



FEDERACIÓN ANDALUZA DE EMPRESAS
COOPERATIVAS DE TRABAJO



Proyecto "La innovación social y las cooperativas: el impacto social de las cooperativas y experiencias innovadoras socialmente"



twitter.com/faecta_ / facebook.com/faecta / faecta.coop

Inscríbete en faecta@faecta.es y proyectos@faecta.es



Financia:



“LA INNOVACIÓN SOCIAL Y LAS COOPERATIVAS: EL IMPACTO SOCIAL DE LAS COOPERATIVAS Y EXPERIENCIAS INNOVADORAS SOCIALMENTE”

Es un proyecto que realiza FAECTA en colaboración con Grupo Cooperativo GEKOS (Antropológica, S.Coop.And. e Indico, S.Coop.And.) que se gestiona a través de la Dirección General de Economía Social de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, que se enmarca dentro de la Medida “Fomento de la Innovación y la Competitividad Empresarial” y cofinanciado por el Fondo Social Europeo.
Expediente FO/031/2013

Realizado por: FAECTA
En colaboración con: Grupo Cooperativo GEKOS

Noviembre 2014

INDICE

1. PRESENTACIÓN	7
2. INTRODUCCIÓN	10
3. METODOLOGÍA	13
4. MARCO CONCEPTUAL DE LA INNOVACIÓN SOCIAL	16
4.1. CONCEPTOS Y TEORÍAS DE INNOVACIÓN SOCIAL	16
4.2. EL COOPERATIVISMO COMO HERRAMIENTA PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL	18
4.3. EL COOPERATIVISMO COMO INNOVACIÓN SOCIAL DEL S.XIX	20
5. ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN SOCIAL	23
5.1. LA INNOVACIÓN SOCIAL EN EUROPA	23
5.2. LA INNOVACIÓN SOCIAL EN ESPAÑA	27
5.2.1. <i>La Innovación Social en Cataluña</i>	28
5.2.2. <i>La Innovación Social en el País Vasco</i>	30
5.2.3. <i>La Innovación Social en Andalucía</i>	34
5.2.4. <i>La Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas: herramienta para la innovación social</i>	36
6. INNOVACIÓN SOCIAL EN EL ÁMBITO TECNOLÓGICO	44
6.1. SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIAS	44
6.2. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL	47
7. ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA EN ANDALUCÍA	51
7.1. GRUPO COOPERATIVO SMART	52
7.2. LA EXTRAVAGANTE LIBROS, S.COOP.AND.	59
7.3. IDEAS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	67
7.4. COOP57-ANDALUCÍA, SCLL	75
7.5. ECOQUEREMOS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	83
7.6. LOS MILAGROS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	89
7.7. EDICIONES RODIO, S.COOP.AND.	99
7.8. CORPORACIÓN PIÑANDALUCÍA, S.COOP.AND. DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA	104
7.9. SBP-CA, S.COOP.AND. DE IMPULSO EMPRESARIAL	111
7.10. AQUASPORT, S.COOP.AND.	117
8. MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	122
8.1. INTRODUCCIÓN AL MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	122
8.2. CONCEPTOS Y DEFINICIONES DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	123
8.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS COOPERATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL	125
8.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS COLECTIVOS INNOVADORES SOCIALES	129
8.5. PROCESOS INTERNOS DE LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	130
8.6. MEDIDAS DE IMPULSO PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	138
8.7. HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	140
9. TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL EN ANDALUCÍA	143
10. CONCLUSIONES	148

11. AGRADECIMIENTOS	155
12. BIBLIOGRAFÍA	156
13. WEBGRAFÍA.....	159
14. ANEXO	161

1. PRESENTACIÓN

En la actualidad, están surgiendo nuevas necesidades colaborativas en el mundo en el que vivimos, donde los recursos son limitados y la población es cada vez más abundante; donde están cambiando los patrones de consumo y no es menos apremiante el cambio climático. Ante tal panorama, es necesario crear nuevos modelos colaborativos para generar valor compartido entre las empresas, la ciudadanía y la sociedad y dar respuesta a las necesidades de la población; empleo, vivienda, servicios de proximidad, prestación de servicios públicos, aprovechamiento de recursos endógenos.

El cooperativismo de trabajo está aportando nuevas prácticas sociales en diferentes áreas de la sociedad promoviendo la innovación social y la democratización de la economía. Las cooperativas de trabajo ligan a la práctica empresarial los valores de la participación, la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad y la responsabilidad social, actuando de manera directa en el entorno en el que se ubican.

Estos valores, base del propio modelo económico, permiten desarrollar nuevas ideas para satisfacer las necesidades de la ciudadanía, entroncando con la filosofía de la economía del bien común. Entre las estrategias que la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo, FAECTA, desarrolla para impulsar nuevos proyectos que se adapten al momento actual están:

Innovación social para los territorios:

- FAECTA está desarrollando una estrategia en el ámbito local con el objetivo de afianzar la colaboración con los ayuntamientos e impulsar la generación de empleo a través del cooperativismo. La propuesta de FAECTA pasa por la creación de puestos de trabajo en el ámbito local a través de la constitución de cooperativas formadas por jóvenes de la localidad que gestionen servicios públicos, así como espacios de uso general que se encuentren infrautilizados. Fruto de esta colaboración se está impulsando el emprendimiento en las zonas rurales, se estimula la economía local y se apoya la generación de empleo estable.

Nuevas fórmulas para emprender:

- Cooperativas de impulso empresarial: esta modalidad de cooperativa de trabajo funciona como fórmula paraguas dando cobertura a aquellas personas que quieren emprender partiendo de una experiencia piloto para crear su propio puesto de trabajo.
- Cooperativismo como alternativa para empresas en quiebra o sin relevo generacional: las cooperativas de trabajo dan a los trabajadores y trabajadoras la posibilidad de recuperar el control sobre la actividad productiva, poniendo la gestión empresarial en manos de quien la realiza.

Transferencia de buenas prácticas:

- **Distribución equitativa de la riqueza:** uno de los valores del modelo cooperativo es la distribución equitativa de la riqueza, hecho que favorece la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y promueve la salvaguarda del empleo. La cualidad de los socios y socias de la empresa como socios trabajadores y trabajadoras hace que el factor determinante y diferenciador sea el trabajo y no el capital. Los resultados de la actividad cooperativizada (el trabajo) son distribuidos en función del trabajo realizado y no del capital aportado a la empresa. Asimismo, el funcionamiento de la actividad empresarial cooperativa en base al principio de interés por la comunidad, redundando en un beneficio directo en el entorno en el que desarrolla su actividad, creando empleo, actividad y a una mejora cualitativa y equitativa de distribución de la riqueza.
- **Flexibilidad:** apertura de nuevas líneas de trabajo que les permiten abrir nuevos mercados y reorientar su estrategia.
- **Empleo estable:** en situaciones de crisis las cooperativas no abogan por el despido, sino que apuestan por el mantenimiento de los puestos de trabajo a través de un empleo digno. Las personas están por encima de los resultados económicos, destacando que en las cooperativas se apuesta por crear y distribuir riqueza duradera que también revierta en la ciudadanía.
- **Afianzamiento en el territorio:** las cooperativas fomentan la cohesión territorial y social frente a la deslocalización. Actúan directamente en la zona donde se ubican, dinamizando la economía local a través de la creación de empleo estable y del aprovechamiento de los recursos endógenos.

Aliadas para la prestación de servicios públicos:

- Las cooperativas de trabajo están enfocadas a conseguir el bienestar de la ciudadanía, transformando la competitividad en cooperación y en compromiso con el entorno. Las características de esta tipología empresarial la convierten en una opción idónea para prestar los servicios que redundan en el bienestar de los ciudadanos y ciudadanas: educación, atención a las personas (ley de dependencia). La labor de FAECTA en este campo se centra en servir de interlocutora para poner de relieve las ventajas de este modelo económico y sus posibilidades de acción.
- Las cooperativas están enfocadas hacia el capital humano y este principio es el que permite a estas empresas seguir marcando el camino para conseguir una sociedad más justa.

Aunque son muchos los conceptos de innovación social, lo que sí está claro es que se trata de un “proceso” que busca la transformación de las entidades hacia modelos de negocio sostenibles 100%. El reto consiste en emplear la Innovación, como herramienta para conseguir el impacto social que se busca, tanto en el qué (nuevo producto/servicio), como en el cómo (la manera en que se implementa y se lleva a cabo). La Innovación Social debe detectar oportunidades de innovación centradas en

las personas, que puedan suponer una importante ventaja competitiva y sostenible a la empresa, así, es una herramienta estratégica y operativa de creación de valor centrada en las personas.

Desde las propias experiencias innovadoras de cooperativas andaluzas que se analizan en este estudio, se pone de relieve el impacto social positivo del cooperativismo a nivel de generación de empleo y respuestas a necesidades de la ciudadanía, novedosas y que colaboran con el desarrollo sostenible y equitativo de Andalucía. Experiencias que nos permiten poner en valor la vinculación entre innovación social y cooperativismo, convirtiéndose el modelo cooperativo, sus valores, principios y ejercicio de democracia económica y empoderamiento de la ciudadanía, una herramienta clave hoy día para la creación de empleo y la innovación social.

Antonio Rivero
Presidente de FAECTA

2. INTRODUCCIÓN

Buscar la manera de satisfacer una necesidad social, no es algo nuevo, hacerlo de manera colectiva, tampoco. Las personas siempre han tratado de resolver las necesidades sociales que no estaban cubiertas ni por el Estado, ni por la iniciativa privada, pero con la llegada del Estado de Bienestar, alcanzado en buena parte de los países occidentales, esas necesidades sociales se han ido cubriendo, por lo que la sociedad civil no ha tenido que preocuparse en responsabilizarse de su satisfacción.

En la actualidad, el Estado de Bienestar se está perdiendo y con él **muchas necesidades sociales dejan de estar atendidas**, bien por falta de recursos económicos de la Administración Pública, que las satisfacía, bien por falta de generar rendimientos económicos a las iniciativas empresariales que prestaban esos servicios, dejando de hacerlo. A estas necesidades sociales, se unen otras nuevas, fruto de las tendencias actuales: el **envejecimiento de la población**, la **generalización de la pobreza**, la **degradación medioambiental**, la **salud**, la demanda de **bienes y servicios éticos**,... que tampoco encuentran en la administración pública o las iniciativas empresariales capitalistas una respuesta eficaz y sostenible para su satisfacción.

Esta situación, ha propiciado que en muchos países surjan las denominadas **“empresas sociales”** o **“emprendimiento social”**, proyectos empresariales que buscan la inclusión activa de los grupos en situación de vulnerabilidad y exclusión social. Estas empresas se caracterizan por tener como objeto social la satisfacción de una necesidad de la sociedad en la que se desarrolla, mejorar las condiciones de vida; aspirar a generar excedentes para su reinversión en el proyecto; y por hacerlo desde estructuras democráticas que activan el asociacionismo y la cooperación de los grupos de interés de los proyectos, poniendo en sus prácticas empresariales valores sociales y éticos.

Esta respuesta colectiva desde la ciudadanía para resolver las necesidades sociales es lo que vienen haciendo las sociedades cooperativas desde el S.XIX, las empresas cooperativas han surgido con la mismo objeto social que las denominadas, en la actualidad, empresas sociales. Así, las cooperativas surgieron ante la necesidad de colectivos desfavorecidos de alcanzar un determinado desarrollo social, cultural o económico y que a través de esta fórmula jurídica han alcanzado la satisfacción de sus necesidades. Desde la creación de las primeras cooperativas, en Inglaterra, en 1844, su rápida y amplia difusión ha permitido su existencia en todos los países del mundo, siendo un fenómeno universal.

A lo largo de su historia **las Empresas Cooperativas y de Economía Social han implementado importantes innovaciones sociales basadas en la cooperación entre empresas**, a través del principio de Intercooperación Cooperativa y de la utilización de fórmulas cooperativas propias, como el cooperativismo de segundo grado y las redes cooperativas. Durante las dos últimas décadas se han introducido en nuevos sectores en expansión como los servicios sociales y la inserción sociolaboral, además de seguir consolidando su posición en los sectores tradicionales como el

crédito cooperativo, el sector agrario, el consumo y los sectores industriales y de servicios en general¹.

Esta búsqueda de soluciones para problemas y desafíos de la sociedad es lo que se denomina **Innovación Social**, concepto muy extendido en la actualidad, presente en numerosas estrategias y ámbitos de actuación público privados en el contexto internacional, “*consiste en, encontrar **nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público... o de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad***”².

Hoy, gracias a este concepto, el movimiento cooperativo tiene el deber y la necesidad de **poner en valor las sociedades cooperativas para canalizar las necesidades sociales de la población**, ya que las empresas capitalistas, que buscan el beneficio económico, no son una alternativa válida para resolver los problemas actuales.

Las características de las empresas cooperativas facilitan la **creación y el desarrollo de los proyectos de Innovación Social**, son estructuras democráticas en su gestión y control, generando democratización económica; basan su organización en la participación de todas las personas socias y grupos de interés; su fin último es dar una respuesta colectiva a una necesidad colectiva; y buscan empoderamiento de las personas socias y de la sociedad, capacitando a éstas para la resolución de sus necesidades. **Hablar de Innovación Social es hablar de cooperativismo y viceversa.**

Con el presente estudio se pretende **analizar el impacto económico y social de las cooperativas andaluzas innovadoras socialmente e identificar nuevas oportunidades partiendo de la innovación social**, apoyando la creación de empresas de Economía Social innovadoras socialmente y la creación de modelos extrapolables.

Para ello, el presente estudio se plantea los siguientes **objetivos**:

- **Analizar y difundir prácticas innovadoras de cooperativas con un impacto social positivo a nivel de generación de empleo y respuestas a necesidades sociales a través del cooperativismo.**
- **Poner en valor la vinculación entre cooperativismo e innovación social a través del análisis de experiencias que tengan una repercusión social positiva a las necesidades de la ciudadanía, novedosas y que colaboran en el desarrollo sostenible y equitativo de Andalucía a través de cooperativas.**
- **Elaborar un modelo desarrollado desde el cooperativismo sobre innovación social.**

Para la realización del estudio se han **identificado y analizado cooperativas andaluzas que en la actualidad están llevando a cabo proyectos de Innovación Social** en la Comunidad Autónoma de Andalucía:

¹ *La Innovación Social en la empresa el caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España*, Joan Ramón Sanchis Palacio, IUDESCOOP (Universidad de Valencia) y Vanessa Campos Climent, Asesora y consultora de Pymes.

² Unión por la Innovación, Comisión Europea (06/10/2010)

- Grupo Cooperativo Smart
- La Extravagante Libros, S.Coop.And.
- Ideas, S.Coop.And. de Interés Social
- Coop57, SCCL
- Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social
- Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social
- Ediciones Rodio, S.Coop.And.
- Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. de Integración Económica
- SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial
- Aquasport, S.Coop.And.

Por último, el Modelo de Innovación Social Cooperativa que se propone en este estudio como herramienta, quiere **dotar al movimiento cooperativo de una herramienta de información empresarial para la detección, identificación y conocimiento de prácticas innovadoras sociales desde el cooperativismo**, para poder poner en valor el cooperativismo como fórmula jurídica idónea para llevar a cabo las innovaciones sociales, para poner de manifiesto la responsabilidad social asumida y ejercida por las cooperativas andaluzas y difundir con ello los beneficios del emprendimiento social colectivo.

3. METODOLOGÍA

Para la realización de este estudio se ha utilizado una **metodología cualitativa** que permite **recoger los discursos completos de los sujetos**, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología.

La metodología cualitativa nos ayuda **comprender e interpretar la realidad social desde la perspectiva de las y los actores sociales** (perspectiva emic³). En sentido amplio, puede definirse la metodología cualitativa como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable. Así, esta metodología facilita la descripción de las cualidades del fenómeno estudiado para poder analizarlo y comprenderlo. Además, esta metodología, inductiva, presenta un diseño de investigación flexible que permite incorporar hallazgos que no se hubieran previsto inicialmente, y que ayudan a entender mejor el fenómeno estudiado.

Entre las técnicas cualitativas de recogida de información se han utilizado las siguientes:

- **Revisión bibliográfica y de fuentes documentales**
- **Entrevista en profundidad**
- **Panel de Personas Expertas**
- **Estudio de Casos**

Revisión bibliográfica y de fuentes documentales

La revisión bibliográfica comprende todas las actividades relacionadas con la búsqueda de información escrita sobre el tema objeto de estudio, es un proceso de búsqueda y selección de fuentes de información. **La revisión bibliográfica es un procedimiento estructurado cuyo objetivo es la localización y recuperación de información relevante para el estudio.**

Esta técnica de recogida de información permite:

- **Ahondar en la explicación de las razones por las que se realiza el estudio;**
- **Conocer el estado actual del objeto de estudio;**
- **E identificar el marco de referencia, las definiciones conceptuales y operativas de las variables estudiadas.**

Para este estudio se han utilizado dos tipos de documentos, primarios y secundarios. En cuanto a los primarios se han revisado, libros; revistas; publicaciones oficiales; trabajos de investigación; actas de congresos e informes técnicos. Los secundarios se han basado en la consulta de bibliografías y catálogos de sitios web. Este análisis de fuentes documentales ha permitido profundizar en los diferentes conceptos y enfoques

³ Una descripción emic es una descripción en términos significativos (conscientes o inconscientes) para el agente que las realiza.

existentes sobre la innovación social así como identificar políticas, actores y herramientas clave esta materia.

Entrevista en profundidad

Esta técnica de recogida de información se realiza a través de una conversación con una o varias personas para contribuir a un estudio. En la entrevista en profundidad, elegida en este estudio, la persona investigadora guía la conversación pero concede espacio a la entrevistada para que exprese sus propios puntos de vista.

Esta técnica fue utilizada para recoger los discursos de las personas que formaban parte de las diez cooperativas de innovación social seleccionadas.

La entrevista ha servido para conocer de primera mano la realidad de los proyectos de innovación social, **cómo se han ido creando las circunstancias** sociales, culturales y económicas que dan lugar a los mismos, cuáles son los **factores de innovación social** que promueven y qué **apoyos han recibido** por parte de la administración y las instituciones representativas.

Panel de Personas Expertas

Esta técnica ha consistido en la reunión de un grupo de personas especialistas independientes y reputadas en materia de innovación social, para emitir un juicio colectivo y consensuado sobre dicha materia. Se han realizado tres paneles de personas expertas, para la realización del presente estudio, y los temas que han tenido que analizar y evaluar han sido:

- **Concepto y definición de Innovación Social y Cooperativismo.**
- **Identificación y descripción de los criterios de selección.**
- **Selección de proyectos de innovación social cooperativa.**
- **Definición de un Modelo de Innovación Social cooperativa.**

El trabajo realizado en las tres sesiones del Panel se ha visto complementado por el trabajo on-line de análisis y reflexión realizado por los miembros del mismo en base a una serie de cuestionarios relacionados con el concepto y enfoque de innovación social y al estudio de los propios proyectos cooperativos de innovación social seleccionados en el marco de este estudio.

Las personas expertas que ha participado en la realización de este estudio han sido:

D. R. David Pino Merlo	Responsable Técnico del CADE de Sevilla, "Estrategias". Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende.
D. Luis Miguel Jurado	Gerente Grupo Pandora, S.Coop.And
D. David Comet Herrera	Coordinador del Área de Acción Social y Cooperación IDEAS Comercio Justo (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), S.Coop.And.
Dña. María José Fernández	Presidenta Ecoherencia, S.Coop.And.

D. Gabriel Sánchez Bárcena

Responsable del gabinete jurídico
SMartib, S.Coop.And. de Impulso Empresarial

D. Gayaz G. Kalas Porras

Responsable del departamento de innovación
Indico, S.Coop.And.

Estudio de Casos

Este método de investigación de las ciencias humanas y sociales ha sido utilizado para poder posteriormente **analizar y evaluar los Proyectos de Innovación Social** que han participado en el estudio. El estudio de casos implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad, en este caso, de entidades sociales, como lo son estos proyectos. Este método ha sido elegido porque **permite comprender en profundidad los fenómenos sociales** y conocer cómo funcionan, a través de la descripción detallada de los mismos.

Para la elaboración de estos Estudios de Casos se han utilizado la entrevista en profundidad y la recopilación de fuentes de información, proporcionadas por los proyectos y recopiladas a través de buscadores de Internet.

4. MARCO CONCEPTUAL DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

Enfrentarse a la tarea de establecer un concepto sobre Innovación Social es un trabajo no carente de dificultades. De hecho, si consultamos las últimas investigaciones realizadas por la Comisión Europea⁴ se puede comprobar como en ocasiones las personas investigadoras han rechazado la idea de realizar una definición “estática” del concepto, prefiriendo usar diferentes “nociones” e interpretaciones, aclarando que el concepto de innovación social no se utiliza para describir o explicar la realidad social sino que **“la innovación social debe ser reconocida como un modo particular de acción y de cambio social”**, definiendo así la Innovación Social como un proceso cambiante y adaptativo al cambio social.

4.1. Conceptos y Teorías de Innovación Social

En diferentes publicaciones y desde los organismos públicos se invita a diferenciar el concepto de Innovación Social del concepto de Emprendimiento Social y Economía Social. A este respecto es necesario poner de manifiesto lo expresado en la *“Guía para la Innovación Social”* (Comisión Europea, 2013) en la cual se establecen las diferencias entre estos tres conceptos.

El término **emprendimiento social** se utiliza para describir los comportamientos y actitudes de las y los individuos involucrados en la creación de nuevas empresas con fines sociales, incluyendo la disposición a asumir riesgos y encontrar maneras creativas de utilizar los activos infrautilizados.

Las **empresas sociales** no están determinadas únicamente por la necesidad de maximizar los beneficios de las y los accionistas y propietarios. La Comisión utiliza el término empresa social para definir a aquella cuyo principal objetivo es lograr un impacto social, más allá de generar beneficios; opera en el mercado, a través de la producción de bienes y servicios de una manera innovadora y emprendedora; utiliza los excedentes para alcanzar esos objetivos sociales; y que está gestionada por personas emprendedoras sociales de una manera transparente y responsable. En particular, se destaca la posibilidad de participación de personas trabajadoras, clientela y las y los agentes interesados. Básicamente, este concepto de empresa social define a aquellas empresas para las que su objetivo social es su actividad económica, donde las ganancias son reinvertidas para conseguir éste y el método de organización o de propiedad refleja su objetivo.

Finalmente, hay confusiones frecuentes entre las empresas sociales y las empresas de **Economía Social**. Las empresas sociales son parte de la Economía Social, que también incluye Fundaciones, Organizaciones Benéficas y Cooperativas. Esta diferenciación de los conceptos se puede interpretar siguiendo la popular frase de «ni **son** todos los que **están**, ni **están** todos los que **son**». Es decir, existe una intención clara desde la Comisión Europea de que el concepto no sea acaparado por ningún sector, ni tendencia social, sino de establecer un marco amplio de acción para el desarrollo de la Innovación Social.

4 Social innovation research in the European Union Approaches, findings and future directions Policy Review 2013 http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/social_innovation.pdf

Uno de los primeros acercamientos a la definición de Innovación Social la desarrolla la Comunicación de la Comisión Europea de octubre de 2010, *Unión por la Innovación*,⁵ se define innovación social como un fin a conseguir:

“La Innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público... o de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad... Capacitando a los ciudadanos y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras por sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar...”

En esta primera idea de Innovación Social, se pone de manifiesto la existencia de necesidades sociales no cubiertas, ni por el mercado, ni por el sector público, por lo que es necesario que aparezcan nuevos modelos y estructuras enfocadas a dar respuesta a dichas necesidades. Por otro lado, también se pone de manifiesto la necesidad de que surjan nuevas formas de relaciones sociales basadas en la colaboración y emanadas de la ciudadanía.

Si tomamos como referencia la publicación *“Innovación Social investigación en la Unión Europea. Enfoques, conclusiones y orientaciones futuras. Examen de las Políticas 2013”*,⁶ destaca tres enfoques sobre la definición del concepto:

*“Innovaciones sociales son las nuevas soluciones que satisfagan a la vez una necesidad social y conducen a nuevas o mejoras en las capacidades y relaciones y un mejor uso de los activos y recursos. En otras palabras, Las innovaciones sociales son buenas para la sociedad y mejoran la capacidad para actuar de la sociedad”*⁷ (Tepsie)

*“La innovación social debe estar orientada a satisfacer estructuralmente una necesidad social (reto social); debe implicar un producto nuevo o significativamente mejorado, proceso, método de comercialización, y/o modelo de organización”*⁸ (SELUSI)

*“La innovación social es un proceso en el que los actores de la sociedad civil a desarrollar nuevas tecnologías, estrategias, ideas y / u organizaciones para satisfacer las necesidades sociales o resolver los problemas sociales”*⁹ (SPREAD)

En estas tres nociones se introducen nuevas características, sugiriendo mejoras en la eficiencia para la utilización de recursos; la necesidad de modificaciones estructurales de la sociedad; e incide en la necesidad de que las innovaciones sociales surjan de los actores de la sociedad civil.

5 Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union SEC(2010) 1161 http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication_en.pdf#view=fit&pagemode=none

6 Social innovation research in the European Union Approaches, findings and future directions Policy Review 2013 http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/social_innovation.pdf

7 Tepsie: The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe <http://www.tepsie.eu>

8 Selusi: Social entrepreneurs as lead users for service innovation. <http://www.selusi.eu>

9 SPREAD: Social platform on sustainable lifestyles 2050 <http://www.sustainable-lifestyles.eu>

Podemos encontrar un concepto más detallado en la “*Guía para la Innovación Social*¹⁰” (Comisión Europea, 2013) editada por la Comisión Europea, la cual define innovación social como:

*“...el **desarrollo e implementación de nuevas ideas** (productos, servicios y modelos) para **satisfacer las necesidades sociales, crear nuevas relaciones sociales y ofrecer mejores resultados**. Sirve de respuesta a las demandas sociales que afectan al proceso de interacción social, dirigiéndose a mejorar el bienestar humano”.*

Se destacan dos elementos centrales del concepto de Innovación Social, se trata de **desarrollar, implementar y encontrar nuevas ideas para satisfacer necesidades sociales**, poniendo el acento en el desarrollo de nuevas relaciones sociales, y de **nuevas estructuras de intercambio y participación**, siendo el fin último de la Innovación social más amplio que la resolución de problemas o necesidades sociales, debe buscar el bienestar humano.

Además, en esta misma guía podemos encontrar enfoques que pretenden concretar aún más el concepto, así, la definición dada por la BEPA (Oficina de Asesores de Política Europea) describe los siguientes tres enfoques clave para la innovación social:

- **Innovaciones que respondan a las demandas sociales que tradicionalmente no son dirigidas por el mercado o las instituciones existentes y se dirigen hacia los grupos vulnerables de la sociedad.** Se han desarrollado nuevos enfoques para abordar los problemas que afectan a las y los jóvenes, las y los inmigrantes, las personas mayores, en riesgo exclusión social, etc...,
- **La perspectiva del reto social** se centra en innovaciones para la sociedad en su conjunto a través de la integración de lo social, lo económico y lo ambiental.
- **El cambio de enfoque sistémico**, el más ambicioso de los tres y hasta cierto punto que abarca los otros dos, se logra a través de un proceso de desarrollo organizativo cambios en las relaciones entre las instituciones y las partes interesadas.

En la definición dada por la BEPA, aparecen un nuevo elemento: **colectivos en riesgo de exclusión social**, poniendo el acento en que estos colectivos debería ser los destinatarios de la innovación social. Por otro lado, especifica que las estructuras innovadoras deben dar respuesta, tanto a las necesidades sociales, como económicas y ambientales, invitando a realizar dicho cambio de una manera sistémica, lo que conllevaría cambios en las posiciones y relaciones de los diferentes actores sociales.

4.2. El Cooperativismo como herramienta para la Innovación Social

Una vez analizado el concepto de Innovación Social es fácil establecer relaciones entre el cooperativismo y las metas que plantea la Innovación social, está claro que no todas las empresas cooperativas son innovadoras sociales pero si poseen, de forma estructural (mediante su legislación y comportamiento), características comunes con la

10 *Guía para la Innovación Social*. Comisión Europea, Febrero 2013
<http://www.innobasque.com/home.aspx?tabid=1540>

Innovación Social.

Las empresas cooperativas:

- Son **empresas éticas**, que poseen valores y principios, donde existe una primacía de las personas frente al capital.
- Tienen como objetivo principal la **generación de empleo** y su funcionamiento económico es sostenible y está enfocado al territorio.
- Son empresas que nacen de la sociedad civil, es decir **empresas que nacen de “abajo hacia arriba”**.
- Son empresas que tienen interiorizada la necesidad de dar respuesta a lo social, lo económico y lo ambiental, siendo recogido en el Balance Social Cooperativo, donde se analizan estas tres variables y el impacto de la cooperativa en el territorio.
- Muchas de las empresas son estructuras micro, con **capacidad de adaptación a las necesidades sociales cambiantes**.
- Las empresas cooperativas son empresas de cercanía, que implican a diferentes personas de la cadena de valor.
- Son empresas que en muchos casos tienen **objetivos sociales**, se presentan **sin ánimo de lucro** y dan respuesta a **colectivos en riesgo de exclusión**.
- Son empresas comprometidas con el **desarrollo local y un reparto equitativo de la riqueza**.

Las cooperativas realizan una labor de cambio sistémico, buscando mediante la cooperación nuevas relaciones con entidades públicas y privadas. Como podemos leer en la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas, sobre las prioridades compartidas con la Comunidad Autónoma Andaluza: *“el apoyo a las empresas cooperativas y sus entidades representativas, establece determinadas prioridades en el **ámbito de la innovación**; en cooperación empresarial; en sostenibilidad medioambiental; en conciliación de la vida familiar y laboral; en igualdad de género; en nuevas tecnologías; en el sector sociosanitario; en otras de interés social como el medio natural, educacional y cultural; en vías de transformación que satisfagan un interés público o social; en su capacidad para generar empleo, en general, y, singularmente, en sectores con dificultades para el acceso al mercado laboral, o en su contribución al desarrollo armónico del territorio”*.

4.3. El Cooperativismo como Innovación Social del S.XIX

La primera experiencia cooperativa está datada en el año 1844, cuando se crea en Rochdale, Inglaterra, la cooperativa de consumo **Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale**¹¹ en plena Revolución Industrial, a finales del Siglo XIX, con el objeto de **facilitar bienes de primera necesidad a las clases trabajadoras**.

A partir de este momento se genera una auténtica Innovación Social y empiezan a aparecer diferentes fórmulas cooperativas que dan solución a los problemáticas sociales mediante el nuevo modelo empresarial; **las cooperativas agrarias** son creadas por personas agricultoras, pequeñas y medianas, con el objeto de agrupar sus cosechas para poder venderlas en mejores condiciones a las y los distribuidores; **las cooperativas de crédito** se crean como fuentes de financiación adecuadas a las necesidades del sector agrario (préstamos y créditos de campaña); **las cooperativas de viviendas** tienen como fin principal que determinados colectivos con escaso poder adquisitivo puedan acceder a una vivienda; y **las cooperativas de trabajo** se constituyen con el objeto de agrupar a las y los productores que necesitan poner en común sus recursos para llevar a cabo una determinada actividad económica, generalmente de tipo industrial, o de agrupar a profesionales que necesitan poner en común sus capacidades para iniciar un determinado negocio¹² (Sanchis, 2001).

Estas nuevas formas de organización del trabajo que representan las empresas cooperativas se traducen en una **participación directa de las y los trabajadores en la toma de decisiones de la empresa**, ya que estas personas pueden llegar a desempeñar un triple rol dentro de la organización: el rol de personas trabajadora, el rol de persona propietaria y el rol de persona empresaria. Esta es la esencia, por ejemplo, de las empresas de trabajo (cooperativas de trabajo y sociedades laborales)¹³

Según lo anteriormente expuesto, es posible calificar el modelo cooperativo como una **nueva forma de organización que surge en el siglo XIX**, y que da respuesta a necesidades sociales de empleo, consumo, financiación, producción, pero también genera la posibilidad **de empoderamiento económico de las clases medias y bajas**.

De manera general, **cualquier tipo de organización cooperativa tiene un origen en el deseo y la acción de solucionar o paliar alguna necesidad social**, ya que en la mayoría de los casos las cooperativas nacen desde “abajo”, de personas que detectan necesidades sociales y desean aportar soluciones, en el caso de las cooperativas de trabajo la primera necesidad solucionada es la creación de los propios puestos de trabajo, además de satisfacer la necesidad social de participación y democratización económica de los y las socias y personas usuarias.

Así, por ejemplo, las cooperativas que desempeñan su actividad en el **sector de los servicios sociales** presentan una serie de características que son las apropiadas

11 La Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale (cuyo nombre original en inglés era *Rochdale Equitable Pioneers Society*) fundada en 1844 en Rochdale, Inglaterra, fue una cooperativa de consumo, y la primera en distribuir entre sus socios los excedentes generados por la actividad, formando las bases del movimiento cooperativo moderno. Aunque hubo otras cooperativas previas a ella, la de los Pioneros de Rochdale se convirtió en el prototipo de este tipo de sociedades en Gran Bretaña. Los Pioneros de Rochdale cobraron fama por desarrollar los llamados Principios de Rochdale, un conjunto de principios de la cooperación asumidos por las modernas cooperativas en todo el mundo.

12 SÁNCHEZ, J. R. (2001): Dirección Estratégica de Empresas Cooperativas, Promolibro, Valencia.

13 J. R. Sanchis Palacio, V. Campos “La Innovación Social en la empresa el caso de las Cooperativas y de las Empresas de Economía Social En España” IUDESCOOP. Universidad de Valencia. 2010

para ofrecer dichos servicios, ya que éstos poseen un carácter relacional y afectivo al favorecer la interacción directa entre el o la prestataria y el o la destinataria, creando confianza entre ambas. Estas cooperativas prestan un servicio individual que produce beneficios colectivos, al repercutir en el ámbito familiar y social, y su producción no puede estandarizarse sobre un modelo industrial, sino que debe basarse en ajustes interpersonales sutiles y en el tratamiento de las estructuras y de necesidades personales cambiantes¹⁴ (Laville y Nyssens, 2001; Sajardo, 2001).

Las sociedades cooperativas han desarrollado innovaciones sociales desde sus inicios, por un lado, porque **dirigen sus acciones principalmente hacia fines o propósitos sociales** y por otro, porque están **basadas en los principios de la democracia y la solidaridad**.

El cooperativismo es una institución universal que **se rige por unos principios fundacionales**, que emanan de **unos valores sociales y éticos**, y que atiende e integra a los colectivos afectados por una necesidad social, como ninguna otra fórmula jurídica lo hace, y como viene demandando la innovación social. Las cooperativas desarrollan **fórmulas de participación activa y directa** con sus personas empleadas, así como las personas socias trabajadoras de la sociedad y con la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluza, podrá atender e integrar a todos sus grupos de interés.

La innovación social busca satisfacer una necesidad social colectiva, *“las actividades y servicios innovadores están motivados por el objetivo de satisfacer una necesidad social y son desarrollados y difundidos en su mayoría a través de organizaciones cuyos objetivos principales son sociales”¹⁵* y refuerza la posición competitiva de la empresa que la lleva a cabo, porque basa la ventaja en el prestigio y la imagen social, una organización de innovación social se le presupone que lleva a la práctica la responsabilidad social corporativa, la transparencia informativa y el gobierno democrático. Las cooperativas, a través del cumplimiento de sus principios fundacionales, llevan a cabo, en el seno de sus organizaciones, todas estas prácticas y se hace necesario poner en valor como **dan respuestas colectivas, y democráticas a necesidades sociales**, poniendo el acento en las personas y la institución, es decir, ponen en valor lo colectivo, frente a lo individual. Así, las cooperativas constituyen un catalizador de iniciativas innovadoras, ya que posibilitan un marco organizativo coherente con el compromiso de cambio social y económico que promulga la innovación social.

En la actualidad, el movimiento cooperativo sigue en continua evolución, a través de la **Alianza Cooperativa Internacional**¹⁶, ACI, organización no gubernamental independiente que reúne, representa y sirve a organizaciones cooperativas en todo el mundo, y de **las diferentes legislaciones en materia de cooperativas** de los Estados en los que estas fórmulas cooperativas existen. En España, y en concreto en la Comunidad Autónoma de Andalucía, presumen de contar con la Ley de Sociedades

14 LAVILLE, J. L. y NYSSENS, M. (2001): «Los Servicios Sociales entre las asociaciones, el Estado y el mercado», en Laville, J. L. et. al.: Economía Social y Servicios Sociales, Edita CIRIEC-España, Valencia, pp. 18-35.

¹⁵ Buckland, H. y Murillo, D. (2013) “**Antena de Innovación Social. Vías hacia el cambio sistémico. Ejemplos y variables para la innovación social**” Instituto de Innovación Social, ESDE, Universidad Ramón Llull.

¹⁶ La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) fue fundada en Londres en 1895. Sus miembros son organizaciones cooperativas nacionales e internacionales de todos los sectores de actividad: agrícolas, bancarias, de crédito y ahorro, industriales, de seguros, pesca, vivienda, salud, servicios públicos, servicios sociales, turismo y consumo. Actualmente, cuenta entre sus miembros con 280 organizaciones de 94 países que representan a casi 1.000 millones de personas de todo el mundo.

Cooperativas Andaluzas más adelantada de toda la Unión Europea, ya que centra sus principales reformas en flexibilizar equitativamente la participación en este tipo de empresas y aumentar la seguridad jurídica de las mismas. Estas reformas constituyen, por tanto, una **innovación social clave** que aporta el cooperativismo a las sociedades donde se asientan. Así, con la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas¹⁷ se han confeccionado unas estructuras de organización empresarial más flexibles, donde es posible agrupar a todos las y los actores sociales (públicos y privados) en un modelo empresarial democrático y participativo.

¹⁷ Esta Ley se rige por el Decreto 123/2014, de 2 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

5. ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN SOCIAL

5.1. La Innovación Social en Europa

Desde el punto de vista de las estrategias políticas de la Unión Europea, es necesario destacar la **Unión de la Innovación**¹⁸ uno de los siete puntos básicos de la **Estrategia 2020**¹⁹, la cual busca paliar o solucionar el periodo de crisis que Europa vive casi en su totalidad. Esta estrategia destaca a la **Innovación Social como modo de atender a las necesidades que no están cubiertas por el mercado y como forma de abordar cambios sociales**, dotando de poder a la ciudadanía y estableciendo nuevas formas de relación social y de colaboración.

Según el análisis realizado en las **XIII Jornadas de Economía Crítica**²⁰, en Sevilla, se pone de manifiesto que dentro de la Unión Europea, el concepto y las prácticas para el desarrollo del concepto de Innovación social es heterogéneo, destacando tres variables que condicionan el desarrollo de la Innovación Social en cada país: **grado de desarrollo socio-económico del país; desarrollo de la Economía Social**²¹, **influencia** y **desarrollo de la innovación tecnológica**. En el análisis además se destacan las siguientes dificultades en su desarrollo:

- **Falta de flexibilidad jurídica e institucional** y una falta de infraestructura de apoyo a los innovadores.
- **Ausencia de sensibilización y de educación en valores sociales** en la ciudadanía e instituciones.
- **Falta de anticipación a las nuevas necesidades sociales**.
- En **países muy avanzados en innovación tecnológica** se ven arrastrados hacia la misma en su orientación, **olvidando la innovación social**.
- En **países venidos del antiguo bloque socialista** y que siguen avanzando hacia una economía de mercado, **la innovación social es más o menos inexistente** y poco probable.

Desde esta perspectiva se han agrupado los países europeos generando modelos de comportamiento que les posicionan como más o menos evolucionados en cuanto al desarrollo de la Innovación Social.

¹⁸ Una iniciativa emblemática de la Comisión Europea cuya idea fundamental es promover la Investigación y el Desarrollo desde una perspectiva eminente práctica, es decir: hacer que las ideas fruto de la investigación se conviertan en productos y servicios que puedan llevarse al mercado, lo que generará empleo y riqueza.

¹⁹ Europa 2020 es la estrategia de crecimiento de la UE para la próxima década. En un mundo en transformación, la UE quiere poseer una economía inteligente, sostenible e integradora. Estas tres prioridades, que se refuerzan mutuamente, contribuirán a que la UE y sus Estados miembros generen altos niveles de empleo, productividad y cohesión social. Concretamente, la Unión ha establecido para 2020 cinco ambiciosos objetivos en materia de empleo, innovación, educación, integración social y clima/energía. En cada una de estas áreas, cada Estado miembro se ha fijado sus propios objetivos.

²⁰ Fernández Fernández, M^a T.; Montes Pineda, O.; y Asián Chaves, R. (2012) **Innovación Social como solución a la crisis: hacia un nuevo paradigma de desarrollo** XII Jornadas de Economía crítica. Los costes de la crisis y alternativas en construcción. Sevilla, febrero.

²¹ La economía social emplea en Europa a más de 11 millones de personas, lo que representa un 6% de todos los trabajadores. Aproximadamente uno de cada cuatro empresas que nacen en Europa es una empresa social. En Bélgica, Finlandia y Francia, esa cifra se eleva a una de cada tres. A menudo, estas empresas son más productivas y competitivas, gracias a su personal comprometido y mejores condiciones de trabajo (por ejemplo, la estadística de personas con baja por enfermedad es un 50% inferior a la media). <http://www.albertoandreu.com/?p=1728>

Modelo 1. Economía Social consolidada: Francia, Inglaterra, Dinamarca y los Países Nórdicos

En **Francia** se la conoce como **Economía Social y de la Solidaridad (SSE)** y genera un 10% del empleo nacional, por lo que es un elemento muy importante en el desarrollo socio-económico de este país. Pero a pesar del desarrollo de la Economía Social no hay una estrategia e impulso político de la Innovación Social, debido en buena parte a que se vincula con estrategias de asistencia social y lucha contra la pobreza.

En **Inglaterra**, se interpreta el concepto como un **fortalecimiento de la sociedad** y con el objeto de que de ella nazcan las soluciones a las necesidades y problemas. Es necesario resaltar que este país tiene una historia social salpicada de ejemplos de personas y organizaciones que han atendido a las necesidades sociales: alojamiento público (Peabody Estate²²), educación universal, derechos de los consumidores o negocios éticos (The Body Shop²³). Este **desarrollo de la empresa social en Inglaterra** hace que se posicione como elemento socioeconómico importante para el país. La empresa social genera 24.000 millones de libras y en los últimos 15 años se han destinado más de 350 millones de libras de dinero público para financiar la actividad emprendedora de carácter social y reforzar la capacidad de las asociaciones de asistencia a personas en riesgo de exclusión.

