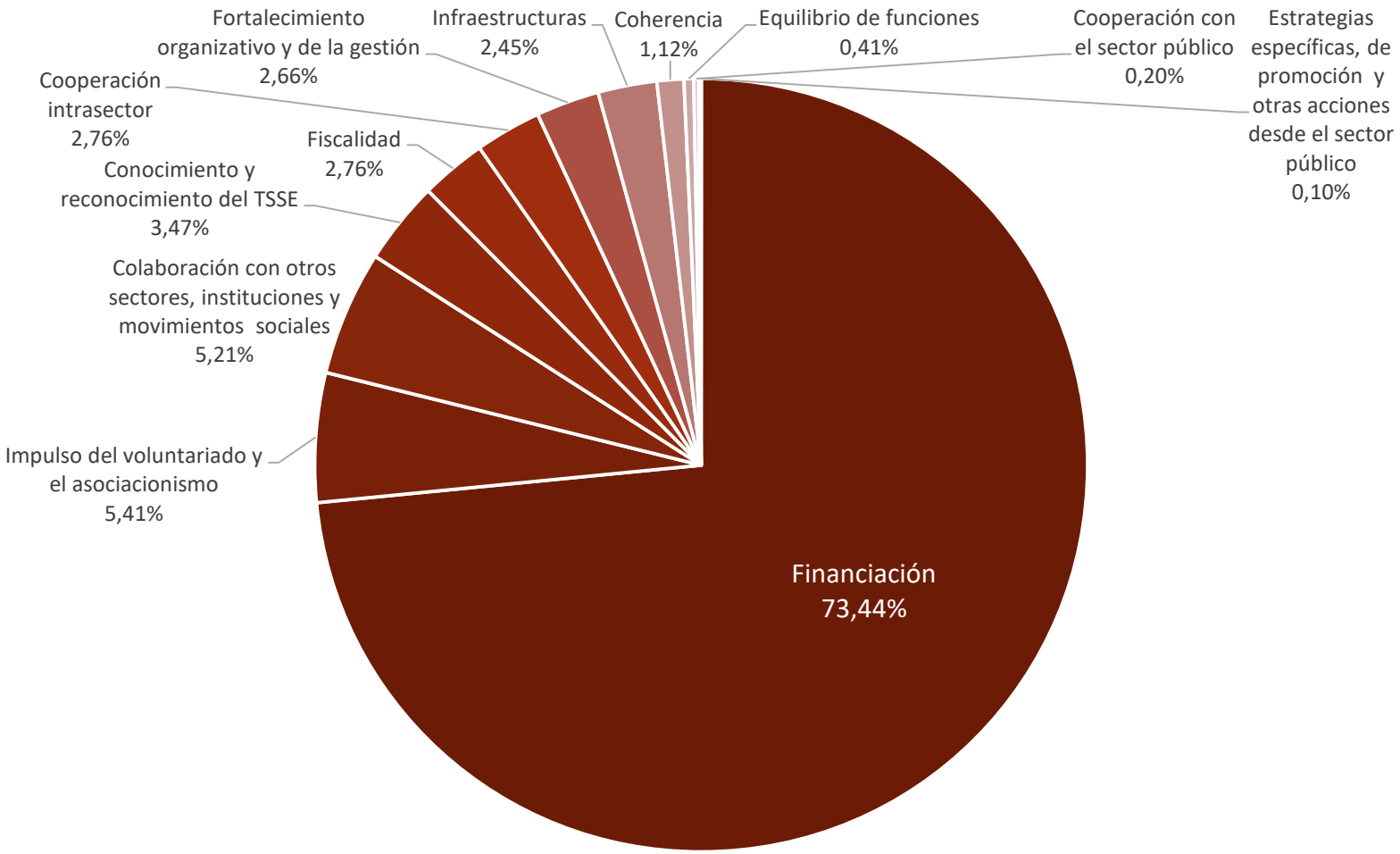
- Información sistematizada sobre las medidas de promoción
- Anual

Bloque propositivo

- Orientaciones para la mejora de la acción de promoción
- Cuatrienal

Zenbat eta nolakoak dira neurriak? - ¿Cuántas y cómo son las medidas?

DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN POR CATEGORÍAS (%)

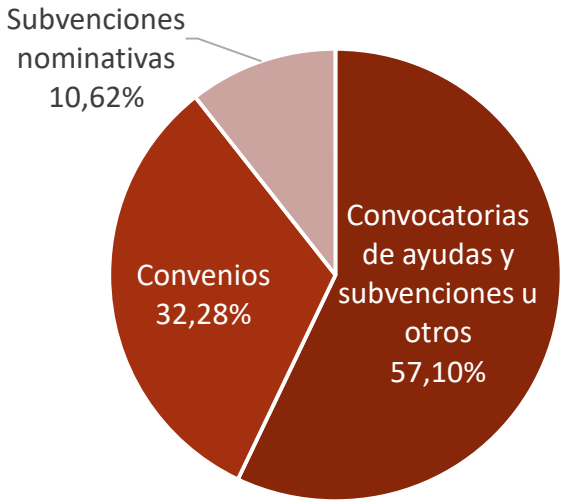


978 sustapen-neurri 12 kategoria ezberdinetakoak

978 medidas de promoción de 12 categorías diferentes

Nolakoak dira finantzaketa-neurriak? - ¿Cómo son las medidas de financiación?

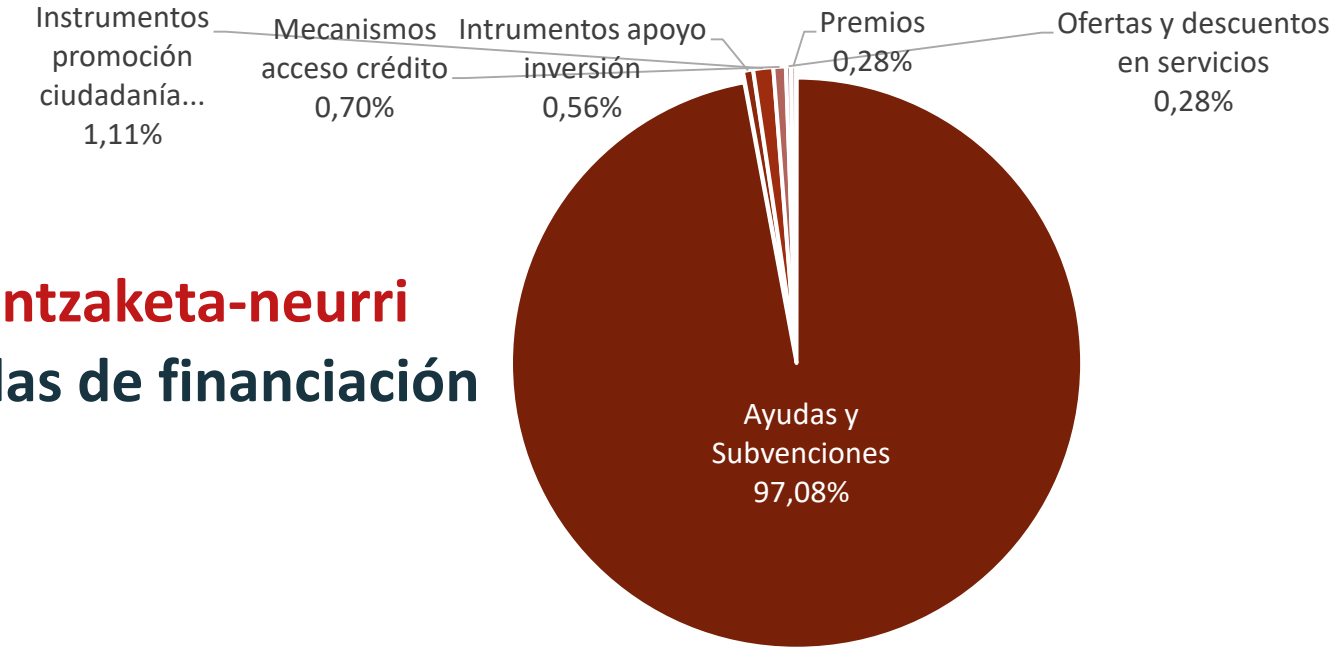
DISTRIBUCIÓN DE LAS AYUDAS Y SUBVENCIONES SEGÚN SUBTIPOS (%)



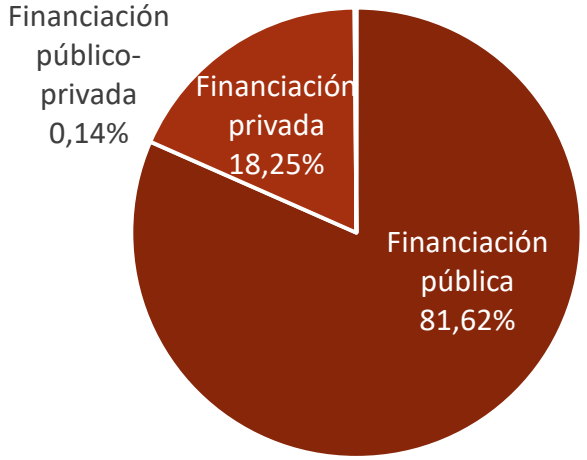
718 finantzaketa-neurri

718 medidas de financiación

DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS DE FINANCIACIÓN SEGÚN TIPOS (%)

