

Gizarte Ekonomiaren papera Tokiko Garapenean

El papel de la Economía Social en el Desarrollo Local



2017ko otsailak 8
8 de febrero de 2017

BBF [Bilbao Berrikuntza Faktoria]
Uribitarte kalea 6, 3.

09:30 Harrera

09:40 Aurkezpena, EGES eta Garapen

10:00 *El papel de la Economía Social en el desarrollo local*, Luis Guridi (UPV/EHU)

10:40 Esperientzien mahaia: Bagara Sortzen [www.bagara.net]
KoopFabrika [www.koopfabrika.eus]
Emprendes [www.emprendes.net]

11:20 Eztabaida

11:40 Lan dinamika

13:00 Agurra

izen ematea
inscripciones

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

(a) ¿Qué contribución aporta la Economía Social al desarrollo local? (b) ¿Qué aporta el desarrollo local a la Economía Social?

(a)

- Colocar en el centro del desarrollo local las personas y el bien común.
- Contribuir a la generación de resiliencia y estabilidad del territorio frente a crisis.
- Generación de empleo de calidad.
- Contribución a una redistribución económica más justa.
- Arraigo y conexión con el territorio; la economía social no se deslocaliza, trabaja con las personas del entorno cercano, etc.
- Mejor uso de los recursos locales.
- Contribución al empoderamiento y la participación social de las personas.
- Aportación a la construcción de una economía plural y diversa.
- Colocar los cambios y necesidades sociales en el centro del debate económico frente a objetivos relacionados solamente con la maximización de beneficios o la competencia territorial.
- Contribución al desarrollo de un bienestar de las personas y del territorio que va más allá del empleo.
- Herramientas concretas para el desarrollo local: financieras, de mercado y consumo, emprendimiento, etc.
- Apertura e innovación en los procesos de planificación (territorial, económica...) estratégica (repertorio de visiones, herramientas y acciones).
- Impulso de estrategias y acciones (formativas, de apoyo...) de emprendimiento colectivo y colaborativo (frente a estrategias que promueven sólo el autoempleo o el impulso de negocios económicos convencionales).
- Buenas prácticas de economía social en los territorios que demuestran su eficacia.

(b)

- Partir de las necesidades y oportunidades que se generan en el entorno local.
- Cercanía y confianza de los agentes locales.
- Impulso del trabajo en red.
- Posibilidad de desarrollo de determinados servicios a través de la colaboración entre instituciones locales y empresas de la economía social (servicios de cuidados a personas, sociales, etc.).
- Conectar estrategias de desarrollo local con redes e iniciativas de la economía social.

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo trabajar (formación, sensibilización...) que la persona emprendedora tenga un enfoque más social y no sólo empresarial?

- Formación del personal técnico que ofrece servicio a las personas emprendedoras.
- Incorporar en la formación a personas emprendedoras los valores y conceptos de la economía social.
- Incorporar lo social, temas de responsabilidad social en el proceso de la creación de una empresa.
- Sensibilización desde las escuelas.
- Promover dinámicas que fomenten la colaboración entre personas emprendedoras.
- Desarrollo de herramientas a utilizar con las personas emprendedoras; Canvas social...
- Sensibilización a las personas emprendedoras del aporte de lo social. Transmitir que el aporte social es una ventaja y ofrece un valor añadido a futuro.
- En algunos casos, la creación de empresas sociales necesitan de más apoyo que el resto por lo que habría que ofrecer más apoyo a este tipo de proyectos.
- Visibilizar las empresas sociales existentes. Acercar experiencias concretas, poner en contacto a las personas emprendedoras con empresas sociales ya creadas.
- Incentivar a los proyectos sociales.
- Trabajar con las personas socias del proyecto la idea de lo social. Las personas socias del proyecto se lo tienen que creer.
- El tema de lo social hay que trabajarlo en dimensiones pequeñas. En el caso de grandes cooperativas, los mecanismos de gobernanza no son tan efectivos.
- Ferias de experiencias/ iniciativas sociales.
- Profesionalizar a los movimientos sociales y que creen empresas para llevar a cabo sus actividades.
- Promover las formas jurídicas de cooperativas y sociedades laborales. Transmitir que el empleo colectivo suma capacidades y el riesgo se diluye.
- Facilitar ideas de negocio que respondan a necesidades de las comarcas para que las personas emprendedoras puedan crear empresas.
- Creación de cooperativas de personas cuidadoras.
- Trabajar las relaciones de las organizaciones, cómo trabajar de otra manera...