Para los **daneses la innovación** en general se define como “*algo nuevo que funciona*”²⁴ y que **define un proceso de desarrollo**, donde una nueva ley, estrategia, método, práctica, tecnología o producto se desarrolla y **se aplica para atender a necesidades sociales y crear un cambio radical y positivo** en la sociedad. Así, las preocupaciones en Dinamarca se centran en la inclusión de grupos desfavorecidos, para atender al envejecimiento y para personas diversas funcionales.

En el caso de **Finlandia** se centran en la educación general gratuita, la igualdad de rentas, la disminución de la pobreza y la participación de la mujer en el mercado de trabajo²⁵.

Por último, tanto en **Noruega** como en **Suecia**, posiblemente debido a su consolidado Estado del Bienestar, no se perciben nuevas necesidades o problemáticas sociales que satisfacer, por lo que su población no ha generado una inquietud por la Innovación Social.

²² Fundada en 1862, por el banquero americano, diplomático y filántropo George Peabody, con el objetivo mejorar las condiciones de los pobres y necesitados en esta gran metrópoli, proporcionando alojamiento público. En la actualidad, con más de 150 años, posee y gestiona más de 27.000 hogares en Londres, con más de 80.000 residentes, que incluyen vivienda social, de arrendamiento, de propiedad compartida, vivienda apoyada, alojamiento clave de trabajo y unidades comerciales. También ofrecen viviendas en alquiler de mercado y venta directa para apoyar la financiación de viviendas asequibles.

²³ The Body Shop International es una marca de belleza original, ética y natural, con más de 2.500 tiendas en más de 60 países, ofreciendo una gama de más de 1.200 productos. The Body está a la cabeza de la promulgación de la transparencia en los negocios, y han contribuido en gran medida a impulsar el cambio social y medioambiental a través de sus campañas y de sus cinco valores: Comercio Justo con Comunidades, Defensa de los Derechos Humanos, Contra los Experimentos en Animales, Promueve la Autoestima y Protege Nuestro Planeta.

²⁴ Junge, D. y Lustrup, P. (2009) *Social Innovation. En guide til rejse i ukendt land* Books on Demand GmbH

²⁵ SITRA (2005) *Making Finland a leading country in innovation Final report of the Competitive Innovation Environment Development Programme* Helsinki

Modelo 2. La Innovación Social como respuesta a la crisis del Estado del Bienestar: España, Bélgica, Italia, Polonia y Grecia

En esta agrupación de países la crisis económica ha hecho surgir formas de innovación social que pueden verse desde un enfoque “de abajo a arriba”, produciéndose una **participación ciudadana en lo político y en lo económico y generando estructuras y relaciones novedosas para afrontar esta situación.**

En **España** es ya patente la pérdida avanzada del Estado del Bienestar debido a la crisis financiera y económica. Esta situación, ha sido el detonante para movilizar a la sociedad civil en relación a los problemas acuciantes derivados de la misma. Lo cierto es, que hasta este momento, **la Innovación Social apenas se había planteado en España** desde el punto de vista político, destacando solamente las regiones del País Vasco, Cataluña y Andalucía que han establecido programas para la Innovación Social.

En **Bélgica**, después de la Segunda Guerra Mundial, el gobierno promovió las “**agencias de creación de empleo**” canalizando grandes ayudas al sector de la Economía Social, pero la crisis actual ha puesto de manifiesto que no se puede depender sólo de los subsidios del gobierno y se ha observado un recorte de la financiación, por lo que las organizaciones de Economía Social buscan innovar para generar actividades o introducir nuevos productos o servicios. La crisis, que ha hecho desaparecer las ayudas públicas, ha dado paso al desarrollo de una innovación social más activa e independiente.

Italia tiene una larga **tradición de cooperativas sociales**²⁶, gracias a la iglesia católica y a los movimientos de izquierdas, que han permitido su consolidación y son reconocidas por el Estado, su régimen jurídico distingue personas voluntarias, fundaciones, asociaciones de promoción social y empresas sociales. Con la crisis económica y los recortes presupuestarios muchas han quebrado, sin embargo **son vista como una salida a la crisis**. Las principales innovaciones sociales que han sido identificadas como necesarias son la reforma del sector sanitario, el tratamiento de residuos, el envejecimiento y/o la baja natalidad.

En **Polonia** la información disponible es escasa, aunque es uno de los primeros países del Este incorporados a la Unión Europea donde se puede considerar que se ha desarrollado una economía de mercado. En este país la innovación social solamente ha surgido a raíz de **la emergencia de nuevas necesidades y problemáticas sociales** a los que la sociedad polaca se enfrenta, como la falta de oportunidades de trabajo para personas diversas funcionales, personas paradas de larga duración o las y los estudiantes que quieren incorporarse al mercado laboral. Polonia se encuentra todavía en la necesidad de políticas y estrategias nacionales aplicadas para promover la innovación social y el emprendimiento social de una manera más sistemática²⁷.

Por último, en **Grecia**, con las duras medidas de austeridad implementadas por el gobierno, el aumento de las tasas de desempleo, los recortes en los salarios y las pensiones y el gasto social, se ha creado la necesidad urgente de desarrollar soluciones alternativas a las actuales que den respuesta a estas necesidades sociales.

²⁶ Italia es uno de los países con más cooperativas sociales del mundo, la Federsolidarietà agrupa a más de 6000 miembros.

²⁷ Filip Pazderski, Dominika Potkanska, and Izabela Przybysz, SIE Country Partners at the Institute of Public Affairs <https://webgate.ec.europa.eu/socialinnovationeurope/social-innovation-poland>

Para ello, se ha creado la **Ley para la Economía Social y Emprendimiento Social** y una **fórmula jurídica de empresas cooperativas sociales**.

Modelo 3. La Innovación Social como instrumento al servicio de la eficacia del modo de producción capitalista y la paradoja tecnológica: Holanda, Portugal, Alemania e Irlanda

En **Holanda** la innovación social adquiere importancia como estrategia desde el año 2006, cuando es introducida en la Agenda por el Consejo Económico y Social²⁸. Sin embargo ésta **se limita a la innovación y la productividad en el lugar del trabajo** y es vista como parte de la gestión de los recursos humanos.

Portugal sigue esta misma línea enfocada a la gestión de los recursos humanos y se ha planteado la Innovación Social con referencia principalmente a la educación, la formación, el empleo y la organización de la administración pública.

En **Alemania** ven su economía como una Economía Social de mercado, es decir, un modo de producción combinado con un Estado del Bienestar. Sin embargo, y al igual que en el caso finlandés, las políticas siguen viendo la Innovación Social en relación con la innovación tecnológica y no como un tipo independiente de innovación²⁹. Sin embargo, comienza a impulsarse proyectos de innovación social relacionados con problemas sociales concretos: en el ámbito de la salud y el cambio demográfico, la integración de las y los inmigrantes, el diálogo intercultural, la sociedad civil futura y la protección medioambiental.

En el caso de **Irlanda**³⁰ se reconoce que el sector está poco desarrollado, actualmente supone el 3% del PIB y el crecimiento se ve obstaculizado por el escaso apoyo político que se centra en la innovación tecnológica. Aun así, las previsiones en cuanto a Innovación Social para este país son de crecimiento, previendo que represente el 5% del PIB y genere al menos 65.000 puestos de trabajo³¹.

Modelo 4. Innovación social como concepto: Austria

En **Austria** se está intentando entender y delimitar el concepto de innovación social desde el ámbito académico, por el gran interés que suscita y por estar apoyado por la Comisión Europea. Sin embargo, este creciente interés, no se ha traducido en políticas concretas que impulsen la Innovación Social. En la actualidad, lo más destacado es el **Zentrum für Soziale Innovation de Viena**³², que está creando una agenda de acción titulada **Social Innovation 2015** para ayudar “a anclar conceptos en el discurso público y realizar innovaciones sociales eficaces en la economía, la educación y la

²⁸ Los consejos económicos y sociales son órganos consultivos compuestos por representantes de la sociedad civil organizada, principalmente organizaciones empresariales y sindicales, y cuya finalidad es orientar las políticas públicas en materias sociolaborales y/o económicas.

²⁹ Howaldt, J. y Schwarz, M. (2010) *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends* Sozialforschungsstelle Dortmund ZWE der TU-Dortmund.

³⁰ NorDub Co (the North Dublin Development Coalition).
<https://webgate.ec.europa.eu/socialinnovationeurope/social-innovation-ireland>

³¹ Informe del Grupo de Trabajo Empresa Social 2010.

³² ZSI es una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo social analizar el efecto de las innovaciones sociales, contribuyendo al diseño de los procesos de innovación y cambio social. Una institución independiente y globalmente comprometida en el uso innovador de la investigación, la educación, la promoción y la coordinación de las redes.

política³³”.

Modelo 5. Países del Este y países recientes en la Unión Europea

Tanto en **Hungría**, como en **Eslovenia**, la Innovación Social tiene una trayectoria muy breve, sobre todo por estar centrados, sus gobiernos, en afianzar un sistema de economía de mercado.

En **Croacia**, centrados en el impulso y fomento de la innovación tecnológica, la innovación social es un concepto bastante nuevo que está sin desarrollar.

En **Bulgaria, Albania, Chipre, República Checa, Eslovaquia, Estonia, Letonia, Lituania, Malta y Turquía** la innovación social es insignificante.

5.2. La Innovación Social en España

La **Innovación Social en España** está estrechamente ligada a la atención que presta Europa a este concepto, que viene a definir un movimiento de la sociedad que en nuestro país también está marcado por la **avanzada pérdida del Estado de Bienestar**.

Al igual que en otras regiones europeas, en España también están surgiendo las llamadas **“empresas sociales”**, una forma de hacer empresa con una **fuerte base ética** y con unos **valores** que ponen el acento en los fines sociales de la actividad y no sólo en su rendimiento económico, sin perder de vista que son empresas económicamente sostenibles. En este tipo de empresas la actividad económica debe ser rentable, pero sobre todo, debe tener un **impacto social positivo en la sociedad**, éstas se crean para solucionar un problema social, que afecta a un colectivo, cuanto mayor sea éste mejor. Lo que si es cierto es que la **Economía Social** y el **cooperativismo** en España viene desarrollando este tipo de hacer empresa desde que se asentaron en nuestro territorio, **buscando soluciones a problemas sociales comunes, con unos fuertes valores éticos**.

En España son cada vez más las instituciones públicas que están comenzando a trabajar en torno a la innovación social, a través de la realización de estudios sobre este ámbito y el análisis de proyectos de innovación social con el fin de acotar, definir y mostrar qué es. Así, a nivel nacional el marco de referencia más inmediato sobre Innovación Social lo proporciona la **“Guía para la Innovación Social Europea³⁴”**, instrumentalizada a través de los Fondos Estructurales³⁵, tanto del FEDER³⁶, como del FSE³⁷. Además, señalar también la **Estrategia Estatal de Innovación (e2i)** cuyo objetivo es transformar la economía española en una economía basada en la

³³ <https://webgate.ec.europa.eu/socialinnovationeurope/directory/organisation/center-social-innovation>

³⁴ Véase el apartado 6.1. Innovación Social en Europa.

³⁵ Instrumento financiero de la política regional de la Unión Europea (UE), encaminada a reducir las diferencias de desarrollo entre las regiones y los Estados miembros. Los Fondos contribuyen así plenamente al objetivo de cohesión económica, social y territorial.

³⁶ Fondo Europeo de Desarrollo Regional, la finalidad del FEDER es fortalecer la cohesión económica y social en la Unión Europea corrigiendo los desequilibrios entre sus regiones. <http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovaciony-ciencia/fondoseuropeosenandalucia/feder.php>

³⁷ El Fondo Social Europeo es el principal instrumento con el que Europa apoya la creación de empleo, ayuda a las personas a conseguir mejores puestos de trabajo y garantiza oportunidades laborales más justas para todos los ciudadanos de la UE. <http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=35&langId=es>

innovación y constituye el marco de referencia de la política del Gobierno en materia de innovación para el cambio de modelo productivo, a través del fomento y la creación de estructuras que faciliten el mejor aprovechamiento del conocimiento científico y el desarrollo tecnológico. La estrategia, formulada desde una concepción multisectorial, implica a todos los agentes políticos, sociales y económicos: Administración General del Estado, Comunidades Autónomas, Corporaciones Locales, Agentes Sociales, Empresas e Instituciones financieras.

En cuanto a las Comunidades Autónomas son en el País Vasco, en Cataluña y en Andalucía donde podemos encontrar iniciativas públicas concretas.

Desde lo privado las iniciativas son más numerosas, muchas ciudadanas y ciudadanos han tomado la responsabilidad de resolver sus problemas más acuciantes, desempleo, fracaso escolar, envejecimiento de la población, vivienda, etc..., y han puesto en marcha proyectos de innovación sin ser conscientes de que llevan esta etiqueta, ejemplos de ello son las diferentes **monedas sociales** que han surgido en todo el territorio español, como *Demo* (Islas Canarias), *Ekhi* (Bilbao), *Puma* (Sevilla), algunas cooperativas integrales, como la *Cooperativa Integral Aragonesa* (Aragón) o la *Cooperativa Integral Granaina* (Granada), los **blogs de innovación y emprendimiento social**, como *Cambio y Corto* de Josep M. Miró, *Cerillas en la Oscuridad* de Alfonso Carlos Morales, *Del yo al nosotros* de Patricia Sáez, o **Asociaciones** como AERESS, la Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria, asociación sin ánimo de lucro en funcionamiento desde 1994 que se constituye como plataforma para acoger a las distintas entidades solidarias que se dedican a la reducción, reutilización y reciclaje de residuos, etc...

En cuanto a las **iniciativas empresariales de Innovación Social en España** se pueden destacar la empresa **WYWLAB** (Alicante) empresa de innovación y creatividad que implica a personas con discapacidad intelectual en la solución de retos empresariales; **La Fadega** (Girona) cooperativa que tiene como finalidad la integración laboral de las personas de la comarca de la Garrotxa que sufren discapacidad intelectual o trastornos mentales severos, desarrollando actividades productivas eminentemente agrícolas; la **Cooperativa Integral Aragonesa** (Aragón), proyecto de autogestión en red que pretende paulatinamente juntar todos los elementos básicos de una economía (producción, consumo, financiación y moneda social) e integrar todos los sectores de actividad necesarios para vivir al margen del sistema capitalista; o **Winkomun** (Barcelona), es una asociación de Comunidades Autofinanciadas, ACAF, un sistema de inversión comunitaria donde las comunidades de personas con escasos recursos se pueden autofinanciar y acceder a crédito sin ninguna ayuda externa.

A continuación destacamos las principales **estrategias de innovación social** que actualmente se están desarrollando en España a nivel regional, pudiendo destacar el caso de **Cataluña**, el **País Vasco** y **Andalucía**.

5.2.1. La Innovación Social en Cataluña

En la Comunidad Autónoma de Cataluña encontramos iniciativas de Innovación Social en el **ámbito público**, el **ámbito académico** y el **ámbito social**: Programa @EmprendeSocial; Citilab Cornellá; Instituto de Innovación Social de ESADE; y Asociación Upsocial.

Desde la agenda pública destacar el **Programa @EmprenSocial**, promovido por la Generalitat de Catalunya, que busca **reforzar la visibilidad de los proyectos de emprendimiento social**; ampliar la visibilidad del emprendimiento social **al conjunto de la sociedad catalana y a las redes sociales**; y **fortalecer el ecosistema del emprendimiento social** con la participación de entidades e instituciones socias del programa. A través de este programa se han identificado y seleccionado **20 innovaciones exitosas**, de gran impacto social y con el potencial de ser adaptadas para su réplica en Cataluña, su objetivo es **impulsar a emprendedores y emprendedoras tanto a replicarlas como a inspirarse en ellas**.

Y la iniciativa **Citilab Cornellà**, que se inspira en buena parte en el modelo de Living Lab³⁸, entidad mixta pública/privada donde la ciudadanía, las empresas, los organismos públicos y los centros de investigación se involucran en el proceso de innovación. Citilab-Cornellà es el primer laboratorio de ciudadanía digital de Europa, un centro de investigación e innovación sobre la Internet social que centra su actividad en la **innovación digital ciudadana**, con el objetivo de difundir y fomentar la Sociedad de la Información.

Este Centro para la innovación social y digital, situado en Cornellà de Llobregat, Barcelona, impulsa su actividad como **centro digital de innovación ciudadana** para la difusión y el fomento de la Sociedad del Conocimiento. Sus métodos de trabajo básicos son el **pensamiento de diseño** y la **creación centrada en la persona usuaria**, considerando Internet como un medio para innovar de una forma colaborativa e integradora, con la **ciudadanía en el centro del proceso**. Así, este centro explota y difunde el **impacto digital en el pensamiento creativo**, el **diseño** y la **innovación** que surgen de la **cultura digital**. Citilab es una mezcla entre un centro de formación, un centro de investigación y una incubadora de iniciativas empresariales y sociales.

En Citilab cada **proyecto combina investigación, desarrollo, innovación y aprendizaje e involucra a actores muy diferentes** y en diversas proporciones según su objetivo: escuelas, alumnado, citilabers, grupos universitarios, empresas, expertas y expertos independientes, etc... creando equipos y comunidades, como filosofía general de funcionamiento.

En el **ámbito académico**, destaca el **Instituto de Innovación Social de ESADE**, su objetivo fundamental es convertirse en una plataforma donde compartir conocimiento y experiencias en el campo de la Innovación Social y ser catalizadores de los agentes protagonistas más vanguardistas. La misión del Instituto de Innovación Social de ESADE es desarrollar las capacidades de las personas y organizaciones de los sectores empresarial y no lucrativo para fortalecer, en sus actividades propias, su contribución a un mundo justo y sostenible.

El instituto desarrolla su labor a través de un **grupo de investigadores desarrollando un programa de estudios e investigaciones** para la comprensión de la innovación social basándose en la discusión promovida en artículos académicos relevantes y en informes desarrollados por profesionales y para informar sobre las principales

³⁸ El **Living Lab** o "**Laboratorio Viviente**" es un modelo de Innovación Social de experimentación y co-creación, con participación de usuarios y/o ciudadanos reales, en entornos reales para la Investigación Científica y Tecnológica, más Desarrollo, más Innovación (I + D + i) utilizada en la especificación, creación de prototipos, validación y perfeccionamiento de soluciones complejas en entornos de la vida real, donde los usuarios junto con investigadores, empresas e instituciones públicas buscan juntos nuevas soluciones, nuevos productos, nuevos servicios o nuevos modelos de negocio. Pero también tiene que ver con la promoción de la innovación en una base de la sociedad, incluyendo la academia, las PYME, las instituciones públicas y grandes empresas en un proceso de **Innovación Abierta** que, debido a que ocurre en situaciones reales, tiene un efecto inmediato.

cuestiones y debates relacionados con la innovación social. Este instituto tiene como objetivos: **generar conocimiento a través de los proyectos de investigación; formar a las personas implicadas en las organizaciones; y divulgar, compartir y construir conjuntamente para avanzar en la creación de valor social.** Para lo cual trabaja en tres campos, la investigación, la formación y la divulgación, y lo hace en ámbitos muy específicos: **la responsabilidad social empresarial y la relación con los grupos de interés, el liderazgo y la gestión de las ONG y los emprendimientos sociales.**

El instituto ESADE trabaja con la voluntad de **construir relaciones entre las organizaciones de los distintos sectores de actividad, entre las empresas y las ONG,** y las temáticas abordadas por éste, partiendo de la base de que ese compromiso con los diferentes agentes sociales es decisivo para lograr una mejor calidad de vida de la ciudadanía y para poder aportar soluciones a los problemas del mundo globalizado.

Por último, en el **ámbito social,** es la **Asociación Upsocial** una de las iniciativas más punteras en Innovación Social en Cataluña. Se trata de un grupo de personas emprendedoras que se han asociado para potenciar la innovación social y facilitar su escalabilidad. Para esta asociación la satisfacción de las necesidades sociales requiere soluciones nuevas y más eficaces, innovación social, detectar soluciones innovadoras que en otros entornos locales estén teniendo un impacto positivo y replicarlas en la Comunidad Autónoma de Cataluña, es su objetivo fundamental. Como factor clave para el cambio social apuntan al **emprendimiento social,** entendido como *“la inquietud de atender las demandas sociales a través de una actividad, incidiendo de manera directa en su solución”³⁹*. Las líneas de acción de Upsocial son: **Social Innovation for Communities,** iniciativa para acelerar el proceso de cambio identificando innovaciones sociales que están funcionando con éxito y facilitando su implantación en nuevos contextos; **promover un marco jurídico, económico y educativo** que facilite el emprendimiento y la innovación social, desde las políticas públicas; y divulgar la innovación social en la sociedad en general.

5.2.2. La Innovación Social en el País Vasco

El País Vasco es la Comunidad Autónoma en España donde más se está respaldando **políticamente la Innovación Social,** con la elaboración de una **Estrategia de Innovación Social para Euskadi** y tomando este concepto como la clave de futuro para la sociedad vasca.

Así, la innovación social se plantea como una **oportunidad para generar valor con carácter transversal para Euskadi,** que debe responder a los grandes desafíos actuales en el ámbito europeo y en el contexto de su comunidad, en clave de sostenibilidad. Apuntan, como desafíos a los que Euskadi deberá hacer frente en los próximos años, a los grandes retos globales como son el progresivo envejecimiento de la población, la globalización, la evolución de la tecnología, el mundo digital y la sociedad de la información, la apuesta por las tecnologías limpias, y la sostenibilidad. En este marco, **la innovación social es la respuesta integral y estructurada ante estos desafíos,** aprovechando sus palancas de apoyo para generar crecimiento económico y empleo, y consolidar una posición de vanguardia que permita al territorio

³⁹ <http://www.upsocial.org/es>

mantener en el futuro un elevado nivel de bienestar y un compromiso social profundo con el mundo.

La estrategia que proponen está orientada a la **transformación social**, en la que la Innovación Social se aborde en los siguientes pilares: **una visión sistémica de la Innovación Social, que precisa de colaboración público-privada, en ámbitos estratégicos de transformación**. Así, se propone **desarrollar una visión sistémica de la Innovación Social**, partiendo de los retos sociales de nuestra sociedad y focalizando las áreas de trabajo en ámbitos relacionados que permitan dar respuesta desde la Innovación Social a dichos retos.

Basada en el ámbito de los valores, para poder abordar con cierta garantía actuaciones de medio y largo plazo que den respuesta a los retos demográficos, de crecimiento sostenible y calidad de vida. La propuesta estratégica: desarrollar los valores asociados a una sociedad vasca innovadora, fomentar las competencias necesarias a desarrollar e impulsar las organizaciones con modelos de gestión basados en personas y valores.

El desarrollo de estos ámbitos estratégicos se abordará impulsando un **modelo de gobernanza basado en la participación y promoviendo alianzas público-privadas**, en colaboración con todos los agentes sociales y económicos con objetivos compartidos, de acuerdo a la filosofía de trabajo de Innobasque y tratando de lograr el compromiso de la ciudadanía.

Además de la elaboración de esta Estrategia, han puesto en marcha iniciativas con las que desarrollar la innovación social en la región. Así, han creado **Innobasque, Agencia Vasca de Innovación**, asociación privada sin ánimo de lucro, la herramienta creada para **coordinar e impulsar la Estrategia para La Innovación Social del País Vasco** en todos sus ámbitos y para fomentar el espíritu emprendedor y la creatividad.

La visión de Innobasque es convertir a **Euskadi en el referente europeo en innovación para el año 2030** y su misión impulsar, dinamizar y monitorizar el proceso de transformación de Euskadi hacia una sociedad innovadora en todos los ámbitos. El objetivo fundamental de Innobasque es *“favorecer e impulsar el desarrollo de la innovación en Euskadi, tanto la tecnológica como la no tecnológica, fomentando el espíritu emprendedor y la creatividad, con el fin de elevar la competitividad de las organizaciones vascas de todo tipo y de su economía, en los sectores primario, secundario y terciario y mejorar la calidad de vida presente y futura de toda la sociedad vasca.”*⁴⁰.

Innobasque está formada por los **agentes de la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación, empresas privadas, instituciones públicas vascas, representantes institucionales de las empresas y las personas trabajadoras vascas** y las **organizaciones de toda naturaleza** relacionadas con la innovación. Para Innobasque **la innovación es el motor de los cambios económicos y sociales** que hay que afrontar en un entorno global marcado por el cambio, que debe establecer un liderazgo compartido público-privado y compartir, imprescindiblemente, las acciones, las estrategias y las expectativas en todos los ámbitos. La agencia trabaja en tres niveles: **monitorizando y evaluando la innovación en Euskadi; generando dinámicas innovadoras de transformación Socio-Económica y socializando los valores y la cultura de la innovación**.

⁴⁰ Art.2 y Art.3 de los estatutos sociales de Innobasque, Agencia Vasca de Innovación

La Agencia Vasca de Innovación Social a su vez ha elaborado un **Índice Regional para medir la Innovación Social**⁴¹, **RESINDEX** (Regional Social Innovation Index), investigación piloto que forma parte de la iniciativa de evaluación de la innovación en Euskadi (INNOBASQUE y SINNERGIAK⁴² Social Innovation). Se trata de un proyecto que pretende elaborar un modelo (dimensiones e indicadores) para desarrollar un **índice regional de innovación social**.

La necesidad de establecer este índice tiene que ver con la perspectiva conceptual de la Innovación Social de la que parten, para este proyecto piloto la innovación social tiene que buscar dar respuesta a demandas sociales insatisfechas y debe estar orientada, tanto al desarrollo de acciones, como a la obtención resultados. Para la estrategia de innovación social vasca la innovación se revela como un factor clave para asegurar la cohesión social, sin la cual la competitividad y la vida sostenible de las regiones resultarían imposibles, es decir, abarca distintos planos y este carácter complejo hace necesaria su clarificación a través de la identificación de indicadores de innovación social, objetivo último de Resindex.

Así, RESINDEX, tiene como objetivo general **desarrollar un modelo exploratorio de indicadores de innovación social y testarlo en el contexto de la Comunidad Autónoma del País Vasco**, como proyecto piloto para estabilizar un barómetro regional sobre innovación social.

Por último, desde la ciudad de Bilbao han hecho una apuesta fuerte por la innovación social y han creado el **Centro de Innovación Social EUTOKIA**, el **Centro Vasco de la Innovación Social, DENOKINN** y **Parque Empresarial de Innovación Social, Social Innovation Park**.

En cuanto al **Bilbao Eutokia** es un centro de Innovación y emprendimiento gestionado por Init⁴³. Los Centros de Innovación y Emprendimiento, puestos en marcha por INIT, son **comunidades vivas de personas en las que el talento y el conocimiento circula**, y cuya misión fundamental es precisamente que ese talento se permeabilice con la sociedad en forma de servicios y productos. La experiencia ha demostrado que a mayor diversidad en las comunidades, mayor es el aprendizaje que se genera en ellas y por lo tanto mayor es el valor aportado a la sociedad.

Este proyecto, de **colaboración público-privada** impulsado por el Excelentísimo Ayuntamiento de Bilbao, a través de Bilbao Ekintza⁴⁴, en colaboración con Innobasque y en cooperación con una red de agentes y organizaciones ligadas al ámbito de la innovación social, se pone en marcha en el año 2010 con el objetivo de estudiar, impulsar y desarrollar de manera ágil y práctica modelos, valores, ideas e iniciativas innovadoras que permitieran afrontar los retos sociales actuales y futuros que

⁴¹ Innobasque. (2003). RESINDEX. Un Índice Regional para medir la Innovación Social. Agencia Vasca de la Innovación.

⁴² Fundado en 2012, **SINERGIK Social Innovation (UPV/EHU)** es un centro de Innovación Social promovido por la UPV/EHU en el marco de la estrategia EUSKAMPUS – Campus de Excelencia Internacional. Se concibe como una organización del conocimiento estructurada en torno a un equipo interdisciplinar liderado por investigadores universitarios e integrados asimismo por otros profesionales especializados en la práctica formativa y las actividades de intervención y transferencia. <http://www.sinnergiak.org/index.php/nosotros-ok/>

⁴³ Init Services for Social Innovation, S.L. experimentada empresa que promueve nuevas iniciativas empresariales cuyo Programa de Aceleramiento Empresarial trata de “Ensanchar personas para acelerar negocios”

⁴⁴ Bilbao Ekintza es una entidad municipal que promueve la generación de riqueza económica y social para Bilbao, potenciando la ciudad como destino atractivo a la inversión, a la creación y crecimiento de empresas, mejorando las oportunidades de acceso al empleo.

redundan en un desarrollo humano local de la sociedad en general y de Bilbao en particular, **promoviendo una sociedad cada vez más abierta, innovadora y solidaria.**

Este Centro facilita las condiciones para que las ideas se conviertan en proyectos empresariales reales que proporcionen respuestas a retos actuales, ya sean grandes o pequeños, ligados a las líneas estratégicas del Ayuntamiento de Bilbao: **Ecotecnología y soluciones urbanas; Turismo; Salud y Calidad de vida; Arte, Tecnología y Diseño; y Comercio.** En el centro conviven, con una orientación clara al desarrollo de un reto empresarial o vital, personas emprendedoras, universitarias, directivas de empresa, personas en situación de desempleo, estudiantes con un proyecto, empresas maduras... que forman las comunidades, **ecosistemas de emprendimiento donde la relación personal y profesional es el vehículo del aprendizaje.**

El **Centro Vasco de la Innovación Social, DENOKINN**, impulsado por el Gobierno Vasco, es una iniciativa que investiga, desarrolla y aplica nuevas teorías y técnicas de gestión de la innovación que contribuyen al progreso social. **Denokinn** se especializa en la innovación social para atender de forma innovadora necesidades sociales insatisfechas y/o emergentes y promueve el Parque de Innovación Social, SIP, como infraestructura de soporte de proceso integral de innovación.

Para Denokinn la innovación social es transformar conocimiento en progreso social satisfaciendo necesidades sociales, creando empleo y haciendo sostenible el estado de bienestar haciendo más con menos. Para este centro las fases de la innovación social son: **priorizar necesidades sociales insatisfechas; buscar nuevo conocimiento para satisfacerlas; idear soluciones sociales; prototipar soluciones; marketing expedicionario (se testan los prototipos); lanzamiento y consolidación de la solución; y escalar y replicarla en otros lugares y situaciones.**

Por último, el Parque Empresarial de Innovación Social, **Social Innovation Park**, a través del cual se **promueven proyectos de innovación social** y tiene como objeto **trasferir las ideas y la tecnología en nuevos negocios.**

Se estructura en un laboratorio de Innovación Social (G-Lab), una Academia de Innovación Social y una herramienta de generación y apoyo de nuevas empresas sociales. En el Parque Empresarial de Innovación Social las empresas comparten, se ayudan y unen sus fuerzas.

El Social Innovation Park (SIP) es la infraestructura de soporte para el desarrollo del proceso integral de innovación social, es un lugar donde empresas, las personas emprendedoras y las entidades sin ánimo de lucro forman una comunidad con un propósito común: **dar respuesta a necesidades sociales.** El SIP es el **primer parque Europeo reconocido de Innovación Social** por parte de la Comisión Europea como una de las mejores prácticas de Investigación Social, Emprendimiento y Economía Social.

5.2.3. La Innovación Social en Andalucía

En Andalucía encontramos varias iniciativas público-privadas que están **impulsando el conocimiento y el desarrollo de la Innovación Social** en esta Comunidad Autónoma: la **Red Española de Innovación Social (REIS)**; **La Noria**; **Málaga Innovación Social**; **Guadalinfo**; **CEPES-Andalucía**; **Fundación Innoves** y **FAECTA**, estas tres últimas iniciativas son entidades de representación de empresas de Economía Social, entre las que destacan las cooperativas andaluzas.

La **Red Española de Innovación Social (REIS)**, constituida en Málaga e impulsada por la Diputación de esta provincia, tiene como principal objetivo ser el **referente nacional e internacional en el estudio y la formulación de prácticas de innovación social en el ámbito público, privado y del tercer sector**: estudio, avance y aplicación de la innovación social. Para REIS la implementación de estas prácticas, conectando los resultados de los investigadores con el ámbito público, privado y social, es **vital para el avance de la sociedad del progreso y el bienestar**.

Está formada por personal investigador y otras y otros profesionales especialistas en innovación social, la **Diputación de Málaga** y el **Instituto Nacional de Administración Pública (INAP)**, personal investigador de la **Universidad Rey Juan Carlos**, de la Cátedra Inditex de Responsabilidad Social de la **Universidad de La Coruña**, de **Sinergiak Social Innovation**, el **Ayuntamiento de Móstoles**, e **Innobasque del País Vasco**, entre otros.

Los pilares de actuación de esta red nacional son: **investigación; implementación de estas prácticas relevantes en innovación social; intercambio y aprendizaje mutuo de experiencias y conocimientos; divulgación de las actividades de la red; y fomentar la relación de la REIS**.

La Noria⁴⁵, se trata de una incubadora de proyectos sociales dirigidos a la infancia y la juventud que toma el relevo al Centro Básico de Acogida (CBA). Centran su labor en los sectores de la población que más precisan de la intervención política: **la infancia y la juventud**. La infancia, por riesgo de exclusión social y de pobreza; y la juventud, porque está necesitada de nuevas fórmulas, modelos y herramientas que mejoren sus expectativas de futuro y sus posibilidades de encontrar trabajo. El objetivo es **impulsar proyectos sociales en los que se involucren la ciudadanía, las organizaciones, las entidades, las fundaciones y las empresas**. La Noria está al alcance de los ayuntamientos de la provincia y generará estructuras de colaboración y participación con asociaciones, colectivos y personas emprendedoras sociales. Es una iniciativa de la Diputación Provincial de Málaga.

En cuanto a **Málaga Innovación Social**, se trata de una **red de emprendedoras y emprendedores** sociales que buscan en los negocios responsables soluciones a los problemas reales de las personas y el medioambiente. En el año 2006 se crea esta red para trabajar *“con personas emprendedoras en el diseño y puesta en marcha de proyectos integrados en un proceso de mejora continua en la intervención de los diferentes problemas que afectan a la calidad de vida de cualquier comunidad con miras a optimizar recursos y lograr un mayor y mejor impacto”*⁴⁶.

⁴⁵ <http://www.malaga.es/lanoria/3616/objetivos>

⁴⁶ <http://www.malagainnovacionsocial.com/>

Desde Málaga Innovación Social conciben la innovación social como la contribución inteligente, democrática, cooperativa y colectiva de la sociedad en su conjunto a la satisfacción de sus necesidades y a la solución de sus problemas en los ámbitos económicos, comunitario, cultural, de relaciones de poder y ambiental⁴⁷. Desarrollan proyectos relacionados con el empleo, los mercados inclusivos y el apoyo a personas emprendedoras sociales, mentorizando proyectos de innovación social; facilitando formación en Emprendimiento e Innovación Social; y ayudando a difundir conocimiento.

La red de innovación social de Andalucía, **Guadalinfo**⁴⁸, es una red digital con un sólido respaldo territorial, que tiene como objetivos **contactar con la sociedad digital, potenciar proyectos de innovación social y hacerlos sostenibles**. Esta iniciativa está impulsada por la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, y las ocho diputaciones provinciales. Esta Red ya supera las 800.000 personas usuarias, generando más de 1.700 proyectos innovadores de base ciudadana en campos como el turismo, el empleo, la capacitación, la inclusión, el medio ambiente, la web 2.0, la sostenibilidad, la accesibilidad o la cultura.

Guadalinfo **combina un doble escenario territorial y digital** donde la sociedad andaluza se transforma desde el talento y las ideas de sus ciudadanos convertidas en proyectos de innovación social.

Por último, las instituciones y entidades de representación de la Economía Social en Andalucía tienen un papel destacado en el impulso y desarrollo de la Innovación Social en esta Comunidad Autónoma.

En cuanto a **CEPES-Andalucía**⁴⁹, Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía, organización empresarial intersectorial que aglutina organizaciones de empresas de Economía Social y empresariado autónomo de la Comunidad Autónoma Andaluza, tiene como función primordial la defensa de los intereses de este colectivo empresarial y actuar como agente social representativo del mismo, así como extender dichos modelos empresariales como medio para crear empleo y lograr una sociedad más justa y un mayor reparto de la riqueza.

Desde esta confederación buscan dar respuestas a determinadas necesidades sociales, entre otras: al **fomento de la capacidad emprendedora** y empresarial, ofreciendo fórmulas empresariales adecuadas para el desarrollo del espíritu emprendedor y de la iniciativa empresarial; al problema del empleo, **generar puestos de trabajo de mayor estabilidad y calidad**, con un crecimiento más alto que el del sistema económico tradicional, contribuyendo a fijar la población en áreas geográficas donde la economía convencional está ausente o en crisis y a la **cohesión e inserción social**, mediante el trabajo asociativo o cooperativo se favorece la **integración laboral y social de personas y grupos en riesgo de exclusión social**.

La **Fundación Innoves**⁵⁰ por su parte, busca facilitar, asesorar y apoyar a las empresas de **Economía Social en la incorporación de la cultura de la innovación** a su día a día, **favorecer la transferencia de conocimiento** entre los organismos de investigación y las empresas de Economía Social, **liderar el desarrollo y puesta en**

⁴⁷ http://www.malagainnovacionsocial.com/wp-content/uploads/2012/11/INNOVACION-SOCIAL-PRIMER-DESAFIO_OK.jpg

⁴⁸ <http://www.guadalinfo.es/>

⁴⁹ <http://www.cepes-andalucia.es>

⁵⁰ <http://www.innoves.es>

marcha de proyectos innovadores, o impulsar mecanismos de alianzas y de Intercooperación para alcanzar mayores niveles de capacidad y consolidación empresarial.

Esta Fundación ha creado además la **1ª Red de Business Ángel** dedicada a proyectos de Innovación social en Andalucía, **INNOBAS**, para la captación de proyectos empresariales que promueva mejoras en el medio social, medioambiental y/o cultural. Esta red responde a la necesidad de conseguir canales alternativos a la financiación tradicional.

En cuanto a **FAECTA**⁵¹, Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, trabaja para dar respuestas desde el cooperativismo de trabajo a las nuevas necesidades sociales, impulsando la innovación social a través de sus líneas estratégicas: la innovación social para los territorios, las nuevas fórmulas cooperativas para emprender, la transferencia de buenas prácticas desde el cooperativismo y la alianza para la prestación de servicios públicos.

La federación desarrolla en el ámbito local y con la colaboración de los ayuntamientos **la generación de empleo a través del cooperativismo** constituyendo cooperativas que gestionen servicios públicos, así como espacios de uso general que se encuentren infrutilizados. Impulsa por un lado, la **creación de cooperativas de impulso empresarial**, fórmula paraguas que da cobertura a aquellas personas que quieren emprender partiendo de una experiencia piloto para crear su propio puesto de trabajo y por otro, **pone en valor el cooperativismo como alternativa** para empresas en quiebra o sin relevo generacional. Además, trabaja en la **transferencia de buenas prácticas cooperativas**, distribución equitativa de la riqueza, flexibilidad, empleo estable y afianzamiento en el territorio.

5.2.4. La Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas: herramienta para la innovación social

Aprobada en diciembre de 2011, la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas⁵² y su Reglamento⁵³ de desarrollo, aprobado en el presente año, supone toda una revolución para el sector cooperativista y una importante herramienta para la innovación social desde el ámbito empresarial y el de la Economía Social, ya que dota a estas empresas de la capacidad de adaptación a la nueva situación de crisis económica, teniendo como objetivo eliminar y suavizar las barreras y obstáculos que impiden el desarrollo integral de las sociedades cooperativas con respeto a los valores que esencialmente las caracterizan.

Con este texto legal se reforman aspectos como:

- las distintas formas de organizar el órgano de administración de estas empresas la pervivencia, o no, de ciertos órganos sociales

⁵¹ FAECTA es la organización que representa al cooperativismo de trabajo en Andalucía, un sector que destaca por la generación de empleo estable y de calidad. Como agente social, es la entidad interlocutora de este sector ante la Administración Pública y la transmisora de la función económica y social que desempeña el cooperativismo. Desde la Federación se apoya la cultura emprendedora, fomentando el autoempleo bajo el modelo de COOPERATIVAS DE TRABAJO. <http://www.faecta.coop/>

⁵² <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/255/2>

⁵³ <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2014/186/3>

- la compatibilidad del principio de puerta abierta con el establecimiento de un periodo de prueba societario
- el eventual incremento de la aportación del nuevo socio
- la libertad de transmisión de las participaciones sociales
- la asunción de instrumentos financieros existentes en el mercado compatibles con la naturaleza de estas sociedades
- el reajuste del importe y destino de los fondos sociales obligatorios
- y la reducción drástica de las autorizaciones administrativas, o la simplificación societaria y contable de estas sociedades.

Otra de las novedades del nuevo texto legal es la incorporación formal de aspectos que forman parte intrínseca de estas sociedades, ya que expresan el ideario cooperativo desde sus orígenes, como la **igualdad de género**, la **sostenibilidad empresarial** y **medioambiental** y el **fomento del empleo**, pero se quieren poner en valor y son explicitados en esta nueva Ley. Además de ser valores de los que emanan muchos de los principios cooperativos, en la actualidad forman parte del compromiso cooperativo.

Las principales reformulaciones de la Ley, que suponen una ventaja competitiva para facilitar la Innovación Social son:

- La nueva Ley reformula los **principios cooperativos** a la luz de los recogidos por la Alianza Cooperativa Internacional, reequilibrándolos y adaptándolos a la evolución que se ha producido en la sociedad, estos serán los que informan la constitución y funcionamiento de las sociedades cooperativas andaluzas: **a)** Libre adhesión y baja voluntaria de los socios y socias; **b)** Estructura, gestión y control democráticos; **c)** Igualdad de derechos y obligaciones de las personas socias; **d)** Participación de los socios y socias en la actividad de la cooperativa, así como en los resultados obtenidos en proporción a dicha actividad; **e)** Autonomía e independencia; **f)** Promoción de la formación e información de sus miembros; **g)** Cooperación empresarial y, en especial, intercooperación; **h)** Fomento del empleo estable y de calidad, con singular incidencia en la conciliación de la vida laboral y familiar; **i)** Igualdad de género, con carácter transversal al resto de principios; **j)** Sostenibilidad empresarial y medioambiental; y **k)** Compromiso con la comunidad y difusión de estos principios en su entorno.

Estos principios encajan con los objetivos sociales que persiguen los proyectos de Innovación Social, esto hace de las cooperativas la fórmula jurídica idónea para llevarlos a cabo.