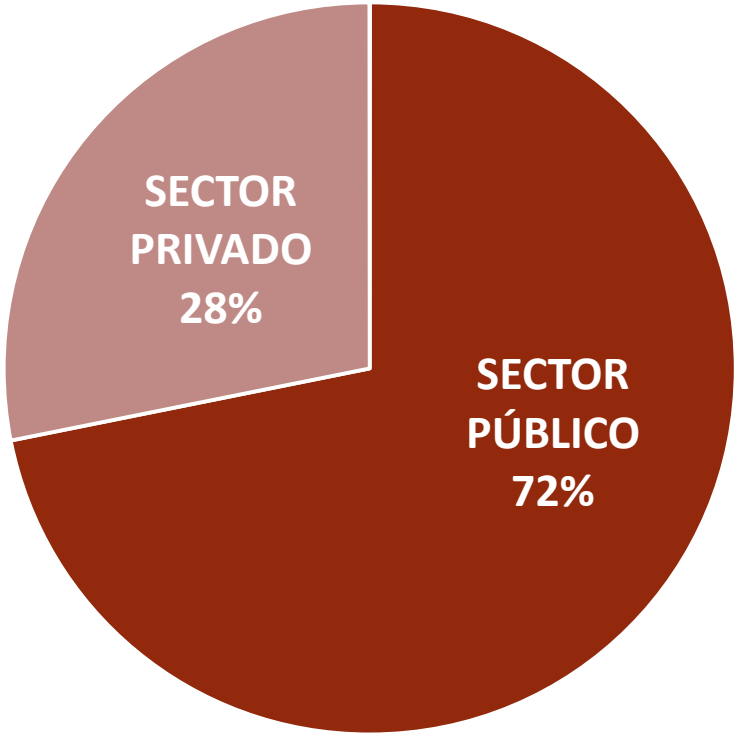


DISTRIBUCIÓN DE MEDIDAS DE FINANCIACIÓN SEGÚN SECTORES (%)



Nork bultzatzen ditu? - ¿Quién las impulsa?

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



175 eragile, sektore publikokoak nahiz pribatukoak

175 agentes, tanto del sector público como del privado

Nork bultzatzen ditu? - ¿Quién las impulsa?

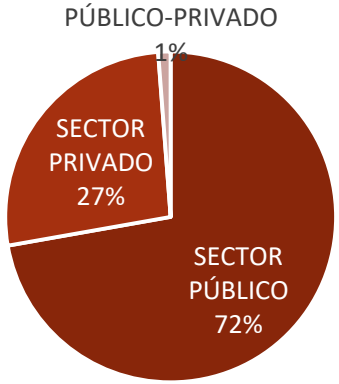
DISTRIBUCIÓN DE LOS AGENTES POR SECTORES Y TIPOS (ABSOLUTOS Y %)		
SECTOR PÚBLICO	Nº agentes	% agentes
Sector público de la CAPV	118	93,6
Administración General de la CAPV	19	14,4
Administración Foral de la CAPV	21	16,8
Administración Local de la CAPV	78	62,4
Sector público de la AGE	7	5,6
Sector público de la UE	1	0,8
Total sector público	126	100,00
SECTOR PRIVADO	Nº agentes	% agentes
Sector privado de la CAPV	37	75,51
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	3	6,12
Sector privado de implantación estatal	12	24,49
Bancos y fundaciones bancarias	7	14,29
Empresas y fundaciones empresariales	5	10,20
Total sector privado	49	100,00
Total sector público y privado	175	100
Sector público	126	71,83
Sector privado	49	28,17

118 eragile publikoak, 49 eragile pribatuak

118 agentes públicos, 49 agentes privados

Zein da eragileen pisua? - ¿Qué peso tienen los diferentes agentes?

DISTRIBUCIÓN DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN POR SECTORES (%)



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

SECTOR PRIVADO	(abs.)	(% sectores)	(% total CAE o Estado)
Sector privado de la CAPV + Agencias	235	90,73	
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
Sector privado de implantación estatal	24	9,27	
Bancos y fundaciones bancarias	19	7,34	79,17
Empresas y fundaciones empresariales	5	1,93	20,83
Total sector privado + Agencias	259	100,00	

Elkarlana sustapen-ekintzaren bultzadan
La colaboración en el impulso de la acción de promoción

1. Se han identificado un total de **46 medidas** (4,70%) 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.

   - Se producen y tienen incidencia en **los tres Territorios Históricos.**
   - Varias implican la colaboración entre **agentes de sectores distintos (público, privado y social)**.
   - Tienen relación con **categorías** orientadas al fortalecimiento del tejido asociativo de la CAE.