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo analizar la forma jurídica más idónea para una idea de negocio? ¿Se desarrolla el encaje entre idea de negocio y forma jurídica?

Hay un debate sobre la importancia de la forma jurídica a la hora de poner en marcha un negocio. Por una parte, hay quienes opinan que la forma jurídica no tiene una incidencia directa en la viabilidad de un proyecto empresarial, que la viabilidad depende de otros condicionantes, siendo la forma jurídica una cuestión de importancia sólo relativa. Abundando en esto, y en el caso de la Economía Social, se dice que el desarrollo de los principios y valores de la Economía Social se pueden poner en práctica en empresas con formas jurídicas convencionales como una SA o una SL, y a la inversa, puede haber entidades que jurídicamente forman parte de la Economía Social y sin embargo en su funcionamiento real no ponen en práctica los valores propios de la Economía Social.

Por otra parte, hay otro sector de opinión que dice que hay formas jurídicas (las propias de la Economía Social) que por sus características y requisitos facilitan y fomentan por sí mismas la puesta en práctica de los valores de la Economía Social y que por tanto la forma jurídica no es “neutral” en relación a la Economía Social.

En cuanto a la cuestión de si se desarrolla el encaje entre idea de negocio y fórmula jurídica se dice que lo más frecuente es hacer una exposición e información sobre todas las fórmulas jurídicas existentes, pero quizá no se entra en un análisis muy exhaustivo sobre el encaje entre idea de negocio y fórmula jurídica.

- Para analizar la forma jurídica más idónea para un determinado proyecto, además de analizar las cuestiones más “convencionales” como la responsabilidad económica para los promotores que tiene cada forma jurídica, los gastos de constitución y funcionamiento, las ayudas y subvenciones, los órganos de administración y gestión, etc..., hay que indagar y preguntar sobre los principios, valores y filosofía del proyecto y también sobre la visión, es decir cómo se ve el proyecto a medio y largo plazo. En función de esos principios y de esa visión se puede valorar si el proyecto puede encajar en una fórmula de Economía Social.
- En el caso de proyectos que pueda articularse con fórmulas de la Economía Social, hay que ver si los promotores tienen una mentalidad de proyecto compartido, es decir si quieren compartir el negocio con las personas trabajadoras que pueden ir contratando si el negocio crece, por tanto, hay que ver si su idea es que “el negocio es de ellos y sólo de ellos” o están dispuestos a compartir el proyecto, así como la forma en que quieren tratar el beneficio.

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

- La fórmula jurídica debe ser el resultado del análisis de aspectos jurídicos y económicos más la indagación sobre los aspectos filosóficos y valores que animan al grupo promotor, y si estos se corresponden con los de la Economía Social encauzar el proyecto hacia alguna de sus formas jurídicas.

Lo importante es saber qué preguntas hay que hacer, que no deben ser sólo económicas o vinculadas a la actividad, sino de filosofía y visión de la empresa que se quiere crear. Por tanto, el análisis ceñido estrictamente a claves económicas, jurídicas y productivas o de mercado no es suficiente.

- Sería conveniente preparar un cuestionario o “decálogo de preguntas clave” tratando primero una cuestión previa, detectar la auténtica vocación por emprender de la persona.
- Para elaborar el cuestionario primero hay que identificar las “claves de la Economía Social” y de estas claves se deben extraer las preguntas que hay que plantear a las personas que quieren llevar adelante un proyecto empresarial.
- Se apuntan algunas claves:
 - Si el proyecto va a tener ánimo de lucro
 - Cómo va a ser la propiedad del negocio
 - Si la propiedad del negocio puede ampliarse a las personas que se contraten laboralmente o no.
 - Si la toma de decisiones va a ser democrática a no
 - Cómo se van a tratar los resultados empresariales (priorización por la reinversión, por el reparto a los socios...)
 - Si el objetivo es un proyecto estable en el tiempo o explotar una idea un tiempo determinado
 - El nivel de arraigo en el territorio que quieren asumir
 - Prioridad por el empleo o por el lucro
 - Cómo quieren que crezca su negocio
 - El tipo de mercado y las necesidades que quieren satisfacer
- Hay que combatir el desconocimiento de las fórmulas de la Economía Social que en general hay entre las personas emprendedoras. El peso de las fórmulas jurídicas tradicionales (comunidad de Bienes, Sociedad Limitada) es enorme y, por tanto, éstas son las fórmulas que se barajan siempre, son formas que actúan como auténticos “rodillos”.
- Para ello hay que dar más peso en la formación que se imparte a las personas emprendedoras a las diversas formas de la Economía Social, por lo que las propias personas formadoras tienen que tener un amplio conocimiento de dichas fórmulas. La Economía Social debe tener mayor presencia por tanto en los programas formativos dirigidos a las personas emprendedoras.