- Al igual que la anterior normativa, ésta contempla el **fomento y apoyo de las empresas cooperativas** por su importancia para el desarrollo y vertebración territorial, así como para canalizar las inquietudes emprendedoras de la Comunidad Autónoma de Andalucía, pero establece prioridades: en el ámbito de innovación, en cooperación empresarial; en sostenibilidad medioambiental; en conciliación de la vida familiar y laboral; en igualdad de género; en nuevas tecnologías; en el sector sociosanitario; en otras de interés social como el medio natural, educacional y cultural; en vías de transformación que satisfagan un interés público o social; en su capacidad para generar empleo, en general, y, singularmente, en sectores con dificultades para el acceso al mercado laboral, o en su contribución al desarrollo armónico del territorio.

Estos ámbitos que establecen como prioritarios, son en los que surgen los proyectos de Innovación Social.

- Potencia la **figura social de la persona inversora**; las necesidades de financiación de las cooperativas han propiciado que se facilite la mayor participación de estas personas socias en el capital social de estas empresas, haciendo que su ingreso en ellas sea atractivo por ambas partes, así la Ley prevé modificar el límite de su capacidad de decisión y diversificar su remuneración.

Está figura viene a dar cobertura legal a las pequeñas inversiones, “microfinanciación”, que para muchos proyectos de Innovación Social son una fuente de financiación muy importante, permitiendo la participación de las personas inversoras en la sociedad cooperativa sin tener que desarrollar la actividad cooperativizada.

- Hace posible la **constitución de las sociedades cooperativas** sin necesidad de una escritura notarial, la agilidad en este proceso facilita la creación de este tipo de empresas.

Permite la **incorporación de las nuevas tecnologías** para dar respuestas más eficaces a las cooperativas, tanto para la información y comunicación de la entidad con sus personas socias, como para la constitución y funcionamiento de sus órganos sociales.

Suprime, con carácter de obligatoria, la **figura de la persona interventora**.

Reduce los **libros sociales** necesarios: libro registro de personas socias y de aportaciones al capital social; libro de actas de la Asamblea General, del órgano de administración y en su caso, de las juntas preparatorias y de otros órganos colegiados; libro de inventarios y cuentas anuales; y libro diario. Simplifica los procesos de **disolución y liquidación**.

Con la anterior Ley el trabajo por cuenta ajena, considerado ilícito, era en algunos supuestos autorizado por el **Consejo Andaluz de Cooperación**, con el nuevo texto se ha eliminado esta posibilidad por considerarla ineficiente.

Reforma el **Registro de Cooperativas Andaluzas**, que tiene que ver con la disposición de asumir la tramitación de los expedientes mediante las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y la de reducir los plazos procedimentales, incorporando con carácter general el silencio positivo.

Prevé, para las cooperativas de trabajo, llamadas Cooperativas de Trabajo Asociado, un **periodo de prueba societario**, para verificar la aptitud y actitud de la persona trabajadora. Además, en lo relativo al trabajo por cuenta ajena, para este tipo de cooperativas la reforma opera liberalizando estas relaciones, estableciendo un porcentaje máximo del cincuenta por ciento en el supuesto de mutabilidad del mercado laboral y dejando la posibilidad de aumentarlo, en el caso de que habiéndose ofrecido el ingreso societario a la persona contratada,

esta lo rehúse expresamente.

Estas reformulaciones suponen una manera de agilizar la gestión de estas sociedades y fomentar su creación, haciéndolas más atractivas para las y los emprendedores sociales y para que se canalicen los proyectos de innovación social a través de esta fórmula jurídica.

- Establece que podrán ser reembolsables o no, con carácter preliminar y por imperativo de la legislación comunitaria, las **aportaciones voluntarias y obligatorias al capital**, además de posibilitarles el carácter de transmisibles a terceros. Para este último supuesto, si la persona socia que causa baja no transmite su aportación se podrá denegar su reintegro.

También contemplan dos medidas voluntarias destinadas a **eliminar obstáculos económicos para el ingreso de nuevas personas socias**, por un lado, que se calcule la aportación que deban realizar en función del activo patrimonial o valor razonable de la empresa y por otro, con la autorización del órgano de administración, se podrá efectuar un reembolso menor al establecido, pudiendo incluso no realizar ninguno, aplazando dicha obligación al recibo de anticipos o a la satisfacción de retornos.

Prevé medidas encaminadas a simplificar la contabilidad, así los **tipos de resultados** se reducen a cooperativos y extracooperativos, pudiéndose unificar estatutariamente con la aplicación de un régimen de estimación objetiva. De cara a la homologación financiera, se regulan expresamente los **títulos participativos** o las **participaciones especiales** y se admite cualquiera de los instrumentos de financiación existentes en el mercado, con el único requisito de que no desnaturalicen el proyecto cooperativo.

Por último, en cuanto a los fondos obligatorios de las cooperativas, se establece el **Fondo de Formación y Sostenibilidad**, llamado de *Educación y Promoción*, y se persigue su consolidación, dada la relevancia de la formación y la solidaridad de las personas socias y su entorno. A través de este fondo se tendrán que materializar los principios de igualdad de género o sostenibilidad medioambiental. Para el **Fondo de Reserva Obligatorio**, fundamental para un desarrollo estable de las cooperativas, se han reducido los porcentajes de resultados que lo engrosan, situando a estas empresas para equipararlas a las convencionales y limitando también el porcentaje puesto a disposición de la administración de la Junta de Andalucía.

Todas estas reformulaciones refuerzan la solidez económica-financiera de estas entidades.

- Para las **cooperativas de servicios** la novedad es la medida que supone la ruptura del principio «*una persona socia, un voto*», arraigada en el cooperativismo andaluz de primer grado, regulando el voto plural⁵⁴, basado en que el auténtico principio irreductible que inspira a las sociedades cooperativas, en materia de generación de su voluntad social, que el voto esté ligado a la actividad cooperativizada realizada, nunca al capital aportado. El

⁵⁴Art. 97. Voto plural. Decreto 123/2014, de 2 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

establecimiento de este voto plural será voluntario y vendrá regulado estatutariamente. Para las sociedades cooperativas agrarias, se amplían sus finalidades y objetivos, ajustándose a la multiplicidad de tareas que pueden realizar en su ámbito.

El voto plural permite la participación equitativa en las cooperativas, otorgando mayor relevancia a las personas socias que trabajan en las cooperativas, objetivo social que persiguen los proyectos de Innovación Social.

Además de estas modificaciones, reformas e incorporaciones que facilitan y posibilitan la innovación social desde las empresas cooperativas, hay que destacar la gran innovación que supone la introducción de **nuevas figuras cooperativas** que ofrece la nueva Ley:

- **Cooperativas Mixtas**
- **Cooperativas de Impulso Empresarial**
- **Cooperativas de Servicios Públicos**
- **Grupos Cooperativos**

Cooperativas Mixtas

Son sociedades cooperativas mixtas aquellas en cuya actividad cooperativizada concurren características propias de las distintas sociedades cooperativas de primer grado: **Cooperativas de trabajo; Cooperativas de consumo; Cooperativas de servicios; y Cooperativas especiales.** Los estatutos de estas empresas serán los que fijarán los criterios de relación equitativa y proporcional entre los socios y socias que desarrollen cada una de las actividades, determinando, en su caso, los derechos y obligaciones de cada clase.

Este tipo de sociedades **realizará más de una actividad cooperativizada**, cumpliendo las finalidades propias de las diferentes clases de sociedades cooperativas, en una sola cooperativa de primer grado.

En los órganos sociales de estas entidades deberá existir una **representación de cada una de las actividades cooperativizadas integradas en la sociedad** y, estatutariamente, se podrán reservar la Presidencia y Vicepresidencia a los socios y socias que desarrollen una determinada actividad.

En los estatutos sociales además constarán, en su caso, específicamente los derechos y obligaciones, tanto políticos, como económicos, correspondientes a las diferentes clases de personas socias, atendiendo a su cualidad y a la actividad que desarrollan en la empresa, debiendo ajustarse a unos criterios de relación equitativa y proporcional entre los socios y socias que desarrollen cada una de dichas actividades.

Las aportaciones a la innovación social que suponen las cooperativas mixtas son:

- ❖ **Permiten la convivencia**, en una única cooperativa, **de múltiples objetos sociales.**
- ❖ **Son cooperativas de primer grado**, su gestión y control contemplan todas las ventajas de esa fórmula jurídica.

- ❖ **Es innovadora en la gestión democrática**, permite el voto ponderado y fija reservas orgánicas asegurando el respeto a la diversidad y las minorías.
- ❖ Su objetivo, **integrar las cadenas de valor de sus grupos de interés**.
- ❖ **A través de los Estatutos Sociales y el Reglamento de Régimen Interno** regulan perfectamente los derechos y obligaciones de cada una de las personas socias de cada tipología, asegurando relación equitativa y proporcional entre los socios y socias que desarrollen cada una de dichas actividades.

Cooperativas de Impulso Empresarial

Son sociedades cooperativas de impulso empresarial las que tienen como objeto social prioritario **canalizar**, en el ámbito de su organización, **la iniciativa emprendedora de sus socios y socias** mediante la orientación profesional, la provisión de habilidades empresariales precisas para el desarrollo de cada una de sus actividades, la autorización de dichas actividades en los primeros años de su ejercicio y la prestación de determinados servicios comunes, para que a las personas socias se les **proporcione un ámbito donde desempeñar regularmente su actividad profesional**. Los estatutos sociales de estas cooperativas especificarán, en el apartado relativo a su objeto social, el desarrollo de una actividad u otra, o la realización de ambas.

La orientación, formación, tutoría o prestación de servicios que la cooperativa proporciona a sus personas socias **podrá adoptar un carácter temporal**, relacionadas con el lanzamiento de determinados proyectos empresariales; o un **carácter estable**, unidas al acompañamiento duradero de la actividad emprendedora; pudiendo asimismo la entidad armonizar ambas modalidades.

Las cooperativas de impulso empresarial suponen una innovación social porque:

- ❖ **Son un subtipo de cooperativas de trabajo**, su gestión y control está sujeto a las mismas especificaciones que estas empresas cooperativas, atendiendo a un número elevado de personas emprendedoras que pasan a ser socias trabajadoras.
- ❖ **Crean y consolidan el mayor número de empleos posibles con la mayor calidad y estabilidad posibles**, es su objetivo primordial.
- ❖ **Actúan como estructura paraguas**, mutualizando servicios y dando cobertura legal a todas y todos sus socios, conciliando así iniciativas individuales con un enfoque colectivo, cooperativo y mutualista.
- ❖ **La Ley permite a estas cooperativas tener el carácter de interés social⁵⁵**,

⁵⁵ La actividad de estas sociedades estará constituida por la prestación de servicios relacionados con la promoción de la autonomía personal y la atención a las personas en situación de dependencia, con la protección de la infancia y la juventud, con la asistencia a personas mayores, inmigrantes, con discapacidad, refugiadas, asiladas, ex reclusas, con problemas de adicción, víctimas de violencia de género o de terrorismo, pertenecientes a minorías étnicas y cualquier otro colectivo con dificultades de integración social o desarraigo.

umentando su compromiso por la promoción y plena integración sociolaboral de determinados sectores de la ciudadanía.

Cooperativas de Servicios Públicos

La constitución de este tipo de sociedades nace de la voluntad por parte de la Administración de la Junta de Andalucía, así como de las Administraciones locales andaluzas, de **asegurar la existencia de servicios públicos de calidad**.

Participarán como personas socias promotoras la entidad o entidades públicas competentes y, en su caso, **entidades privadas con experiencia demostrada en el sector**; asimismo, podrán participar **las personas usuarias** de los servicios que sean objeto de la sociedad cooperativa, así como, las **personas socias trabajadoras** que presten su trabajo personal en la sociedad, en este último caso hasta alcanzar el veinticinco por ciento del capital de la misma. Serán las entidades públicas promotoras las que conservarán el control en cuanto a las condiciones de prestación de los servicios públicos.

Las cooperativas de servicios públicos son innovadoras socialmente porque:

- ❖ **Prestan servicios públicos de calidad.**
- ❖ **Al menos una entidad pública será socia de la empresa.**
- ❖ **Representan una nueva forma de gobernanza público-privada**, es innovadora en la gestión democrática, permite el voto ponderado y fija reservas orgánicas asegurando el respeto a la diversidad y las minorías.
- ❖ **A través de los Estatutos Sociales y el Reglamento de Régimen Interno** regulan perfectamente los derechos y obligaciones de cada una de las personas socias, asegurando relación equitativa y proporcional entre los socios y socias.
- ❖ **Podrán considerarse medios propios de las entidades públicas.**

Grupos cooperativos

Las sociedades cooperativas podrán asociarse entre sí y con otras entidades, formando un grupo cooperativo, que podrá ser **propio** o **impropio**. En todo caso, el grupo cooperativo deberá ajustar su funcionamiento a los principios generales que informan la constitución y funcionamiento de las sociedades cooperativas andaluzas.

Se entiende por **grupo cooperativo propio** aquel en el que existe una sociedad cabeza de grupo que ejercita facultades o emite instrucciones de obligado cumplimiento para el grupo. Dicha sociedad cabeza de grupo podrá tener naturaleza cooperativa o no, si bien, en este último caso, los miembros del grupo habrán de ser sociedades cooperativas en su mayoría.

Se entiende por **grupo cooperativo impropio** aquel en el que sus miembros, que habrán de ser sociedades cooperativas en su mayoría, se articulan en un plano de igualdad, funcionando sobre la base de un principio de coordinación.

Para los grupos cooperativos propios se establecerá reglamentariamente las condiciones para ostentar la cualidad de sociedad cabeza de grupo, exigiéndole a ésta que lleve al menos dos años constituida, con arreglo a la legislación que le sea aplicable y funcionando con solvencia, salvo que se constituya expresamente para este cometido por las entidades fundadoras, en cuyo caso, deberá dotársela de un capital no inferior a seis mil euros.

Cuando se trate de un grupo cooperativo impropio, deberán hacerse constar el régimen de adopción de acuerdos, debiendo garantizarse que las sociedades cooperativas, en el caso de que se integren entidades que no lo sean, dispondrán de la mayoría de los votos del grupo.

Los grupos cooperativos son una fórmula jurídica innovadora socialmente porque:

- ❖ **Contempla todas las posibilidades de integración cooperativa**, con una figura que podría denominarse «integración blanda», pues supone una asociación entre sociedades cooperativas y, en su caso, de otro tipo, que actúan en común sin llegar a vincularse en una entidad con personalidad jurídica independiente.

6. INNOVACIÓN SOCIAL EN EL ÁMBITO TECNOLÓGICO

Actualmente, se reconoce que no sólo las soluciones comerciales innovadoras o con fines de lucro son importantes, sino que también es necesario desarrollar nuevas soluciones para atender y satisfacer necesidades sociales insatisfechas. Esto se denomina 'innovación social' (OCDE, 2010). Para generar ese grado de novedad deseado respecto a las soluciones esperadas, la persona emprendedora, la organización, el colectivo o grupo social dispone de diferentes herramientas teórico-prácticas para conseguir los objetivos respecto a su misión, con el fin de mejorar la calidad de vida de individuos y comunidades. **La innovación social en el ámbito tecnológico permite implementar aspectos positivos y diferenciadores en la cadena su valor.**

El concepto tecnología hace referencia al **conjunto de técnicas y teorías que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico**. La tecnología en el ámbito de la innovación social **facilita la consecución de los objetivos** propuestos en las acciones que se desarrollen. Las herramientas que se pueden usar para mejorar los procesos y facilitar la transferencia de procedimientos y resultados a la sociedad respecto a la innovación social, están asociados a la aplicación de metodologías y modelos descritos a partir del conocimiento científico y de la investigación, además de distintos dispositivos tecnológicos avanzados que aportan valores diferenciales a los proyectos.

En cuanto al éxito de un proceso de innovación social, en principio ha de ser medido en función del grado de aceptación social de dichas iniciativas innovadoras. El éxito de una innovación tecnológica o empresarial se mide en los mercados y en las cuentas de resultados de las empresas ya que son herramientas teórico prácticas que aportan valor añadido, facilitan la consecución de objetivos y resultados, reducen tiempos, mejoran la comunicación, la organización social y los recursos, esto permite tanto una optimización de los beneficios sociales como una rentabilidad a nivel económico.

6.1. Situación actual y tendencias

El ámbito tecnológico tiene como finalidad contribuir al desarrollo y consecución de las acciones, procesos y actividades de las personas. La tecnología es una herramienta que favorece el modelado y finalización de acciones y proyectos. Es una de las líneas o ideas que fortalecen las transformaciones sociales favoreciendo la integración y el uso de recursos de forma innovadora.

La tecnología facilita el desarrollo de proyectos de innovación social, aportando inputs a la cadena del valor, al interés general o particular de un determinado sector de la población. Este valor social añadido vendrá dado en función del grado de implicación de la sociedad, permitiendo procesos de innovación orientados no solo al mercado

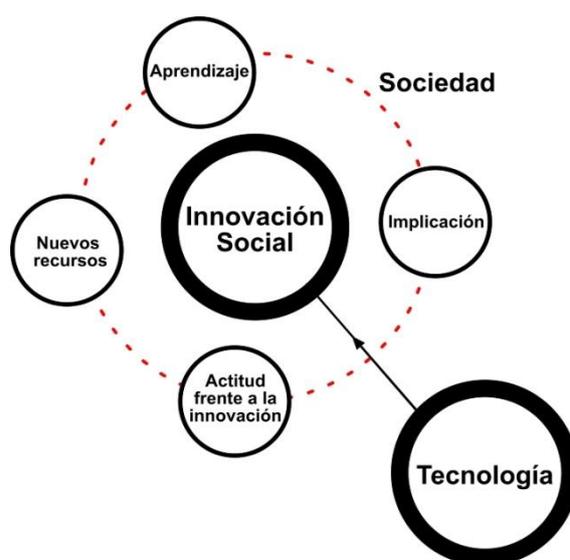
sino a la sociedad, que dan lugar a desarrollar prácticas innovadoras así como las capacidades de transferencia científica, creativas y relacionales de la sociedad, de sus condiciones y/o su bienestar, ya sea respecto a un grupo como a la sociedad en general.

Los procesos, productos y servicios con carácter innovador son demandados por la sociedad. La característica principal de "algo innovador" es la de incorporar algo novedoso respecto a lo existente. En este marco de actuación donde el mercado es muy exigente obliga a definir una estrategia para la incorporación de procesos innovadores que añadan valores diferenciales, novedosos a lo que se le propone al mercado. También resulta de gran importancia las estrategias de protección y defensa de las innovaciones que así lo requieran.

El uso de las tecnologías asociadas al conocimiento de métodos y modelos avanzados permiten que la Innovación Social aporte un valor diferencial, que atienda al grado de novedad, al interés general de la ciudadanía, respecto al grado de modificación, impacto e involucración de los agentes, en los hábitos, relaciones y costumbres de la sociedad.

La importancia del empleo continuado en el uso de tecnologías requiere de las personas implicadas un proceso de aprendizaje y adaptación a este tipo de recursos, esto supone un refuerzo sobre la sociedad, dado por el compromiso, formación y participación de los implicados y su entorno. Requiere una actitud, implicación, aprendizaje y uso de nuevas tipologías de recursos de manera sostenible, que incorporen valor a la sociedad y al entorno donde se genera la innovación.

Esta aportación diferencial de valor y su grado de respuesta ante una determinada demanda social ha de tener como objetivo el contribuir en la mejora continua del bienestar de la sociedad implicando a ciudadanos, empresas, comunidades, organizaciones e instituciones. **Pudiendo ayudar las tecnologías a una transformación social, atendiendo al cambio o mejora en la forma de prestar un producto, servicio o las condiciones de vida, trabajo o productiva a algún grupo social o a determinados grupos, así como a la sociedad en general.**



La incorporación de valor añadido a través de la innovación puede venir inducida por el mercado (market pull) con una adaptación al entorno, que parte de la proximidad al mercado, del estudio de las necesidades de las personas y de la voluntad de satisfacerlas, donde se les escucha y se perfeccionan los productos o servicios de cara a ellos. De esta forma se atenderá a minimizar el riesgo y los cambios no serán rupturistas sino incrementalistas, aproximándonos poco a poco a lo que desean.

Las innovaciones impulsadas por la tecnología (technology push) pueden dar lugar a transformaciones de la realidad preexistente, irrumpiendo y transformando los modos y/o modelos de hábitos, como la irrupción de las redes sociales, del Smartphone, de la radio o la TV, del coche, internet, metodologías de gestión empresarial, software específicos del tipo ERP, CAD, CAM, etc., de gestión de recursos GANT, PERT, etc., entre otros ejemplos claros.

El beneficio social que aporta se define en función del grado en el que un determinado producto o servicio presenta aspectos o factores novedosos que proporcionan ventajas, mejoras y/o beneficios concretos para un determinado grupo social, midiéndose su rendimiento en relación a lo que consigue socialmente dicho producto/servicio, tanto para el conjunto de personas que lo desarrollan, como para la sociedad que lo recibe.

Es por ello que **se ha de emplear la innovación tecnológica o no tecnológica como herramienta para conseguir, cohesionar y fomentar el impacto social que se busca**, tanto en el qué (nuevo producto/servicio), como en el cómo (la manera en que se implementa y se lleva a cabo), que respondan a las demandas sociales que tradicionalmente no son dirigidas por el mercado o las instituciones existentes y se dirigen hacia los grupos vulnerables de la sociedad. De esta forma, se pueden desarrollar nuevos enfoques y métodos para abordar los problemas que afectan a las y los jóvenes, las y los inmigrantes, las personas mayores, en riesgo de exclusión social, etc.

La innovación social en productos, que pueden tener mayor o menor carga tecnológica, se ha de fundamentar en el pensamiento de desarrollo de producto/servicio/proceso, es decir de diseño o conceptualización del producto. El pensamiento de diseño es un procedimiento, que ha de aprenderse, que está centrado en el ser humano y permite cambiar completamente el enfoque de trabajo para adaptarlo a un desarrollo colaborativo, rentable y sostenible en el tiempo. De este modo pasamos “de diseñar productos para clientes a diseñar experiencias para clientes”, entendiendo por “clientes” las y los usuarios de esas experiencias. **El pensamiento de diseño es un arma muy poderosa para la innovación social porque crea experiencias, no productos, y eso implica adaptarse a la persona, y no hacer que la persona se adapte a lo que se le ofrece, tecnológicamente hablando.**

El análisis experiencial, permite modelar un producto/servicio que integre elementos sociales, sostenibles y vivenciales del usuario que son fundamentales desde el punto de vista de la población.

El enfoque antropológico para la innovación social en productos, supone no centrarse en la persona desde su rol de cliente, sino identificarla desde un enfoque integral. Una perspectiva que permita analizar su entorno vital, cómo le afecta lo que se le ofrece,

cómo se le ofrece y así poder valorar el impacto durante todo el proceso que interviene en el ciclo de vida del producto/servicio.

La innovación social no ha de ser un concepto de ayuda social, tiene que ser y es un proyecto global y continuado de desarrollo social, de mejora de la sociedad en la que se vive, por lo que requiere de metodologías y estrategias que tengan en cuenta las redes que una persona crea en un entorno social, y las distintas relaciones que se desarrollan en él. Con el pensamiento de diseño, que baja a la arena de las relaciones, conseguimos mejorar nuestras respuestas a esas necesidades. El diseño centrado en el ser humano da respuestas a la sociedad, no al mercado.

La tecnología y las estrategias de diseño facilitan el desarrollo de proyectos de innovación social, e incluye la innovación en los servicios y en productos.

Ofreciendo a los proyectos de innovación social:

- Definición de estrategias de implementación tecnológica, metodología, formación, uso de nuevos recursos tecnológicos, sostenibilidad y diseño para la **mejora de la cadena del valor de las empresas.**
- **Diseño, desarrollo, implementación, seguimiento y evaluación de políticas con el propósito de fomentar la calidad y eficacia de los servicios,** las intervenciones públicas y al mismo tiempo promover la implicación de los diferentes actores vinculados con el fin de que éstos permitan dar mejores respuestas a las necesidades sociales.
- **Proceder a la definición de intervenciones que den respuesta a necesidades de colectivos sociales específicos** y que permitan que las políticas públicas incorporen más cuidadosamente los retos que plantea la diversidad de nuestra sociedad. Trabajar en diversos ámbitos: Igualdad entre hombres y mujeres, Inmigración, Integración y convivencia, Juventud, envejecimiento activo, accesibilidad física y comunicativa, conciliación y usos del tiempo,...
- **Tecnología y Software libre para el desarrollo de economía de datos.** A través de asesoramiento integral en el diseño y el acompañamiento de políticas, focalización en el análisis previo de necesidades y en la posterior comprensión de los datos, etc.
- **Trabajar en el análisis y obtención de datos para filtrar e interpretar el comportamiento de uso de los servicios públicos y de patrones de consumo privado,** con el objetivo de hacerlos más eficaces y eficientes.

6.2. Herramientas tecnológicas para la Innovación Social

Las herramientas deben aportar soluciones creativas orientadas a convertir las organizaciones en ecosistemas más eficientes y más útiles para las personas que forman parte de éstos.

Para ello, podemos emplear diferentes herramientas tecnológicas y metodologías innovadoras y creativas para poder analizar organizaciones (administraciones públicas, entidades sociales, empresas, colectivos, grupos sociales, etc.), y así diseñar e implementar soluciones TIC que faciliten su gestión, interconexión, comunicación, transmisión a la sociedad y apertura a la participación.

Las tecnologías que facilitan el desarrollo de proyectos de innovación social a través de herramientas enfocadas a la comunicación tratan de ayudar a diseñar políticas públicas y procesos participativos basados en criterios de open government mediante plataformas TIC, dinámicas digitales y procesos de co-diseño.

También pueden establecer estrategias de comunicación digital (web y móvil) para empresas, entidades y administraciones públicas, realizando entre otros, desarrollos de aplicaciones móviles a medida.

A nivel estratégico podemos observar: planes estratégicos TIC, comunicación política y e-participación, herramientas, blogs y redes sociales, cursos formativos, planes de comunicación TIC, creación de apps móviles o proyectos de creación colectiva (crowdsourcing) y de financiación grupal (crowdfunding),...

Las tecnologías que facilitan la gestión en el desarrollo de proyectos de innovación social tratan de facilitar a las organizaciones (administraciones públicas, entidades sociales, partidos políticos y sindicatos) las herramientas necesarias para desarrollar estrategias de mejora e innovación en el diseño y comunicación de sus actuaciones, partiendo de un análisis riguroso de sus necesidades y la elaboración de propuestas de actuación:

- Diseño, planificación e implementación de **proyectos urbanos que comprenden simultáneamente la transformación física, la intervención social, la gestión institucional y la participación comunitaria.**
- Trabajar con **herramientas y plataformas tecnológicas para mejorar la gestión y la comunicación** de administraciones públicas, de empresas y de organizaciones. Y ofrecer planes y procesos de innovación organizativa para incrementar la competitividad y eficiencia de las organizaciones, planificando y gestionando adecuadamente los procesos de cambio.
- Implementación de **herramientas de productividad, plataformas colaborativas o aplicaciones web** (tipo CRMs, CMS, Ofimática, etc.).

Como ejemplos podemos encontrar: elaboración de diagnósticos, diseño y redacción de proyectos, desarrollo de estrategias e implementación de aspectos innovadores, creación, aplicación y explotación de sistemas de información para el seguimiento y la evaluación, encuestas de satisfacción y recogida de percepciones ciudadanas, identificación y transferencia de buenas prácticas y experiencias piloto, búsqueda social (cualitativa + cuantitativa) con datos abiertos, planes de transición hacia la smart city/citizen, minería de datos, rutas urbanas geolocalizadas, análisis de comportamientos urbanos (1.0 + 2.0), análisis de datos (big data), generación de economía de datos o desarrollo de aplicaciones móviles, entre otros, investigación e identificación de buenas prácticas en Economía Social, elaboración y evaluación de planes de fomento del emprendimiento social, diseño, implementación, evaluación, formación y asesoramiento de estrategias para un desarrollo local sostenible.

Las tecnologías que facilitan la participación en el desarrollo de proyectos de innovación social tratan de facilitar a los grupos sociales, las herramientas necesarias para desarrollar estrategias de mejora en el diseño de actuaciones como tests de usabilidad, análisis funcionales y de usabilidad, estudios prospectivos de usos e impactos futuros, analíticas web, conceptualización y diseño de productos y aplicaciones o construcción de prototipos para probar nuevos productos.

La incorporación de tecnologías, diseño e investigación favorecen la identificación de buenas prácticas en Economía Social, elaboración y evaluación de planes de fomento del emprendimiento social, diseño, implementación, evaluación, formación y asesoramiento de estrategias para un desarrollo local sostenible, diseño, planificación e implementación de proyectos urbanos que comprenden simultáneamente la transformación física, la intervención social, la gestión institucional y la participación comunitaria, definiciones participativas de espacios urbanos y reformas urbanísticas integrales del territorio, planes de ordenamiento urbano-ambiental, planes de movilidad sostenible y sistemas de información territorial, gestión de imagen de ciudad y diseño de estrategias de comunicación, analizar los impactos de la crisis en los barrios y, especialmente, las respuestas y dinámicas de innovación social que emergen. Estas dinámicas nos pueden explicar la mayor o menor capacidad de los barrios para contrarrestar los efectos de la crisis, análisis de necesidades, diseño e implementación de planes de innovación, estrategias de trabajo colaborativo o implementación de herramientas de productividad, plataformas colaborativas o aplicaciones web (tipo CRMs, CMS, Ofimática, etc.).

Proceder a la definición de intervenciones que den respuesta a necesidades de colectivos sociales específicos y que permitan que las políticas públicas incorporen más cuidadosamente los retos que plantea la diversidad de nuestra sociedad. Trabajar en diversos ámbitos: Igualdad entre hombres y mujeres; Inmigración; Integración y Convivencia, Juventud, Envejecimiento activo, Accesibilidad física y comunicativa, Conciliación y usos del tiempo,...

Ejemplos concretos de experiencias de Innovación Social basadas en la tecnología:

- **“Sustainable Lifestyles 2.0: End User Integration, Innovation and Entrepreneurship (EU InnovatE)”**

Es un proyecto de investigación interdisciplinario de tres años de duración, financiado por la Unión Europea, que analiza los obstáculos y las perspectivas de los estilos de vida sostenibles y de la economía ecológica en Europa. Se centra en cuatro áreas: energía, construcción, movilidad y alimentación. Reúne a economistas y sociólogos, así como a personas expertas en ciencias políticas, historia y filosofía de catorce instituciones académicas y think- tank europeos de gran renombre y prestigio⁵⁶.

En este caso se genera conocimiento científico y se transforma en métodos y metodologías que con el empleo de software de cálculos estadísticos y de otros ámbitos específicos se obtiene las conclusiones del proyecto que favorecerán a la sociedad europea.

⁵⁶Sonia Ruiz, investigadora sénior del programa EU InnovatE del Instituto de Innovación Social de ESADE.

- **Waste Fab Lab** ⁵⁵

Creación de una cadena de centros que recoge productos de desecho con el objetivo de repararlos, rediseñarlos y volverlos a usar. Esta iniciativa busca contratar únicamente a personas con dificultades económicas, incluyendo a personas que no tienen regularizada su situación o personas que sufren algún tipo de discapacidad.

Para cumplir con el proyecto, esta cadena de centros necesita diseñar una metodología y emplear una serie de recursos tecnológicos para desarrollar la actividad en cuestión y que finalmente se aporte un valor diferencial con este tipo de actividad.

- **United Global Pavings**

La empresa United Global Pavings, ubicada en Bizkaia, ha desarrollado una línea de pavimento innovador capaz de absorber CO₂ y disolver otros gases como el óxido de nitrógeno. Estos productos siguen la tendencia de avanzar hacia entornos urbanos sostenibles que frenen el calentamiento global.

En este caso el conocimiento y la tecnología permite la creación de modelos patentados que generan beneficios sociales respecto a aspectos de sostenibilidad por la reducción de CO₂ y NOX, por lo tanto un beneficio al ámbito donde se aplique este nuevo sistema y al entorno del proyecto donde se genera por la creación de un entorno dinámico debido a la creación de conocimiento y al uso de tecnologías-equipos avanzados.

7. ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA EN ANDALUCÍA

Para la realización de estudio se han seleccionado **10 Proyectos de Innovación Social** llevados a cabo por **cooperativas andaluzas**. Para cada uno de ellos se ha confeccionado un Estudio de Casos⁵⁷ con el objetivo de poder analizar y evaluar cada proyecto concreto.

Las cooperativas seleccionadas han sido:

- ❖ **Grupo Cooperativo Smart**
- ❖ **La Extravagante Libros, S.Coop.And.**
- ❖ **Ideas, S.Coop.And. de Interés Social**
- ❖ **Coop57-Andalucía, SCCL**
- ❖ **Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social**
- ❖ **Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social**
- ❖ **Ediciones Rodio, S.Coop.And.**
- ❖ **Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. de Integración Económica**
- ❖ **SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial**
- ❖ **Aquasport, S.Coop.And.**

A continuación se presentan, por un lado, la **descripción** de cada uno de los Proyectos de Innovación Social, por otro, los **resultados del análisis** realizado de cada uno de ellos.

⁵⁷Véase apartado 4. Metodología y técnicas de recogida de información.

7.1. Grupo Cooperativo Smart

“La innovación social es hacer algo nuevo y diferente dentro de la Economía Social”

José Manuel Martínez Moreno
Gerente del Grupo Cooperativo Smart

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: GRUPO COOPERATIVO SMART	
PROYECTO	Grupo Smart
FÓRMULA JURÍDICA	Grupo Cooperativo
SECTOR	EMPLEO
ACTIVIDAD	Mutualización de servicios para cooperativas de inserción sociolaboral
PÁGINA WEB	NO DISPONIBLE
PROVINCIA	Granada; Huelva; Málaga; Sevilla; Barcelona; y Madrid.
    	<p>El Grupo Cooperativo Smart se constituye en Sevilla en el año 2013 con el objetivo de unir a una serie de empresas cooperativas para crear una masa crítica que les de fuerza ante la administración, el mercado y el acceso a la financiación, además de crear sinergias entre ellas. Su modelo de gobernanza es la recién creada figura de grupo cooperativo, recogida en Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas. El Grupo Cooperativo Smart es impropio, es decir, sus miembros son sociedades cooperativas en su mayoría, se articulan en un plano de igualdad, funcionando sobre la base de un principio de coordinación.</p> <p>El Grupo Cooperativo Smart está formado por las siguientes cooperativas consolidadas en sus sectores:</p> <p>Aura Cooperativa de Empleo, S.Coop.And. de Interés Social, creada en 1996 es una entidad calificada y autorizada como empresa de trabajo temporal con forma jurídica de cooperativa de interés social sin ánimo de lucro cuyo ámbito de actuación es todo el territorio español. Esta cooperativa se centra en la inserción sociolaboral de personas en riesgo de exclusión social y hace personas socias a todas las personas a las que da empleo, Aura no ofrece personas trabajadoras, ofrece personas socias trabajadoras.</p> <p>Actúa Servicios Centro Especial de Empleo, S.Coop.And. nace en 2008 y cuenta con 155 socias. Dedicada a la externalización de servicios de limpieza y mantenimiento de instalaciones y locales, ha permitido la inserción de colectivos de exclusión social a la vez que cubren la demanda de estos servicios, tanto en entidades públicas, como privadas. En 2010 consigue la calificación de Centro Especial de Empleo consiguiendo dar respuesta a la inserción de personas con discapacidad. Esta cooperativa participa en los programas denominados “Acciones Experimentales para el Empleo” del Servicio Andaluz de Empleo y</p>



la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, orientando e insertando a las y los usuarios en desempleo en las provincias de Sevilla, Málaga, Cádiz y Granada.

A2a Formación, Cooperativa de Segundo Grado, formación de personas desempleadas y trabajadoras con el objetivo de insertar a la persona en el marco laboral, social y económico, es decir, la integración global de la persona a través de la formación. Objetivos: aumentar la empleabilidad de las y los desempleados, las personas en riesgo de exclusión social y las discapacitadas; y mejorar la competitividad de las empresas.

Smartlb, Cooperativa de Impulso Empresarial, cooperativa de gestión de proyectos artísticos y culturales. Es la primera cooperativa de impulso empresarial nacida en Andalucía con competencia estatal para asesorar y dar cobertura legal a artistas, creativos o personas trabajadoras de la cultura. Defiende los intereses de sus personas socias representándolas de forma independiente ante las instituciones y las empresas.

CoopLabora, S.Coop.And., asesora y gestiona los procesos administrativos laborales y fiscales de las y los socios de las cooperativas. De recién creación, su constitución responde a la necesidad de externalizar los servicios administrativos laborales y especializarla en la gestión del modelo cooperativo.

Forapre, S.Coop.And., dedicada a la formación y el asesoramiento de prevención de riesgos laborales. Satisface la demanda de formación en prevención de riesgos laborales de las empresas con objeto de cumplir la normativa vigente y de establecer unas mejoras condiciones de seguridad y salud en el trabajo a través de una formación práctica y adaptada a las situaciones particulares de cada una.

Novahostec, S.Coop.And., dedicada al asesoramiento especializado del sector hostelero. Está formada por un grupo de profesionales altamente cualificados y con experiencia en empresas de alto nivel dentro del sector de la hostelería.

Estas cooperativas se rigen por dos principios cooperativos comunes: **Clara vocación social y de ayuda a la comunidad y Acciones para la mejora socio-económica de sus personas socias.**

Hay que destacar además que entre las cooperativas del grupo participa la primera y única cooperativa de empleo, **Aura ETT**, una cooperativa Centro Especial de Empleo, **Actúa Servicios**, y la primera cooperativa de impulso empresarial andaluza, **SMartib**.

OBJETIVOS

- Crear una **masa crítica cooperativa capaz de actuar como lobby** ante la administración y poder así dar respuesta legal y jurídica a las necesidades de las cooperativas que forman parte del grupo, sin olvidar que los logros que se consigan redundaran en beneficio de todas las cooperativas andaluzas.
- **Crear sinergias en las empresas cooperativas del grupo** para que puedan evolucionar y crecer en número de personas socias, sin ellas no se entiende el crecimiento cooperativo.
- **Cubrir las necesidades existentes de inserción, empleabilidad y lucha de igualdad de oportunidades** desde fórmulas modernas y actuales que aseguren el éxito.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Facilitar el acceso a las cooperativas de su grupo a recursos y herramientas necesarias para el desarrollo y crecimiento de las cooperativas: financiación y ayudas.• Incorporación progresiva y constante de personas socias a las cooperativas.• Influir y participar en la elaboración y modificación de la normativa legal, para poder llevar a cabo algunas actividades del grupo bajo la fórmula jurídica de cooperativa.• Incorporación al grupo de cooperativas pertenecientes a todos los sectores de actividad: de servicios, agrarias, de usuarios, de trabajo,...• Ofrecer a las cooperativas miembros del grupo servicios mancomunados de calidad, prestados por cooperativas que pertenezcan al mismo: prevención de riesgos laborales, formación, fiscal, contable, financiero, de coordinación,...• Creación de una plataforma de comunicación en la que todas las personas socias puedan tener acceso a la información de lo que hace el grupo y de los servicios que presta.• El Grupo trabaja para ser la primera cooperativa de servicios públicos y ser un referente de gestión para otros proyectos solidarios.
LA IDEA	<p>La idea surge de la necesidad de las cooperativas que la forman de crecer, tanto en número de personas socias, como en volumen de negocio. Para cuando la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas recogió la figura de grupo cooperativo este conjunto de cooperativas ya trabajaban como tal, la Ley vino a legalizar una situación que ya se estaba dando.</p> <p>La estructura de pyme o micro pyme que caracterizaba a las empresas integrantes del grupo hacía difícil el acceso a la financiación y la interlocución con la esfera política, ámbitos fundamentales para conseguir sus objetivos. La creación de esta estructura, en la que se contabiliza a todas las personas socias de las cooperativas y su facturación, les permite actuar como lobby de presión y tener acceso a estas herramientas.</p> <p>Su convicción de que juntos podrían lograr sus objetivos y que prestándose ayuda mutua, uno de los principios cooperativos, las adversidades serían menores o de más fácil solución, les ha llevado a entre otras acciones a financiarse entre ellas. Además, este modelo les abre la posibilidad de suministrarse servicios mancomunados, así muchos de los servicios que consumen son prestados por empresas del grupo a empresas del grupo.</p> <p>La manera en que este grupo de empresas ha respondido a los retos cooperativos actuales tuvo mucha influencia en la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas que recogió la figura de gestión de Grupo Cooperativo inspirándose entre otros proyectos en el trabajo de estas personas.</p>

<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>El Grupo Cooperativo Smart ha creado un equipo de personas que son las encargadas de coordinar y ejecutar las labores de gestión, formado por treinta personas de todas las cooperativas. Además, cuentan con un grupo más reducido, de unas ocho o diez personas que son las encargadas de tomar las decisiones de gestión.</p> <p>La elección de estas personas y su número ha sido generada mediante un proceso de participación natural, es decir, se abre la posibilidad real de participación a todas aquellas personas que quieran hacerlo activamente, la inquietud personal de algunas de ellas les ha llevado a formar parte de los equipos de decisión y gestión del grupo.</p> <p>Para aquellas personas que no quieran o no puedan participar continuada y activamente se convocan reuniones periódicas en las que se informa de las actuaciones presentes y futuras, de las necesidades y de los servicios del grupo, además de aprovechar para que las empresas cooperativas aporten nuevas ideas y comuniquen sus necesidades.</p> <p>Destacar que todas las cooperativas que integran el grupo Cooperativo son entidades consolidadas y referentes en sus respectivos sectores de actividad. Además, algunas son pioneras, como es el caso de AURA ETT, S.Coop.And. primera cooperativa de trabajo temporal o SMartib, S.Coop.And., primera cooperativa de impulso empresarial.</p> <p>También se destaca que la principal vocación del grupo cooperativo sea la de gestión de los servicios prestados a las empresas cooperativas y el proceso de participación de carácter voluntario que abre la posibilidad a todas aquellas personas integrantes de elegir su implicación a la hora de participar en el desarrollo del grupo cooperativo.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empresa ▪ La Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende ▪ Confederación de Entidades para la Economía Social, CEPES-A ▪ Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA

<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: GRUPO COOPERATIVO SMART</p>	
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>Las principales innovaciones sociales que se identifican con el Grupo Cooperativo Smart son en cuanto a su estructura y su organización. El grupo cooperativo permite la asociación de cooperativas entre sí, así este grupo aglutina personas socias trabajadoras de diferentes sectores de productivos con el fin último de mejorar las condiciones laborales.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>Inserción sociolaboral de colectivos en riesgo de exclusión social de las personas socias de las cooperativas que forman parte del Grupo Cooperativo Smart.</p> <p>Mejora de las condiciones de trabajo de muchas personas trabajadoras que desarrollan su actividad a través de la economía sumergida.</p>

	<p>Generación y mantenimiento del empleo de calidad y sostenible, acceso a las personas a los modos de producción convirtiéndolos en personas socias trabajadoras, responsables directas de sus puestos de trabajo. La ayuda mutua, la solidaridad y la gestión democrática hacen de este modelo una fórmula jurídica sólida y con vocación de perdurabilidad en el tiempo.</p> <p>Empoderamiento de las personas trabajadoras, capacitación y adquisición de herramientas para poder hacer frente a su situación social, laboral y económica. La vía más óptima y que abre reales posibilidades de participación en el ámbito laboral es el cooperativismo debido al proceso democrático de su gestión.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>Proyecto de reciente creación, 2013, que se encuentra muy consolidado debido al gran número de empresas asociadas en él y la amplia experiencia de las cooperativas en sus respectivos sectores de actividad. Grupo Cooperativo Smart está en su etapa inicial, sin embargo, este proyecto ha superado su fase de implementación y se encuentra sumergida en la fase de expansión y/o crecimiento.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>La ventaja principal de la fórmula jurídica en este proyecto es la propia figura de gestión de Grupo Cooperativo, que ha permitido el surgimiento de esta iniciativa. Además, ha permitido la asociación de estas empresas cooperativas con actividades económicas distintas, permitiendo una participación igualitaria entre las partes del grupo. La idoneidad de la fórmula está avalada por la unión de empresas cooperativas, para este grupo la unión es la que aporta independencia, y en concreto la figura de grupo cooperativo permite que cada empresa que forma parte del mismo tenga su propia actividad económica.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inserción sociolaboral de las personas socias trabajadoras: doble objetivo cumplido, insertar a personas socio laboralmente haciéndolo a través de crear nuevas personas cooperativistas. • Promoción y difusión del cooperativismo como fórmula jurídica que promueve la creación y sostenibilidad de los puestos de trabajo creados: la vocación cooperativista del proyecto hace que su desarrollo y evolución sea a través de fórmulas cooperativas y la intercooperación entre ellas. • Promoción y difusión a nivel nacional y europeo del grupo cooperativo: este proyecto es reclamado para que divulgue su experiencia en diversos ámbitos universitarios y de otras experiencias similares que han optado por la "alegalidad" de sus proyectos. • Participación e influencia en la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas y su reglamento: se crea la figura de gestión de grupo cooperativo. • Facturación superior a los 14 millones de euros para el año 2014: desde su creación en el año 2012 el grupo cooperativo ha visto duplicar su facturación año tras año. • Más de 1.500 personas socias trabajadoras: la fuerza del modelo cooperativo descansa en el aumento de las personas socias trabajadoras de las empresas cooperativas. • Acceso a la financiación para todas las cooperativas del grupo: financiación avalada por el grupo y las empresas, de manera que dan cobertura a todas ellas. • Fomento de la intercooperación entre cooperativas: como modelo de desarrollo. • Modificación de las normativas que rigen a las empresas a nivel

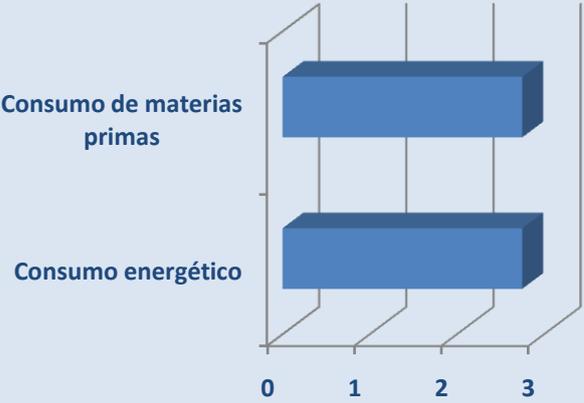
nacional: inclusión de las cooperativas de centros especiales de empleo en las bonificaciones estatales a su cuenta de cotización, hasta ahora excluidas de esta ventaja. Reconocimiento por parte de la Seguridad Social de la persona fija discontinua como persona socia de la cooperativa.