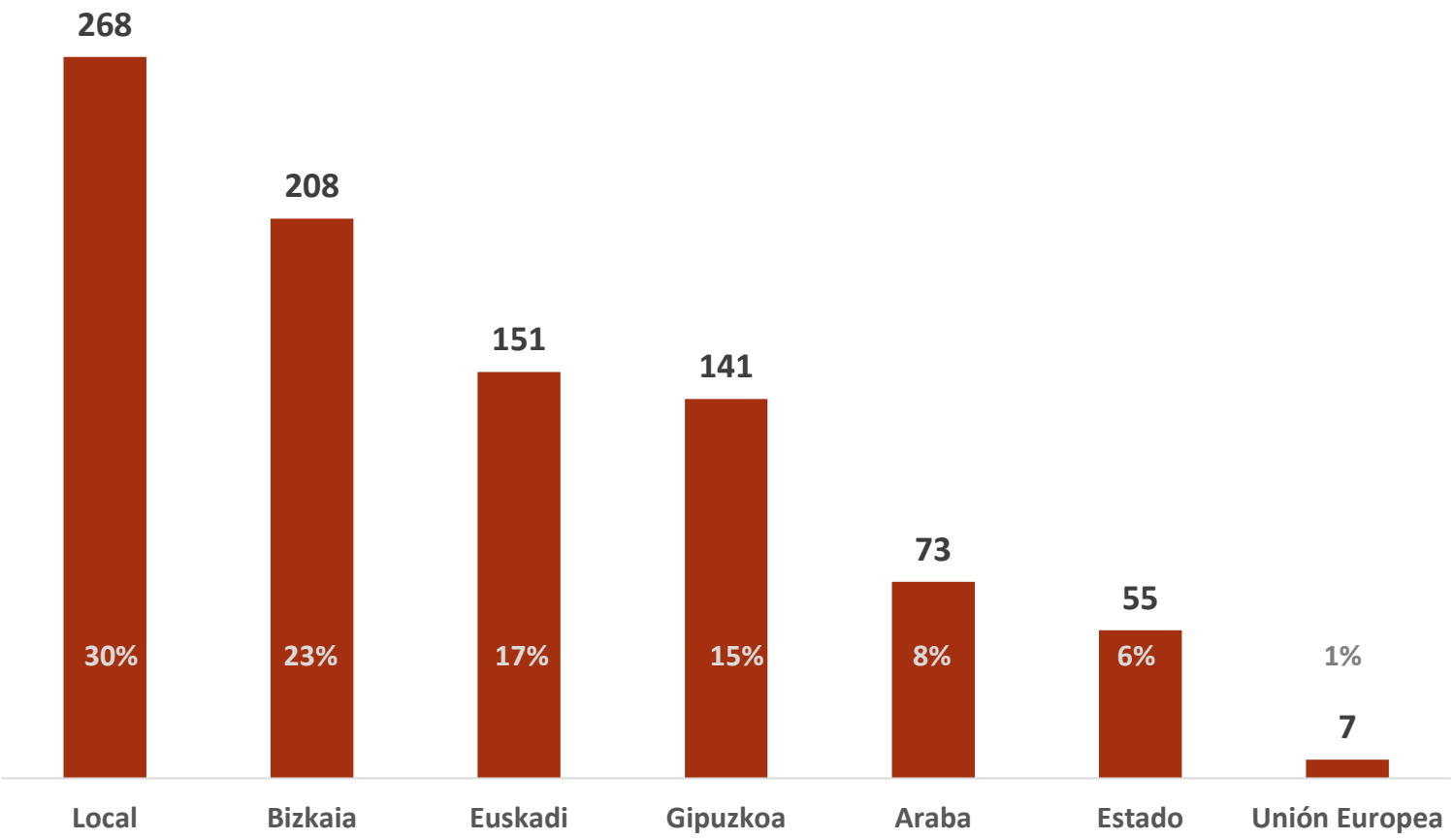
2. La colaboración desde el sector privado se produce siempre con agentes públicos y surge en todos los casos identificados desde las **fundaciones bancarias vascas**.

3. Algunos **ejemplos** destacables:

   - **Colaboración público-privado-social**: agencias para la promoción del voluntariado y la participación social.
   - **Colaboración entre agentes públicos**: Donostiako Emakumeen Etxea, Programa BINKLUSIon.
   - **Colaboración público-privada**: Federación Vicente Abreu.