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo articular la relación EGES-Garapen para el fomento de estrategias y experiencias comunes?

- Promover más encuentros entre ambas redes por territorios. Necesidad de establecer relaciones personales, para que puedan surgir contactos, colaboraciones y comenzar a intercooperar. Para estos foros se pueden fijar objetivos de trabajo concretos. Estos foros de encuentro pueden ser también temáticos: energía, soberanía alimentaria, cuidados. Hay temas comunes para trabajar.
- Identificar un proyecto emblemático para comenzar a intercooperar, un proyecto conjunto, puede ser europeo... un proyecto en lógica de procesos. Estamos en un cambio de tendencia y hay que potenciarlo.
- Las Agencias de Desarrollo hasta ahora, cuando tienen algún proyecto de economía social se deriva a Asle y Elkar-Lan. Pero se puede ser más proactivas haciendo acciones de sensibilización con mesas de experiencias, por ejemplo.
- Realizar un mapeo de experiencias de cooperación entre EGES-Garapen (ya existen, pero no están visibilizados: ejemplo Oarsotek). A partir de este mapeo, difundir las experiencias para que puedan ser replicadas o inspiren a otros territorios.
- Realizar un análisis de la situación actual; identificar puntos fuertes que nos impulsan a trabajar juntos, pero también dificultades: problemas de lenguaje, de estructuras de trabajo...A partir de aquí, Identificar potenciales proyectos de cooperación entre Garapen y Eges.
- A la hora de delimitar futuras acciones, hay que distinguir dos posibles marcos de trabajo que están relacionados con la importancia que la Agencia de Desarrollo da a la Economía Social. Es decir, ¿la economía social se sitúa en el centro de la estrategia de desarrollo de la agencia (centralidad de la economía social) o es solo una línea de promoción económica más a sumar a las acciones que ya se vienen realizando (algo colateral)? Son dos marcos de actuación diferentes que exigen estrategias de colaboración diferentes. En el primer caso, hay un referente claro el papel que Barcelona Activa está desempeñando para fomentar la economía plural.
- Garapen, como asociación de agencias, puede desempeñar un papel muy significativo para promocionar la economía social. Por ejemplo, puede incluir la economía social como una línea de acción transversal a trabajar con todas las agencias: se fomenten proyectos, se busque financiación, se definan acciones...
- EGES, puede ofrecer sesiones de sensibilización y formación para las personas trabajadoras de las Agencias. No tenemos cultura cooperativa y de economía social, y nos gustaría. Además, EGES puede implicarse con las agencias y apoyarles en el desarrollo operativo de una nueva estrategia, además de impulsar y generar nuevas herramientas

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo se apoya a las empresas de Economía Social en su consolidación?