- El principal logro del Grupo Cooperativo Smart es dar respuesta, de una manera eficaz y sostenible, a **personas trabajadoras en sectores de actividad con alta tasa de economía sumergida** para que **accedan al mercado laboral en las mismas condiciones laborales que otros sectores de actividad mejor regulados**. Y la **mutualización de servicios** que les permite ser muy competitivos.

Análisis bajo el prisma de la Responsabilidad Social Empresarial⁵⁸...



⁵⁸ El Panel de Personas Expertas han valorado del 1 al 10 los impactos generados por estas iniciativas en estas tres áreas de la Responsabilidad Social Empresarial.

	<p style="text-align: center;">IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES</p>  <table border="1"> <caption>Data from Environmental Impact Chart</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Impacto (Escala 0-3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Consumo de materias primas</td> <td>~2.8</td> </tr> <tr> <td>Consumo energético</td> <td>~2.8</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Impacto (Escala 0-3)	Consumo de materias primas	~2.8	Consumo energético	~2.8
Categoría	Impacto (Escala 0-3)						
Consumo de materias primas	~2.8						
Consumo energético	~2.8						
<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>Este modelo cooperativo da una respuesta ágil y equitativa a formas de organización de personas trabajadoras en actividades económicas, que convencionalmente, no están regularizadas, facilitando la labor de sus entidades y personas asociadas.</p> <p>Esta figura cooperativa va a permitir a estas empresas acceder a economías de escala, sumando y mutualizando las potencialidades de cada entidad miembro.</p> <p>Las empresas cooperativas del grupo tienen como objetivo cooperativo hacer personas socias a todas las personas trabajadoras de sus cooperativas.</p> <p>Las empresas cooperativas que forman parte del grupo son pioneras en su actividad económica bajo fórmula de sociedad cooperativa.</p>						
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Se ha reconocido este proyecto como altamente replicable y adaptable a cualquier otro entorno, ya que su fin último es la mutualización de servicios de empresas especializadas.</p>						
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La labor de CEPES-A y FAECTA, los primeros como interlocutores válidos en el dialogo social, los segundos por abrir líneas de actuación que responde a las necesidades de las empresas cooperativas afiliadas a su estructura. • La crisis económica ha hecho posible que las personas cooperativistas vean la importancia y el beneficio económico de tener servicios mutualizados a través de la intercooperación entre empresas cooperativas. • La modificación de la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas y su reglamento. • El volumen de personas socias y de facturación de las empresas que forman el grupo les han permitido tener acceso y participación al ámbito político y ser un interlocutor directo con los órganos de gestión de la comunidad autónoma de Andalucía. • Para poder llevar a cabo su proyecto han realizado el Máster de Economía Social FIDES, Directivas/Directivos, formación especializada en gestión empresarial de fórmulas de economía social, centrándose en el cooperativismo andaluz. • Para fomento de la innovación social el Grupo Cooperativo Smart promueve la formación cooperativa de las personas socias de trabajo. Es fundamental para el desarrollo del grupo que las personas que vayan a 						

	<p>formar parte de una cooperativa del grupo conozcan la importancia de ser cooperativa, ya que es una premisa fundamental de este proyecto el fomento del cooperativismo, como única vía de desarrollo y crecimiento.</p>
DIFICULTADES	<p>Trabajar bajo la figura de Grupo Cooperativo Propio, en transición hacia el Impropio, hace más ardua la gestión, organización y atención por parte de una sola sociedad cabeza de grupo de diferentes cooperativas, donde cada una tiene una actividad económica distinta. El carácter impropio hará que el funcionamiento del grupo cooperativo sea mejor si se trabaja desde un principio de coordinación y bajo un plano de igualdad.</p> <p>Otra de las dificultades señaladas para el grupo cooperativo Smart está en la asociación de otras cooperativas que tenga un objeto social que ya exista en el grupo.</p>

7.2. La Extravagante Libros, S.Coop.And.

“Este modelo cooperativista al que transitamos y que llevamos en el ADN, que es la cooperativa mixta, es innovador social y al final termina convirtiéndose en un modelo de librería participativa,..”

Maite Aragón Navas
Presidenta de La Extravagante Libros

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: LA EXTRAVAGANTE LIBROS, S.COOP.AND.	
PROYECTO	La Extravagante Libros
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza
SECTOR	CULTURA Y EDUCACIÓN
ACTIVIDAD	Librería
PÁGINA WEB	www.laextravagante.com
PROVINCIA	Sevilla
	En el año 2009 se crea en Sevilla capital La Extravagante

laextra vagante libros

Libros, S.Coop.And. una librería dedicada al comercio de libros al por menor, pero con una clara vocación de crear una librería que respondiera a la evolución de los modelos que se estaban dando en el extranjero y en otras ciudades españolas y que las personas promotoras echaban en falta una iniciativa similar y revolucionaria en esta ciudad.

La Extravagante nace como un espacio, con el libro como punto de partida, de difusión de todos los ámbitos de la cultura y, lo más importante, como espacio de intercambio humano alrededor de la librería. Así, desde su origen, ésta ha querido hacer las cosas de modo diferente a como se hacen en otras más tradicionales, abriendo sus puertas más allá del principio cooperativo de “puertas abiertas” e invitando a participar e implicarse a su entorno de interés, a través de colaboraciones y pequeñas inversiones y a su entorno social realizando actividades culturales en ella: sala de reuniones culturales en torno al libro, apoyo a autores, editores, actores y editores noveles, apoyo a proyectos solidarios que tengan relación con el mundo de la cultura, audiovisuales, talleres (escritura, fotografía, creación de libros, narración oral, etc.), conciertos, teatro, musicales, recitales, presentaciones de libros, cuentacuentos, club de lectura, programa “librero por un día”, etc.

Sin realizar un esfuerzo consciente han construido una comunidad alrededor del proyecto a través de una fidelización potente que ha propiciado la voluntad de adhesión al proyecto gracias a la implicación emocional y satisfacción de las necesidades de la clientela, con el tesón de la dedicación diaria y la vocación volcada en su labor y responsabilidad como prescriptores. Su comunidad está formada por las personas socias de trabajo, las personas inversoras “micro mecenas”, las personas colaboradoras y las personas consumidoras que satisfacen sus necesidades económicas, culturales y afectivas a través de este pequeño gran negocio.

Desde La Extravagante no son reacios a las nuevas tecnologías y al i-book, pero creen firmemente que el papel sigue funcionando y que los libros son una fuente de consulta del saber humano y que en la actualidad son una herramienta importante para fomentar y forjar el pensamiento crítico.

Fruto de su vocación de apertura y participación en la cooperativa de su comunidad les llevará a crear una de las primeras cooperativas mixtas de Andalucía (en la actualidad a la espera de que el Reglamento de la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, permita su constitución). La Cooperativa Mixta permite integrar en una misma cooperativa actividades cooperativizadas propias de las cooperativas de primer grado: cooperativas de trabajo; cooperativas de consumo; cooperativas de servicios y cooperativas especiales. Esta fórmula jurídica de recién creación permitirá a La Extravagante integrar en su cooperativa a personas socias de trabajo, personas inversoras, personas colaboradoras y personas consumidoras.

OBJETIVOS

- **Fomentar la lectura** y el amor por los libros y la cultura.
- Reformular la forma empresarial de cooperativa de trabajo asociado a **cooperativa mixta de personas consumidoras y trabajadoras**, aceptando la figura de la persona inversora: creando una comunidad donde implicar a la gente que quiera formar parte del proyecto.
- **Ampliar el número de personas dentro de la**

	<p>cooperativa.</p>
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear una Cooperativa Mixta donde integrar a las personas inversoras “micro mecenas” integradas en la cooperativa en la actualidad a través de una cuenta partícipe; a las personas colaboradoras que lo llevan haciendo de una manera “informal”, a las personas consumidoras, la clientela y a las personas socias de trabajo. ▪ Crear una cooperativa de segundo grado a la que puedan unirse otras empresas, independientemente de su fórmula empresarial, con las que se establezcan acuerdos de cooperación dentro del sector del mundo del libro para detectar posibilidades de desarrollo innovador y defender intereses comunes: asociaciones de autores, editores y otras librerías similares que estén apostando e innovando en el mundo cultural del libro. ▪ Ampliar su negocio a los colegios cooperativos: asesoramiento del fondo de biblioteca, de herramientas educativas para el aula y organización de actividades culturales relacionadas con el libro. El objetivo, acercar el mundo del libro al público infantil.
<p>LA IDEA</p>	<p>La Extravagante surge inicialmente de tres personas libreras que procedían de ámbitos del sector del libro totalmente diferentes, pero con una gran vocación por el mundo del libro y una idea compartida por todos: crear en Sevilla una librería diferente a las tradicionales.</p> <p>Estas tres personas deciden dejar su trayectoria profesional y apostar por crear La Extravagante Libros, aunando lo mejor de cada ámbito al que iba asociada su experiencia y con el objetivo común de crear la librería que deseaban: aquella que integra a su entorno de interés, crea un espacio para el acceso al saber y promueve actos y actividades culturales, desde teatro hasta formación.</p> <p>Sin una intención clara La Extravagante desde sus comienzos se comporta como una Cooperativa Mixta, ahora con la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas podrán dotarla de esta figura jurídica que les dará una solidez legal frente a terceros.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>La Extravagante Libros está formada por cuatro personas socias de trabajo y 22 personas inversoras.</p> <p>María Teresa Aragón Navas, Presidenta de la cooperativa, tiene una experiencia laboral diversa entre el mundo del teatro, la universidad y el sector del libro. En el mundo de las artes escénicas ha desarrollado tanto puestos de comunicación, Gerencia y Dirección adjunta de proyectos, en festivales y teatros andaluces, como a nivel técnico en calidad de Regidora de escena en gira. En la Universidad de Puerto Rico, ejerció de Coordinadora para estudiantes extranjeros del programa de intercambio con Europa y fue ayudante de doctores en el Dpto. de Estudios Hispánicos. A su regreso a España, tuvo la oportunidad de trabajar en grandes empresas del sector del libro: Casa del Libro y Fnac. Experiencia que le dio una visión comercial a gran escala del libro como producto. En ese punto de su vida, abandona la multinacional para emprender su propio</p>

	<p>proyecto de librería.</p> <p>Claudio Miguel Gómez Sancho, Secretario de la cooperativa, tiene una amplia experiencia en el sector del libro. Sus más de veinte años de pertenencia al sector le han aportado un profundo conocimiento de los pormenores de la librería como comercio en diferentes modelos y conceptos. Ha sido librero en librerías muy conocidas y aposentadas de ámbito local como Reguera o Yerma. Su experiencia avala su participación en la cooperativa, convirtiéndolo en un valor indispensable para su buen desarrollo y funcionamiento.</p> <p>Joaquín Sovilla, socio trabajador, librero, argentino de nacimiento. Su primera experiencia profesional es dentro de la educación como profesor. Una vez en España, tiene un largo recorrido de experiencia en la cadena de librerías Beta, asumiendo diferentes puestos de responsabilidad de gestión y atención al público. Con un agudo sentido comercial y un trato excelente, aporta otra de las patas de esta cooperativa formada por una cantera de libreros heterogéneos, valor en el que reside uno de sus grandes fuertes: polivalencia, adaptabilidad, creatividad, profunda vocación, experiencia y conocimiento.</p> <p>Juan Luis Castro Maldonado, socio trabajador. Experto en Diseño Gráfico y Artes Plásticas. Músico, componente del grupo musical Tannhäuser. Creativo, joven, dinámico y con muchas ganas de amplificar el eco que la librería puede llegar a tener en su zona y a nivel más amplio. Aporta frescura y talento al equipo y pronto puede empezar a formar parte de él como socio del proyecto.</p> <p>22 mecenas componen la parte inversora de la cooperativa, un grupo de personas provenientes de diferentes ámbitos (el mundo de la cultura, las artes escénicas, la Publicidad, Universidad, sector del libro, Administración de empresas, profesionales libres, amantes de la lectura, en definitiva, y de todos los ámbitos de la cultura en sus diferentes manifestaciones).</p> <p>Destacan del grupo promotor su vinculación con el sector de las editoriales y librerías y su valentía por poner en marcha un proyecto que se diferenciaba del resto con el convencimiento de que pudiera generar un impacto social.</p> <p>También su amor por el fomento de la lectura, los libros y la cultura, es decir, la fuerte vocación por su profesión.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende ▪ Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA

<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: LA EXTRAVAGANTE LIBROS, S.COOP.AND.</p>	
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La innovación social de La Extravagante Libros radica en su organización, por ser una entidad que aglutina a los diferentes grupos de interés y los hace socios de la cooperativa (personas trabajadoras, consumidoras, asociadas, usuarias, colaboradoras,...).</p> <p>Por su estructura de gestión, La Extravagante Libros dará el paso para constituirse en Cooperativa Mixta, esto dará una seguridad jurídica al tipo de organización que</p>

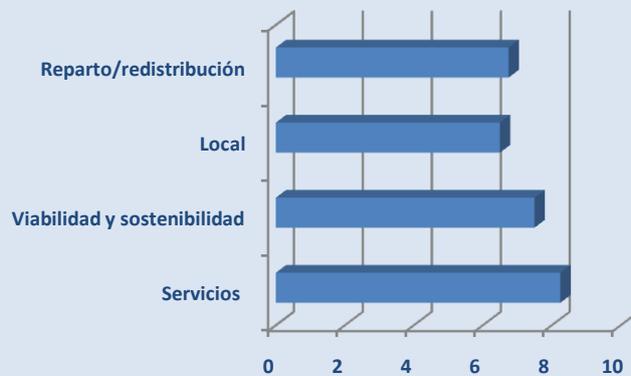
	<p>quieren construir.</p> <p>También señalan la innovación social en los servicios que ofrecen alejados del tradicional concepto de librería, por ser única en la prestación de esos servicios y por crear comunidad a través de los mismos.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>La principal necesidad social a la cual atiende este proyecto es facilitar el acceso a la cultura desde la participación, el asesoramiento y la tutorización en el recorrido hacia el hábito de la lectura en particular y de la cultura en general.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>La Extravagante Libros está en continuo desarrollo y las personas que forman parte de ella no buscan una estabilidad, si no que fomentan este proceso continuo. La Extravagante Libros está en fase de crecimiento y evolución, la constitución en Cooperativa Mixta les va a facilitar la integración de sus grupos de interés. Con esta fórmula jurídica comienzan una nueva etapa que le reportará estabilidad jurídica y societaria, ampliando la base social de la misma.</p> <p>Hasta la actualidad, ningún año ha sido igual al anterior, cada año trae consigo nuevos retos y la integración de nuevas ideas que hacen que La Extravagante adquiera la capacidad de mutar y adaptarse al entorno, factores necesarios para ofrecer a las personas consumidoras, que tienen capacidad crítica, que piensan y que exigen los servicios que necesitan.</p> <p>El nivel de consolidación de este proyecto se considera muy avanzado, su próxima constitución en cooperativa mixta será un paso muy importante para terminar de darle la estabilidad al proyecto, tanto jurídica, como societaria.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>Aunque La Extravagante Libros es una cooperativa de trabajo, transita hacia la constitución de una Cooperativa Mixta, fórmula cooperativa que viene a darle nombre y cobertura legal a lo que ya venían haciendo. Si no se creará esta figura empresarial el proyecto cultural La Extravagante Libros hubiera seguido los pasos que permite la misma, pero con un doble esfuerzo, ya que el hecho de que puedan darle esa consistencia legal hace más fácil la comunicación y difusión a su comunidad y entorno social y de interés del modelo de gestión por el cual han apostado.</p> <p>La principal ventaja que aporta el cooperativismo a este proyecto es la fórmula jurídica de cooperativa mixta, fórmula que permite integrar a personas socias trabajadoras, productoras y distribuidoras de cultura con consumidoras y colaboradas. El hacer persona socia a todas aquellas personas de sus grupos de interés y no tener con fin último un interés económico (monetario).</p> <p>Poder llevar a la práctica los principios cooperativos que son los principios empresariales que persiguen las personas promotoras del proyecto.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han sido uno de los proyectos que ha influido directamente en la inclusión en la nueva Ley de Cooperativas de la fórmula jurídica de Cooperativa Mixta. La necesidad de La Extravagante de contar con una figura legal que les permitiera integrar en la cooperativa a su entorno de interés les ha llevado a demandar esta fórmula jurídica. ▪ Han creado una comunidad alrededor del proyecto, integrando a todas las personas de su entorno de interés. Su proyecto empresarial es una fuente de producción cultural que va más allá de satisfacer las necesidades culturales, sociales y económicas de las personas socias de trabajo, si no que el beneficio redunda en su entorno social. ▪ La necesidad social que cubre La Extravagante es la de fomentar la lectura y el pensamiento crítico. Mostrar a las personas las posibilidades que ofrece un libro: viajar a otros mundos, a otros planetas, vivir otras vidas,

identificarte con otras personas a través de las emociones y de universos interiores, aprendizaje emocional, vivir experiencias de fantasía, adquirir un bagaje cultural,...

- Creación de un polo cultural de referencia en el centro de Sevilla, así como un espacio de encuentro de la ciudadanía para la producción cultural.
- Generar un sistema para satisfacer las necesidades de varios colectivos, unos como medio para asegurar un puesto de trabajo, otros para saciar una afición, otros para materializar una aspiración, etc...
- Creación de micromecenazas, personas inversoras que han supuesto el desarrollo del proyecto.

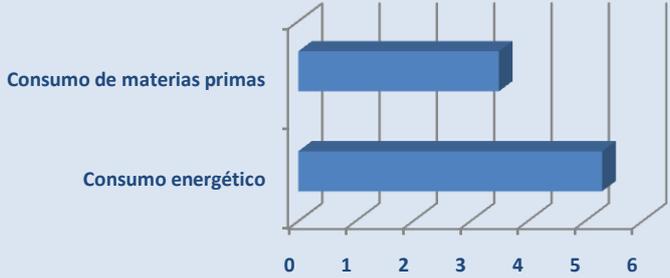
Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...

IMPACTOS ECONÓMICOS



IMPACTOS SOCIALES



	<p style="text-align: center;">IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Impacto (Escala 0-6)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Consumo de materias primas</td> <td>~4.2</td> </tr> <tr> <td>Consumo energético</td> <td>~5.8</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Impacto (Escala 0-6)	Consumo de materias primas	~4.2	Consumo energético	~5.8
Categoría	Impacto (Escala 0-6)						
Consumo de materias primas	~4.2						
Consumo energético	~5.8						
<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La fórmula jurídica cooperativa que han elegido les permite canalizar y organizar su innovación social y bajo el mismo denominador común que es la cultura, las personas socias trabajadoras, la clientela, las productoras, las distribuidoras y las inversoras trabajan para alcanzar beneficios emocionales por encima de los económicos.</p> <p>Busca la participación e integración de personas externas al proyecto: quieren y necesitan compartir su proyecto con otras personas, éstas les sirven como catalizadoras de nuevas formas de promover la cultura. Reformulación del modelo de negocio empresarial “de una librería al uso”.</p> <p>Revolución en el sector del libro por el modelo de gestión: cooperativa mixta, es decir, hacer personas socias a las personas de trabajo, a las personas inversoras, a las personas colaboradoras y a las personas consumidoras bajo una fórmula cooperativa.</p> <p>Creación de las personas “micro mecenas”: personas inversoras con un fuerte compromiso con el proyecto, no se limitan a aportar un capital y recibir unos beneficios económicos, en el caso de La Extravagante la persona inversora invierte muy poco dinero y sus beneficios son más emocionales. Mientras no se publicase el Reglamento de la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas han creado esta figura a través del contrato cuenta de participación.</p> <p>La protagonista en la librería es la clientela: el espacio está creado para su disfrute, para que tenga sitio donde moverse, donde cotillear, donde pueda sentarse y leer, donde tomar un café, un vino, tener acceso al saber, a una actividad cultural,...</p> <p>Creación de un polo cultural de referencia en el centro de Sevilla, así como un espacio de encuentro de la ciudadanía para la producción cultural.</p> <p>Generar un sistema para satisfacer las necesidades de varios colectivos, unos como medio para asegurar un puesto de trabajo, otros para saciar una afición, otros para materializar una aspiración, etc...</p> <p>El fin último de La Extravagante libros es la creación de comunidad y el empoderamiento de sus grupos de interés a través de la multiplicidad de servicios centrados en un producto.</p>						
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Este proyecto se puede replicar en otros entornos culturales y sociales. Pero su replicabilidad tiene algunas condiciones para poder llevarlo a cabo como la necesidad de contar con una masa social que demande y promueva un proyecto con estas características (tanto en el ámbito de la producción artística y cultural, clientela, etc.)</p>						

	<p>En su réplica también es parte fundamental la constitución de un proyecto de estas características bajo una fórmula jurídica acorde con los objetivos, en este caso Cooperativa mixta.</p>
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Micromecenazgo. La figura de la persona inversora en La Extra Vagante Libros surgió de la necesidad de autofinanciación del proyecto, para su captación decidieron proponer a diferentes personas, que habían manifestado su posición afín al proyecto, la posibilidad de participar como “micro mecenas” del proyecto cultural. Se planteó como una inversión emocional que les convertiría en partícipes activos de la iniciativa, teniendo la oportunidad de enriquecerla con propuestas desde la Asamblea. La intención era integrar en la cooperativa activos humanos que compartieran con el proyecto inquietudes dándoles la oportunidad de ponerlas en pie desde la unión de fuerzas y voluntades. Se le dio el nombre de “micro mecenas” porque estando en el mundo del libro, de la fantasía, era incoherente, árido e imposible llamarle persona inversora a aquella que solamente va a recibir del proyecto beneficios emocionales. Los micro mecenas aportan un capital de entre 1.000 y 1.200€, con un compromiso total de 3 años, participando con ese capital de un 3% de la cooperativa La Extra Vagante Libros. El micromecenazgo ha sido un recurso indispensable para darle visibilidad a la librería, al proyecto y a la filosofía cooperativista. • Personas colaboradoras. Éstas han sido primordiales en la consecución y el éxito del proyecto hasta la fecha. La Extravagante Libros ha conseguido movilizar un activo de personas que han puesto altruistamente a disposición de la cooperativa su tiempo, su ilusión, su motivación y sus conocimientos, para poner en pie tal y como se conoce hoy la librería. Estas colaboradoras han enriquecido de manera concreta el proyecto sumando su esfuerzo y/o sus aportaciones: algunas lo hicieron ofreciendo su trabajo y otras con pequeños gestos de apoyo, poniendo una vez más de manifiesto el poder de la cooperación y la comunidad, y la disposición aún vigente de la población a actuar de manera comunal y desinteresada si se los convoca y se les da la oportunidad de intervenir en un proyecto/idea de contribución a la sociedad. • La fuerte vocación por su profesión. Mucha más amplia y profunda que una fórmula de comercio, La Extravagante Libros es un proyecto cultural de fomento de la lectura y el libro basado en la recomendación/prescripción profesional de libros. Esta vocación y amor por el libro les llevó a ignorar todas las señales que indican que el libro es un “objeto” que tiende a la desaparición y sustitución por dispositivos digitales y hacer una clara apuesta por lo que suponían era una amplia esperanza de vida, la suficiente como para que tres libreros de vocación pudieran tener tiempo de llevar a cabo su labor de dar a conocer los entresijos del mundo del libro e inculcar respeto y amor hacia el libro como compañero de vida, aceptando para ello el hecho de que no tardarán en sumarse a las nuevas tecnologías. También les ha llevado a ignorar otros factores que tenían en contra: crisis económica actual, que son una pyme, que su fórmula jurídica es una cooperativa y que su sector está en crisis. Para ello tuvieron claro que tenían que optar por un modelo diferente de librería que la tradicional, un modelo que conlleva un plus de muchas horas de trabajo para poder sorprender a su comunidad, renovándose constantemente. • Para poder llevar a cabo su proyecto la presidenta de la cooperativa ha realizado el Máster de Economía Social FIDES, Directivas/Directivos, formación especializada en gestión empresarial de fórmulas de economía social, centrándose en el cooperativismo andaluz. Esta formación les ha aportado herramientas de gestión para poder sacarle mejor partido al proyecto, sobre todo en el ámbito del marketing emocional que estaban haciendo por puro instinto sin conocer que realmente existía una corriente teórica, abriéndole vías de comunicación y difusión, tanto de su proyecto cultural, como del cooperativismo que les eran desconocidas. • No llevan a cabo ninguna formación reglada para desarrollar la innovación

	<p>social de su proyecto. Sin embargo, son dos las fuentes de formación de las que se nutre el equipo de La Extravagante, el instinto, fruto de su dilatada experiencia, y de su preocupación por estar al tanto de lo que ocurre en su entorno social y de las necesidades e inquietudes de su comunidad. Además practican la escucha activa, poderosa herramienta para estar al día de lo que demanda su clientela, y el estudio de su sector tanto a nivel regional, nacional e internacional.</p>
<p>DIFICULTADES</p>	<p>La crisis económica actual y la propia crisis del sector, afectada por la integración de las nuevas tecnologías (eBook).</p> <p>La convivencia de colectivos diferentes, con una finalidad común o compartida, integrados en una misma fórmula jurídica (productores, distribuidores, consumidores y colaboradores de cultura), siendo todos asociados de la cooperativa y por tanto participando en la toma de decisiones.</p>

7.3. Ideas, S.Coop.And. de Interés Social

“... el fin no es generar lucro... se atiende al medio y al fin...”

David Comet Herrera
Coordinador del Área de Acción Social y Cooperación
IDEAS Comercio Justo (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: IDEAS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	
<p>PROYECTO</p>	<p>IDEAS</p>

FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza
SECTOR	MEDIOAMBIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE
ACTIVIDAD	Comercio Justo
PÁGINA WEB	www.ideas.coop
PROVINCIA	Córdoba



IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria) es una organización especializada en cooperación y educación para el desarrollo, investigación y consultoría orientada a fomentar el comercio justo. Es una cooperativa sin ánimo de lucro reconocida de Interés Social por su actividad solidaria y está inscrita como ONGD, en la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

Su misión es transformar el entorno social y económico, para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de comercio justo, consumo responsable y Economía Solidaria, tanto en el ámbito local, como internacional, con la certeza de que ello revertirá en la mejora de las condiciones de vida, tanto de las sociedades del Norte, como de las poblaciones del Sur y en la propia sostenibilidad de nuestro planeta.

Todas las acciones de la organización se fundamentan en **principios de igualdad, participación y solidaridad.**

Desde hace más de veinte años IDEAS es la primera entidad española que desarrolla el comercio justo con organizaciones del Sur (Asia, América Latina y África), a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios.

IDEAS reconoce el comercio justo como una poderosa herramienta para **erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas**, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas. Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, IDEAS potencia la capacidad crítica de la ciudadanía, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente.

La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de consumo responsable y Economía Solidaria.

Entre estas acciones cabe destacar:

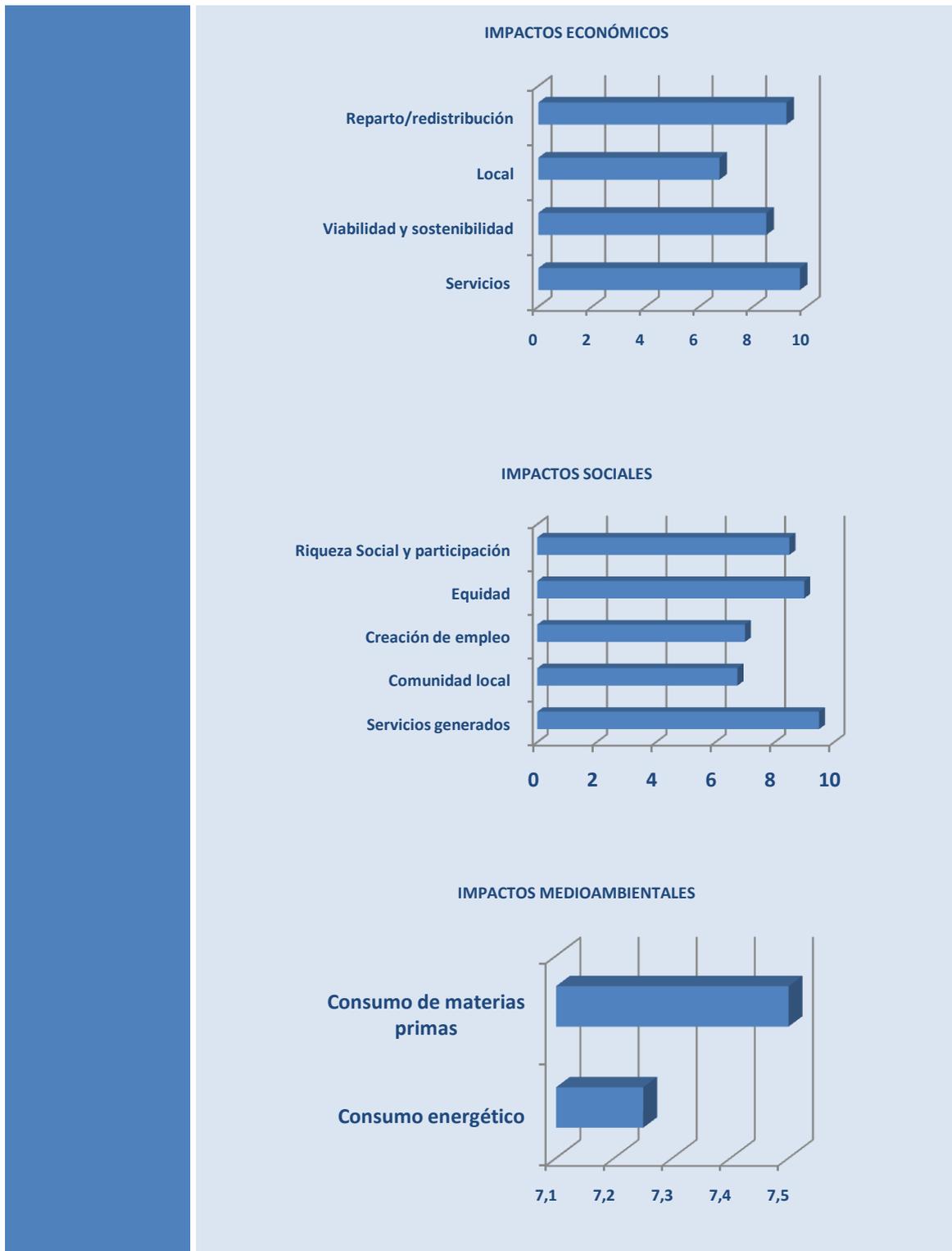
- Son la coordinadora estatal de los Programas Europeos **Public Affairs/Compra Pública Ética (CPE)** y **Compra Empresarial Responsable (CER)**, cuyo objetivo es asesorar a las Administraciones Públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y sus contrataciones, facilitando así su participación como agentes de desarrollo.
- Son coordinadores del Programa **Ciudades por el Comercio Justo**, que busca la participación de todas y todos los actores públicos, privados y sociales en el fomento del Comercio Justo.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofrecen una herramienta de análisis de conducta empresarial, mediante la difusión pública de las investigaciones realizadas sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el Observatorio por un Comercio Justo. ▪ Es miembro de la WFTO (Organización Mundial de Comercio Justo); miembro fundador de la CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo); socio fundador de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria) y de Fiare Sur (Asociación de Banca Ética).
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local, como internacional. ▪ Promocionar la Economía Social y Solidaria. ▪ Desarrollar líneas de trabajo para un cambio de sistema social y económico a través del comercio justo, la sensibilización y las finanzas éticas.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Departamento de cooperación comercial: exportar y distribuir productos de comercio justo. ▪ Departamento Comunicación/Sensibilización: realiza el desarrollo de actividades de sensibilización, divulgación, incidencia política y comunicación. ▪ Departamento de Consultoría: realiza asistencia técnica a instituciones públicas y empresas para la promoción del consumo responsable dentro de sus prácticas. ▪ Departamento de Finanzas Éticas: prestamos solidarios con la participación en el proyecto Fiare (presidencia) y como socios en Coop57- Andalucía.
<p>LA IDEA</p>	<p>El proyecto empresarial se inicia en 1989 a partir de la existencia de una ONG denominada ASPA, la cual se crea como un mecanismo de colaboración con el pueblo nicaragüense. Esta iniciativa se entremezcla con la red de tiendas de comercio justo "Tiendas de la Solidaridad", que fueron sus principales clientes y donde IDEAS, S.Coop.And. hace de exportadora y distribuidora, es el año 1997 y se funda la cooperativa.</p> <p>IDEAS se crea como una escisión de ASPA coincidiendo con el foro estatal de Economía Solidaria y apostando por la profesionalización de la comercialización y el Comercio Justo.</p> <p>Una de las primeras acciones y líneas de trabajo de la cooperativa fue la creación de una sección de crédito "préstamos solidarios" para financiar a los grupos productores de comercio justo. Comienzan así un proceso para el desarrollo de un sistema "parabancario", interviniendo y participando de la creación de Fiare y el Fondo Solidario de Granada.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>Son dos las personas promotoras de esta cooperativa:</p> <p>C: una persona de origen alemán, participante en la ONG ASPA, con</p>

	<p>una gran experiencia en Comercio Justo y comprometida socialmente, esta persona invierte en el proyecto trabajo y recursos económicos para su constitución.</p> <p>L: una persona militante de Izquierda Unida. Se suma al proyecto de IDEAS con un proyecto de venta y distribución de ron cubano, su objetivo, apoyar al pueblo cubano.</p> <p>Estas dos personas han estado siempre vinculadas a movimientos sociales y su grado de compromiso es muy elevado. Del grupo promotor se destaca su fuerte compromiso ideológico, junto con la sensibilidad social, sin el cual no podría haberse generado un proyecto de estas características.</p> <p>Las personas que han conformado Ideas son conscientes del impacto económico, ecológico y social que se deriva de los patrones de consumo occidental por eso quieren hacer hincapié en potenciar la capacidad crítica de la ciudadanía, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente.</p> <p>Del grupo promotor se destaca su fuerte compromiso ideológico, junto con la sensibilidad social, sin el cual no podría haberse generado un proyecto de estas características.</p> <p>Las personas que han conformado Ideas son conscientes del impacto económico, ecológico y social que se deriva de los patrones de consumo occidental por eso quieren hacer hincapié en potenciar la capacidad crítica de la ciudadanía, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente.</p> <p>Son catorce las personas que trabajan en IDEAS y aproximadamente unas 70 personas socias colaboradoras (físicas y jurídicas).</p>
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none">▪ Junta de Andalucía: apoyo para la financiación de infraestructuras para la comercialización de productos de Comercio Justo.▪ Agencia Española de Cooperación Internacional: apoyando campañas de Comercio Justo y Compra Ética.▪ Personas consumidoras de productos de Comercio Justo: personas actoras privadas.▪ Ayuntamiento de Córdoba: financiando campañas de sensibilización de comercio justo.▪ TRIODOS BANK y FIARE: mediante la financiación de proyectos de sensibilización. <p>Para poner en marcha campañas de divulgación y sensibilización se trabaja con agentes locales y asumidas por las y los aliados, las y los agentes colaboradores, las tiendas... y la implicación y apoyo de las instituciones públicas.</p>

FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: IDEAS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La principal innovación social detectada en este proyecto es una innovación en el producto, esta cooperativa solamente comercializa productos bajo criterios de responsabilidad social empresarial, esto además de que les hace diferenciarse de otras empresas distribuidoras, muestra cómo es posible, a través de la cooperación social entre personas y organizaciones que comparten fines, crear una empresa con rentabilidad.</p> <p>Para innovar como lo hacen, en los productos que comercializan, fue necesario hacerlo también, en cuanto a su organización y estructura, crear una entidad en la que estuviesen implicadas e integradas tanto las personas productoras y las consumidoras.</p> <p>Este proyecto innova porque busca generar un cambio social, basado en un sistema económico más justo y sostenible, que dé lugar un modelo de desarrollo cuyos principios fundacionales sean los de solidaridad, igualdad y sostenibilidad. Promueven la libertad de comercio en un marco y bajo unas condiciones semejantes para todas las personas implicadas, creando una relación comercial voluntaria y justa entre las y los productores y las personas usuarias y/o consumidoras finales.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>Este proyecto atiende a una problemática social concreta, la vulnerabilidad y el empobrecimiento progresivo de las y los pequeños productores y actúa buscando favorecer y mejorar sus condiciones de vida. Contribuye a erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.</p> <p>Además, también atiende a la degradación del medio ambiente, ya que impulsa la comercialización de productos producidos a pequeña escala, más ecológicos y sostenibles que los industriales.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>Este proyecto está plenamente consolidado, con más de 20 años de experiencia y de desarrollo de la actividad empresarial se han convertido en un referente en España como importadora de productos de Comercio Justo. Además, la creación de movimientos y redes de colaboración que han ido tejiendo a lo largo de estos años también ha servido como factor de consolidación, destacando la Red de la Economía Alternativa y Solidaria y el movimiento de Comercio Justo en España.</p> <p>Actualmente se centran en los objetivos principales y en el desarrollo de proyectos sostenibles en el tiempo, siguen reservando recursos de la organización con el objeto de financiar e invertir en proyectos que mejoren realidades.</p> <p>Este proyecto está en plena fase de desarrollo y por tanto se considerada consolidado, atendiendo a que ha mantenido sosteniblemente las actividades que hacen viable a esta cooperativa.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>El proyecto IDEAS no existiría si no fuese cooperativa, formada por personas socias de trabajo y socias colaboradoras (ahorradoras, consumidoras, productoras), la fórmula jurídica favorece la retroalimentación positiva de éstas.</p> <p>Esta fórmula les permite ser una entidad de gestión democrática y participativa, consolidando las decisiones y asumiendo la responsabilidad por parte de todas las personas que forman parte de la cooperativa.</p> <p>El cooperativismo aporta la fórmula jurídica que permite integrar en una estructura empresarial a todos los grupos de interés de una actividad económica. Les</p>

	<p>permite canalizar la participación de todos los agentes de la cadena comercial en el proyecto en base a una estructura democrática.</p> <p>Probablemente ninguna otra forma societaria ni asociativa respondería tan bien a la necesidad de integrar las demandas de las y los productores, consumidores, personas trabajadoras, ahorradoras, colaboradoras, etc.; y todo ello en un clima de participación y gestión democrática.</p> <p>También se desatacan la ventaja de contar con los principios cooperativos que son los rigen el funcionamiento de la empresa, en concreto, el principio de estructura, gestión y control democráticos; y el principio de igualdad de derechos y obligaciones de las personas socias, otorgando transparencia en todas las actuaciones que se llevan a cabo.</p>
IMPACTOS	<ul style="list-style-type: none">▪ Consolidación del Comercio Justo en España.▪ Construcción colectiva de redes que apoyan y participan en las actividades que desarrolla IDEAS.▪ Con el desarrollo de IDEAS se ha demostrado que es posible organizarse y poner en marcha una actividad económica y socialmente viable.▪ Participar y construir redes institucionales y transmitir los valores de Economía Social y Solidaria.▪ Consolidar la venta de productos de Comercio Justo en España y conseguir un alto grado de autofinanciación del proyecto que le ha permitido ser viable a largo plazo.▪ Crear canales comerciales innovadores, que les han permitido un desarrollo integral y sostenible.▪ Aunar en una sola entidad la participación y colaboración de todas las personas de los grupos de interés de la cooperativa.▪ Generar confianza entre las personas consumidoras en los productos de comercio justo distribuidos por la marca IDEAS.▪ Consolidar la venta de productos de Comercio Justo en España y conseguir un alto grado de autofinanciación del proyecto que le ha permitido ser viable a largo plazo.▪ Crear canales comerciales innovadores, que les han permitido un desarrollo integral y sostenible.▪ Aunar en una sola entidad la participación y colaboración de todas las personas de los grupos de interés de la cooperativa.▪ Generar confianza entre las personas consumidoras en los productos de comercio justo distribuidos por la marca IDEAS. <p>Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...</p>



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Concepto de Innovación Social: **la innovación social es ponerle nombre a una demanda social**. Esta demanda debe ser atendida también desde la gestión empresarial, que no debe atender solamente al ánimo de lucro, sino que debe atender las necesidades sociales. IDEAS como agente social: se corresponsabiliza, junto con las instituciones públicas, de las necesidades sociales actuales, a través del desarrollo de su actividad económica.