Nola banatzen dira neurriak lurraldeetan?
¿Cómo se distribuyen las medidas por territorios?

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



EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

BERDINTASUN, JUSTIZIA ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE IGUALDAD, JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

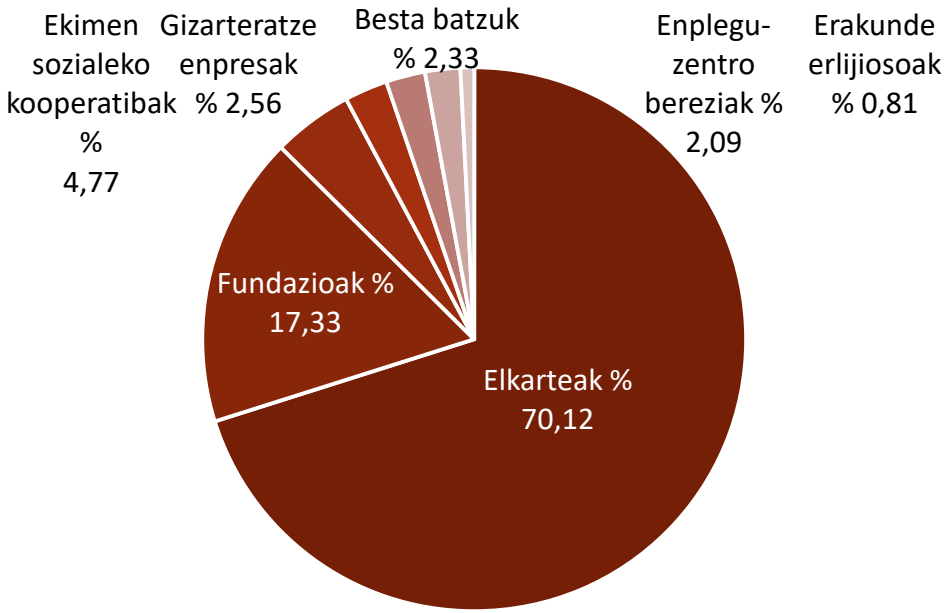
Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

La acción de promoción en relación con las figuras jurídicas

NEURRIEN BANAKETA, FIGURA JURIDIKOEN ETA SEKTOREEN ARABERA (ABSOLUTUAK ETA %)

Figura juridikoak	Publikoa		Pribatua		Guztira	
	Kopuru abs.	%	Kopuru abs.	%	Kopuru abs.	%
Elkarteak	474	70,12	126	70,39	600	70,18
Fundazioak	108	15,98	39	21,79	147	17,19
Ekimen sozialeko kooperatibak	39	5,77	2	1,12	41	4,80
Gizarteratze enpresak	20	2,96	2	1,12	22	2,57
Enplegu-zentro bereziak	16	2,37	2	1,12	18	2,11
Beste batzuk	13	1,92	7	3,91	20	2,34
Erakunde erlijiosoak	6	0,89	1	0,56	7	0,82
Guztira	676	100	179	100	855	100
Zehaztu gabe	*31*		*53*		*84*	
Bereizi gabe	*113*		*50*		*163*	

NEURRIEN BANAKETA, HSS-KO ERAKUNDE HARTZAILEEN FIGURA JURIDIKOAREN ARABERA (%)



Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

La acción de promoción en relación con el tamaño y el nivel de estructuración

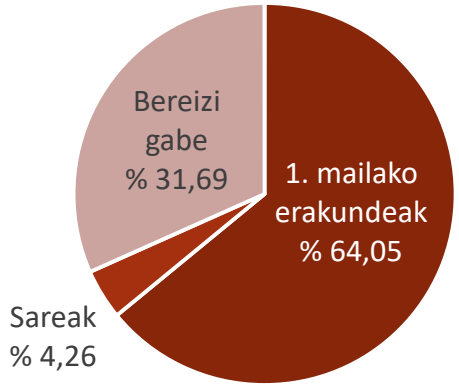
- Las pequeñas y medianas entidades, habitualmente asociaciones (PYMAS), reciben el 7,12% de las medidas identificadas (70) y las grandes o muy grandes el 12,72% (125).

- Importante peso de GV y las fundaciones bancarias reuniendo entre ambas el 54,28% de las medidas dirigidas a PYMAS.

- las Diputaciones Forales tienen un importante peso (57,6%) en el apoyo a organizaciones grandes o muy grandes.