- Importancia de apoyarse en redes para las empresas de economía social, posibilitarles que conozcan a todos los actores que intervienen en el mercado. Generar herramientas para trabajar la construcción de redes y generación de redes de relaciones (acceso al conocimiento, encuentros...). Todo con el objetivo de generar intangible para las empresas...
- Facilitar espacios de co-working, que además de ofrecer servicios, pueden también exigir compromisos favoreciendo un sentimiento de corresponsabilidad con el espacio y con el grupo de personas con las que se comparte
- Incorporar sistemas para autoevaluar la eficacia social y la responsabilidad social de las empresas. A partir de estas herramientas las empresas pueden ir generando conciencia de aspectos relacionados con la ESS que no tenían en cuenta inicialmente
- Es necesario que todo el mundo vaya a la par: técnicos/as de las agencias, administración pública, voluntad política.... e incluir criterios de preferencia a empresas con responsabilidad social o de la ESS para el acceso a subvenciones, servicios...
- A partir de acciones de sensibilización comunes (a empresas de la ESS y que no pertenecen a la ESS) se puede promover, impulsar (desde las propias agencias) que empresas se replanteen su actividad económica...
- Las Agencias de desarrollo local deben ser más proactivas y realizar también prospección en este sentido para detectar movimientos, asociaciones o grupos informales que están realizando actividad económica transformadora y solidaria en el territorio y fomentar que se reconviertan en actividad económica solidaria formal (dar el salto del voluntarismo a la profesionalización...) En lugar de crear de la nada impulsar espacios que ya se están dando en el propio territorio
- Es necesario un acompañamiento de carácter más humano, una especie de soporte personal a los proyectos
- Promover alianzas y espacios de encuentro entre las agencias y organizaciones y redes de la ESS para compartir información, temas que puedan interesar...
- Es necesario promover recursos específicamente orientados a la promoción de actividad económica de carácter solidario y transformador...falta conocimiento en las agencias, hay fórmulas jurídicas que no se promueven...
- Hay perfiles de emprendimiento colectivo al que las agencias de desarrollo local no llegan pero que están en el ámbito de la militancia y de la acción asociativa y movimiento social
- Las personas que trabajan en las agencias de desarrollo necesitan formación en metodologías para la dinamización de los territorios y conocimiento sobre la ESS

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

- Para la consolidación son muy importantes la financiación, el acompañamiento la asesoría. Podría ser interesante generar una cartera de servicios en esta línea de la ESS para que pudieran ser derivadas personas con proyectos que pudieran encajar
- La importancia de no tratar a la economía solidaria como un sector porque esa no es la realidad, la economía solidaria está presente en todos los sectores de actividad ...
- Los seguimientos colectivos son una buena herramienta y ayudan a poner en relación diferentes proyectos
- Hay que diseñar programas de emprendizaje integrales que incorporen el fomento de intangibles, el acompañamiento personal, la puesta en relación con redes... es importante la labor de puente y canal para ello la agencia tiene que estar en relación, vinculada con todos los agentes del territorio...
- La importancia de la referencialidad, de que las agencias de desarrollo cuenten con personas que sean referentes para los proyectos
- La incorporación de cláusulas sociales
- Las agencias deben trabajar más en unir la oferta y la demanda las necesidades sociales con proyectos colectivos de economía solidaria que puedan cubrirlas... intermediar y canalizar...
- La posibilidad de promocionar, por ejemplo, empresas de inserción desde las agencias u otras entidades públicas en sectores que se sabe que serán necesarios en el territorio (ejemplo, trabajo forestal en Beteberri...)
- Identificar de manera seria y profunda las necesidades de la comarca para poder estar atenta a los proyectos que pudieran cubrirlas
- Los espacios colectivos dan resultados muy positivos
- Que los co-working sean espacios autogestionados por las propias organizaciones ayuda a trabajar la corresponsabilidad y los valores de la ESS
- Crear servicios específicos de emprendizaje cooperativo
- Trabajar, también, los valores de la economía social en la fase de consolidación de los proyectos. Para ello, cualquier herramienta de autoevaluación son muy positivas.... Se identifica que existe un gran peligro de pérdida de norte en referencia a los valores en la fase de consolidación económica
- Es importante sistematizar. Crear una metodología que permita la relación entre organizaciones y que promueva la cooperación y la intercooperación que permita a las empresas dar servicios más amplios, abordar retos más ambiciosos
- Experiencia Worklan: "encuentro trueque-trato" aprovechando las tecnologías se generan espacios de encuentro para generar relaciones de confianza entre las organizaciones y empresas. Se plantean a partir de excusas y permiten ser un laboratorio de experiencias de cooperación

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

- Las agencias de desarrollo local tienen que tener en cuenta las realidades de la ESS y promover estas fórmulas (se tienen en cuenta, por lo general, esquemas clásicos de emprendizaje)
- Tener en cuenta que es necesario combinar dos tipos de trabajo: más a largo plazo que tiene que ver con impulsar políticas educativas que promuevan una sociedad más cohesionada, más cooperativa (caldo de cultivo para generar futuras emprendedoras en la ESS) y también apoyos específicos más a corto plazo

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo hacer para que las empresas consolidadas sean más... Economía Social?