Atiende las necesidades de los grupos de producción desarrollando un comercio justo y pagando un precio justo, no abusivo ni especulativo por los productos, esto

	<p>se entiende como un ejercicio de responsabilidad social empresarial. Y atiende necesidades de personas trabajadoras y usuarias.</p> <p>IDEAS es una herramienta política, ya que a través del consumo también se puede transformar la realidad.</p> <p>Principalmente, el éxito de esta cooperativa ha sido la participación activa de todos los grupos de interés, que han sabido integrarlos en la estructura societaria de la empresa (productoras, consumidoras y trabajadoras), así como la participación, también activa, de la cooperativa con redes relacionadas con su principal actividad, que han generado sinergias positivas para la organización.</p> <p>La autofinanciación o la financiación ética con la que desarrollar el proyecto es otro factor de éxito, porque además de financiar la cooperativa, está financiando a las y los productores favoreciendo modelos de consumo responsable y de Economía Solidaria.</p> <p>Otro factor de innovación social ha sido la creación y consolidación de redes colaborativas entre la cooperativa, las y los productores y las consumidoras.</p> <p>Principalmente por su capacidad de basar su actividad en la promoción de la justicia social y el fomento de la participación de los diferentes agentes de la cadena comercial (desde las y los productores a consumidoras) en el mismo proyecto.</p> <p>Son un referente del movimiento de Comercio Justo a nivel estatal e internacional, y ha sido pionera en el desarrollo del Comercio Justo en España, fomentando el fomento el comercio justo y buscando el cambio de mentalidad sobre los sistemas de comercio y mercado.</p> <p>Su fin social es la de alcanzar la sustentabilidad económica, social y medioambiental, y en definitiva diseñar una cadena comercial sostenible y equitativa, que genere un cambio en el sistema económico actual de las sociedades occidentales.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>La replicabilidad de este proyecto solamente se ve factible en el caso de que sea a nivel local, con personas productoras y consumidoras de ámbito local. La dificultad de la actividad desarrollada, que implica relaciones comerciales internacionales, y la ocupación de este nicho de mercado por la existencia de otras experiencias similares, son los principales motivos para replicar esta cooperativa.</p>
<p>FACTORES QUE FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El incremento progresivo de la demanda de productos y servicios que aporten valores sociales y ambientales. • La participación y colaboración de personas socias colaboradoras consumidoras y ahorradoras, tiendas, instituciones y el apoyo de redes con los mismos fines. • El acercamiento, fruto de un compromiso ideológico, entre las y los productores, las personas consumidoras y las usuarias. • Generación de confianza, entre las personas consumidoras, en los productos de comercio justo distribuidos por la marca IDEAS. • No han participado en ningún programa de innovación social. • No llevan a cabo ninguna formación para la Innovación Social.
<p>DIFICULTADES</p>	<p>La principal dificultad a la que se enfrenta un proyecto como el de Ideas es el acceso a las herramientas de financiación, sobre todo queriendo alejarse de las entidades bancarias tradicionales.</p>

La falta de formación y programas de Innovación social, que impulsen, apoyen y fomenten este tipo de proyectos.

Destacan también, como dificultad, el propio fin de la cooperativa, el modificar los patrones de consumo occidentales.

7.4. COOP57-Andalucía, SCLL

“COOP57-Andalucía es una forma de apostar por el cooperativismo y la Economía Social y Solidaria como forma de construcción de la economía, ... que antes no existía...”

Luis Ocaña Escolar
Presidente COOP57-Andalucía
Luis Morales

Área de Gestión en Autonomía Sur S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: COOP57-ANDALUCÍA, SCLL	
PROYECTO	COOP57-Andalucía
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Catalana
SECTOR	FINANCIACIÓN
ACTIVIDAD	Entidad financiera
PÁGINA WEB	www.coop57.coop/andalucia
PROVINCIA	Sevilla



Coop57 es una entidad “parabancaria” con sede social en Barcelona que desarrolla una actividad financiera como cooperativa de servicios (no tiene ficha bancaria y no está regulada por el banco central) y, en consecuencia, se rige por la Ley de cooperativas catalana. Esta cooperativa de servicios financieros que promueve el ahorro ético y destina sus recursos a dar préstamos a proyectos de Economía Social y Solidaria, es una entidad gestionada por su base social: las entidades de Economía Social y Solidaria y las personas y entidades que depositan sus ahorros en ella.

Su actividad financiera está limitada, esta entidad no puede ofrecer préstamos a las personas o servicios de banca minorista, como por ejemplo cuentas corrientes, tarjetas de crédito, etc..., pero, tiene la capacidad de autogestión y una gran agilidad para dar respuesta a las necesidades financieras de sus entidades socias (de Economía Social y Solidaria) mucho más alta que las entidades financieras convencionales.

Coop57 se asienta en Andalucía en septiembre 2008, celebrando su asamblea constituyente en Sevilla. Está integrada en la Asamblea general y forma parte del consejo rector, conservando su autonomía en las decisiones que se toman. Desde su aparición se han ido incorporando entidades socias cuyo principal perfil es el de cooperativa y asociación, además de las y los socios ahorradores. Es la cooperativa Autonomía Sur, S.Coop.And. la empresa responsable de ejercer la labor de secretaría técnica de COOP57-Andalucía.

Su constitución como delegación autónoma de Andalucía ha ido creciendo, tanto en volumen de ahorro, como número de miembros, además de un aumento del uso de los recursos financieros, convirtiéndose para muchas entidades la única entidad financiera con la que trabajan.

Coop57-Andalucía tiene dos tipos de miembros:

- **Entidades socias de servicios:**
 - Son entidades de la Economía Social y Solidaria
 - Pueden depositar dinero
 - Pueden recibir préstamos
 - Deben hacer una aportación obligatoria al capital social (de 901,52 euros y pagar 98,48 euros para cubrir los gastos de entrada)
- **Socios y socias colaboradoras:**
 - Son mayoritariamente personas físicas
 - Pueden depositar dinero
 - No pueden recibir préstamos
 - Deben hacer una aportación mínima de 300,51 euros

Estos dos tipos de miembros participan en los órganos de decisión y de gestión de Coop57-Andalucía poniendo en práctica la democracia económica, se supera la tradicional separación y contraposición entre las y los ahorradores y las y los receptores de financiación: todos juntos deciden las cuestiones importantes y las líneas de trabajo de la cooperativa.

Esta entidad desarrolla su actividad en base a los principios de la banca ética: **coherencia, democracia y transparencia**

Las entidades socias de Coop57-Andalucía deben pertenecer a la Economía Social y Solidaria y su admisión es evaluada por dos comisiones: una comisión social y una comisión técnica.

	<p>Comisión Social</p> <p>Su función es certificar que la actividad económica de la entidad que solicita ser miembro se adecue a los criterios éticos y sociales de Coop57. Sus miembros son personas vinculadas con la Economía Social y Solidaria, el asociacionismo popular y los movimientos sociales, pero son independientes de la estructura técnica de Coop57.</p> <p>Comisión Técnica</p> <p>Evalúa las peticiones de préstamo de las entidades socias de Coop57. Su función es garantizar que los proyectos sean viables y puedan afrontar el retorno del préstamo. Sus miembros son personas vinculadas con la Economía Social y Solidaria y con conocimientos económicos y financieros, pero independientes también de la estructura técnica de Coop57.</p> <p>Estas dos comisiones tienen que emitir un informe favorable para que sea aceptada como socia la entidad solicitante.</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prestar servicios financieros a las entidades socias y las personas socias. ▪ Facilitar el acceso a la financiación de las entidades socias para que realicen su actividad económica con normalidad y contribuyendo a su continuidad. ▪ Utilizar el dinero como un medio, no como un fin.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consideración del autónomo como persona socia de servicios ▪ Internacionalización del Coop57 ▪ Financiación de entidades públicas
<p>LA IDEA</p>	<p>Coop57 inició su actividad en Cataluña a raíz de la lucha de las y los trabajadores de la Editorial Bruguera para mantener sus puestos de trabajo. Cuando la editorial cerró definitivamente, un grupo de antiguas personas trabajadoras creó un fondo, con parte de las indemnizaciones que recibieron por su despido, para promover proyectos económicos que contribuyeran a la creación de puestos de trabajo de calidad, especialmente aplicando modelos cooperativos.</p> <p>Este fondo se creó en 1995 bajo la forma jurídica de Cooperativa de Servicios Financieros. En un inicio, su desarrollo estuvo muy vinculado con el cooperativismo de trabajo asociado, pero progresivamente amplió su base social a otros tipos de entidades de la Economía Social y Solidaria: otras ramas del cooperativismo, asociaciones, fundaciones, empresas de inserción, movimientos sociales y sindicales, etc... Paralelamente, fue creciendo también su base de socios y socias colaboradoras.</p> <p>COOP57-Andalucía aglutina el ahorro de personas particulares y jurídicas, poniéndose ese ahorro a disposición de las entidades que son socias de servicios de COOP57-Andalucía para que puedan acceder a financiación en mejores condiciones que las que ofrece el mercado financiero tradicional.</p>

	<p>Las personas que ahorran y que hacen posible la existencia de recursos financieros, son remuneradas con sus correspondientes intereses, mientras que las entidades inscritas como socias de servicios pueden pedir crédito abonando un interés más bajo que el que ofrece la banca tradicional (actualmente 3 puntos más bajo que las entidades financieras convencionales).</p> <p>Esta situación es posible debido a que en la entidad hay una total ausencia de reparto de beneficios.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>COOP57-Andalucía se crea a partir de la confluencia de varios agentes sociales que conforman una red heterogénea unidos por la ideas de crear un servicio financiero no especulativo, ético y solidario.</p> <p>En las primeras asambleas constituyentes participaron las siguientes entidades y personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - Personas relacionadas con la Banca Ética - Movimientos cristianos - El Sindicato Autónomo de Trabajadores (SAT) - La Cooperativa de Trabajo IDEAS, S.Coop.And. - La Asociación por un Interés Solidario <p>Del grupo promotor se destaca su heterogeneidad y su vinculación con procesos y proyectos de cambio social, su búsqueda de la rentabilidad social por encima de la rentabilidad económica.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<p>Este proyecto ha recibido en el año 2013 el PREMIO “C” al Consumo de Andalucía. Estos premios reconocen la labor de aquellas personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, así como de cualesquiera otras instituciones o colectivos que desarrollan su actividad en Andalucía y que se hayan distinguido por su respeto, defensa y ayuda al consumidor, así como por facilitar los controles de calidad, evitando obligaciones, trámites y costes innecesarios.</p> <p>Desde COOP57-Andalucía han echado en falta el apoyo de las entidades representativas de la Economía Social en la difusión y promoción de este tipo de entidades financieras que facilitan el acceso a la financiación, elemento central en el desarrollo de la Economía Social.</p> <p>Aunque la cobertura mediática ha sido escasa reconocen el impulso que ha supuesto para su evolución.</p>

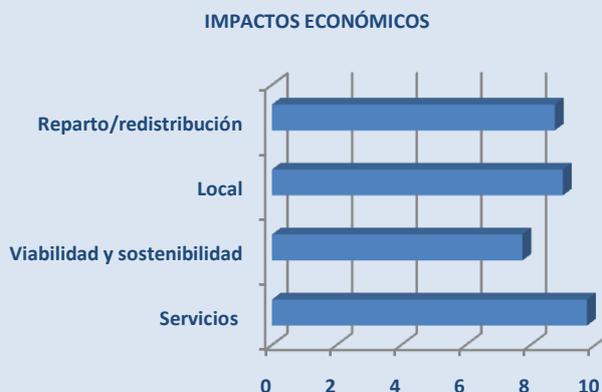
<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: COOP57-ANDALUCÍA, SCLL</p>	
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La innovación social de este proyecto está en su organización, en la estructura elegida para llevarlo a cabo, y en sus servicios y productos.</p> <p>En cuanto a su organización y estructura, la innovación le viene dada por canalizar los servicios y productos a través de una cooperativa, permite mayor democracia y autonomía, y tener que ostentar la cualidad de persona socia para poder acceder a sus servicios y productos, participando en el funcionamiento de la sociedad y en la toma de decisiones. Hacen participar bajo una misma estructura a las personas ahorradoras, a las personas prestamistas y a las entidades con necesidades de crédito creando así un vínculo de responsabilidad entre ambos.</p>

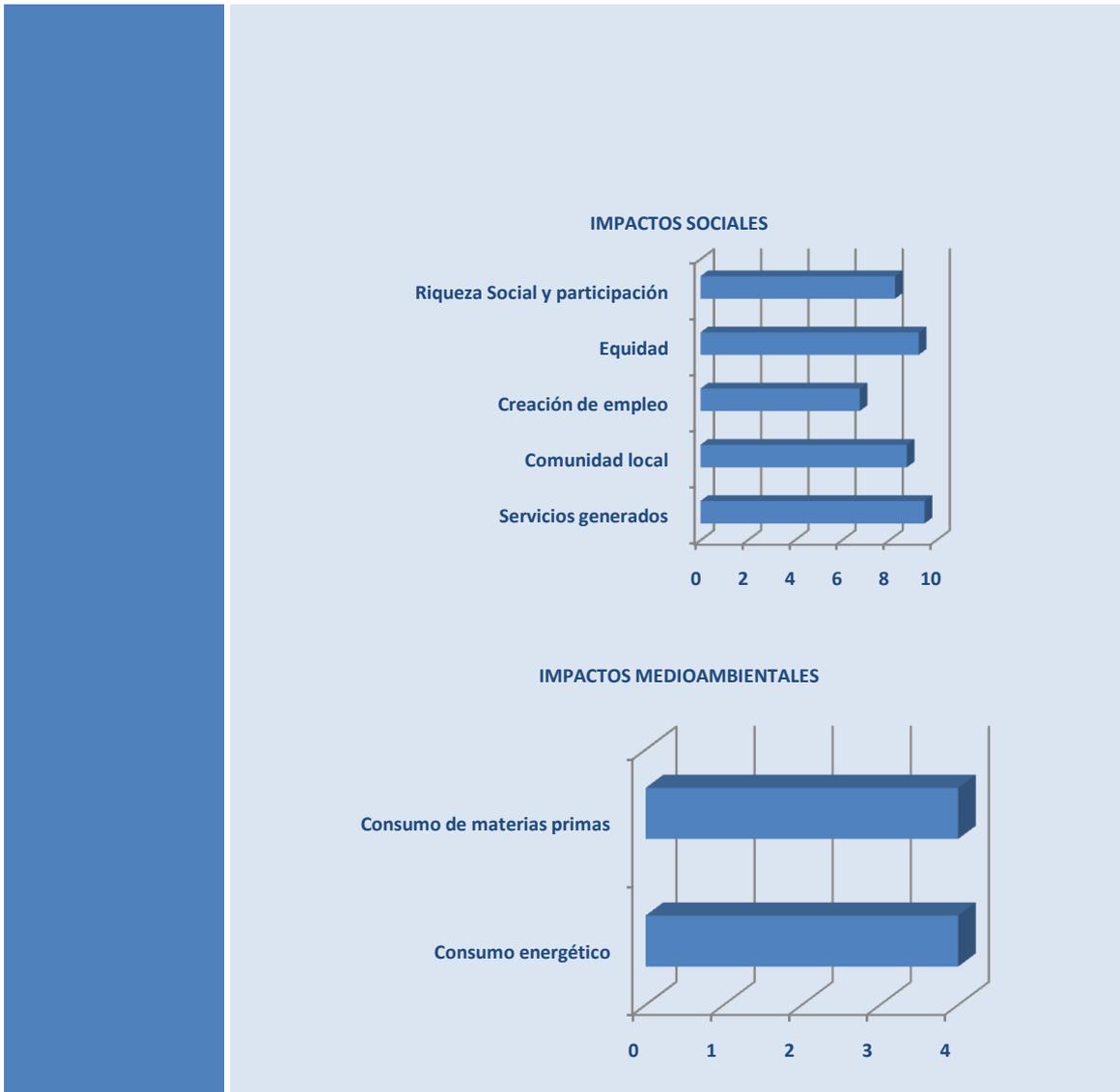
	<p>En lo que se refiere a sus servicios y productos, la innovación principal es que facilita el acceso a las herramientas de financiación a proyectos empresariales donde se priman los criterios sociales y ambientales por encima de los económicos.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>La principal necesidad social que atiende es la dificultad de acceso a la financiación de iniciativas cooperativas y sociales. Suplen la carencia de apoyo por parte de la banca convencional. Coop57 dirige el crédito hacia proyectos con viabilidad social y ambiental lo que, por extensión, da una respuesta eficiente y eficaz a dichos proyectos y facilita su impacto.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>A nivel nacional el proyecto se encuentra en una fase de consolidación, cuenta con 25 millones de euros, y una estructura técnica está formada por 65 personas.</p> <p>En la Comunidad Autónoma de Andalucía está en una fase de expansión (200 personas socias colaboradoras y 49 entidades socias de servicios), el perfil, tanto de entidad socia de servicio, como de persona colaboradora es muy heterogéneo y geográficamente se encuentran en tres provincias andaluzas: Sevilla, Cádiz y Córdoba, percibiéndose un incremento en la provincia de Granada.</p> <p>El aumento en el volumen de personas socias colaboradoras ha llevado a un aumento de las aportaciones económicas, presentándose en la actualidad un exceso de recurso, es decir, se dispone de recursos financieros ociosos, por lo que el proyecto se plantea la necesidad de captar más entidades que necesiten financiación.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>Para COOP57-Andalucía su fórmula jurídica es imprescindible, otra desmerecería los valores que defienden las finanzas éticas y la Economía Social y Solidaria: la democracia y la autogestión.</p> <p>La estructura democrática de su fórmula jurídica, a través de la cual prestan sus servicios y productos, hace posible que todas las personas de sus grupos de interés sean socias de la cooperativa con la consiguiente dosis de información, de democracia, de poder participar en la toma de decisiones, etc... que ello lleva implícito.</p> <p>Es una herramienta financiera desde el cooperativismo y para el cooperativismo.</p> <p>La transparencia que generan los principios cooperativos sobre todo el de estructura, gestión y control democráticos.</p> <p>Facilita a sus miembros la participación en los órganos de decisión y de gestión de Coop57-Andalucía poniendo en práctica la democracia económica.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Da respuesta a las necesidades de financiación no atendidas, o atendidas en condiciones abusivas, por parte del sistema financiero tradicional. ▪ Conserva los puestos de trabajo y apoya la continuidad de entidades (empresas y asociaciones). ▪ Favorecer el funcionamiento de las entidades socias de servicios. ▪ Han creado un espacio para la autogestión financiera y la democratización económica de la Economía Social y Solidaria, mejorando las condiciones financieras, tanto para las y los socios colaboradores, como para las entidades socias de servicios, es decir, mayores intereses para las personas ahorradoras y mejores condiciones de financiación para las empresas y asociaciones. Se constituye como una herramienta para la decisión del uso y condiciones de los recursos

financieros.

- **Flexibilizar la capacidad de negociación del uso de los recursos financieros** por parte de las entidades socias.
- **Mejora las condiciones financieras**, tanto para las y los socios colaboradores, como para las entidades socias de servicios, es decir, mayores intereses para las personas ahorradoras y mejores condiciones de financiación para las empresas y asociaciones.
- Genera una herramienta en forma de **sociedad parabancaria** para generar financiación bajo riesgo controlado entre proyectos y cooperativas sociales, poniendo de manifiesto un valor básico del cooperativismo como es la solidaridad.
- **Apoya a sectores con pocos recursos o escasas vías de conseguir financiación** a través de los canales convencionales, donde el impacto social o ambiental de la actividad no son importantes o donde el alto interés que se cobra por los créditos hace inviable o poco accesible el crédito para entidades vinculadas a lo social.
- Tiene un porcentaje de impagos más bajo que las bancas tradicionales.
- Generar una herramienta en forma de sociedad parabancaria para generar financiación bajo riesgo controlado entre proyectos y cooperativas sociales, poniendo de manifiesto un valor básico del cooperativismo como es la solidaridad.
- Apoyar a sectores con pocos recursos o escasas vías de conseguir financiación a través de los canales convencionales, donde el impacto social o ambiental de la actividad no son importantes o donde el alto interés que se cobra por los créditos hace inviable o poco accesible el crédito para entidades vinculadas a lo social.
- Tener un porcentaje de impagos más bajo que las bancas tradicionales, así como su expansión por España.
- Crear un espacio para la autogestión financiera y la democratización económica de la Economía Social y Solidaria, mejorando las condiciones financieras, tanto para las y los socios colaboradores, como para las entidades socias de servicios, es decir, mayores intereses para las personas ahorradoras y mejores condiciones de financiación para las empresas y asociaciones.

Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...





FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Actividad financiera enfocada hacia el elemento social, una entidad que destina sus recursos económicos en una economía que **desarrolla actividades sociales y solidarias no acumulativas**.

Objeto social centrado en **facilitar el acceso a la financiación**: no priorizan la rentabilidad económica o el reparto de los beneficios, su objetivo se centra en crear una entidad que facilite el acceso a la financiación en las mejores condiciones posibles y que las entidades socias puedan realizar su actividad en buenas condiciones financieras.

Autogestión: otro factor innovador socialmente en el mercado financiero, ya que son las y los destinatarios finales quienes deciden las condiciones de financiación, de manera cercana, no con indicadores económicos, es decir, son las y los socios quienes deciden éstas.

Promoción y difusión de la banca ética: con su labor han favorecido el conocimiento por parte de la ciudadanía de la existencia de una banca ética.

Espacio común para la intercooperación financiera: donde se crean apoyos internos y unas mejores condiciones de financiación, pudiéndose generar un fondo de recursos financieros comunes, creando un modelo de intercooperación financiera en red.

	<p>Basar su modelo de gestión democrática en la integración de las personas ahorradoras, las personas prestamistas y las entidades necesitadas de crédito bajo la misma fórmula jurídica, la sociedad cooperativa.</p> <p>Son las personas y entidades socias las que decidan en qué proyectos, en qué entidades y en qué personas se invierte el dinero de la cooperativa, y en qué condiciones, haciéndose corresponsables del dinero prestado y atendiendo a las necesidades de sus entidades socias.</p> <p>Han demostrado que es posible la vinculación del ahorro a la promoción de la Economía Social y Solidaria en Andalucía, en condiciones que facilitan el acceso al crédito de entidades con fines sociales.</p> <p>Es una cooperativa pionera en España y en Andalucía, aunque la actividad no es nueva, a nivel conceptual, lo que aporta de novedad es su instauración y desarrollo en Andalucía, no existe otra entidad financiera con el mismo objeto social.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Se ve como factible la replicabilidad de este proyecto.</p>
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Como factor histórico, se destaca la existencia y consolidación de un tejido cooperativo fuerte en Cataluña. ▪ Como otro factor determinante, se destaca que su nacimiento, concebido en un ambiente de lucha obrera, le da un determinado carácter con unos valores intrínsecos. ▪ En Andalucía ha sido, y sigue siendo imprescindible, el impulso de las personas que colaboran (trabajo voluntario) en su difusión y en la participación de las comisiones sociales y técnicas, el compromiso de esta ciudadanía participativa es lo que ha facilitado los logros. ▪ No han participado en ningún programa de innovación Social. ▪ No contemplan ninguna formación para la Innovación Social.
<p>DIFICULTADES</p>	<p>La escasa proyección de la cooperativa en Andalucía, falta de conocimiento de su existencia por parte de las entidades de Economía Social y Solidaria de esta comunidad autónoma.</p> <p>Destacan como una debilidad la selección de proyectos que puedan causar posibles impagos del crédito concedido, esto mermaría la capacidad de esta entidad.</p> <p>Captación de capital de personas ahorradoras.</p>

7.5. Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social

“Para ser innovador socialmente uno de los conceptos imprescindibles es el de empoderamiento”

Francisco Molina
Gerente de Ecoqueremos, S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: ECOQUEREMOS, S-COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	
PROYECTO	Ecoqueremos
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad cooperativa Andaluza de Interés Social
SECTOR	EMPLEO
ACTIVIDAD	Producción de Biodiesel a partir de aceites domésticos
PÁGINA WEB	www.ecoqueremos.com
PROVINCIA	Córdoba
	 <p>Ecoqueremos es una cooperativa de trabajo que dispone de la calificación de CEE (Centro Especial de Empleo) e I+E (Innovación y Emprendimiento), en la que el 70% de sus socios trabajadores son personas con discapacidad intelectual.</p> <p>Es una iniciativa de “Queremos”, la primera Asociación Sociocultural Andaluza totalmente integrada y dirigida por personas con discapacidad intelectual.</p> <p>Es un proyecto integral que se propone la inserción socio laboral de personas con riesgo de exclusión, unida a la actuación medioambiental, reciclando un residuo tan contaminante como es el aceite usado a través de la intervención socioeducativa, como estrategia metodológica para generar ecoconciencia.</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integrar socio laboralmente a las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, a través de su actividad de recogida de grasas y aceites comestibles y su valorización y transformación en biodiesel y otros productos.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar una actividad económica “verde”, ecológica, y sostenible económicamente.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integración sociolaboral: de personas con discapacidad intelectual. Dentro de esta línea el objetivo principal es mantener el 70% de las personas de trabajo con discapacidad intelectual o del desarrollo. Este objetivo se consigue a través del desarrollo del empleo con apoyos, empleo integrado en la comunidad de manera normalizada para personas discapacitadas, aportándoles los apoyos necesarios dentro y fuera del lugar de trabajo, a lo largo de su vida laboral, y en condiciones lo más similares posibles a las de las y los demás trabajadores. ▪ Educación: se incorpora la educación como eje fundamental de la estrategia. Es necesario implementar un proceso generador de conciencia para propiciar la recogida de este residuo (aceites y grasa comestible) en nuestro ámbito de actuación. El programa educacional se desarrolla en los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> - Educación formal. Inserto en el programa europeo denominado ECOESCUELAS. Está basada en la colaboración con los procesos educativos de Colegios e Institutos. - Educación no formal. En colaboración con Centros Cívicos, Academias y/o Centros de Formación, posibilitando la impartición de módulos transversales medioambientales y de integración social. - Educación informal. En colaboración con los movimientos vecinales y/o sociales, interviniendo en la organización de coloquios, mesas redondas, y todas las actividades que tengan que ver con el cuidado del medioambiente y la integración social. ▪ Reciclaje: Ecoqueremos cree que la cultura del reciclaje es la única forma de lograr el sostenimiento del medio ambiente y la conservación del planeta. Están comprometidos con el desarrollo de un proceso integral para el reciclaje de un residuo tan contaminante como el aceite vegetal usado, desde su recogida hasta su transformación en Biodiesel y otros. Esta transformación además de poner en valor un recurso ocioso, reporta a la comunidad unos beneficios en términos de ahorro económico y de aumento de la calidad medioambiental. ▪ Desarrollo de nueva actividad: poner en funcionamiento lavaderos para vehículos a domicilio. ▪ Mejorar la recogida de aceites “puerta a

	puerta”.
<p>LA IDEA</p>	<p>ECOQUEREMOS comienzan a través de la asociación “QUEREMOS” y la necesidad de las y los usuarios de trabajar y tener una actividad laboral. Su desarrollo fue apoyado por una colaboración técnica y la implicación de los padres y madres de éstos.</p> <p>Se realizó una fase de investigación de modelos, indagando principalmente en los modelos desarrollados en Cataluña y el País Vasco, adecuándolos a las características locales proyecto.</p> <p>El proyecto fue presentado a la Fundación Cajasur, la cual aportó los recursos necesarios para su financiación y puesta en marcha.</p> <p>Unido a esto, la implicación y compromiso de las y los usuarios han impulsado mucho la visualización y comercialización puerta a puerta.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>El grupo promotor está formado por las personas que formaban parte de la Asociación Queremos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las personas con discapacidad intelectual. - Los padres y madres de estas personas. - Equipo técnico de educadores y educadoras sociales pertenecientes a la Junta Directiva. <p>Son un colectivo de personas organizadas con el objetivo de conseguir la integración socio laboral de personas con diversidad funcional, es decir, destacan su fuerte y evidente implicación social con el proyecto.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundación Cajasur ▪ Fundación La Caixa ▪ Junta de Andalucía ▪ Universidad de Córdoba ▪ Córdoba Social Lab: Centro de innovación social para un grupo de 20 organizaciones de Córdoba impulsado por Fundación Cajasur. ▪ Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA

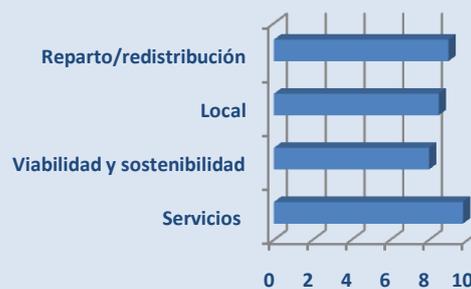
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>Su principal innovación reside en el producto que comercializan, debido a que su producción deriva de un residuo sólido como es el aceite y otras grasas de uso doméstico, poniendo en valor un recurso que antes no se reciclaba.</p> <p>También destacan la innovación estructural, por elegir una fórmula jurídica cooperativa que facilita el empoderamiento de las personas socias y la participación equitativa en la toma de decisiones, todo ello atendiendo a las necesidades sociolaborales de las mismas.</p> <p>Además, en cuanto a la innovación en la organización, destacan la participación del 70% de las personas socias tienen una “diversidad funcional”, haciendo del proyecto empresarial la forma a través de la cual mayores oportunidades de desarrollo personal y profesional a estos colectivos sociales desfavorecidos.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>La principal necesidad social que atiende este proyecto es la inserción sociolaboral de las personas socias de la cooperativa, en este caso diversos funcionales.</p> <p>Asociado a su actividad, también resuelven un problema social, la recogida y el reciclaje de un residuo sólido como es el aceite de uso doméstico, altamente contaminante, hasta ahora desechado y mal gestionado, fabricando un nuevo producto, el biodiesel.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>Este proyecto de innovación social está en una fase de expansión y consolidación, ya que deben alcanzar el 100% de su capacidad de producción para llegar a los objetivos marcados para la sostenibilidad del proyecto. Sin embargo, señalar que esta iniciativa ya está trabajando en la replicabilidad del proyecto en otros municipios.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>Para la cooperativa Ecoqueremos la fórmula jurídica es considerada como una garantía para la creación y mantenimiento de los puestos de trabajo del colectivo del que forman las personas socias de trabajo.</p> <p>La cooperativa garantiza la democratización de la economía, la gobernanza de ésta está en manos de las y los socios de trabajo. El modelo cooperativista crea un empoderamiento económico necesario para este colectivo. Desde ECOQUEREMOS entienden el modelo cooperativo como más justo, que un modelo basado en el capital, ya que las ventajas que facilita el estado (al ser Centro Especial de Empleo) revierten en las y los socios de trabajo, y no en el capital.</p> <p>La fórmula jurídica de cooperativa de interés social permite el empoderamiento económico necesario para estos colectivos a través de la democratización de la economía, es decir, poniendo la gobernanza de la empresa en manos de las personas socias de trabajo. Otra de las ventajas señaladas es la de poder primar las necesidades de sus personas socias, frente a la rentabilidad económica.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sociales: retirada, gestión y depuración privada de un residuo generado por la sociedad. Disminución de la probabilidad de proliferación de microorganismos dañinos para la salud. ▪ Económicos: abaratamiento de la depuración de aguas residuales. Reducción de la degradación y la obstrucción de los sistemas de saneamiento. ▪ Fabricación de biodiesel: se evita el consumo de combustibles fósiles. Sustituyendo una parte del consumo de diesel por el de biodiesel, que es un combustible proveniente de un recurso renovable y que no incrementa el volumen de CO2 existente en nuestra atmósfera, además de que su combustión no produce azufre (evita las emisiones SOx, que producen el llamado efecto invernadero). ▪ Sensibilización y compromiso ambiental: desde el punto de vista

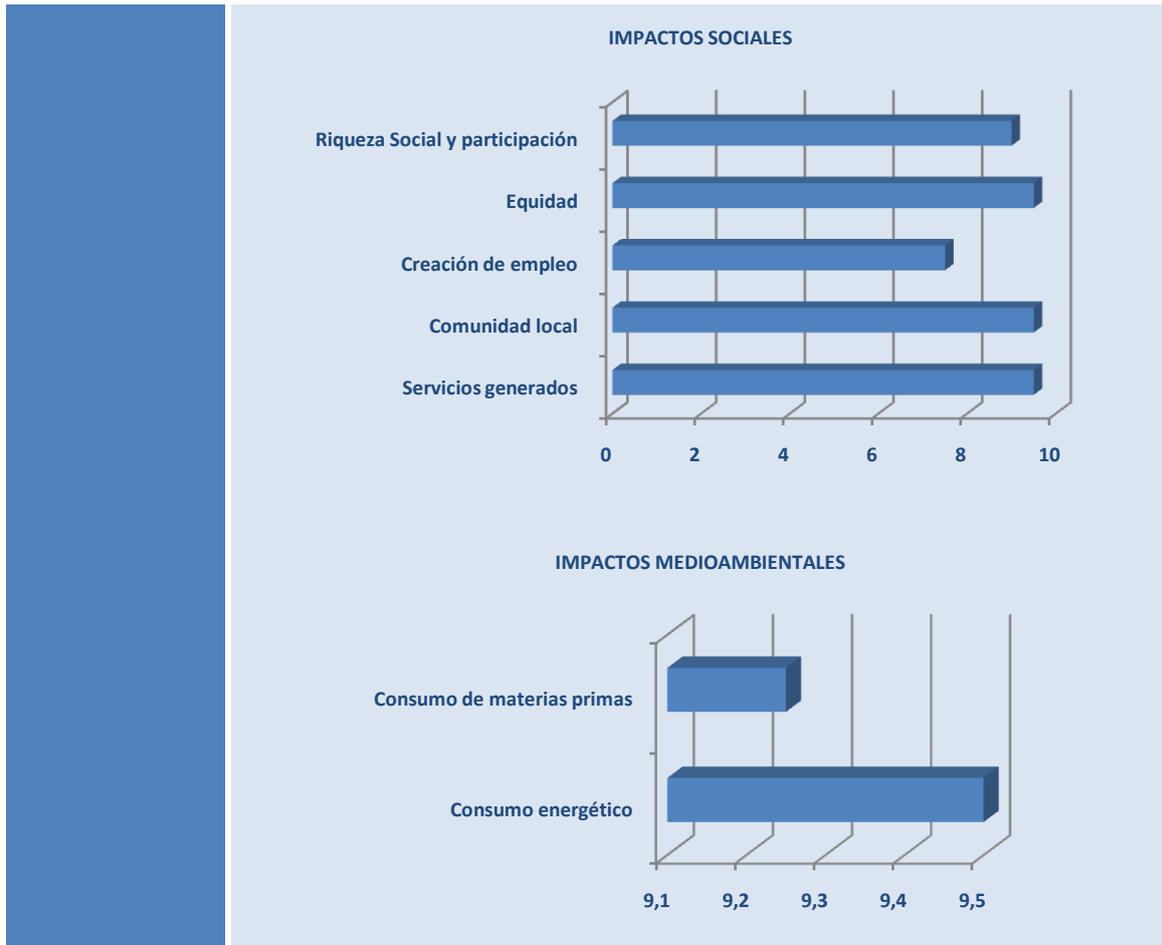
educación se consiguen comportamientos no contaminantes y responsables.

- **Visibilización del empoderamiento de personas discapacitadas:** desde un punto de vista **psicosocial** somos un modelo que anima a personas con discapacidad intelectual a ser autónomas y empoderarse.
- **Autonomía de las personas socias de trabajo:** se implementa un empleo con apoyos, esta metodología va más allá del ámbito laboral ya que se dan apoyos a nivel personal y esto está propiciando el empoderamiento, la autonomía y la integración social.
- Facilitar el acceso al mercado laboral y mantener y consolidar puestos de trabajo de colectivos con especiales dificultades, además de crear una concienciación social y de responsabilidad medioambiental.
- Establecer acuerdos con entidades públicas, un gran avance para la supervivencia del proyecto.
- Empoderar a personas diversas funcionales, aumentando la autonomía de las personas socias de trabajo de la cooperativa.

Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...

IMPACTOS ECONÓMICOS





FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

El proyecto y la actividad económica desarrollada **transforman la forma de “vivir” en la sociedad.**

La participación de las personas es imprescindible. En este caso, la **participación de personas discapacitadas intelectualmente.** Para obtener la calificación de Centro Especial de Empleo al menos el 70% de las y los trabajadores tienen que ser personas con discapacidad, esto unido a la fórmula jurídica de cooperativa hace que los medios de producción y los puestos de trabajo generados recaigan en estas personas discapacitadas.

La **distribución de la riqueza está exenta de ánimo de lucro** y las diferencias salariales entre las personas socias de trabajo no pueden ser superior a 3 veces.

Facilitar el **acceso al mercado laboral y mantener y consolidar puestos de trabajo de colectivos con especiales dificultades,** además de crear una concienciación social y de responsabilidad medioambiental.

Realiza una **actividad sostenible económicamente** y enfocada a **mejorar la calidad de vida** de las personas socias.

Ecoqueremos se encuentra integrada en el marco de la Economía Social Andaluza y comparte y asume la idea y la visión de la Economía del Bien Común, es decir, apuesta por un sistema económico alternativo fundado en la dignidad humana, la solidaridad, la cooperación, la responsabilidad ecológica y la empatía.

Establece acuerdos con entidades públicas, un gran avance para la supervivencia del proyecto.

Empodera a personas diversas funcionales, aumentando la autonomía de las

	personas socias de trabajo de la cooperativa.
REPLICABILIDAD	<p>Este proyecto es altamente replicable, sobre todo en entornos urbanos, que son en los que puede existir una elevada producción de este residuo, asociándolo también a la integración de personas con diversidad funcional.</p> <p>Señalar que la replicabilidad del proyecto debería hacerse a través de la fórmula jurídica de cooperativa de integración social para asegurar la integración de estas personas como socias trabajadoras, facilitando su empoderamiento.</p>
FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Como factor principal se destaca la participación, colaboración e implicación de las personas que han participado en el proyecto, destacando las capacidades de las personas socias de trabajo. ▪ Haber recibido el Premio Obra Social de la Fundación La Caixa a proyectos sociales. ▪ Las ayudas recibidas por la creación de empleo e incorporación de personas socias, de la Junta de Andalucía. ▪ Ser entidad socia de COOP57-Andalucía: formar parte de esta entidad financiera ha hecho posible el objetivo económico de ECOQUEREMOS de ser sostenibles económicamente sin necesidad de ayudas. ▪ La colaboración especial con la Universidad de Córdoba, con la que se ha trabajado el diseño de una planta de transformación de aceite en biodiesel. ▪ No han participado de ninguna formación para la Innovación Social. Quieren destacar su labor de difusión de la Innovación Social, impartiendo talleres experienciales a Educadores Sociales. Además, participan en un espacio de innovación social “Córdoba Social Lab” generando proyectos colaborativos de innovación social, en la actualidad están trabajando el tema de franquicia social. ▪ No han recibido formación para el fomento de la Innovación Social.
DIFICULTADES	<p>Las principales dificultades identificadas en este proyecto tienen que ver con un cambio cultural y social respecto a la necesidad de reciclar los residuos generados por la sociedad.</p> <p>Por un lado, la necesidad de generar mayor confianza entre los consumidores sobre el producto vendido. Y por otro, conseguir la suficiente materia prima, aceite usado para transformarlo.</p>

7.6. Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social

“Yo quiero, el día de mañana, hacer algo para mi familia, para mis amigos, donde podamos compartir experiencias, podamos compartir desavientos, alegrías,.. en un clima cordial y asistidos en nuestra senectud...”