- 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

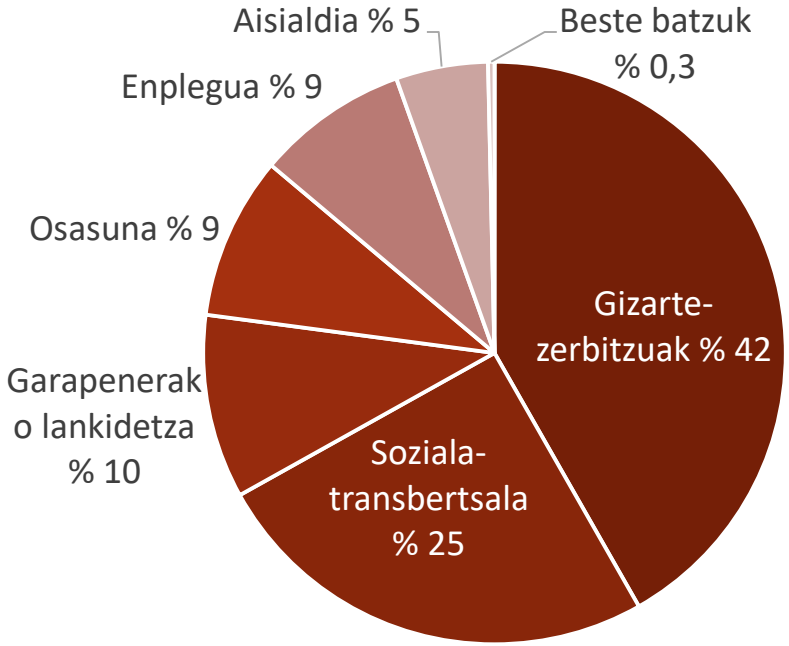
NEURRIEN BANAKETA, HSS-KO ERAKUNDE HARTZAILEEN EGITURATZE MAILAREN ARABERA (%)



Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

La acción de promoción en relación con el ámbito de actuación

NEURRIEN BANAKETA, HSS-KO ERAKUNDE HARTZAILEEN JARDUERA ARLOAREN ARABERA (%)