- Incentivando la participación de todas/os las/os trabajadoras/es en todos los niveles de la empresa: propiedad, gestión, órganos de decisión, beneficios...
- Sensibilizando en ámbitos como la responsabilidad social en los tres ámbitos: ecológica, social, ambiental e incentivando que se materialicen en acciones concretas como en la participación en la dirección y estrategia.
- Generando espacios de mentoring para la creación de nuevas empresas.
- Financiar procesos de intercooperación entre empresas cooperativas.
- Generar herramientas que midan e incentiven la corresponsabilidad social de las empresas respecto a las/os trabajadoras/es, territorio/actividad económica, para saber en qué ámbitos y en qué dirección evolucionar
- Incentivar la visibilidad, el reconocimiento y el prestigio de las empresas de economía social y de los proyectos de buenas prácticas.
- Ponerles ante el espejo de lo que no es Economía Social.
- Dar a conocer lo que es la ES, tanto entre las empresas, administraciones (agencias de desarrollo) y sociedad.
- Poner en valor buenas prácticas de la ESS para que sean referentes en su entorno, y traccionen en las cadenas de valor, la comunidad y el municipio.
- Promoción del Balance Social de REAS.
- Formación de formadores que pueden expandir el concepto y las buenas prácticas.
- Formación de las personas que componen la empresa. Trabajadores y empresarios.
- Poner en relación a empresas mercantiles con empresas de la ESS que compartan cadena de valor.

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

¿Cómo implicar/sensibilizar a la sociedad desde la Economía Social y el Desarrollo Local?

- **Participación ciudadana:** cuesta implicar a la sociedad. Como ejemplo, en los presupuestos participativos promovidos por DFG en la pasada legislatura hubo muy poca participación sobre todo el segundo año. Una práctica de interés: en el proyecto Elkarrekin Eraikitzen en Urola Erdia se implica a estudiantes para que conozcan el desarrollo local y den respuesta a retos de empresas.
- **Educación:** es un proceso pedagógico a largo plazo. Hay que empezar desde muy temprano en las ikastolas. Hay que llevarlo a la docencia y a la propia Universidad. Por ejemplo a través de prácticas en empresas de economía social tutorizados por la Universidad. En la carrera de empresariales no se menciona la economía social. Formación desde el instituto de fórmulas de economía social con el objetivo de crear desde la educación esa apertura a nuevas formas de mercado. Como ejemplo de interés en Debagoiena se está desarrollando el curriculum de 0 a 18 años para trabajar este tema desde la ikastola. En la comarca de Berguedá hay una experiencia muy chula en la que los niños desarrollan un proyecto en clave de economía social.
- **Visibilidad:** mostrar proyectos de interés, contar ejemplos, visitar empresas, jornadas.. : crear un centro de recursos donde se ponga en valor esas experiencias. Es muy importante enseñar a las personas las experiencias concretas para que se entienda de lo que estamos hablando. La feria de economía social es una buena idea para visibilizar los proyectos. Ofrecer visitas a las empresas de economía social. Visibilizar las formas jurídicas. Muchas veces se ha omitido el ser cooperativas o una SAL o una SLL o una fundación. En Zaragoza se ha tomado el ejemplo de Cataluña y se están desarrollando rutas de cooperativas por el casco viejo de la ciudad. Ruta por alternativas de consumo. Es una experiencia que está teniendo mucho éxito.
- **Identificar en cada municipio agentes clave** (cargos electos, asociaciones de vecinos..) personas que tengan un efecto arrastre sobre otras.
- **Plan de comunicación** conjunto desarrollo local/economía social: visibilizar a través de redes sociales. Los medios públicos hablan a todas horas de manufactura avanzada, debería haber lo mismo en economía social. Comunicar en los medios sociales y medios tradicionales.
- **Haciendo economía social:** es la mejor forma de sensibilizar. Economía pero con otros valores, demostrando que ese camino tiene ventajas. Desde la praxis es la mejor forma de ir trayendo al centro esta economía.
- **Marketing directo** dirigido a quienes no somos nosotras. Normalmente nos dirigimos a quienes ya están. No conseguimos llegar. Ponerlo fácil. Sofisticar los displays. Muchas veces utilizamos una

2017.02.08

“EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL”

comunicación muy panfletaria, muy fea, siempre cosas de huertas. Hay una cultura anti marketing.
Hay que dar cifras, indicadores (datos sobre nº de empleos,..)

- **Lenguaje accesible:** todo o muy politizado o muy complejo.
- **Compra pública:** se consigue una transferencia a la ciudadanía importante.