Aurora Moreno González
Socia fundadora de Los Milagros, S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: LOS MILAGROS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL	
PROYECTO	Residencial Santa Clara
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza de Interés Social
SECTOR	VIVIENDA, SALUD Y DEPENDENCIA
ACTIVIDAD	Residencial de personas mayores
PÁGINA WEB	http://losmilagrossca.blogspot.com.es/
PROVINCIA	Málaga
	<p>Los Milagros, S.Coop.And. es la cooperativa de Interés Social que gestiona el Residencial Santa Clara para mayores en Málaga, desde 1991. Este residencial, en régimen de cooperativa, ofrece a las personas que viven en él poder realizar todas las actividades de la vida diaria, ser atendidas de una manera global en todas sus necesidades, recibiendo una excelente calidad de vida, en un lugar autogestionado, donde se compagina la convivencia en grupo (zonas comunes), con la intimidad personal (apartamentos), teniendo la garantía de recibir una atención integral.</p> <p>Constituida por un grupo de 16 personas profesionales liberales y funcionarias (unidas por parentesco y amistad) preocupadas por su futuro, su senectud y por la calidad de vida del mañana, se planteaban una alternativa a los denominados “asilos de ancianos”, promoviendo un futuro de solidaridad, donde compartir la vejez y los gastos, y donde hombres y mujeres se asocien para satisfacer las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales de un segmento de la sociedad que no tendrá acceso a las residencias privadas ni públicas, debido el elevado coste de las mismas.</p> <p>Las instalaciones y su entorno aportan la tranquilidad y el descanso de que todas las necesidades de la vida diaria son cubiertas, además de la satisfacción de haber autogestionado por sí mismos su futuro y con la participación personal que establece en su legislación un régimen de cooperativa.</p> <p>En la actualidad esta cooperativa está formada por 92 personas. Todas ellas son socias aunque no necesariamente vivan allí.</p> <p>El Residencial Santa Clara es un edificio asentado sobre una ladera de los Montes de Málaga, muy cerca del núcleo urbano, que goza del clima mediterráneo que ofrece la Costa del Sol. Está formado por 76 apartamentos, que favorecen la intimidad del propio hogar, y las unidades de asistencia que estarían estructuradas de forma independiente, pero conectadas (Dirección, Administración, Unidad Noche, Habitaciones de enfermos, Rehabilitación, Terapia Ocupacional, Peluquería, Capilla, etc.). Además, debía de contemplar la importancia primordial de tener espacios exteriores para jardines y zonas de recreo en un medio natural y sano.</p> <p>De este modo, el Residencial Santa Clara está constituido de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apartamentos, de 50 m. en uso y disfrute, viviendo con

	<ul style="list-style-type: none"> - comodidad e independencia como en tu propia casa. - Servicios de autobús urbano desde el centro de la ciudad, microbús de 12 plazas, propiedad de la cooperativa y el servicio de taxis públicos. - Servicio de comedor, lavandería y plancha. - Servicios de limpieza y mantenimiento de los apartamentos y de todas las demás zonas del edificio. - Servicios de limpieza y mantenimiento de la finca. Huerto “Ecológico”. - Servicios de jardinería. - Servicios médicos y de gerocultura. - Habitaciones para personal de enfermería. - Servicios de fisioterapia en el gimnasio y en la piscina, peluquería y podología. - Servicios de terapia ocupacional. - Calefacción central, teléfono individual, central telefónica e internet. - Apoyo para la dispensación de cuidados a las personas que lo requieren.
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atender de una manera global todas las necesidades propias de las personas de la tercera edad tales como la vivienda, manutención, servicios médicos, religiosos, culturales, de recreo, etc... a) a cuyo efecto podrá adquirir, parcelar y urbanizar terrenos, construir sobre ellos viviendas adecuadas bien acogiendo a la legislación de viviendas de protección oficial o libre, permaneciendo tales construcciones siempre en propiedad de la cooperativa; b) la edificación, administración y gestión de las viviendas construidas y de sus zonas y servicios comunes necesarios para la atención de los fines expuestos; c) realizar actividades a facilitar la convivencia y propiciar la participación e integración social. <p>Para ello, tienen como objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responder a la demanda social existente sobre centros de acogida de personas mayores. - Compaginar la convivencia en grupo con la intimidad personal y la garantía de recibir atención cuando se necesite. - Hacer realidad una solución válida que sirviese como antecedente y modelo en otros casos. - Constituir equipos de trabajo para poner marcha el Proyecto. - Fomentar la participación de las y los cooperativistas, propiciando que sean personas activas en las tareas diarias.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los Milagros llevan solicitando desde su constitución que la Junta de Andalucía le expida una Autorización Administrativa de Funcionamiento definitiva, acorde con el tipo de establecimiento que están gestionando. <p>Desde la Administración, para poder comenzar las obras del residencial, se calificó al mismo como centro geriátrico, caracterizándolo con una capacidad asistencial máxima adecuada de 114 plazas, de las cuales 111 son consideradas plazas aptas para personas residentes asistidas y 3 aptas para personas residentes válidas. Esto, además de no reflejar la realidad del Residencial Santa Clara, que tiene 111 plazas para personas residentes válidas y 3 plazas para personas residentes</p>

	<p>asistidas, es decir, en este centro viven personas que están capacitadas para realizar todas las actividades de la vida diaria, obliga a la cooperativa a contratar a un personal para el centro que no necesitan y que supone un gasto mensual inasumible por las personas socias.</p> <p>Los Milagros reivindican a la Consejería para la Igualdad, Salud y Políticas Sociales la concesión de la Autorización Administrativa de funcionamiento del centro acogiéndose a la actual legislación y ser incluidos como Otras Alternativas en función de la legislación vigente, Ley 6/1999 del 7 de julio, De Atención y Protección a las Personas Mayores de la Junta de Andalucía, Título II, de Servicios Sociales Especializados, y Artículo 14, Clasificación. Esta lucha reivindicativa serviría además para abrir la posibilidad a que la constitución de otros residenciales para mayores en régimen de cooperativas.</p> <p>Esta calificación abriría la posibilidad a las personas socias de la cooperativa la solicitud de ayudas públicas, tanto Estatales, como Autonómicas, para poder hacer frente económicamente al coste del residencial.</p>
<p>LA IDEA</p>	<p>La idea del Residencial Santa Clara surge en los años 70, cuando Aurora Moreno, socia fundadora de la cooperativa ve la necesidad de buscar una alternativa mejor como contrapartida a los viejos asilos, para cuando ella y sus familiares y amigos y amigas lleguen a la senectud.</p> <p>La idea germen era abrir la posibilidad de autogestionar su futuro, sin tener que depender de las opciones tradicionales. Así, junto con un grupo de amigos y amigas de treinta y pocos años, idean y ponen en marcha un proyecto visionario, bajo la máxima "Autogestiona tu futuro", buscan una solución que fuese una prolongación de su casa, en donde tener una independencia total.</p> <p>La idea era hacer algo distinto, no ya a los antiguamente denominados asilos, sino también diferente a las residencias tradicionales. Esta percepción fue calando profundamente en un pequeño círculo de amigos y amigas y decidieron ponerse manos a la obra. Es decir, construir un futuro de solidaridad, donde asociarse, formando una cooperativa sin fines de lucro, para satisfacer las necesidades de las personas de la tercera edad, respetando su propio estilo de vida y libertad y teniendo en cuenta que muchas de éstas se tendrían que enfrentar a la dificultad de acceder a las residencias públicas y, en muchos casos, también a las privadas, por su elevado coste.</p> <p>Deciden comprar una finca y construir un residencial gestionado por una cooperativa, esta fórmula jurídica les permitía una gestión horizontal del centro, ya que la idea es hacer persona socia a todas aquellas que quieran formar parte del proyecto (mientras no era realidad) o quiera vivir en él (una vez que se puso en funcionamiento). La financiación corrió a cargo de las y los socios realizando aportaciones económicas durante 9 años.</p> <p>El siguiente paso fue constituir Los Milagros, Sociedad Cooperativa Andaluza que en sus inicios fue inscrita como Cooperativa de Consumidores y Usuarios y más tarde se solicitó la calificación de Interés Social, cooperativa sin ánimo de lucro, calificación actual. Esta cooperativa se creó con 16 personas socias.</p> <p>El enclave escogido para la construcción del centro siguió los</p>

	<p>mismos criterios que la idea en sí, tenía que ser un sitio cercano a la ciudad de Málaga y al barrio de la Victoria, en el que se habían criado y vivido la mayoría de las y los socios. Esto facilitaría la visita de familiares, amigos y amigas y del vecindario.</p> <p>El proyecto debía contener los elementos que constituyesen una continuidad de su propio hogar y acuerdan que en la edificación se contemplaran 76 apartamentos formados por una entrada, una pequeña cocina, un salón, el dormitorio, un baño y una amplia terraza; con una superficie de aproximadamente 68 metros cuadrados cada uno.</p>
GRUPO PROMOTOR	<p>El grupo promotor de la cooperativa estaba formado por siete personas, entre personas abogadas, ingenieras de caminos, funcionarias de hacienda y educación y comerciantes, todas ellas con una relación familiar o de amistad. Este grupo será el que conforme el consejo rector de la cooperativa, cuando se crea en el año 1991 con 115 personas socias.</p> <p>El proyecto ambicioso que comenzaba con una idea en común, necesitaba de una fuerte inversión económica de la carecían y en los años 70 comienzan a hacer aportaciones al capital social, que duran hasta un periodo de nueve años, para poder efectuar la compra de los terrenos y la construcción del residencial, que no será hasta 1991.</p> <p>Desde sus comienzos han llevado a cabo una metodología participativa y cooperativa, a través de la planificación de reuniones periódicas, donde la toma de decisiones era horizontal. Y por otro lado, también mantuvieron relaciones individuales, a través de la realización de contactos personales con el fin de difundir la idea. Este sistema de “boca a boca” sigue funcionando a día de hoy.</p> <p>En la actualidad, cuando una persona se interesa por formar parte de la cooperativa se le facilita la entrada y se les permite unos días de prueba, si tienen la intención de formalizar su ingreso deben cumplir como requisitos tener entre 50 y 70 años, gozar de buena salud y hacer una aportación inicial de 60 mil euros. Se valora el estado de salud la persona que ingresa en la cooperativa para poder calcular su contribución.</p> <p>En el Reglamento Régimen Interno de la cooperativa tienen recogido que si en el apartamento viven dos personas y una de ellas está enferma y la otra puede avisar de las cosas que necesita la enferma, ésta puede seguir viviendo en el apartamento. Pero si la persona enferma está sola en el apartamento tiene que alojarse en una de las habitaciones para personas enfermas, se procura no desarraigar a la persona de su apartamento, a estas habitaciones especiales solo se va a dormir, por el día pueden estar en su apartamento porque tiene la asistencia, tratamos con la mayor dignidad a las personas.</p> <p>La evaluación del proyecto, al estar bajo régimen de cooperativa, es constante, es decir, que, dos veces al año, las y los residentes cooperativistas realizan Asambleas Generales donde expresan sus opiniones, preferencias y toman decisiones de forma horizontal con un nivel de participación del 70%, si alguien no puede asistir, se le informa a través del tablón de anuncios, así como las decisiones del Consejo Rector, que tiene sus propias obligaciones y responsabilidades.</p> <p>Cuando una persona no está habilitada para tomar decisiones, se</p>

	<p>anula como socia, pero se abre la posibilidad a las y los familiares para que hagan llegar las sugerencias a través de un buzón.</p> <p>Las familias pueden heredar los títulos, que dan el derecho del uso y disfrute de un apartamento, con éstos si quieren continúan en la cooperativa y si no quieren y es por fallecimiento, con el testamento y al término de un año, se les devuelve el valor de esos títulos (revalorizados con el IPC desde el año 2000). Si una persona socia quiere darse de baja en la cooperativa, tiene que esperar tres años para devolverle el importe de los títulos. Si una persona quiere hacerse socia tiene que dar el valor de los títulos, que son seis, y además una cuota de 9.000€ como derecho adquirido de ser persona socia, importe no reembolsable.</p> <p>En cuanto al grupo promotor de la cooperativa, destacan la previsión del emprendimiento colectivo, en sus inicios eran siete personas con lazos familiares o de amistad, con objeto de poder superar las dificultades futuras, a través de una filosofía de vida y metodología participativa y cooperativa.</p> <p>Destacan también que, en su mayoría, fueran mujeres.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Excelentísimo Ayuntamiento de Málaga. Concediendo la Autorización de Administración de centro de bienestar social para poder autorizar la construcción del residencial. ▪ La Junta de Andalucía. A través de la concesión de una subsidiación de intereses del I.F.A. (Instituto de Fomento Andaluz) y una subvención a fondo perdido de la Consejería de Trabajo e Industria (Dirección General de Cooperativas), esto completó el plan de financiación y permitió la adquisición de mobiliario y equipamiento. ▪ FEDECCON, Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Consumidores y Usuarios, organización sin ánimo de lucro de ámbito regional que representa los intereses de este colectivo. Prestando información, asesoramiento técnico y representación política ante la administración. ▪ HISPACOOOP, Confederación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España que agrupa y coordina a las cooperativas de consumidores de España y las representa ante distintas instituciones y foros nacionales e internacionales. Prestando información, asesoramiento técnico y representación política ante la administración.

<p>FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: LOS MILAGROS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL</p>	
<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La innovación está identificada en la organización y los servicios facilitados. En cuanto a la organización, por suponer una alternativa a lo que actualmente se concibe como geriátrico o residencia de mayores y poner en manos de las personas que residen en el residencial la toma de decisiones, las personas usuarias son las protagonistas de este proyecto.</p> <p>La mutualización de servicios, gestionados a través de la cooperativa, los hace accesibles a las personas socias y usuarias de este proyecto.</p>

<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>La necesidad social que atiende este proyecto es la asistencia a personas mayores cuyos ingresos no les permiten ni por un lado, acogerse a centros públicos subvencionados, ni por otro, a centros privados, debido a su alto coste.</p> <p>Atiende además la reivindicación, por parte de esta población, de poder hacerse responsables de las necesidades de su senectud.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>Proyecto totalmente consolidado, demostrado por sus más de 20 años de funcionamiento. Éste se puso en marcha en 1991, cuando se constituyó la Cooperativa Los Milagros y, a día de hoy, la Residencia Santa Clara sigue funcionando. Este proyecto debe ser considerado como buena práctica por ser susceptible de replicación y facilitar, así, la extensión del Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona, dotando de transferibilidad al proyecto, al mismo tiempo que garantiza su efectividad.</p> <p>La experiencia de Los Milagros puede ser entendida también como una iniciativa integral, ya que implica varios ámbitos de intervención y la coordinación entre todos ellos. Al inicio del proyecto implicó, tanto al ámbito institucional, para la tramitación de permisos y licencias, como la contratación de profesionales de la construcción para construir la propia Residencia. Una vez comenzada la andadura de la Residencia Santa Clara, en la actualidad, implica personal de diversos ámbitos: sociosanitario, cultural, religioso, de administración, de mantenimiento, etc. y la coordinación de todos/as ellas/as.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>La cooperativa les ha permitido tener una fórmula jurídica privada, que les ofrece un marco de libertad económica y de autogestión empresarial, donde las personas socias y no el capital con fines de lucro, son las protagonistas. Facilita la toma de decisiones en común, sin una jerarquía, ni poder de una o unas personas sobre otras, ya que las personas socias de este proyecto querían que fuese un conjunto, un conglomerado de personas las que gestionarán el centro, facilitando la exposición de las opiniones y poniendo límites a los derechos y obligaciones de cada una de ellas.</p> <p>También les proporciona la posibilidad de establecer el régimen de propiedad del proyecto, así, tanto los terrenos, como el centro son propiedad de la cooperativa pero son las y los cooperativistas los que disfrutan de un uso indefinido de la vivienda, a través de un derecho de uso asequible. Como la propiedad de la vivienda siempre recae sobre la cooperativa, impide que se pueda hacer un uso especulativo de ésta.</p> <p>La fórmula jurídica de cooperativa les ha permitido una estructura, gestión y control democrático, para facilitar la participación y la toma de decisiones de manera colectiva. De esta forma también les permite adaptar mejor las expectativas del proyecto a las demandas de sus personas usuarias. Esta fórmula como pone en manos de las personas socias la capacidad de autogestionarse permite el empoderamiento de esta población.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<p>Este Centro Residencial para Mayores se erige como una alternativa viable y sostenible a uno de los mayores problemas a los que se enfrenta la sociedad española, el envejecimiento de su población. El acogimiento del proyecto, tanto a nivel nacional, como internacional, no solo les ha motivado a su continuación, sino que además posibilita el futuro de la clase media cuyo patrimonio les permite el acceso a este tipo de centros de autogestión. Un futuro acorde con las expectativas de estas personas: independencia, libertad y asistencia integral.</p> <p>El coste para las personas socias en concepto de residencia y comunidad se establece en relación al requerimiento de apoyos y necesidades de cada persona. Así, una persona residente que no requiera de ningún tipo de apoyo, paga una cuota de 1.000 euros que incluye todos los servicios: alimentación, limpieza, asistencia</p>

médica, mantenimiento, etc. Esta cuota va incrementándose paulatinamente, en porcentaje, a medida que las personas van requiriendo de apoyos, llegando hasta un máximo incremento del 80% cuando la persona necesita apoyos en todas las actividades del día a día. Por tanto, este coste permite la permanencia, en este tipo de alojamientos, de aquellas personas con un alto requerimiento de apoyos y sin necesidad de poseer grandes fortunas, desmintiendo, así, la extendida opinión contraria.

Los resultados sobre la vida cotidiana y la convivencia en el Residencial Santa Clara son la plena satisfacción de las personas residentes sobre la calidad de vida que permite este tipo de alojamiento. No es difícil escuchar en las conversaciones del día a día la opinión bien extendida acerca de que este modo de vida, y de atención especializada, no podría ser posible en otro tipo de alojamiento y a través de otro tipo de organización. En primer lugar, está la filosofía de vida colectiva y cooperativa, la cual permite que se establezcan relaciones personales de calidad entre iguales; y en segundo lugar, y no menos importante, esta configuración cooperativa, entre otros aspectos, permite que este modo de vida no requiera de un alto coste económico, y esto sólo se consigue a través de la colectivización de espacios, servicios, recursos, decisiones, etc. y mediante la búsqueda de un bien común, en lugar de fines lucrativos propios e individuales. Por tanto, el resultado de este proyecto es la mejora de la calidad de vida en nuestro proceso de envejecimiento.

Respecto a su pertinencia, la experiencia se ajusta al Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona, pues son las propias personas las que inician la andadura del proyecto, y deciden, durante todo el proceso, a través de su participación activa y por sí mismos, cada paso a dar.

En el año 2000 recibe el premio “Arco Iris del Cooperativismo 2000”, como iniciativa pionera en Europa considerada como un modelo de atractivo internacional, lo que, sin duda, confirma su innovación respecto al cambio de modelo de los alojamientos para personas mayores. Al ser las y los cooperativistas sujetos activos durante todo el proceso, queda completamente garantizada la eticidad, a través del cumplimiento del principio de centralidad en la persona. De este modo, la autonomía, la dignidad, los derechos y la toma de decisiones son los protagonistas en todo el proceso.

Empodera a un grupo de personas mayores y las hace protagonistas de su senectud.

Crea una alternativa viable y sostenible para muchas personas mayores de similares características socioeconómicas.

Mejora la calidad de vida de las personas usufructuarias del centro residencial, permitiéndoles el acceso a todo tipo de cuidados necesarios en esa etapa de la vida.

Establece acuerdos con la Administración Pública, llegando incluso a recibir ayudas económicas para el desarrollo del proyecto.

Empoderar a un grupo de personas mayores y hacerlas protagonistas de su senectud.

Crear una alternativa viable y sostenible para muchas personas mayores de similares características socioeconómicas.

Mejorar la calidad de vida de las personas usufructuarias del centro residencial, permitiéndoles el acceso a todo tipo de cuidados necesarios en esa etapa de la vida.

Establecer acuerdos con la Administración Pública, llegando incluso a recibir ayudas económicas para el desarrollo del proyecto.

Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...

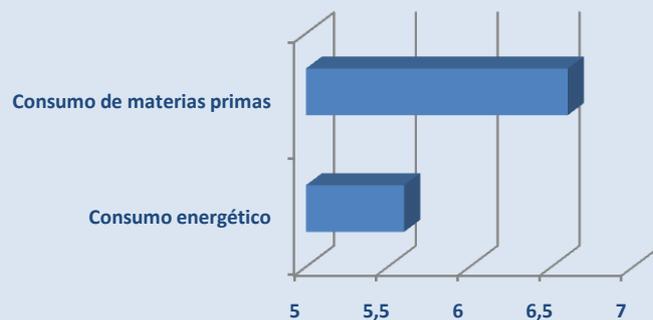
IMPACTOS ECONÓMICOS



IMPACTOS SOCIALES



IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Empoderamiento de las personas de la tercera edad: a través de la autogestión de la jubilación y la vejez, donde la protagonista es la persona de tercera edad.

Pioneros en la creación de un Residencial para Mayores en Régimen de Cooperativa: supone toda una alternativa válida que viene a dar una respuesta eficaz y sostenible a un problema social, el envejecimiento de la población. Es la

	<p>primera iniciativa de este tipo que llega a constituirse como tal.</p> <p>La propiedad del edificio es de la cooperativa: las y los socios de la cooperativa tienen el derecho al uso de los apartamentos pero no son propietarios. La fórmula jurídica les posibilita participar en la toma de decisiones que se hace de una manera conjunta y democrática.</p> <p>Mancomunidad de servicios gerontológicos: el residencial permite a las personas socias tener en su lugar de residencia personal profesional cualificado y especializado en el cuidado de personas de la tercera edad. Cuentan entre otras y otros profesionales con gerocultores, fisioterapeutas, personal de limpieza, personal de vigilancia y mantenimiento, personal de administración y gobernancia.</p> <p>Un residencial para mayores en régimen de cooperativa proporciona las siguientes ventajas: permite el acceso a una vivienda a un precio inferior al de mercado; un uso indefinido en el tiempo, transmitido y heredado de la vivienda; el derecho de uso se obtiene con una entrada inicial (retornable, incluyendo mejoras) y se mantiene con un "alquiler" asequible mensual; la entrada inicial (con posibilidad de financiación) es proporcional a la superficie de la vivienda y a las rentas de las personas; el coste del "derecho de uso" tiene tendencia a la baja, ya que está destinado a retornar la deuda para construir o rehabilitar las viviendas, al mantenimiento y la mejora del edificio, a los gastos comunes y a la cooperación entre las cooperativas y sus usuarios y usuarias; posibilita un diseño participativo y personalizado de las viviendas y espacios comunes; facilita la creación de viviendas con mayor respeto al medio ambiente; se crea con voluntad de duración indefinida y de intercooperación con otras cooperativas para reaplicar el modelo; facilita el mantenimiento de los espacios comunes y de las viviendas, se puede construir sobre un suelo público, sin que la administración pierda su propiedad; permite integrar la iniciativa privada en la creación de un parque de vivienda asequible, indefinido en el tiempo y replicable para la población; como miembros de la cooperativa las personas socias tienen voto en las decisiones de la comunidad; posibilita la financiación mediante banca ética; y potencia el uso de sistemas colectivos y participativos en la gestión de la energía, los alimentos y otras necesidades.</p> <p>El fin último de la cooperativa es dar respuesta a las necesidades de asistencia sociosanitaria a personas que entran en la etapa de la vejez, dotándolas de independencia y dignidad, a través de su empoderamiento, favoreciendo su participación activa, y creando colectividad.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Se considera a este proyecto replicable en otros entornos y con una clase social de similares características, aunque a largo plazo, ya que no es un modelo fácilmente repetible por el alto coste inicial de acometer la construcción de un centro.</p>
<p>FACTORES QUE FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Factor humano, capital relacional: el grupo de personas que han formado y forman parte de la cooperativa son personas cuyo perfil socioeconómico las dota de unas experiencias, conocimientos y aptitudes para la entender y desear participar y vivir en este proyecto, aportando al colectivo su saber hacer. ▪ Factor económico: han recibido por parte de la Administración Pública una subvención para la construcción del centro y una ayuda para el acondicionamiento de las zonas comunes del residencial. Además, el Ayuntamiento de Málaga puso su granito de arena concediendo a esta cooperativa la memoria como obra de bienestar social, fundamental para el desarrollo del proyecto y aceptado por casa todos los partidos políticos de aquel entonces. ▪ No han participado en ningún programa de innovación Social. ▪ No contemplan ninguna formación para la Innovación Social.

DIFICULTADES

La dificultad de integrar a otras personas socias desvinculadas emocionalmente con el proyecto.

La limitación en cuanto a la edad de la persona socia que quiere integrar en la cooperativa, los 70 años, que se establece como requisito de entrada al centro residencial.

7.7. Ediciones Rodio, S.Coop.And.

“Algunos de los trabajadores capitalizaron el desempleo mediante el pago único, otros realizaron aportaciones de capital social en función de sus posibilidades, consiguiendo así el capital necesario para comenzar con el proyecto empresarial”

Marisa Jiménez Chacón

Departamento de Marketing y Comunicación Editorial de Ediciones Rodio, S.Coop.And.

“En nuestro proyecto enfocamos la innovación social en ver cómo dar soluciones y formas para satisfacer las necesidades de nuestros perfil de clientes, que en este caso son personas en situación de desempleo o con la necesidad de mejorar en su actividad profesional y satisfacer esas necesidades a través de nuestros productos”

Manuel Gutiérrez Valdés

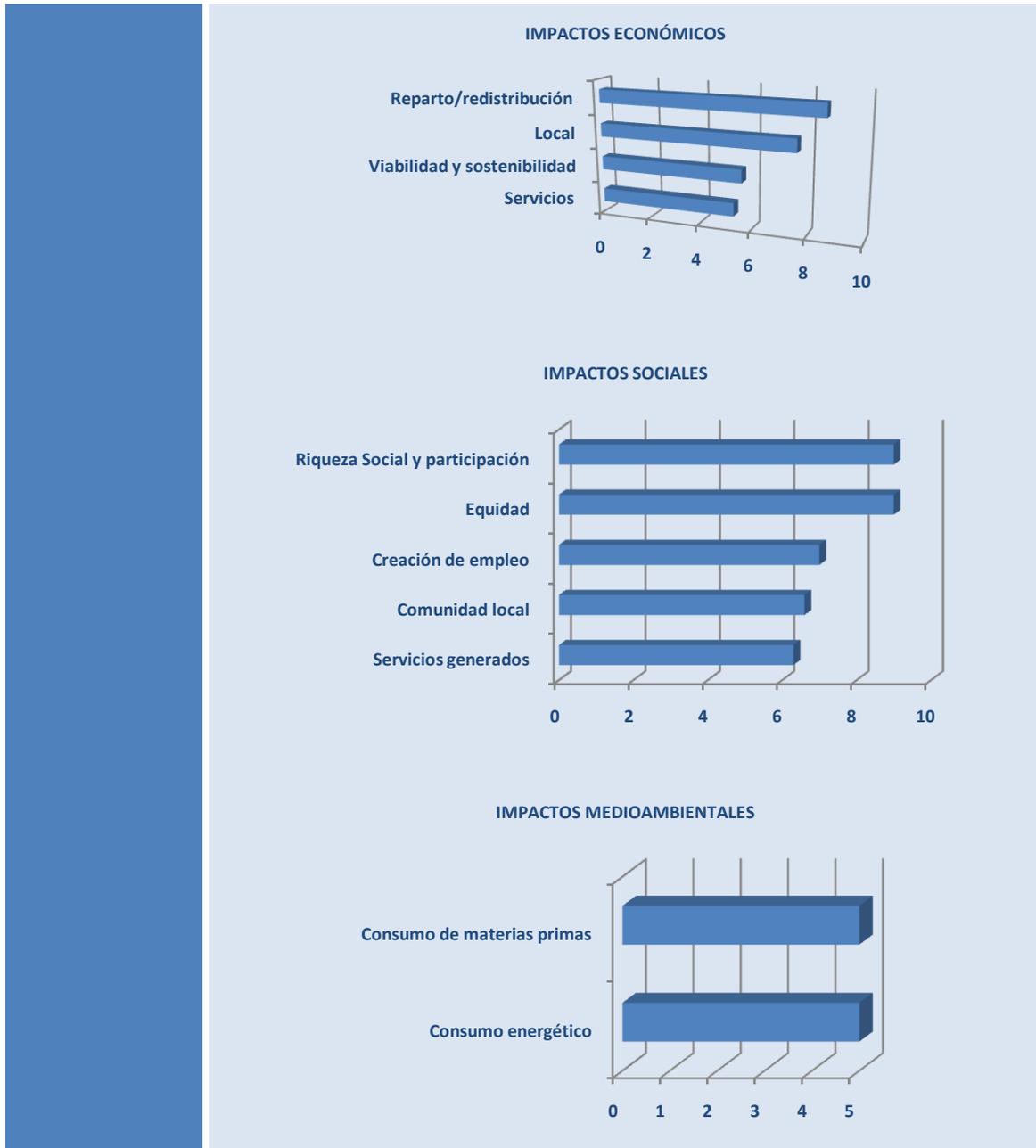
Departamento Financiero de Ediciones Rodio, S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: EDICIONES RODIO, S.COOP.AND.	
PROYECTO	Ediciones Rodio
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza
SECTOR	EDITORIAL
ACTIVIDAD	Servicios Editoriales
PÁGINA WEB	http://www.edicionesrodio.com/
PROVINCIA	Sevilla
	<p>Ediciones Rodio es un proyecto que nace, en el año 2014, de un grupo de personas emprendedoras con más de 20 años de experiencia en el sector editorial. Uniendo a ésta, profesionalidad e ilusión, deciden crear su propia marca editorial.</p> <p>El principal servicio ofertado por Ediciones Rodio es el de ofrecer el mejor contenido editorial para convocatorias de empleo público, formación ocupacional y certificados de profesionalidad, es decir, formación para el empleo, por lo que esta cooperativa entiende que dan cobertura a una</p>

	<p>necesidad social, la integración socio laboral de personas en situación de desempleo. Esta necesidad social no está suficientemente cubierta, ni por el mercado privado, ni por el público.</p> <p>El capital humano que compone Rodio hace que puedan desarrollar un servicio global que se adapta a la realidad formativa y laboral. Son catorce personas socias que provienen de la misma experiencia laboral, que a través de la fórmula cooperativa han recuperado la línea de negocio de la empresa en quiebra de la que proceden y han decidido crear su propia empresa y así generar sus puestos de trabajo.</p> <p>Su filosofía empresarial es la creación de sinergias, bien con otras empresas cooperativas, bien con personas individuales, las catorce personas son trabajadoras en activo de la cooperativa desde su inicio y colaboran para crear nuevos proyectos y enriquecerse con otras personas y compañeras y compañeros.</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unir conocimientos, nuestros recursos económicos y profesionales para crear una empresa cooperativa. ▪ Trabajar en líneas editoriales enfocadas al empleo y la mejora laboral. ▪ Dar cobertura a la necesidad de empleo de las personas, en especial, aquellas personas trabajadoras sin cualificación profesional.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Divulgación y edición de materiales formativos para el empleo: convocatorias públicas, formación continua, certificaciones profesionales y cursos. ▪ Ampliación del catálogo editorial de la cooperativa: el objetivo es tener 200 títulos en un año. ▪ Apostar por la calidad, plus de servicios post venta, contenidos extra, exámenes: todo gratuito para fidelizar a la clientela. ▪ Desarrollar servicios de formación continua: para las personas trabajadoras de la cooperativa.
<p>LA IDEA</p>	<p>Todas y todos los socios de esta cooperativa provienen de una empresa de capital en quiebra (concurso de acreedores).</p> <p>Durante más de un año las personas trabajadoras de esta empresa estuvieron sin cobrar sus sueldos y pusieron en marcha un ERTE, Expediente de Regulación Temporal de Empleo, es decir, una autorización que recibe la empresa para poder suspender temporalmente el contrato de trabajo. En estas condiciones insostenibles, para las personas trabajadoras, surge la idea de pasar la empresa a éstas, así una de ellas, propone a las personas directivas la posibilidad de comprar la empresa. La negativa de la dirección hace que este componente de Rodio se lo</p>

	<p>propongan a muchas personas compañeras que ven enseguida la oportunidad de sostener, regenerar sus puestos de trabajo a través de la creación de su propia empresa.</p> <p>Así es como surge Ediciones Rodio, un proyecto colectivo y profesional que consiste en recuperar una línea de negocio de una empresa en quiebra, la creación de puestos de trabajo perdidos y con el objetivo de desarrollar en mejores condiciones laborales, productos y servicios de calidad, no solamente teniendo en cuenta el beneficio económico, sino la importancia para el empleo de su trabajo.</p> <p>Decir que la empresa de capital en concurso de acreedores de la cual provienen ha sido puesta en marcha y recuperada, bajo el mismo nombre comercial, por las personas directivas que la dirigían, utilizando los activos de los que disponía y con algunas de las personas trabajadoras, que trabajan en precarias condiciones laborales (contractuales y económicas), poniendo en evidencia que la justificación del ERTE no se ajustaba a la realidad.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>Ediciones Rodio está compuesto por un grupo de personas muy heterogéneas, desde el punto de vista profesional, lo cual les ha proporcionado tener cubierta muchas de las áreas principales de la empresa: financiera y contable, informática, comercial, editorial, y marketing y comunicación.</p> <p>En cuanto a la participación, además del Consejo Rector de la cooperativa, que dirige la parte societaria, las decisiones profesionales se toman a través de un consejo editorial que dirige la parte empresarial.</p> <p>Este consejo editorial está elegido por asamblea y formado por una persona de cada área que forma la empresa, haciendo una puesta en común, luego los consejos toman la decisión y se comunican.</p> <p>El consejo editorial se reúne una vez en semana, el consejo rector se reúne en función de las necesidades, ya que están en el proceso de inicio de proyecto y de la cooperativa.</p> <p>Destacan la voluntad de estas personas trabajadoras por cuenta ajena de emprender colectivamente con el objetivo de crear su propio puesto de trabajo, en la misma línea profesional que venían desempeñando en la empresa de capital.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende ▪ Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA ▪ Fundación Innoves ▪ Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo

<p>TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL</p>	<p>La innovación de este proyecto radica en una innovación estructural y de organización, ya que supone la recuperación de una línea de negocio de una empresa en quiebra por parte de las personas que trabajan en ella a través de una sociedad cooperativa.</p>
<p>NECESIDAD SOCIAL</p>	<p>La principal necesidad o problemática social que atiende es el mantenimiento de puestos de trabajo de empresas en quiebra por falta de beneficios económicos y no por falta de viabilidad económica. La recuperación de líneas de negocio viables solucionaría la extinción de muchas empresas, que debido a la crisis, ya no son rentables para el capital.</p> <p>Dan respuesta también, a través de su actividad económica, a la integración socio laboral de personas en situación de desempleo.</p>
<p>FASE DEL PROYECTO</p>	<p>Este proyecto está en una fase incipiente, ya que han comenzado su funcionamiento en el año 2014, su nivel de consolidación es escaso debido a la recién constitución, centran su labor en desarrollar los activos de la empresa y la comercialización de estos.</p>
<p>FÓRMULA JURÍDICA</p>	<p>El modelo empresarial elegido era la única posibilidad para articular esta empresa. Desde Ediciones Rodio destaca que sin esta fórmula jurídica no hubiese sido posible recuperar la línea de negocio, sobre teniendo en cuenta que las personas que conforman la cooperativa huían de fórmulas jurídicas mercantilistas.</p> <p>La elección de cooperativa, ha sido un proceso de búsqueda de una estructura societaria adecuada a lo que iban a hacer, en dicho proceso, han descubierto la existencia e importancia de la Economía Social.</p> <p>Como elementos de funcionamiento del modelo cooperativo destacan la importancia de la intercooperación, facilitar la colaboración entre cooperativas.</p> <p>La participación democrática en la toma de decisiones de las personas socias trabajadoras de la cooperativa, ya que provienen de una empresa en la que las decisiones se regían por la rentabilidad económica.</p> <p>El cooperativismo también les ofrece la posibilidad de funcionar bajo tres principios fundamentales para este colectivo de personas trabajadoras: Igualdad de derechos y obligaciones de las personas socias; y Participación de los socios y socias en la actividad de la cooperativa, así como en los resultados obtenidos en proporción a dicha actividad.</p>
<p>IMPACTOS</p>	<p>En la actualidad y debido al corto recorrido de Ediciones Rodio no han conseguido ningún impacto social, económico y cultural. Decir que tienen el firme propósito de destinar parte de sus beneficios futuros a obras sociales, así en octubre de este año hará una donación de títulos para una asociación de ayuda a personas desempleadas y en riesgo de exclusión social.</p> <p>Mantener los puestos de trabajo de 14 personas profesionales cualificadas.</p> <p>Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...</p>



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Creación de puestos de trabajo y recuperación de línea de negocio: Ediciones Rodio es el resultado de la lucha de catorce personas que se ven abocadas a la pérdida de sus empleos y que ven una salida profesional y laboral en la creación de su propia empresa, utilizando su experiencia laboral para crearla. **Mantiene los puestos de trabajo de 14 personas profesionales cualificadas**, potencia la recuperación de empresas en crisis por parte de las personas trabajadoras, en este caso recuperación de la línea de negocio, lo que puede ser un estímulo para otras empresas en quiebra, que pueden encontrar una solución viable y así mantener los puestos de trabajo.

Satisface una necesidad social: ofrece servicios editoriales a personas en situación de desempleo, facilitando el acceso al mercado laboral mediante la obtención de certificados profesionales.

Empoderamiento de personas trabajadoras sin cualificación: ofreciendo contenido formativo de cara a la consecución de un certificado de profesionalidad o la mejora continua. A través de sus contenidos editoriales también mejoran las

	condiciones laborales de estas personas.
REPLICABILIDAD	La recuperación de líneas de negocio, como en este caso, es altamente replicable y adaptable a otras actividades económicas y otros entornos socioculturales, atendiendo a que se trate de empresas rentables económicamente, pero no lo suficiente como para que una empresa de capital continúe la actividad.
FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES	<ul style="list-style-type: none">▪ Valores cooperativos: la convicción de estas personas de que a través de la cooperación y la ayuda mutua podrían crear sus propios puestos de trabajo y la creación de su propia empresa.▪ Apoyo institucional: para la recuperación de esta Línea de Negocio han tenido un especial e importante papel, tanto la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA, como la Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende, a través de sus CADE, en concreto el de Sevilla “Estrategias”.▪ No han recibido formación en este sentido.▪ No han recibido formación para el fomento de la Innovación Social.
DIFICULTADES	<p>La crisis y transformación del sector editorial, a la que la cooperativa deberá adaptarse.</p> <p>Y la falta de financiación pública para crear empleo público y formación para el empleo.</p>

7.8. Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. de Integración Económica

“Para mí la Innovación Social son nuevas arquitecturas de relación social, nuevos procesos y maneras de que la ciudadanía se organice para satisfacer sus necesidades, siempre que le den más énfasis a lo importante y no tanto a lo más rentable, eso es la Innovación Social, una forma de buscar modelos más eficaces y eficientes para dar respuesta a las necesidades más importantes de la ciudadanía. Todo lo que esté en esa línea.”

David Pino Merlo
Secretario Corporación Piñandalucía, S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: CORPORACIÓN PIÑANDALUCÍA, S.COOP.AND. DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA	
PROYECTO	Corporación Piñandalucía
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad cooperativa Andaluza de Integración económica
SECTOR	MEDIOAMBIENTE
ACTIVIDAD	Recolección, transformación y distribución del Piñón del Pino Piñonero
PÁGINA WEB	NO DISPONIBLE
PROVINCIA	Córdoba
	<p>Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. se constituye en el año 2010 con el impulso de la Dirección General de Gestión del Medio Natural de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (CMAOT), con implicación de AMAYA , Agencia de Medio Ambiente y Agua, y la mediación y apoyo metodológico del CADE SEVILLA.</p> <p>Es una plataforma empresarial innovadora (abierta a todos los actores sectoriales que compartan los mismos objetivos) para el desarrollo de la piña y el piñón andaluz y favorecer, en virtud del gran potencial productivo del pinar de la región, el desarrollo de zonas rurales y forestales, en línea con la estrategia definida por la administración pública. Su actividad económica es la recoger y transformar fundamentalmente el piñón del Pino Piñonero. Es un proyecto de desarrollo territorial que entronca con las buenas políticas económicas andaluzas, que está en línea con la estrategia europea y que ha logrado integrar a dos empresas transformadoras en un proyecto común para el liderazgo.</p> <p>Así, está formada por dos entidades socias Coforest, S.Coop.And. y Santiago Perea, S.L. Coforest a su vez integra, como entidad asociada, a la Agencia de Medio Ambiente y Agua.</p> <p>Corporación Piñandalucía está calificada como Sociedad Cooperativa Andaluza de Integración Económica, aquella que agrupa a cooperativas y a entidades o personas jurídicas, públicas o privadas, para el cumplimiento y desarrollo de fines económicos comunes. Pero con la aprobación del nuevo Reglamento de Sociedades Cooperativas Andaluzas se transformará en una cooperativa de segundo grado de servicios públicos.</p>

	<p>Aquella entidad que da respuesta a unos servicios básicos públicos en el que siempre tienen que haber una entidad pública y que esa entidad puede tener hasta el 51% de los votos y, que con la ciudadanía, otras cooperativas u otras empresas, dan respuesta a necesidades prioritarias de la ciudadanía.</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar un mayor valor añadido a la piña y al piñón andaluz, tanto de origen público, como privado, que revierta en la región de la comunidad autónoma. ▪ Colaborar en la regularización y normalización del sector de la piña y el piñón en Andalucía. ▪ Ser interlocutor del sector de la piña y el piñón en Andalucía para alcanzar los acuerdos que sean necesarios con el sector público y privado, en todos aquellos aspectos que le afecten. ▪ Colaborar en la obtención de ayudas para el pinar productivo que permita la realización de las labores forestales y técnicas de producción y gestión respetuosas con el medio ambiente. ▪ Asegurar un volumen de producción suficiente de piña y piñón andaluz que permita atender la demanda del mercado a precios competitivos. ▪ Reducir la incertidumbre de los mercados mediante la no dispersión de la oferta lo que permitirá que sean los propios productores quienes tomen las decisiones sobre el destino final de su producción. ▪ Fomentar la calidad del producto atendiendo a criterios ecológicos y de trazabilidad. ▪ Conservar, tipificar, transformar, manipular, transportar, comercializar, y distribuir la producción adscrita a la cooperativa.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<p>Liderar un proceso de vertebración y creación de un sector: a través de esta experiencia piloto se quiere marcar la estrategia fundamental para crear el macro sector de puesta en valor de los recursos naturales en Andalucía, que tienen unas potencialidades únicas en el mundo y que están infrutilizadas y es una revolución pendiente.</p> <p>Se busca el establecimiento de una regulación normativa, una estructura económica y logística, así como una interlocución estable y adecuada.</p>
<p>LA IDEA</p>	<p>La idea nace de convertir una amenaza y un conflicto en una oportunidad. En el año 2010, Coforest, S.Coop.And. y Santiago Perea, S.L. son las únicas empresa que forma parte de una industria de la recogida y transformación de la piña del pino piñonero en Andalucía. La primera</p>

empresa, con 15 años de experiencia y un bagaje de alianza público privada (AMAYA, antigua EGMASA forma parte de esta empresa) y la segunda, una empresa privada con una tradición de más de 100 años que transforma el piñón en blanco, es decir, desde la recogida de la piña hasta la comercialización, con denominación de origen y una marca en ecológico de Bollullos Par del Condado, Huelva. Estas dos empresas entran en conflicto por un problema que llevan arrastrando durante muchos años, competir por la materia prima, que en muchas ocasiones o se la adjudicaban a través de concurso público a empresas de otras regiones o países, o bien se robaba y no se podía acceder a ella. Además, entraba en conflicto un tercer agente, los ayuntamientos a los que pertenecen los montes públicos que veían como un recurso de sus municipios se transformaban y comercializaban fuera de su territorio.