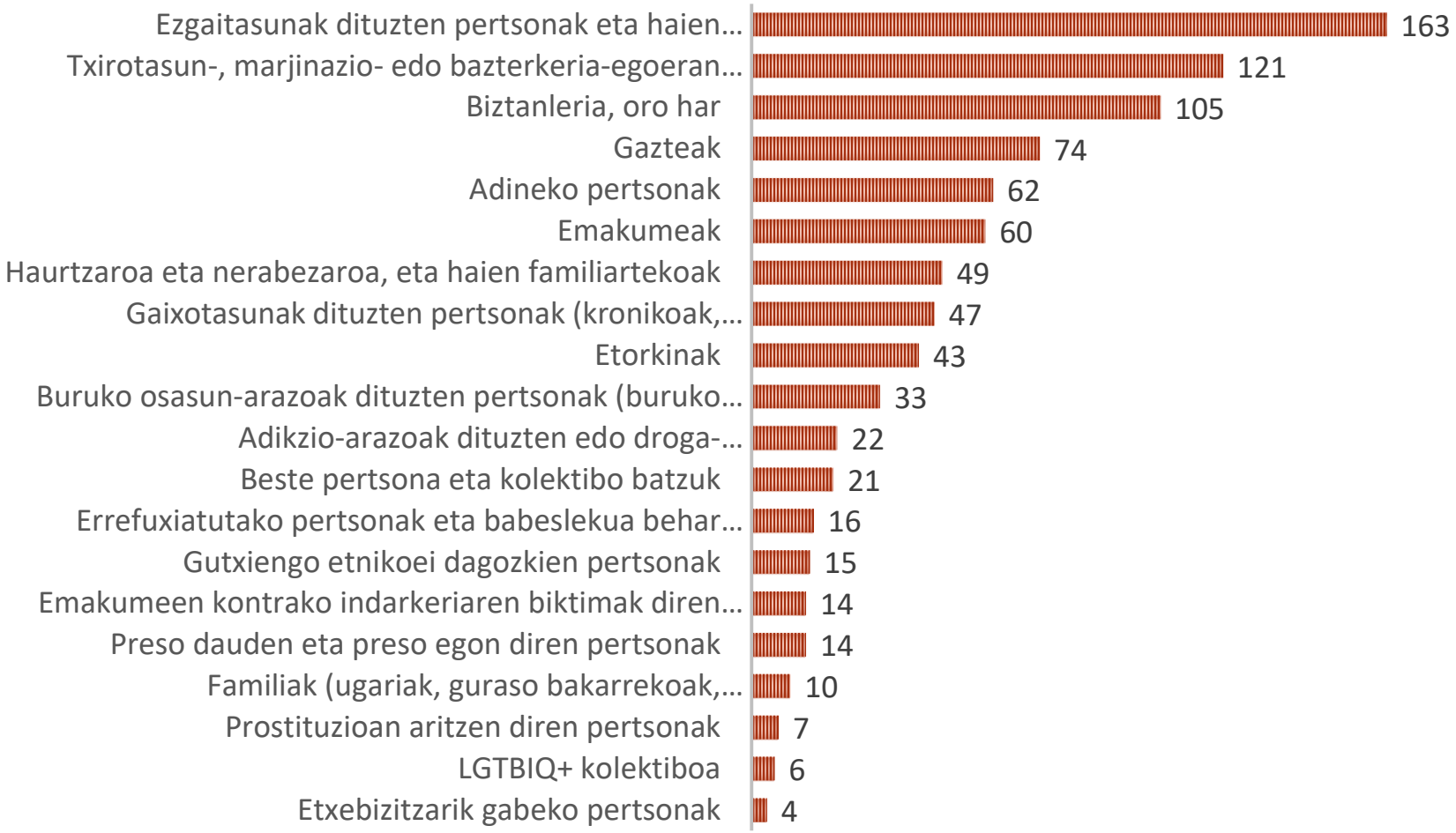


ERAKUNDEEN BANAKETA NEURRIEN ARABERA (%) ETA JARDUERA ARLO NAGUSIEN ARABERA (%)

Arloak	SN txostena 2019	2019 ko barometroa
Soziala-transbertsala	25	36,5
Gizarte-zerbitzuak	42	23,3
Garapenerako lankidetza	10	13,3
Aisialdia	5	12,1
Osasuna	9	9,3
Enplegua	9	3,8
Beste batzuk	0,3	1,6

Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

La acción de promoción en relación con los colectivos



Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

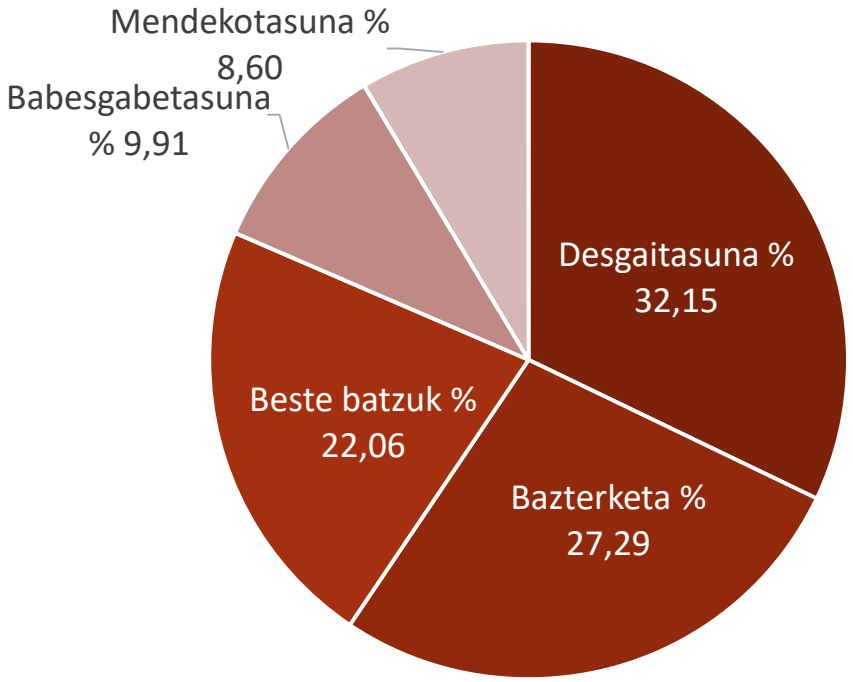
La acción de promoción en relación con los colectivos