La Junta de Andalucía busca una persona mediadora para el conflicto y asignan el caso al responsable técnico del CADE de Sevilla "Estrategias", que lo que hace es ver cómo estas dos empresa pueden cooperar en vez de seguir compitiendo, es aquí cuando surge la Corporación Piñandalucía, como estrategia, como metodología de trabajo sistémica, que a través de elementos de intercooperación ponen la mirada en lo que realmente es el problema, que es la estabilización de la materia prima por parte de quiénes tienen la responsabilidad de la gestión, y que estableciendo criterios estables regulen el sector evitando que el producto salga de la región y se pongan medidas para eliminar el robo de esta materia prima.

GRUPO PROMOTOR

Los promotores de este proyecto son dos empresas y una agencia pública:

Santiago Perea, S.L.; empresa familiar con más de 100 años de tradición dedicada a la recogida, transformación y comercialización de piñones ecológicos. Es la única empresa elaboradora de piñón blanco en Andalucía y la primera española de producción ecológica. Tiene su sede en Bollullos Par del Condado, Huelva.

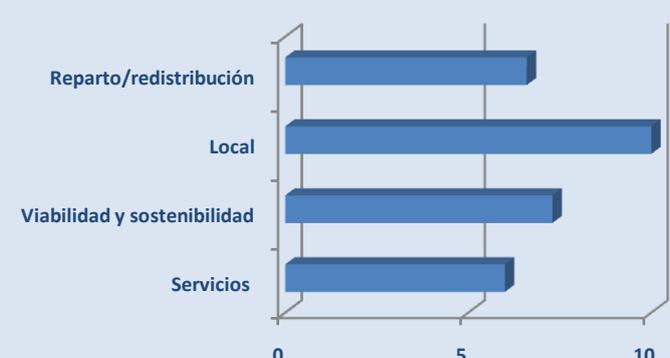
Coforest, S.Coop.And.; modelo de cooperación pública y privada para el desarrollo empresarial. Es una cooperativa andaluza recolectora y transformadora de la piña y comercializadora del piñón, ubicada en plena Sierra Morena, en Villaviciosa de Córdoba.

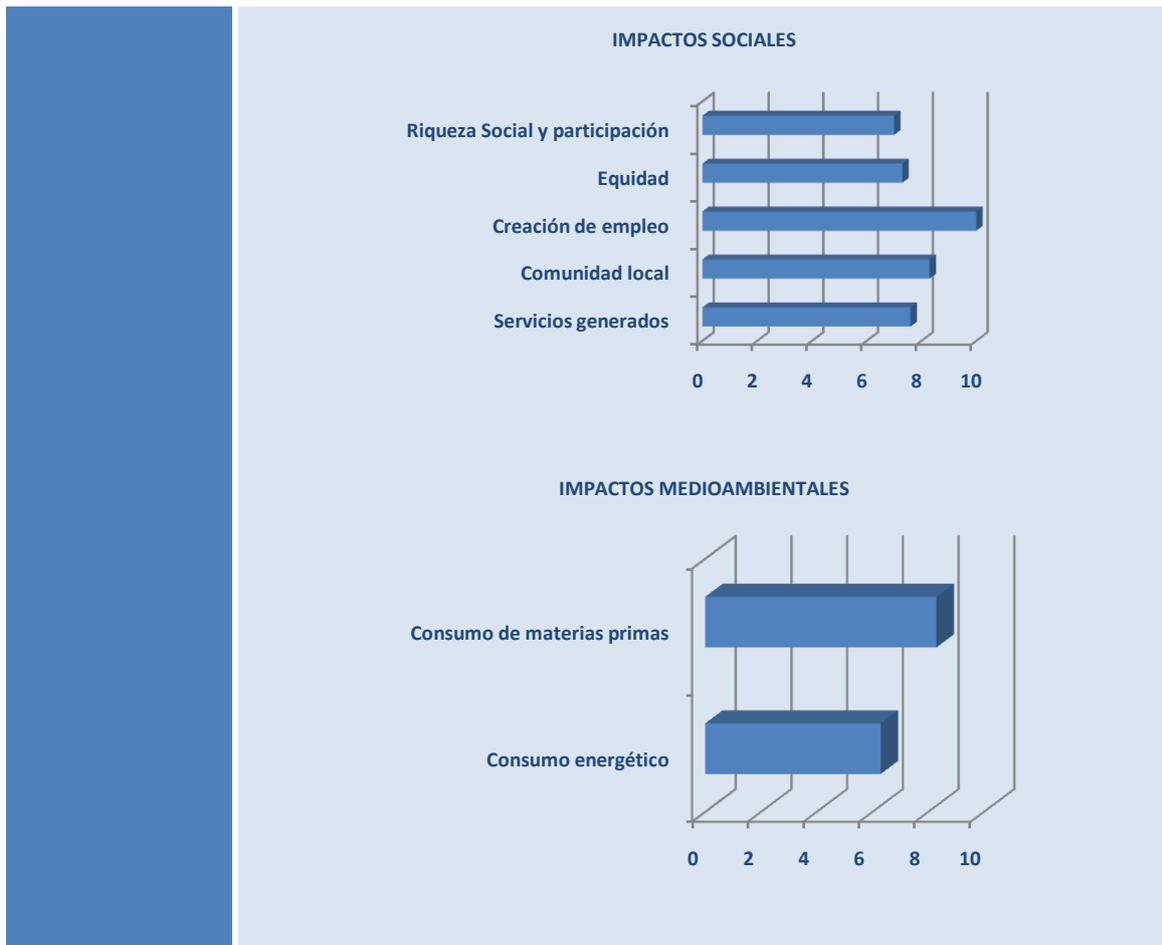
Agencia de Medio Ambiente y Agua; AMAYA es la herramienta en el territorio de la Junta de Andalucía para poner en valor, controlar y gestionar las fincas y montes de propiedad pública. Su papel es fundamental en la corporación porque está implantada en todo el territorio andaluz, por su conocimiento del territorio y por los medios de los que dispone.

Del grupo promotor destacar la voluntad público-privada de solventar los problemas asociados a la explotación de los recursos naturales de los montes públicos de Andalucía, de una manera que resulte sostenible para ambas partes y redunde en beneficio de las zonas rurales en las que se sitúan dichos montes.

COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En la actualidad se están incorporando empresas de cada uno de los sectores de actividad relacionados con los recursos naturales de los montes públicos. ▪ También se pretende integrar, en la Corporación Piñandalucía, a todos aquellos Ayuntamientos cuyos términos municipales están dentro de las fincas y montes públicos incluidos en el Sistema Esnatura. Su implicación es de fundamental importancia. <p>Para facilitar la participación de todas las entidades y empresas implicadas se ha creado un foro para recoger todas las opiniones y elaborar un Plan Estratégico. Pero entienden que la mejor manera de participar es la propia ejecución y participación en la actividad económica.</p>
---------------	---

FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: CORPORACIÓN PIÑANDALUCÍA, S.COOP.AND. DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA	
TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL	La innovación de este proyecto radica, tanto en la organización , como en la estructura utilizada para gestionar en colaboración público-privada la explotación de los recursos naturales de los montes públicos.
NECESIDAD SOCIAL	<p>La problemática social a la que da respuesta este proyecto es la falta de regulación en la explotación de los montes públicos, a través de la satisfacción de la necesidad de las zonas rurales de generar riqueza en base a los recursos naturales propios, revitalizando dichas zonas, generando empleo local, y garantizando la sostenibilidad ambiental del monte y socioeconómica de la zona.</p> <p>También atiende a una problemática social, el espolio de los recursos naturales de los montes públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía por parte de personas y empresas que no son los receptores de la concesión de explotación de los mismos. Además de que impide la salida de estos recursos a otros países o regiones que los transforman, manufacturan y distribuyen generando la riqueza económica fuera de nuestra región.</p>
FASE DEL PROYECTO	<p>El proyecto está consolidado, aunque se encuentre en un proceso de evaluación, en un momento de renovación del proyecto, ya que cumplidos los cuatro primeros años de gestión público-privada habrá que evaluar la pertinencia de continuar con esta relación y/o ampliarla en otros sectores de producción.</p> <p>En la actualidad se cumplen cuatro años del Acuerdo Pinea, lo que se está planteando es una alianza entre la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empresa, a través de la Dirección General de Economía Social y la Consejería de Medio Ambiente y crear el Sistema Esnatura. Este sistema tiene en marcha dos experiencias piloto, una para regular el sector de la piña de forma transversal en toda Andalucía, Corporación Piñandalucía, y otra para gestionar sistemáticamente una finca local de manera que se obtenga el máximo rendimiento y aprovechamiento de sus recursos a través de las y los actores territoriales y locales públicos y privados.</p>
FÓRMULA JURÍDICA	La fórmula jurídica de sociedad cooperativa es la fórmula ideal para articular los elementos de democracia necesarios para poder llevar a cabo este proyecto. La cooperativa hace énfasis en lo importante y no solo en lo rentable, por lo tanto facilitó y facilita la cooperación público privada, así como su participación en la empresa.

	<p>Para este proyecto la fórmula jurídica es el reflejo de su filosofía, ya que permite la diversidad de las y los actores que participan en la cooperativa, es más flexible, tiene más protección legal, es más transparente para gestionar de lo público y está arraigada a lo local.</p> <p>La fórmula jurídica elegida para darle forma a este proyecto permite la participación directa de todos los grupos de interés, tanto privados, como públicos, facilitando un mayor equilibrio en la toma de decisiones, ya que es más cercana a las necesidades del sector de productivo que gestiona.</p>										
<p>IMPACTOS</p>	<p>Cambio de discurso y de mirada: a través de este proyecto de innovación social, se pone el acento en los territorios rurales, como protagonistas de su desarrollo, en los recursos de los que dispone una población rural, sus montes y bosques, y en la Economía Social, como herramienta de desarrollo local sostenible y equitativa en la redistribución de la riqueza.</p> <p>Menor degradación ambiental: en aquellas zonas donde se actuado. Frenar la degradación ambiental de los montes públicos en los que se ha actuado.</p> <p>Creación de empleo: creación de cinco empresas de Economía Social lideradas por jóvenes del municipio de Villaviciosa de Córdoba y aumento en el número de jornales.</p> <p>Intangibles: impactos emocionales, expectativas de futuro, nuevas inversiones, nuevas formas de relacionarse, nuevas formas de entender las relaciones políticas y la administración, cambio de la propia estructura de la administración, propuestas normativas distintas y agilidad normativa, etc...</p> <p>Desarrolla socioeconómicamente zonas rurales a través de la explotación sostenible de los recursos naturales de los montes públicos de Andalucía.</p> <p>Genera empleo e impacto social basado en el apego de la población a sus montes, muchas de las veces el único recurso de estas comunidades.</p> <p>Desarrollar socioeconómicamente zonas rurales a través de la explotación sostenible de los recursos naturales de los montes públicos de Andalucía.</p> <p>Generar empleo e impacto social basado en el apego de la población a sus montes, muchas de las veces el único recurso de estas comunidades.</p> <p>Frenar la degradación ambiental de los montes públicos en los que se ha actuado.</p> <p style="text-align: center;">Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...</p> <div style="text-align: center;"> <p>IMPACTOS ECONÓMICOS</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Impacto (Escala 0-10)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Local</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Viabilidad y sostenibilidad</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Reparto/redistribución</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Servicios</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Categoría	Impacto (Escala 0-10)	Local	10	Viabilidad y sostenibilidad	8	Reparto/redistribución	7	Servicios	6
Categoría	Impacto (Escala 0-10)										
Local	10										
Viabilidad y sostenibilidad	8										
Reparto/redistribución	7										
Servicios	6										



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Creación e impulso del Sistema Esnaturra: liderada por Corporación Piñandalucía, es un sistema permanente para la puesta en valor de los recursos naturales en montes públicos andaluces, desde un enfoque de desarrollo local y articulado desde la Economía Social. Forman parte también la Agencia del Medio Ambiente y el Agua, AMAYA, dos ayuntamientos de la provincia de Córdoba, Villaviciosa de Córdoba y Villanueva de Córdoba y uno de la provincia de Granada, Espiel, y CEPES-A, la Confederación de Entidades para la Economía Social. El inicio de este sistema es la experiencia piloto del recurso de la piña, pero la intención es integrar otros como el corcho, las setas, la madera, etc...Se prevé integrar a otras instituciones y entidades públicas y privadas, así como empresas pertenecientes a estas actividades económicas.

Liderazgo de la Administración Pública: uno de los objetivos del Sistema Esnaturra es dotar a la administración pública, propietaria de los montes públicos andaluces, de las herramientas y metodologías necesarias para que lideren el sistema de aprovechamiento de los recursos naturales de los montes públicos, es decir, que lideren una futura Corporación Cooperativa Forestal. Esta corporación debe integrar a todos y todas las entidades andaluzas del sector forestal, tanto privadas, como públicas.

Acuerdo Pinea: propuesto por Corporación Piñandalucía, es el acuerdo que regula el control por parte de la administración pública, gestor de los montes públicos andaluces, de las materias primas procedentes de los mismos, en este caso la piña del Pino Piñonero. En la actualidad la administración pública andaluza es la propietaria del 80% de la producción, hasta ahora esta piña o bien es licitada y sacada a concurso público, en la mayoría de las ocasiones las empresas que acceden de esta manera a la piña suelen ser empresas o fuera de la región o internacionales y en muchos casos la piña es robada de los montes. Con este acuerdo se ha conseguido la concesión de esta materia prima pública a Corporación Piñandalucía, por un periodo de cuatro años, con el compromiso de realizar

	<p>inversiones en procesos de industrialización para procesar y transformar el piñón en Andalucía. Una vez comercializado este producto el 50% de los beneficios conseguidos serán para la administración pública, el otro 50% para las empresas explotadoras. Esto hace que todas las entidades involucradas se hagan responsables de este recurso público.</p> <p>Generación de una industria agroalimentaria de los recursos forestales: desde un enfoque integral e integrado, se trabaja por la creación de una estrategia que cambie las relaciones entre la administración y las empresas locales. Se trata de apostar por los territorios rurales y desarrollo local y que sean las empresas locales a través de criterios de sostenibilidad y herramientas de innovación social las que generen un proceso de industrialización del mundo forestal como el que se vivió en Almería, aprendiendo de los aciertos y los errores, a través de las nuevas tendencias del cooperativismo, como las cooperativas de servicios públicos, los grupos cooperativos, las cooperativas de segundo grado, las de impulso empresarial, las mixtas e incorporando pequeñas empresas y empresas familiares.</p> <p>Han conseguido la interlocución directa de la Administración Pública con las entidades recolectoras de los recursos naturales, participando en un plano de igualdad en la toma de decisiones que facilita la adopción de acuerdos más equilibrados, más sostenibles y más eficaces.</p> <p>Genera riqueza en zonas rurales a través de la implicación de todas y todos los actores de la actividad económica.</p> <p>Simboliza una colaboración público privada perfecta para gestionar recursos públicos que pueden tener una explotación económica para favorecer el desarrollo de las zonas rurales.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Sí a la replicabilidad de esta fórmula de colaboración público-privada, con el único requisito de que haya un recurso público susceptible de conservar y que sea posible explotarlo económicamente de forma sostenible, es decir, que genere riqueza para las zonas rurales en las que se genere ese recurso.</p>
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<p>No han participado en ninguna programa de innovación social, pero durante todo este proceso de creación de Corporación Piñandalucía se ha implicado a todas las personas líderes que formaban parte de alguna u otra manera, informándoles y permitiéndoles participar en todas las tomas de decisiones.</p> <p>No han recibido formación para el fomento de la Innovación Social.</p>
<p>DIFICULTADES</p>	<p>En la actualidad la dificultad más acuciante que establecen es la no renovación de la alianza público-privada que dé continuidad a este proyecto. Además, señalan también la no viabilidad de los proyectos pilotos puestos en marcha.</p>

7.9. SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial

“Sin periodista, no hay periodismo y sin periodismo, no hay democracia”

SBP-CA, S.Coop.And., de Impulso Empresarial

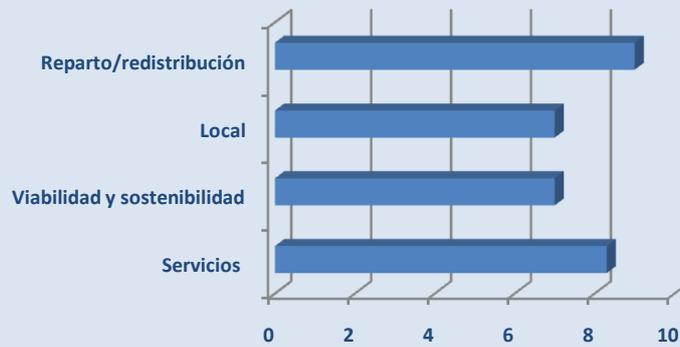
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: SBP-CA, S.COOP.AND. DE IMPULSO EMPRESARIAL	
PROYECTO	Se buscan periodistas-Comunicadores Asociados
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza de Impulso Empresarial
SECTOR	EMPLEO
ACTIVIDAD	Mutualización de servicios para profesionales del periodismo
PÁGINA WEB	http://sebuscanperiodistas.com/
PROVINCIA	Sevilla
	<p>SBP-CA es la iniciativa de un grupo de profesionales de trabajar para mejorar la situación laboral del sector, y recuperar el prestigio y la credibilidad de los medios informativos ante la opinión pública.</p> <p>Para conseguirlo, se ha constituido una asociación que derivará en varios proyectos de cooperativas. Una de ellas es lo que se conoce como Cooperativa de Impulso Empresarial. Una novedad en el ámbito del cooperativismo andaluz porque permite combinar los principios de la Cooperativa de Trabajo con la de la Cooperativa de Servicios (con arreglo a los principios y disposiciones de la Ley 14/2011 de 13 de diciembre de Sociedades Cooperativas Andaluzas).</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomentar la iniciativa emprendedora de sus asociados: la cooperativa ofrece orientación profesional, la provisión de habilidades empresariales precisas para el desarrollo de cada una de sus actividades y la tutorización de dichas actividades en los primeros años de su ejercicio. ▪ Prestar de servicios mancomunados: para que las personas socias puedan desempeñar regularmente su actividad profesional. Entre otros servicios: intermediación para facturar; conversión de las facturas en nómina; pasar de ser persona trabajadora por cuenta propia para ser contratada por la cooperativa; ser persona socia de la cooperativa.
LÍNEAS DE ACTUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de un Grupo Cooperativo: con la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas SBP-CA quieren dar un paso más hacia la constitución de una nueva fórmula jurídica el Grupo cooperativo, que aglutine a la cooperativa de impulso empresarial, la asociación y a todas aquellas entidades y empresas de Economía Social que quieran formar parte del mismo.
LA IDEA	La independencia, la honestidad, la credibilidad o el compromiso social, son las premisas que impulsaron e impulsan al movimiento de Se Buscan Periodistas-Comunicadores Asociados a promover el renacimiento de la profesión de periodista.

	<p>La profesión de periodista es el compromiso de buscar la verdad y abarcar la realidad, el olvido de este anhelo es lo que ha llevado al periodismo a la situación de descrédito, irrelevancia, sumisión y precariedad laboral en la que se encuentra en la actualidad. Esta situación ha llevado a las y los integrantes de SBP-CA para recuperar ese compromiso con el derecho de la ciudadanía a la información.</p> <p>Para ello crean la cooperativa de impulso empresarial, para que sus integrantes se comprometan a seguir un Modelo de Periodismo hecho para la ciudadanía y con la ciudadanía. Desde SBP-CA son conscientes de que las y los periodistas son responsables frente a los lobby de los medios de comunicación y el público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. Su fin último recuperar y extender el periodismo de calidad.</p> <p>SBP-CA Impulso Empresarial, S.Coop.And. se constituye en el año 2013 y es una de las primeras herramientas que ha creado la Asociación del mismo nombre para poder desarrollar la actividad profesional con las garantías que da una empresa, tanto a las personas trabajadoras, como a la clientela.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>El grupo promotor estaba formado por cinco personas periodistas “excluidas” de los medios de comunicación en los que trabajaban. La crisis económica, la crisis del sector y la edad de estas personas fueron los desencadenantes de la pérdida de sus puestos de trabajo.</p> <p>La idea inicial de éstas era crear un medio de comunicación digital como medio para autoemplearse, pero con motivo de la elaboración de un manifiesto, a favor de la profesión y como llamamiento de otras personas que estuviesen en la misma situación, que lanzaron a través de Facebook y firmado por José Bejarano, se transformó la idea en un movimiento social.</p> <p>A partir de aquí surge la asociación y más tarde la cooperativa, que llevan el mismo nombre que el Manifiesto “Se buscan Periodistas” y se pone de manifiesto la necesidad de reconvertir el sector del periodismo y la comunicación a través de la Economía Social, a través de lo colectivo. Así, buscan fórmulas jurídicas que les permitan tener una estructura fractal y poder así replicarse por todo el territorio y que cada grupo motor que surja pueda representar los mismos objetivos. Su principal premisa de gestión de lo colectivo es no solicitar, ni recibir ayudas públicas y/o privadas.</p> <p>Durante su primer año, los miembros de SBP-CA redactaron un modelo de periodismo, para que sirviera como referencia para las y los profesionales de la comunicación y el periodismo.</p> <p>Destacar del grupo promotor de esta iniciativa su esfuerzo por mantener la dignidad de una profesión y los puestos de trabajo, que lo hagan de manera cooperativa, uniendo a estas y estos profesionales, y que la finalidad sea hacer periodismo ético.</p>
<p>COLABORADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundación Pública Andaluza, Red Andalucía Emprende ▪ Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado, FAECTA

FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: SBP-CA, S.COOP.AND. DE IMPULSO EMPRESARIAL	
TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL	Las innovaciones de este proyecto de innovación social apuntan a su organización , su estructura y sus servicios , pues desarrollan la actividad periodística a través de una estructura democrática, como es una cooperativa; organizada, gestionada y controlada por cada una de las personas socias de la misma; prestando a su vez servicios de asesoramiento técnico mancomunados a las y los integrantes de la cooperativa.
NECESIDAD SOCIAL	Atiende a una problemática social concreta, la limitación de la libertad de prensa y expresión , unida a la precariedad laboral de las y los periodistas . Da una respuesta muy coherente a dicha situación, atendiendo las necesidades de las y los periodistas y promoviendo un cambio social, crear una masa de profesionales, periodistas independientes, capaces de gestionar sus propios medios de comunicación ofreciendo a la sociedad un canal de información alternativo.
FASE DEL PROYECTO	Este proyecto se encuentra en una fase de inicio, con tan solo un año de constitución de la cooperativa, aunque previamente habían funcionado como asociación. Su nivel de consolidación es escaso, a pesar del número de personas socias en tan solo un año de constitución, queda mucho recorrido hasta alcanzar la estabilidad. SBP-CA considera que está en una situación “altamente complicada”, ya que llevan tres años en la asociación y un año con la cooperativa y de las cinco personas promotoras en la actualidad solamente queda una. Como contrapartida ya son 125 personas asociadas en todo el estado, donde el 50% son andaluces y andaluzas.
FÓRMULA JURÍDICA	Desde SBP-CA consideran que el proyecto sería “inviabile” e “impensable” si no estuvieran dentro del cooperativismo, destacan que para resolver un problema colectivo es necesario darle una respuesta o solución colectiva. Para resolver los problemas sociales se debe huir de las ideas creadas desde la gestión jerárquica, hay que apostar por la gestión horizontal, donde las personas afectadas busquen soluciones comunes. Para SBP-CA el modelo cooperativo es válido para salir de la crisis y lo más importante, para no caer de nuevo. El cooperativismo facilita, en este proyecto, la participación democrática de las personas socias en la satisfacción de sus necesidades comunes. Permite prestar servicios mancomunados a las y los socios, que de otra manera no se podrían sufragar. Además, permite dar una respuesta colectiva a un problema colectivo .
IMPACTOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de una organización democrática: que aglutina a profesionales del periodismo y la comunicación. ▪ Intangibles: generación de esperanza de una salida laboral, en una estructura empresarial donde se desarrolle una democracia real. ▪ Hacer cooperativistas a 125 personas en todo el Estado: el 50% de ellas andaluzas. ▪ La misma puesta en marcha de este proyecto, con más de cien profesionales en toda España, se entiende como un logro.

Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...

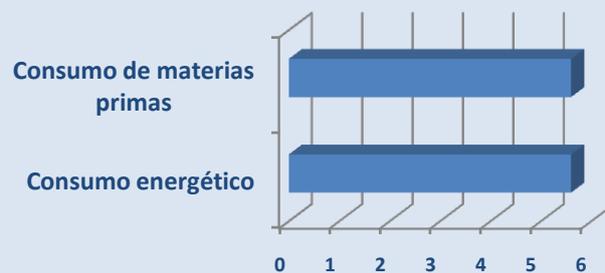
IMPACTOS ECONÓMICOS



IMPACTOS SOCIALES



IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Regulación de personas autónomas con trabajos intermitentes: en la actualidad la gran mayoría de periodistas realizan su trabajo en el régimen especial de autónomos y en muchos casos supone un coste mayor que lo que puedan generar. La inclusión en esta cooperativa permite a estas personas darse de alta intermitentemente y así compatibilizar su entrada en ésta con la prestación por

	<p>desempleo.</p> <p>Apoyo y asesoramiento para el impulso de proyectos empresariales: esta cooperativa se constituye también como plataforma para la generación y desarrollo de proyectos empresariales, cuyos costes iniciales son muy arriesgados. A través de la cooperativa se ahorran los costes de crear una empresa, ya que pueden funcionar como una estructura individual pero integrada en una cooperativa, que en un futuro será un Grupo Cooperativo (en proceso de creación), con la aparición de la nueva Ley 14/2011, de 13 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, elemento valorado como innovador.</p> <p>Construcción de un proyecto empresarial de participación democrática: a través de los mecanismos empresariales de la Economía Social y como solución a los problemas sociales. Desde SBP-CA se destaca como factor de innovación la participación de la ciudadanía.</p> <p>Fuerte ideología y valores sociales: el proyecto está basado en una fuerte Ideología y valores sociales, destacando la democratización de la economía y la participación ciudadana. Fundamentalmente la participación directa de los periodistas-miembros en la gestión de la cooperativa.</p> <p>Búsqueda de la credibilidad profesional: la necesidad de recuperar el prestigio social de la profesión de periodista y personas trabajadoras en medios de comunicación.</p> <p>Facilita el acceso a servicios mancomunados comunes al ejercicio del periodismo y la gestión administrativa y financiera, facilitando con ello una mayor estabilidad a la persona socia.</p> <p>En la actualidad están dando los pasos necesarios para constituirse en Grupo Cooperativo, aunando bajo una misma figura de gestión, tanto la Asociación, de la cual se originan, y la propia cooperativa SBP-CA.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Sí es considerado un proyecto replicable, debido a la situación generalizada de la profesión de periodista en España. Se ha destacado como un modelo de hacer periodismo de referencia para otras y otros profesionales de la comunicación.</p>
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cesión de uso de un espacio en el CADE de Sevilla “Estrategias”: tienen un tiempo de permanencia el espacio de tres años. ▪ Asesoramiento técnico: de la Dirección General de Economía social y Emprendedores. ▪ No han participado en ningún programa de Innovación Social.. ▪ No han recibido formación en Innovación Social.
<p>DIFICULTADES</p>	<p>El elevado número de personas socias que tienen que integrar una cooperativa de impulso empresarial para que sea viable económicamente.</p> <p>La transformación del sector, que genera incertidumbre, algo que sin duda puede dificultar su desarrollo y crecimiento.</p>

7.10. Aquasport, S.Coop.And.

“El gran cambio ha sido el acercamiento a los usuarios, la detección de las necesidades y la adaptación de los horarios y precios...”

Jesús Álamo Cano
Gerente de Aquasport, S.Coop.And.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: AQUASPORT, S.COOP.AND.	
PROYECTO	Aquasport
FÓRMULA JURÍDICA	Sociedad Cooperativa Andaluza
SECTOR	EMPLEO Y SALUD
ACTIVIDAD	Gestión de instalaciones deportivas municipales
PÁGINA WEB	http://aquasportgerena.com/
PROVINCIA	Gerena, Sevilla
	<p>Aquasport es una cooperativa de trabajo dedicada a la gestión de unas instalaciones deportivas pertenecientes a la Administración Local (Excmo. Ayuntamiento de Gerena, Sevilla). En esta cooperativa recae la responsabilidad de los servicios de mantenimiento y puesta en marcha de Programas Físico Deportivos en el medio acuático.</p> <p>Desde Aquasport se destaca que el máspreciado valor es el equipo humano que compone la cooperativa, subrayando el alto nivel de capacitación del mismo.</p> <p>Constituidos en 2010, la cooperativa formada por cuatro jóvenes de la localidad, se hace con la concesión para la gestión del centro deportivo de Gerena en el año 2011.</p> <p>Como valor añadido a su propuesta empresarial basan su gestión en la detección de necesidades deportivas de la población comarcal, ofreciendo soluciones adaptadas a cada persona usuaria o colectivo.</p>

	<p>De su labor de gestión destacan el elevado número de personas usuarias que pasan por sus instalaciones, sobre todo para realizar actividades terapéuticas y actividades con colegios de la comarca.</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofrecer un servicio de cercanía adaptado a las necesidades de las personas usuarias. ▪ Satisfacer las necesidades educativas y terapéuticas de la comarca mediante actividades lúdicas deportivas. ▪ Incrementar el número de personas usuarias y de actividades.
<p>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</p>	<p>Las principales líneas de trabajo se centran en dos conceptos básicos enfocados a dos colectivos, los colegios de la comarca y las personas de la tercera edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Educación deportiva - Salud
<p>LA IDEA</p>	<p>La idea de la cooperativa surge a principios del año 2010, cuando uno de los actuales socios trabajadores valora la posibilidad de presentar una propuesta, a la licitación abierta por el Excelentísimo Ayuntamiento de Gerena, para la gestión del centro deportivo municipal.</p> <p>Formado y con experiencia en el sector de la gestión de instalaciones deportivas, contacta con tres amigos de profesión, con los que acaba redactando la propuesta que finalmente conseguirá la concesión de la gestión de las instalaciones de su pueblo. Cabe destacar la juventud de las personas emprendedoras en ese momento, entre 27 y 29 años.</p> <p>Para la constitución de la cooperativa, en noviembre del mismo año, han sido apoyados y asesorados por un cooperativista de su comarca, el presidente de la cooperativa andaluza <i>El Roble</i>.</p> <p>Se constituye la cooperativa en noviembre de 2010 y ganan el concurso en febrero de 2011, encontrándose un centro deportivo con deficiencias en las instalaciones.</p> <p>Desde su constitución solo han visto aumentar el número de personas usuarias de las instalaciones municipales, así en su primer año de andadura fueron 318 las personas usuarias, en su segundo año llegaron a las 393, para en la actualidad ser más de 700 personas.</p>
<p>GRUPO PROMOTOR</p>	<p>El grupo promotor de Aquasport lo componen 4 personas jóvenes, con edades comprendidas entre los 27 y los 29 años, con una gran formación académica y experiencia en el ámbito de las actividades deportivas. Para ellos es ha sido fundamental, para la creación del</p>

	<p>proyecto, altas dosis de ilusión y energía.</p> <p>Del grupo promotor destacar su juventud, la de los miembros de la cooperativa y las ilusiones y energía puestas en el proyecto.</p>
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Roble, S.Coop.And. ▪ Entidades representativas de la Economía Social.

FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL: AQUASPORT, S.COOP.AND.	
TIPO DE INNOVACIÓN SOCIAL	<p>La innovación de este proyecto le viene dada por su organización y los servicios que presta a la comunidad donde se inserta.</p>
NECESIDAD SOCIAL	<p>Atiende a dos necesidades sociales, por un lado, la necesaria intervención público-privada para gestionar y poner en marcha unas instalaciones municipales hasta ahora infrautilizadas por falta de una programación deportiva acorde con las personas de la comarca.</p> <p>La segunda necesidad social, ofertar unas actividades deportivas que cubran las necesidades de las personas de la comarca, así como hacer accesible las instalaciones a todos os públicos.</p>
FASE DEL PROYECTO	<p>Este proyecto está en fase de desarrollo y expansión, aunque siendo un proyecto relativamente reciente, constitución en la año 2010, las expectativas iniciales del mismo se han cubierto, el centro funciona adecuadamente. Solamente se ve una dificultad, externa al mismo, para que no tenga continuidad en un futuro próximo, la renovación de la concesión de la gestión de las instalaciones.</p> <p>Además de las cuatro personas socias que integran la cooperativa, han generado puesto de trabajo para otras y otros jóvenes de la comarca.</p>
FÓRMULA JURÍDICA	<p>Para el proyecto Aquasport la fórmula jurídica de cooperativa es la única fórmula empresarial que puede reflejar legalmente su realidad, cuatro jóvenes que quieren comenzar un emprendimiento colectivo, ya que individualmente, por la falta de recursos, no sería posible. La cooperativa ha permitido que los cuatro sean partícipes de la empresa y así poder tomar las decisiones en consenso. Además, de la cooperativa destacan los principios que rigen su funcionamiento y en especial aquel principio que expresa la necesaria cooperación entre ellas, la intercooperación, fundamental para la creación de este proyecto y la creación de sus puestos de trabajo.</p> <p>El cooperativismo ha proporcionado una oportunidad a estos jóvenes gerenenses de autoemplearse, dando salida laboral a cuatro personas con una formación altamente especializada.</p>
IMPACTOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forman parte de la vida deportiva de las personas que viven en la comarca. ▪ Mejoran de las condiciones de vida de las personas usuarias, en especial las de la tercera edad. ▪ Dan acceso a este tipo de servicios a colectivos con dificultades de movilidad: infancia y personas de la tercera edad.

- El principal logro que destacan de Aquasport es haberle dado contenido, de calidad y adaptado a las necesidades de su entorno, a unas instalaciones municipales infrautilizadas.
- Además, señalan como logro también haber conseguido en tres años de proyecto más de 700 personas usuarias.

Análisis bajo el prisma de la responsabilidad Social empresarial...

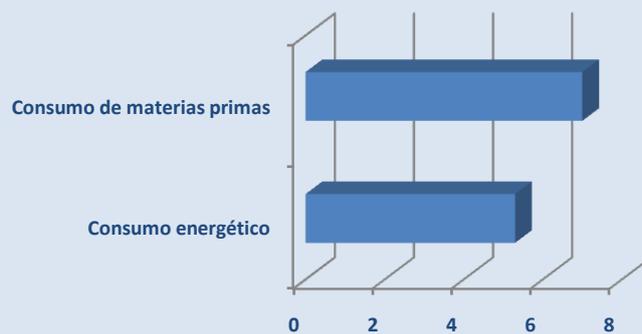
IMPACTOS ECONÓMICOS



IMPACTOS SOCIALES



IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES



FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL

Emprendimiento empresarial juvenil: premio “Sevilla Joven” de la Junta de Andalucía en su la categoría de Economía y Empleo, que otorga anualmente el Instituto Andaluz de la Juventud. Finalistas Premios “Cinco Nueves” de la Fundación Cobre Las Cruces, que apoya con este premio el impulso del desarrollo local en el área próxima de influencia de la compañía minera.

	<p>Compromiso con la comunidad: facilitan el acceso al uso de las instalaciones y adaptan sus actividades para dar cabida a colectivos que antes no se contemplaban en los programas deportivos, como son las familias numerosas, las personas mayores, las personas con discapacidad, las mujeres embarazadas, las mujeres con cargas familiares o los más pequeños de la casa. Han conseguido en tres años de proyecto más de 700 personas usuarias.</p> <p>Canaliza a través de una cooperativa, es decir, desde una estructura, gestión y control democrático, la creación de empleo de jóvenes del municipio y la dotación de contenido y rentabilidad social de unas instalaciones, que hasta la llegada de la cooperativa, carentes de contenidos y atractivos para la población para la que fueron puestas en marcha.</p>
<p>REPLICABILIDAD</p>	<p>Ven la replicabilidad de este proyecto muy factible, son muchos los ayuntamientos los que cuentan con instalaciones municipales carentes de contenido por falta de recursos y capacidad para gestionarlos.</p> <p>La concesión a empresa privadas cooperativas, no solamente da uso y rentabilidad económica a estas instalaciones, también genera puestos de trabajo en el municipio, en especial en el grupo de jóvenes, muy castigados por la crisis actual y las elevadas tasas de paro.</p>
<p>FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El asesoramiento y apoyo en la constitución de la cooperativa por parte de otros agentes cooperativistas. ▪ Llevar a cabo una detección de necesidades de todos los colectivos que conviven en la comarca. ▪ Adaptar y elaborar programas lúdico deportivos para satisfacer las necesidades de las personas usuarias. ▪ No han participado en ningún programa de Innovación Social. ▪ No llevan a cabo ninguna formación para el fomento de la Innovación Social en su proyecto.
<p>DIFICULTADES</p>	<p>La principal dificultad detectada es su situación actual, ya que están pendientes de renovar la concesión de la gestión de las infraestructuras municipales.</p>

8. MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA

8.1. Introducción al Modelo de Innovación Social Cooperativa

La Innovación Social es un concepto que hace referencia a una realidad nueva, cambiante y compleja, el propio concepto abarca una diversidad de definiciones que tratan de delimitarlo y acotarlo, pero lo que sí es cierto es que la Innovación Social tiene, en cada uno de los territorios en los que se desarrolla, unas características particulares, que tienen que ver con la adaptación que hacen de ella las personas que emprenden un proyecto de innovación social y las políticas públicas que las impulsan. Para poder describir, explicar o comprender mejor esta realidad ha surgido la necesidad de elaborar un Modelo de la Innovación Social Cooperativa en Andalucía.

A través de este modelo se pretende **presentar la realidad cooperativa andaluza a la hora de hablar de Innovación Social**, su propósito es explicar, entender y mejorar cómo se está llevando a cabo en Andalucía.

El **Modelo de Innovación Social**, que se propone en estas páginas, no pretende encorsetar los proyectos de Innovación Social que se puedan estar llevando a cabo por cooperativas andaluzas. Poner límites a un concepto y una realidad tan compleja y heterogénea solamente mostraría una parte de la realidad, con el consiguiente riesgo de dejar al margen de la definición de Innovación Social a muchos otros proyectos que también lo serían.

Como todo modelo, este parte de una serie de supuestos que vienen a describir una realidad concreta, en este caso, **describir qué es la Innovación Social**, cómo son las **empresas cooperativas andaluzas que la realizan**, incidiendo en **procesos de internos de gestión, quiénes son los y las promotoras** y conocer **qué medidas de impulso y fomento** habría que poner en marcha. Para ello, a lo largo de este estudio, se ha definido el concepto de Innovación Social, se han caracterizado a las cooperativas de innovación social, se ha indagado en los valores de sus personas promotoras y en su estructura de gestión. También interés recoger sus demandas en cuanto a al fomento e impulso de la innovación social desde las entidades de representación y la administración pública.

Por lo tanto, el fin último de este Modelo de Innovación Social Cooperativa es **dotar al movimiento cooperativo de una herramienta de información empresarial para la detección, identificación y conocimiento de prácticas innovadoras sociales desde el cooperativismo**, para poder poner en valor el cooperativismo como fórmula jurídica idónea para llevar a cabo las innovaciones sociales, para poner de manifiesto la responsabilidad social asumida y ejercida por las cooperativas andaluzas y difundir con ello los beneficios del emprendimiento social colectivo.

Este Modelo de Innovación Social Cooperativa se estructura en torno a los siguientes elementos que lo componen:

Conceptos y definiciones de Innovación Social Cooperativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación Social ✓ Necesidad social ✓ Democratización económica ✓ Empoderamiento ✓ Innovación Social Cooperativa
Cooperativas de Innovación Social	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Características de las cooperativas ✓ Valores de las cooperativas ✓ Valores de los colectivos innovadores socialmente ✓ Procesos internos de gestión
Herramientas de Evaluación para la innovación social cooperativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Balance Social Cooperativo ✓ Matriz de la Economía del Bien Común
Medidas de Impulso para la Innovación Social cooperativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración Pública ✓ Entidades de representación de la Economía Social

8.2. Conceptos y definiciones de Innovación Social Cooperativa

Para poder elaborar un Modelo de Innovación Social Cooperativo, es necesario primero establecer una definición de lo que se está tratando de describir. En el caso de este proyecto había que dotar de contenido al concepto de Innovación Social desde el cooperativismo andaluz.