KOLEKTIBOAK	SN txostena 2019	2019ko Barometroa
Ezgaitasunak dituzten pertsonak eta haien familiartekoak	18,4	11,8
Txirotasun-, marjinazio- edo bazterkeria-egoeran edo arriskuan dauden pertsonak	13,7	11,8
Biztanleria, oro har	11,9	8,2
Gazteak	8,4	3,0
Adineko pertsonak	7,0	12,4
Emakumeak	6,8	11,5
Haurtzaroa eta nerabezaroa, eta haien familiartekoak	5,5	17,8
Gaixotasunak dituzten pertsonak (kronikoak, arraroak…)	5,3	4,2
Etorkinak	4,9	5,9
Buruko osasun-arazoak dituzten pertsonak (buruko gaixotasuna) eta haien familiartekoak	3,7	3,6
Adikzio-arazoak dituzten edo droga-mendekotasuna duten pertsonak	2,5	1
Beste pertsona eta kolektibo batzuk	2,4	1,7
Errefuxiatutako pertsonak eta babeslekua behar dutenak	1,8	1,1
Gutxiengo etnikoei dagozkien pertsonak	1,7	1,1
Preso dauden eta preso egon diren pertsonak	1,6	0,5
Emakumeen kontrako indarkeriaren biktimak diren emakumeak	1,6	0,5
Familiak (ugariak, guraso bakarrekoak, banandutako amak eta aitak...)	1,1	1,5
Prostituzioan aritzen diren pertsonak	0,8	0,4
LGTBIQ+ kolektiboa	0,7	1,1
Etxebizitzarik gabeko pertsonak	0,5	0,6

Nori zuzenduta daude? - ¿A quién van dirigidas?

La acción de promoción en relación con las contingencias

NEURRIEN BANAKETA, KONTINGENTZIEN ARABERA (%)



ERAKUNDEEN BANAKETA, NEURRIEN ARABERA (%) ETA ARTATUTAKO KONTINGENTZIEN ARABERA (%)

Kontingentziak	SN txostena 2019	2019 ko barometroa
Desgaitasuna	32,15	15,1
Bazterketa	27,29	22,6
Beste batzuk	22,06	53,2
Babesgabetasuna	9,91	5,4
Mendekotasuna	8,60	3,6

Ondorio orokorrak - Conclusiones generales

1. Una acción de promoción muy significativa (ca.1000 medidas), actuaciones de diferente relevancia, procedencia e impacto que ofrecen un **panorama rico y diverso del apoyo recibido por el TSSE** y del grado de implicación de agentes de distinto signo.

2. La acción de promoción se concentra principalmente en la **financiación** de la actividad y otros aspectos de las organizaciones y redes del TSSE (73,44%), si bien este dato no debe distorsionar la relevancia cualitativa de otras categorías.

3. La acción de promoción es impulsada, con diferente peso e intensidad, por **agentes diversos**, con mayor peso del sector público (72%), aunque existe una acción de promoción destacable por parte del sector privado en Euskadi (27%).

4. Aunque la mayor parte de la acción de promoción surge de la iniciativa en solitario de agentes públicos y privados, 46 medidas (4,70%) de promoción surgen de la **colaboración entre agentes** y son claves para fortalecer el tejido asociativo.

5. La acción de promoción surge **desde todos los ámbitos territoriales, pero vinculada a los espacios de proximidad**: las medidas surgidas desde el **ámbito local** y en los **territorios históricos** representan algo más de **¾ partes** de la acción de promoción identificada.

6. La acción de promoción identificada **se dirige a todo tipo de entidades del TSS**, cualesquiera que sean su figura jurídica, tamaño, nivel de estructuración, ámbito de actuación, colectivo al que dirigen su actividad o contingencia que atienden, aunque en ciertos casos no hay una correspondencia entre las medidas de promoción recibidas y el peso de las entidades en el sector según las variables indicadas.

ORIENTAZIOAK ETA HOBEKUNTZA-PROPOSAMENAK
ORIENTACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

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

Propuesta 1 Intensificar la cooperación entre agentes de promoción.

Propuesta 2 Clarificar roles y modelos de colaboración de estos agentes.

Una acción de promoción más eficiente

Propuesta 3 Optimizar los recursos existentes.

Propuesta 4 Mejorar la gestión del sistema de promoción en base a datos.

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

Propuesta 5 Avanzar en la diversificación de fuentes de financiación.

Propuesta 6 Fomentar la innovación social.

Propuesta 7 Impulsar la transformación digital del TSSE.

Propuesta 8 Visibilizar el aporte del TSSE a la sociedad.

Propuesta 9 Mejorar los sistemas de apoyo a PYMAS.

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

BERDINTASUN, JUSTIZIA ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE IGUALDAD, JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

Hirugarren Sektore Sozialaren Euskal Behatokia
Observatorio Vasco del Tercer Sector Social

3seuskadi.eus

3seuskadi

Hirugarren Sektore Sozialaren Euskal Behatokia

Observatorio Vasco del Tercer Sector Social

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

BERDINTASUN, JUSTIZIA ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE IGUALDAD, JUSTICIA Y POLÍTICAS SOCIALES

Euskadiko Hirugarren Sektore Soziala sustatzeko neurriei buruzko txostena 2019an

---

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

3seuskadi

Hirugarren Sektore Sozialaren Euskal Behatokia

Observatorio Vasco del Tercer Sector Social