A través de la técnica de recogida de datos *Panel de Personas Expertas*⁵⁹ se ha propuesto a las personas expertas en innovación social andaluza que elaboraran una definición del concepto **Innovación Social**, la posterior puesta en común ha dado como resultado esta definición:

Innovación Social

*“La Innovación social son **nuevas y creativas formas de procesos, servicios y productos** llevadas a cabo a través de una empresa cuya estructura decisional es la **democracia económica del colectivo** que la forma, para dar una mejor, más eficaz y sostenible respuesta a los retos sociales (**necesidad o problema social**) económicos, medioambientales, de igualdad de oportunidades,... consiguiendo la **redistribución económica**, el **empoderamiento de la ciudadanía** y produciendo un **impacto positivo en la sociedad**”.*

Con esta definición de Innovación Social ya elaborada se hacía necesario definir también algunos de los conceptos que formaban parte de la misma, aquellos que

⁵⁹ Véase Anexo II Metodología. 1.2. Panel de personas Expertas

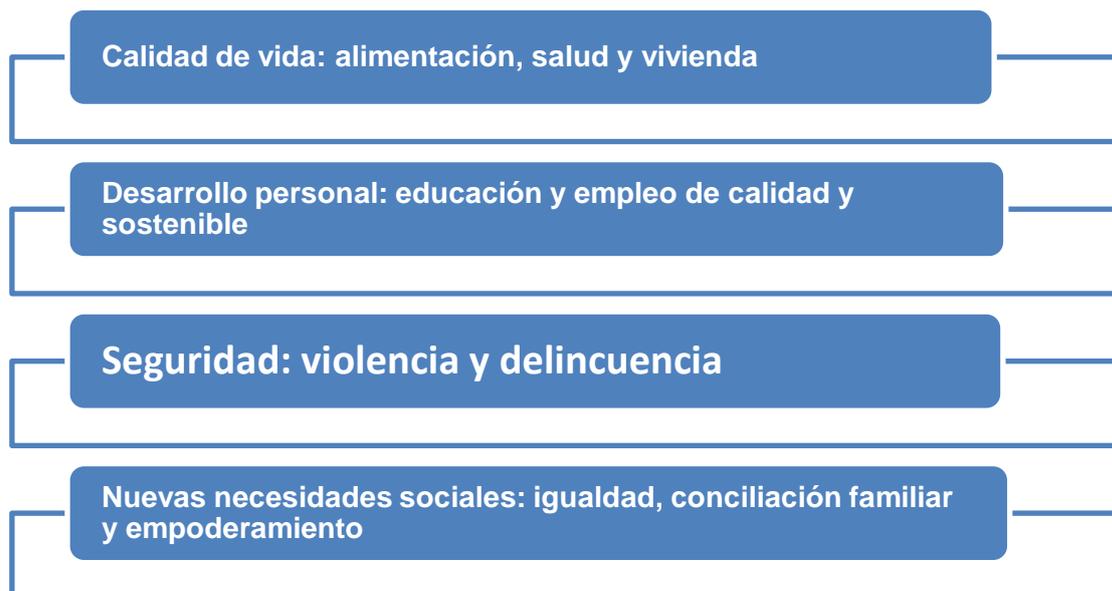
hacían suponer que definiéndolos tendríamos una imagen más clara. Las personas expertas definieron así:

- **Necesidad Social**, a qué atienden los proyectos
- **Democratización económica**, cómo debe ser su organización y estructura
- Y **Empoderamiento**, como fin último de la innovación social

Necesidad Social

*“Es todo aquello que **demande la sociedad** para su supervivencia o para mejorar sus condiciones económicas, culturales, de salud, sociales, de empleabilidad, de vivienda, etc... con un límite, **que se respeten los derechos humanos** para satisfacerlas”.*

Además de la definición de necesidad social, interesaba desgranar, al menos de manera general, las principales necesidades sociales que debían atender los proyectos de innovación social desde las cooperativas, las personas expertas clasificaron éstas en cuatro grandes categorías:



Democratización económica

*“Para poner en marcha la solución de una necesidad social detectada, hay que hacerlo a través de **estructuras empresariales** que desplieguen los mecanismos necesarios para **integrar y activar la participación de los colectivos sociales afectados**, así como de las entidades e instituciones competentes en la materia, dando como resultado, de ese proceso de participación, la **responsabilidad** y la **toma del poder de decisión a esos colectivos**”.*

Empoderamiento

*“Dotar de los **recursos necesarios**; capacidades, actitudes, herramientas, a los colectivos sociales para que satisfagan sus necesidades sociales, de manera que el impacto social de la innovación social se haga perdurable en la sociedad, **el empoderamiento debe ser el fin último** de la innovación social”.*

De estas definiciones elaboradas desde el cooperativismo andaluz se construye la definición de **Innovación Social Cooperativa**:

*“Es todo aquel **proyecto empresarial**, llevado a cabo a través de fórmulas jurídicas **cooperativas**, que garantice que el poder y la toma de decisiones recaiga sobre el colectivo afectado por una necesidad social, para dar respuesta a ésta, ya sea una económica, cultural, de salud, de vivienda, de empleabilidad,... y con el fin último de empoderar al colectivo afectado, es decir, de capacitarlo para que se hagan responsables de satisfacerlas”.*

8.3. Características de las cooperativas de innovación social

Para poder seguir describiendo nuestra realidad objeto de estudio, la Innovación Social Cooperativa, se hacía necesario caracterizar **cómo deben ser las cooperativas que llevan a cabo proyectos de innovación social** para, a través de esas características, poder identificarlas.

Durante el desarrollo del estudio se han elaborado unos **criterios**, es decir, una serie de normas o pautas para relacionar las prácticas llevadas a cabo por las cooperativas con prácticas de innovación social. Así, los criterios elegidos describen las principales características que deben tener los proyectos de innovación social. Con estos criterios **se han seleccionado los 10 proyectos de innovación social** que han participado en el estudio y que han sido **analizados y evaluados por personas expertas en innovación social cooperativa andaluza**.

Estos criterios de selección han sido:

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
CRITERIOS EXCLUYENTES	DESCRIPCIÓN
CONCEPTO DE INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	<p>Todos los proyectos de innovación social seleccionados responden a esta definición:</p> <p>“La Innovación social son nuevas y creativas formas de procesos, servicios y productos cuya estructura decisional es la democracia económica del colectivo que la forma respuesta a los retos sociales (necesidad o problema social) económicos, medioambientales, consiguiendo la redistribución económica, el empoderamiento de la ciudadanía y pro</p>
EMPODERAMIENTO DE LA CIUDADANÍA	El fin de la innovación social debe ser el conceder poder a un colectivo socio-económico que mejore sus condiciones de vida y se haga responsable de sus propias necesidades.
DEMOCRACIA ECONÓMICA	La innovación social debe producirse desde organizaciones productivas cuya estructura permita a sus miembros desarrollar su autonomía accediendo a la propiedad y al mercado.
INNOVACIÓN SOCIAL= COOPERATIVA	Que la innovación social/actividad venga acompañada necesariamente de productos/servicios/actividades sean inseparables de la actividad cooperativa.
IMPACTO SOCIAL	El desarrollo del proyecto y de su actividad económica resuelve la problemática social que produce un cambio en el colectivo al que va dirigida y la sociedad.
CRITERIOS POR IMPORTANCIA	DESCRIPCIÓN
EMPLEO	Generación, mantenimiento y mejora de la calidad del empleo.
LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE FAECTA	<p>Innovación social para los territorios: estrategia en el ámbito local con el apoyo de ayuntamientos e impulsar la generación de empleo a través del cooperativismo. Crear empleo a través de la constitución de cooperativas formadas por jóvenes de la localidad que no tienen de uso general que se encuentren infrutilizados.</p> <p>Nuevas fórmulas para emprender:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativas de impulso empresarial • Cooperativismo como alternativa para empresas en quiebra o sin relevo generacional <p>Transferencia de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución equitativa de la riqueza: uno de los valores del modelo cooperativo es la equidad que favorece la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y promueve la igualdad. • Flexibilidad: apertura de nuevas líneas de trabajo que les permiten abrir nuevos mercados. • Empleo estable: en situaciones de crisis las cooperativas no abogan por el despido sino por los puestos de trabajo a través de un empleo digno. • Afianzamiento en el territorio: las cooperativas fomentan la cohesión territorial y social. <p>Aliadas para la prestación de servicios públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las cooperativas de trabajo están enfocadas a conseguir el bienestar de la comunidad a través de la cooperación y en compromiso con el entorno. • Las cooperativas están enfocadas hacia el capital humano y este principio es el que constituye el camino para conseguir una sociedad más justa.
NUEVAS FÓRMULAS JURÍDICAS COOPERATIVAS	<p>Tendrán prioridad aquellos proyectos que pertenezcan a una de estas fórmulas jurídicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRUPO COOPERATIVO • COOPERATIVA DE IMPULSO EMPRESARIAL • COOPERATIVAS DE INTERÉS SOCIAL • COOPERATIVAS MIXTAS
SIN ÁNIMO DE LUCRO	Entendido como la reinversión de los beneficios obtenidos del desarrollo de la actividad.
CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO	Se entiende por un proyecto consolidado aquel que tenga una aceptación social por parte del colectivo.

OTRAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Recuperación empresas/líneas de negocio por los trabajadores
- Transformación de asociaciones en cooperativas
- Nuevas cooperativas híbridas
- Respuesta revolución pacífica de los ciudadanos

Estos criterios arrojan una idea muy precisa de las **características que una cooperativa** debe poseer cuando trata de ser **denominada proyecto de innovación social**. Una cooperativa de innovación social:

CARACTERIZACIÓN COOPERATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL	
Debe asegurar la Democratización de la Economía	<i>La innovación social debe producirse desde organizaciones productivas cuya estructura decisional sea democrática, posibilitando a sus miembros desarrollar su autonomía accediendo a la propiedad y al mercado.</i>
Debe tener como fin social el Empoderamiento de la ciudadanía	<i>El fin de la innovación social debe ser el conceder poder a un colectivo socio-económicamente para que mediante su autogestión mejore sus condiciones de vida y se haga responsable de sus propias necesidades.</i>
Debe producir un Impacto social	<i>El desarrollo del proyecto y de su actividad económica resuelve la problemática o necesidad social por la cual fue originada, produciendo un cambio en el colectivo al que va dirigido y en la sociedad.</i>
Debe generar empleo	<i>Generación, mantenimiento y mejora de la calidad del empleo.</i>
Debe ser sin ánimo de lucro	<i>Entendido como la reinversión de los beneficios obtenidos del desarrollo de la actividad económica</i>
Debe consolidar su proyecto	<i>Se entiende por un proyecto consolidado aquel que tenga una aceptación social positiva por parte de la sociedad.</i>

Por último, se ha creído conveniente también identificar, de **los valores propios del cooperativismo**, cuáles están **dotando de significado los principios que rigen a estas cooperativas de innovación social**, para conocer mejor las convicciones y los comportamientos de estas empresas, que transmitirán a través de sus prácticas empresariales. Así, aunque básicamente estas cooperativas siguen los mismos valores que el resto de sus empresas homólogas, hacen destacar otros, que de alguna manera, están aflorando en la sociedad actual en general.

ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL	FAECTA	COOPERATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL
<p>Las empresas cooperativas se basan en los valores de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Autoayuda ✓ Responsabilidad por los propios actos ✓ Democracia ✓ Igualdad ✓ Equidad ✓ Solidaridad 	<p>Las empresas cooperativas poseen unos valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda mutua ✓ Responsabilidad ✓ Democracia ✓ Igualdad ✓ Equidad ✓ Solidaridad 	<p>Valores puestos en marcha por las cooperativas de innovación social en sus prácticas empresariales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Equidad ✓ Solidaridad ✓ Igualdad de género ✓ Sostenibilidad social y ambiental ✓ Responsabilidad social y ambiental ✓ Libertad

8.4. Características de los colectivos innovadores sociales

Las personas que forman parte de las cooperativas, al igual que estas organizaciones, también **tienen en común una serie de valores a través de los cuales ponen en práctica los principios cooperativos**. Estos valores éticos se han recogido también por la Alianza Cooperativa Internacional y las diferentes instituciones representativas de estas empresas cooperativas, en el caso de este estudio, por **FAECTA**. Conocer estos valores nos dará la respuesta de **cómo van a estructurarse y organizarse** los grupos promotores de estas iniciativas de innovación social.

ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL	FAECTA	COOPERATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL
<p>Los miembros de las cooperativas creen en una serie de valores éticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apertura ✓ Responsabilidad social ✓ Preocupación por los demás 	<p>Las personas que trabajan en una cooperativa tienen un compromiso ético con la:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Honestidad ✓ Transparencia ✓ Responsabilidad social ✓ Preocupación por los demás 	<p>Valores de los grupos promotores de proyectos de cooperativas de innovación social:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Honestidad ✓ Transparencia ✓ Compromiso ético ✓ Generosidad en el esfuerzo ✓ Honradez ✓ Tolerancia al riesgo ✓ Coherencia

8.5. Procesos internos de los proyectos de Innovación Social Cooperativa

Uno de los pilares básicos de la fórmula cooperativa, junto con los valores y los principios, son los **procesos internos de organización** de las mismas, es decir, como llevan a cabo los principios cooperativos. Por lo tanto, para este estudio también era interesante pararse a describir las prácticas cooperativas en torno a cinco procesos internos:

- ❖ **Participación y democracia**
- ❖ **Toma de decisiones**
- ❖ **Reparto de la riqueza y excedentes**
- ❖ **Financiación del proyecto empresarial**
- ❖ **Relación entre empresa, personas trabajadoras y usuarias y clientela**

Si bien es cierto, que a través de la Ley de Sociedades Cooperativas y su reglamento se establecen los mecanismos y las herramientas, que ponen al alcance de las y los cooperativistas, para que puedan llevar a la práctica los valores y los principios cooperativistas, las cooperativas de innovación social van más allá, estableciendo las suyas propias de cara a facilitar la integración de las personas en la organización y llevar a cabo prácticas acordes con sus valores. La innovación tecnológica, en estos procesos internos, tiene mucho que aportar, sobre todo, para facilitar llevarlos a la práctica.

De cara a obtener un análisis más exhaustivo de estas prácticas empresariales, se ha contado con las opiniones y reflexiones de las personas que forman parte de las empresas cooperativas calificadas como Innovación Social, seleccionadas para este estudio.

Participación y democracia

El máximo órgano de participación societaria de las cooperativas es la **asamblea general**, en la que pueden participar todas las personas socias, que unido al **derecho de información** de las mismas, son las dos formas de establecer la participación de las y los socios de una cooperativa.

En cuanto a la **asamblea general**, que la normativa establece una asamblea al año, en los casos analizados suelen ser más numerosas del mínimo establecido. En muchas de estas cooperativas el número de asambleas es indeterminado y se establece en función de las necesidades societarias o de gestión de la empresa. Además, utilizan estas asambleas para establecer vínculos de confianza a través del conocimiento de todas las personas socias, sobre todo en aquellos casos que muchas de las personas socias no participan directamente en el trabajo cooperativizado, pero forman parte de la sociedad. Así, en los casos analizados se puede ver, como en la actualidad, estas cooperativas dotan de más contenido y significado las asambleas generales de sus organizaciones: trabajo práctico, conferencias y/o congresos; trabajo lúdico, espacios de esparcimiento; además de realizar la propia asamblea. Otro de los objetivos que persiguen las cooperativas es la de buscar motivaciones para fomentar la participación.

Con la nueva Ley, además, se da forma legal a las **asambleas virtuales**, como manera de agilizar su celebración, ante la imposibilidad de reunir físicamente a todas las personas socias en las cooperativas. Otro mecanismo, en este caso, fruto de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El **derecho de información** llevado a su extremo, aquel que la Ley establece como el derecho de toda persona socia de una cooperativa a estar informado y que esta información debe ser proporcionada por la cooperativa, puede frenar el buen funcionamiento de la misma. Para agilizar este derecho, se establece poder poner en marcha mecanismos de puesta a disposición de toda la información de la cooperativa a las personas socias, sin tener que suponer, el ejercicio de este derecho, un freno a la actividad cotidiana de la empresa. En este caso también las nuevas tecnologías facilitan la disposición de la información de manera rápida e inmediata.

En algunos de los proyectos de innovación social seleccionados, las cooperativas, además de poner en marcha estos dos canales de participación, establecen otros mecanismos para **aumentar y mejorar la participación**, ya no solamente de las personas socias, sino también de **grupos de interés de las mismas**. Así ya se trate de personas usuarias, consumidoras o productoras, o de instituciones públicas, que tengan alguna responsabilidad en la búsqueda de la respuesta a la necesidad social que atienden, o entidades privadas, como las de representación, que suelen ser potentes interlocutores entre las cooperativas y los gobiernos, de forma que puedan canalizar mejor las necesidades y las reclamaciones de las cooperativas.

En los casos del grupo cooperativo, el de las cooperativas mixtas y el de la alianza público-privada, la cooperativa necesita integrar a las personas de sus grupos de interés, buscan integrar como personas socias a las personas usuarias, a la clientela, a las personas colaboradoras, o a las personas que invierten en la cooperativa. En casi todos los proyectos que hemos analizado las cooperativas establecen mecanismo de participación más allá de la asamblea general y más allá de que sean personas socias o no las asistentes, todas quieren que las usuarias, proveedoras, etc. participen en la cooperativa.

Las personas entrevistadas han hecho especial hincapié en el carácter democrático y participativo de la estructura cooperativa.

La democracia económica, término que fue popularizado por el economista estadounidense J. W. Smith, es un movimiento socio-filosófico y político que sugiere la transferencia del poder de toma de decisiones, desde una minoría de accionistas o empresariado, a la mayoría mucho mayor de partes interesadas (*stakeholders*), dándole una mayor importancia a la sociedad frente a los mercados y un sistema político de democracia directa, lo que se suele denominar en su conjunto como **democracia inclusiva**.

Democracia participativa, es una expresión amplia que se suele referir a formas de democracia en las que la ciudadanía tiene una mayor participación en la toma de decisiones políticas que la que les otorga tradicionalmente la democracia representativa.

A las cooperativas se las identifica como una herramienta de participación para la construcción de una democracia inclusiva y participativa, ya que su estructura, presenta dos de los mecanismos necesarios para ello, la **democratización de la empresa y aumento de la participación social y política**.

“El lema “sin periodistas no hay periodismo y sin periodismo no hay democracia” también enmarca perfectamente la ambición profesional de los integrantes de SBP-CA”

SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial

“La fórmula jurídica de sociedad cooperativa es la fórmula ideal para articular los elementos de democracia necesarios para poder llevar a cabo este proyecto. La cooperativa hace énfasis en lo importante y no solo en lo rentable, por lo tanto facilitó y facilita la cooperación público-privada, así como su participación en la empresa”.

Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. de Integración Económica

“La Economía Social se entiende... como la estructura que facilita la participación y la democratización de la empresa”.

Ideas, S.Coop.And. de Interés Social

“Desde el punto de vista empresarial, para construir un proyecto es necesario utilizar los mecanismos empresariales de la economía social y esto nos lleva a la participación democrática: para la solución de los problemas sociales, democratización de la empresa”.

SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial

“La vía más óptima y que abre reales posibilidades de participación en el ámbito laboral es el cooperativismo, debido al proceso democrático de su gestión”.

Grupo Cooperativo Smart

Toma de decisiones

La toma de decisiones en las cooperativas está delimitada por la Ley de Sociedades Cooperativas, como estructura democrática que da el poder de la toma de decisiones a las personas socias. Para ello la ley andaluza crea dos figuras de gestión, el **Consejo Rector** y la **Asamblea General**. Para esta última, siempre se ha interpretado el principio de **Estructura, gestión y control democrático**, como una persona un voto. En la actualidad y con las nuevas fórmulas cooperativas esta interpretación no se adecua a las nuevas realidades societarias que están dando lugar en las cooperativas.

Con la nueva Ley, se abre la novedosa posibilidad de la **ponderación del voto**, sobre todo para aquellas nuevas fórmulas jurídicas cooperativas, como las Mixtas, las Cooperativas de Servicios Públicos, las Cooperativas de Servicios y las Cooperativas de Impulso Empresarial. Esta ponderación del voto, que podrá ser utilizada voluntariamente por cada cooperativa, pone el énfasis en otorgar más preponderancia a las personas socias que ostenten mayor responsabilidad en el desarrollo de la actividad cooperativizada, es decir, a aquellas personas que realizan el trabajo cooperativizado de estas empresas.

Para las y los entrevistados se califica **la cooperativa como un elemento útil para la estructuración horizontal de la empresa**, donde todas las personas socias participan en la toma de decisiones y por lo tanto son ellas las que deciden los derechos y obligaciones dentro de la empresa.

“Facilita la toma de decisiones en común, sin una jerarquía, ni poder de una o unas personas sobre otras, ya que las personas socias de este proyecto querían que fuese un conjunto, un conglomerado de personas las que gestionarán el centro, facilitando la exposición de las opiniones y poniendo límites a los derechos y obligaciones de cada una de ellas”.

Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social

Destacar que las personas participantes definen la forma jurídica de cooperativa como una garantía de estabilidad empresarial, debido a la capacidad de decidir en la empresa, en igualdad de condiciones, que tienen las socias y los socios.

“Se destaca la importancia de que la gobernanza esté en manos de todos. La cooperativa es una garantía y una manera de democratizar la economía”.

“La fórmula jurídica es considerada como una garantía, para el caso del colectivo que forman los socios trabajadores [personas diversas funcionales], ya que son ellos los dueños y decisores de la empresa”.

Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social

Reparto de la riqueza y excedentes

En cuanto al régimen económico, la Ley también establece unos mecanismos y herramientas para dotar de mayor estabilidad económica a estas empresas. Entre estos mecanismos y herramientas se encuentran el **Fondo de Reserva Obligatorio**, el **Fondo de Formación y Sostenibilidad** y las **Aportaciones no reembolsables**.

En el caso del **Fondo de Reserva Obligatorio (FRO)**, destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la sociedad cooperativa, éste se dota siempre que la cooperativa arroje resultados positivos, el mínimo de dotación para el mismo está establecido en un 20% de los mismos. Para el **Fondo de Formación y Sostenibilidad (FFS)**, instrumento al servicio de la responsabilidad social empresarial de las sociedades cooperativas, inembargable e irrepartible, su dotación se establece en un 5% de los resultados positivos de estas empresas.

En cuanto a las **Aportaciones no reembolsables**, la Ley permite establecer este tipo de aportaciones con el mismo fin que los anteriores mecanismos, evitar la descapitalización de las empresas cooperativas. También permite establecer aportaciones reembolsables condicionadas, en este caso, para el momento de producirse bajas de personas socias. El texto legal especifica que las cooperativas podrán poner límites al reembolso de aportaciones, en función de que la cantidad que hay que reembolsable suponga un % del capital social estatutario en el ejercicio económico en el que se quiere efectuar. Por último, también establece la posibilidad de que las aportaciones sean transmisibles de una persona socia que se va a otra que se lo transmita.

En los casos de innovación social cooperativa que hemos analizado queda patente como estas empresas pueden **adaptar a sus empresas esos mecanismos y herramientas** mejorando las coberturas y las ventajas que ofrecen.

Así, en algunos casos la dotación de los Fondos, conforme la asamblea lo decida, se pueden ampliar hasta los máximos permitidos por la Ley, el **FRO** hasta un 50% de los resultados permitidos y el **FFS** sin límite establecido.

Además, muchos de los casos analizados son **cooperativas de Interés Social**, es decir, son empresas que reinvierten todos los beneficios en la cooperativa, otra manera más de dar estabilidad a las cooperativas y los proyectos que llevan a cabo.

El grupo cooperativo analizado, en concreto, **mutualiza los fondos de las cooperativas y entidades que forman parte del mismo**, avalándose además entre sí. Es decir, ponen en práctica el principio de *Cooperación empresarial y, en especial, intercooperación*. Con la mutualización dan respuesta a muchas necesidades, sobre todo de financiación, de las cooperativas que crean el grupo.

Las empresas cooperativas de innovación social estudiadas **presentan conflictos organizativos y éticos con las estructuras de empresa basadas en el capital**, argumentando la escasa repercusión social de éstas con respecto al reparto de la riqueza y la creación de empleo.

“Un factor económico, que tiene que ver con que el modelo mercantilista, el cual no funciona, se ha demostrado que la empresa capitalista ni distribuye la riqueza, ni crea empleo de calidad, unido a la crisis económica se traduce en cierre de empresas, destrucción de puestos de trabajo y pérdida de poder adquisitivo de las personas trabajadoras”.

Grupo Cooperativo Smart

Se incide en el **compromiso social** y se concibe la empresa como una herramienta para solucionar las demandas sociales, y no como una herramienta que sirva para el lucro, resaltando la desconexión entre la empresa de capital (solo interesada por los beneficios económicos) y las demandas de la ciudadanía.

“La Innovación Social es ponerle nombre a una demanda de la ciudadanía, con el objetivo de que la gestión empresarial atienda a las necesidades de la sociedad y no tiene sentido que solo atienda al ánimo de lucro, la gestión empresarial convencional está de espaldas a la demanda ciudadana, ejemplo, el sistema financiero”.

Ideas, S.Coop.And. de Interés Social

Las personas entrevistadas ponen de manifiesto que, tanto las personas emprendedoras, como la ciudadanía, están **apostando por las cooperativas de innovación social**. Para la satisfacción de las necesidades sociales es necesario fórmulas jurídicas que no estén basadas en el capital y el ánimo de lucro, ya que no serán eficientes.

“Nos llegan personas ahorradoras y entidades socias debido al espectáculo bochornoso que está dando la banca tradicional...”.

COOP57-Andalucía, SCCL

“... sin esta fórmula jurídica no hubiese sido posible recuperar la línea de negocio, sobre todo teniendo en cuenta que las personas que conforman la cooperativa huían de fórmulas jurídicas mercantilistas.”

Ediciones Rodio, S.Coop.And.

“... ese es el grupo promotor, cada uno estaba harto y sabiendo que podíamos hacer algo mejor dentro de nuestra vocación y dejamos nuestros trabajos para montar esto...”

La Extravagante Libros, S.Coop.And.

“Uno de los requisitos a destacar, para ser socio de Coop57-Andalucía, es que sea una entidad de Economía Social y Solidaria”.

COOP57-Andalucía, SCCL

Por un lado, existen percepciones sobre las estructuras empresariales de capital, basadas en el lucro, como estructuras que pueden poner en riesgo la calidad laboral de las personas trabajadoras.

“... si la fórmula jurídica fuera basada en el capital, correrían el riesgo de transformar al colectivo [personas diversas funcionales] en mano de obra de bajo coste”.

Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social

Por otro lado, ponen de manifiesto como las cooperativas permiten a las personas socias dar respuestas a sus necesidades sociales, desde la autogestión y la libertad de decisión, rechazando el lucro económico como objetivo prioritario de la empresa.

“La cooperativa les ha permitido tener una fórmula jurídica privada, que les ofrece un marco de libertad económica y de autogestión empresarial, donde las personas socias y no el capital con fines de lucro, son las protagonistas”.

Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social

Financiación del proyecto empresarial

La **financiación de las cooperativas**, históricamente ha sido y **es asumida por las personas socias**, bien sea aportando sus recursos económicos (personales, familiares,...), su capacidad de trabajo o su tiempo. En muchos casos, también, recurren a instrumentos financieros de entidades bancarias tradicionales, pero el aval de esos créditos siguen siendo las personas cooperativistas. Con respecto a esta vía de financiación, en opinión de las personas expertas, las cooperativas en general y las de innovación social, deben **operar con entidades financieras éticas**, sobre todo de cara a llevar a la práctica de la gestión empresarial el valor de la coherencia.

Muchos son los mecanismos de financiación que utilizan las cooperativas para ser independientes económicamente: **bancos del tiempo** (sistemas de intercambio de servicios por tiempo), **contrato de cuentas en participación** (préstamo de un capital para llevar a cabo un negocio donde el prestamista asume el riesgo del negocio, pero no la propiedad ni la gestión del mismo), **títulos participativos** (variante de los préstamos participativos pero su retribución consiste, total o parcialmente, en una participación de la evolución de la actividad de la cooperativa emisora), participaciones especiales (similar a los préstamos subordinados salvo que la persona titular de los mismos cobra en el mismo plano que las personas socias y por la vía de la liquidación societaria), **trueques** (intercambio de servicios) , **préstamos entre cooperativas** (a través de contratos internos), **cesiones de crédito** (un contrato en el que una persona llamada cedente, transmite a otra, llamada cesionaria, la titularidad de un derecho de crédito frente a un tercero), **fondos de reserva voluntarios** (establecidos por la asamblea general),...

En cuanto a la financiación, en estas empresas cooperativas, se distinguen dos tipos que tienen que ver con el momento en el que se encuentra el proyecto empresarial: la puesta en marcha del proyecto emprendedor y la consolidación del mismo.

En los inicios de estos proyectos la financiación se canaliza a través de **la puesta en común de fondos propios** y la **realización de la actividad cooperativizada** sin ser remunerados las y los socios por ello.

“La financiación de la Empresa se realizó con aportaciones de capital social procedentes del pago único del desempleo, no todo el mundo podía... se hicieron aportaciones en función de lo que cada uno podía...”

Ediciones Rodio S.Coop.And..

“La financiación del proyecto ha sido a través de inversiones de los socios y las socias, tanto en trabajo, como en recursos”.

SBP S.Coop.And

Durante su etapa de consolidación estos proyectos se nutren fundamentalmente de lo que ellas y ellos denominan **“microfinanciación”**, pequeños préstamos de personas inversoras, también acuden a solicitar financiación en **entidades financieras éticas**.

“Los inicios fueron difíciles, la financiación se realizó con fondos propios ya que la banca convencional no financiaba este tipo de proyectos..... Se comenzó con una sección de crédito “prestamos solidarios” donde se prestaba dinero a IDEAS S.Coop.And para financiar los grupos productores de Comercio Justo”

IDEAS S.Coop.And.

“Nuestra financiación es a través de “Micromecenas”... qué significa ser micro mecenas ahora lo que tienes que hacer es firmar un contrato de cuenta en participación, hasta que el reglamento salga y te podamos hacer persona inversora, incluirte en el libro de socios, firmas esa cuenta de participación con unos beneficios estipulados...”

La Extravagante S.Coop.And

Es necesario destacar en el tema financiero la existencia de Coop57-Andalucía, cooperativa de servicios financieros que en la actualidad aglutina ahorro de particulares y entidades y facilita la financiación de empresas de Economía Social y solidaria.

“Coop57-Andalucia, no priorizamos la rentabilidad económica o el reparto de los beneficios, ya que su objetivo se centra en crear una entidad que facilite el acceso a la financiación en las mejores condiciones posibles, y que las entidades socias puedan realizar su actividad en buenas condiciones financieras.”

“El objetivo principal de Coop57-Andalucía es el de prestar servicios financieros a sus socios. Con esto se pretende conseguir que ninguna de las sociedades de la economía social tenga que desaparecer debido a una financiación abusiva, poco accesible o escasamente flexible...”

“En Coop57-Andalucía se pretende utilizar el dinero como un medio no como un fin.”

COOP57-Andalucía

Relación entre empresas, personas trabajadoras y usuarias y clientela

Es, en estos procesos internos, que también se desarrollan las prácticas para llevar a cabo el principio de *Cooperación empresarial y, en especial, intercooperación*. Pero llevar a la **práctica la intercooperación** no resulta una tarea sencilla y la mayoría de las cooperativas no hace cooperación empresarial y cuando se lleva a cabo en muchas ocasiones es para desarrollar un proyecto puntual, la relación termina cuando se finaliza el proyecto puesto en marcha.

Apuntan, las personas expertas, dos mecanismos puestos a disposición de las cooperativas y que en la realidad es difícil de que se pongan en marcha. Por un lado, las **compras entre cooperativas**⁶⁰, denominadas *ventas cruzadas*, las y los cooperativistas siendo coherentes con sus valores y principios deben tener entre sus proveedores empresas cooperativas, tanto a nivel empresarial, como personal.

Por otro, aunque pareciera que la **intercooperación** es una moda, es decir, que puede terminar pasando, lo cierto es que para las cooperativas, además de formar parte de su cuerpo ideológico, será la **clave para el desarrollo futuro de las cooperativas**. En el Panel de Personas expertas apunta a la intercooperación como mecanismo para integrar cooperativas, siendo deseable que termine en una fusión entre ellas y crear así estructuras más fuertes y con una masa crítica importante para poder competir con otras empresas mercantilistas.

Desde las empresas seleccionadas se hace hincapié en que desarrollan una actividad económica participativa, donde el funcionamiento democrático y solidario prima sobre cualquier otro concepto económico. Destacan que el cooperativismo centra la visión empresarial en el compromiso de sus integrantes; de esta forma se consigue un alto grado de implicación, haciéndoles sentir partícipes del proyecto empresarial y no simplemente personas trabajadoras o usuarias.

“... abrir las puertas más si cabe a la participación y a la implicación, porque es lo que nosotros necesitamos del entorno social, la implicación... no es lo mismo decir, han abierto una librería en la esquina, que decir vente a la librería que yo he pintado las paredes y he montado las estantería, te sientes de la librería, que la librería es tuya”

“... este modelo cooperativista y al que transitamos y que llevamos en el ADN que es la cooperativa mixta es innovador social y al final termina convirtiendo en un modelo de librería participativa que aglutina...”

“... esto es un modelo económico, eso está claro, donde los socios trabajadores vivimos de esto, pero el resto de las personas, a parte conseguir unos beneficios a la hora de comprar, sobre todo sus beneficios son emocionales, de cercanía con el mundo del libro, de participación en las actividades culturales, pero no solamente que participen asistiendo, si no creando las actividades que necesitan, demandando a la librería lo que quieren y nosotros estudiando la manera de dárselo, ese fue el primer paso...”

La Extravagante Libros, S.Coop.And.

⁶⁰ FAECTA para fomentar la venta cruzada ha puesto en marcha la campaña “Yo, consumo cooperativo, consumo con sentido”.

Las personas cooperativistas entrevistadas destacan la **importancia de implementar en la cadena de valor la participación de cada uno de las y los actores.**

“La participación y colaboración de consumidores, ahorradores, tiendas, instituciones, socios colaboradores, y apoyo de redes con los mismos fines”.

“Para poner en marcha campañas se trabaja con agentes locales, estas son asumidas por nuestros aliados, agentes colaboradores, tiendas... e implicamos a las instituciones públicas, obteniendo buenas respuestas”.

Ideas, S.Coop.And. de Interés Social

Por otro lado destacan la importancia de la labor de las personas que colaboran en la actividad cooperativizada.

“En Andalucía ha sido y sigue siendo imprescindible el impulso de las personas que colaboran [trabajo voluntario] en su difusión y la participación en comisiones sociales y técnicas, el compromiso de esta ciudadanía participativa es lo que ha facilitado los logros”.

COOP57-Andalucía, SCCL

La Intercooperación es otro de los principios cooperativos destacado por las empresas calificadas como innovadoras sociales.

“Otra cosa que nos aporta ser cooperativa es la relaciones con otras empresas de la Economía Social y el Cooperativismo... no solo lo que nosotros podemos sacar, sino también lo que podemos aportar al proyecto”

Ediciones Rodio S.Coop.and

Desde las empresas seleccionadas se resalta la capacidad de la estructura cooperativa para mejorar las relaciones laborales.

“La Cooperativa aporta una dirección democrática y unas relaciones laborales más humanas y cercanas...”

Aquasport S.Coop.And

8.6. Medidas de impulso para la Innovación Social Cooperativa

En el presente estudio se ha tenido en cuenta la identificación de aquellas medidas puestas a disposición de la innovación social por la administración pública, las entidades representativas o las entidades privadas. De los datos recabados se puede establecer que todos los grupos promotores coinciden en afirmar que **no han recibido ninguna formación, ni han participado en ningún programa de innovación social** puesto en marcha por estas entidades.

Sin embargo, si han encontrado apoyo a la hora de **poner en marcha sus proyectos de innovación social**, sobre todo aquellas cooperativas que estaban afiliadas a alguna entidad de representación, como FAECTA. Este apoyo se materializa en muchos casos con asesoramiento técnico, en otros, apoyo legal para la constitución y

hay otros casos en que las entidades de representación han sido las interlocutoras entre los proyectos de innovación social cooperativa y la Administración Pública, resultando alianzas público-privadas innovadoras socialmente. También, en uno de los casos la Administración ha actuado apoyando el proyecto económicamente.

MEDIDAS DE APOYO E IMPULSO DETECTADAS EN LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL DETECTADOS LA INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA	
Administración Pública	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesoramiento técnico... ✓ Facilitar la financiación... ✓ Apoyar legislativamente los proyectos de Innovación Social... ✓ Incluir cláusulas sociales en las concesiones y concursos públicos a favor de la Economía Social...
Instituciones de representación de las cooperativas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Interlocución con la administración pública y el proyecto de innovación social... ✓ Actuar como catalizador de las Alianzas entre la Administración Pública y las Empresas cooperativas... ✓ Asesoramiento técnico... ✓ Etc...

Desde el Panel de Personas Expertas se apuntan dos medidas de apoyo que deben ponerse en marcha, sobre todo, a través de las entidades públicas de cara a fomentar e impulsar proyectos de innovación social, la **Ordenación de la oferta** y **Solventar la demanda**.

Así por un lado, cuando hablan de **Ordenar la demanda** (garantizar la oferta), se le está solicitando a la Administración pública que establezca unas normas claras y accesibles (transparencia) de cómo actuar en el mercado, para que todas empresas puedan acceder en condiciones de igualdad y los modelos sean claros para todas. Este mecanismo también debe garantizar la perdurabilidad de dichas normas, para que las empresas puedan acometer las inversiones necesarias para poner en marcha sus proyectos empresariales.

Con **Solventar la demanda**, se refieren a exigirle a la Administración Pública que ponga en marcha los mecanismos necesarios para facilitarles el acceso de todos los grupos de la sociedad a los servicios públicos y privados que necesitan para satisfacer sus demandas, sobre todo para aquellos colectivos más vulnerables de la sociedad.

Por último, han señalado la necesaria **difusión y promoción de las fórmulas jurídicas cooperativas** a nivel general, ya que el **no conocimiento** por parte de la sociedad, en general, y por parte de las personas funcionarias y administrativas de las entidades, en concreto, con las que las cooperativas tienen la necesidad de relacionarse, frena en muchos casos los procesos de creación y de desarrollo de las mismas.

8.7. Herramientas de evaluación para la Innovación Social Cooperativa

Desde el Panel de Personas Expertas se proponen como herramientas de evaluación de los proyectos de innovación social cooperativa el **Balance Social Cooperativo** y la **Matriz de la Economía del Bien Común**. Además de ser mecanismos de evaluación apuntan a cómo deben ser y cómo deben comportarse las cooperativas de innovación social.

La necesidad de establecer herramientas de evaluación viene determinada por la necesidad de medir las prácticas cooperativas, basado en la idea de poner en valor la responsabilidad social empresarial que en las cooperativas es intrínseca a su naturaleza y funcionamiento.

Balance Social Cooperativo

El Balance Social Cooperativo es un informe que emiten las cooperativas con el objetivo de poner a disposición de la sociedad información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. De cara a la cooperativa se constituye como una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de la responsabilidad social. Por lo tanto su conocimiento es de utilidad para todas las personas de la empresa cooperativa y los grupos de interés y permite concebir y perfeccionar cualquier organización.

El Balance Social cooperativo es:

- un instrumento de medición del impacto social de la cooperativa en su comunidad;
- una evaluación de la relación entre los beneficios sociales y el beneficio de la actividad cooperativizada;
- una herramienta estratégica de evaluación sistemática,
- y un instrumento de comunicación.

Además, este balance también les sirve a las empresas cooperativas como **instrumento para autoevaluar el cumplimiento de los valores y principios cooperativos** y para lo más importante **consolidar su identidad cooperativa**.

“El Balance social es un instrumento para informar, medir y evaluar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento”⁶¹.

⁶¹A.S. Goenaga; S.C. Ielmini; S.A. Campetella; y R.D. García (2011) **BALANCE SOCIAL: DIFERENCIAS ENTRE EL MODELO APLICADO A COOPERATIVAS Y EL PROYECTO DE RESOLUCIÓN TÉCNICA DE LA FACPCE**, XXXII Jornadas Universitarias de Contabilidad UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR, Rosario, Argentina.

Desde el Panel de Personas Expertas se identifica la necesidad de **promover e impulsar la utilización de este instrumento** de gestión entre las cooperativas, en general, y entre las cooperativas de innovación social, en concreto. La sociedad actual demanda a las organizaciones empresariales su contribución al desarrollo social de las comunidades en las que se insertan, así que brindar información sobre las consecuencias sociales de sus acciones, a través de los denominados balances sociales, ayuda a difundir y construir la imagen del movimiento cooperativo sobre parámetros objetivos y fiables.

Además, en el caso de las cooperativas también se convierten en una **herramienta de gestión socioeconómica** que les facilita medirse y rendir cuentas, a las personas socias y asociadas, y a todos los demás grupos de interés, en relación con el cumplimiento de su esencia o identidad, es decir, su **cumplimiento de los valores y los principios cooperativos**.

Matriz del Bien Común y Balance del Bien Común

La creación de estas dos herramientas de evaluación parte del diseño de un nuevo modelo internacional económico, que tiene como **objetivo adaptar la economía real capitalista** (donde priman valores como el afán de lucro y la competencia) **a los principios constitucionales**, la llamada **Economía del Bien Común**, que en palabras de uno de sus fundadores, **Christian Felber**⁶² es, *“la economía del bien común se debe regir por una serie de **principios básicos** que representan valores humanos: confianza, honestidad, responsabilidad, cooperación, solidaridad, generosidad y compasión, entre otros, y **aquellas empresas que les guíen esos principios y valores deben obtener ventajas legales que les permitan sobrevivir a los valores del lucro y la competencia actuales**”*.

La Economía del Bien Común, la **economía del sentido común**, coloca a los seres humanos y a todos los seres vivos, así como el éxito de las relaciones entre ellos, en el centro del sistema económico. Esta economía quiere transferir los valores promulgados por la gran mayoría de las constituciones occidentales, que rigen las sociedades, a los mercados, exigiéndole a las entidades empresariales comportamientos y una organización **de forma humana, cooperativa, solidaria, ecológica y democrática**.

La Matriz del Bien Común y el Balance del Bien Común son dos herramientas creadas para poder evaluar que las empresas cumplen las pautas de comportamiento que les exige este nuevo modelo económico, estrechamente relacionadas. La Economía del Bien Común persigue con estas dos herramientas *“identificar que empresas deben obtener (y cuáles no) beneficios fiscales y a los consumidores, **nos permitirá elegir a quién “premiar” esta conducta consumiendo sus productos, o hasta colaborando con ellas**”*⁶³.

Así, la Matriz del BC establece las pautas a aplicar por las empresas y el **Balance Social del Bien Común** es el sistema de medición del cumplimiento de estas pautas por las empresas:

⁶² Christian Felber profesor universitario de economía austriaco; bailarín, escritor y divulgador en materias de economía y sociología. Es especialista en economía sostenible y alternativas para los mercados financieros. Ha desarrollado un nuevo modelo internacional económico denominado Economía del bien común (Gemeinwohl-Ökonomie).

⁶³ Manual Básico sobre el Balance del Bien Común

LA MATRIZ DEL BIEN COMÚN 4.1 (2014)					
ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN <small>Un modelo de economía con futuro</small>					
Valor ▶ Grupo de contacto ▼	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Participación democrática y transparente
A) Proveedores	 A1: Gestión ética de la oferta/suministros				
B) Financiadores	B1: Gestión ética de finanzas				
C) Empleados inclusive propietarios	C1: Calidad del puesto de trabajo e igualdad 90	C2: Reparto justo del volumen de trabajo 50	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas 30	C4: Reparto justo de la renta 60	C5: Democracia interna y transparente
D) Clientes / productos / servicios / otras empresas	D1: Relaciones éticas con los clientes 50	D2: Solidaridad con otras empresas 70	D3: Concepción ecológica de productos y servicios 90	D4: Concepción social de productos y servicios 30	D5: Aumento de los estándares sociales ecológicos sectoriales
E) Ámbito social: región, soberanía, generaciones futuras, personas y naturaleza mundial	E1: Efecto social/ Significado del producto/ servicio 90	E2: Aportación a la comunidad 40	E3: Reducción de efectos ecológicos 70	E4: Orientación de los beneficios al bien común 60	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones
Criterios – Negativos	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT -200	Compra hostil -200	Gran impacto medioambiental a ecosistemas -200	Evasión de impuestos -200	No revelación de todas las participaciones

Fuente: <http://economia-del-bien-comun.org/sites/default/files/Matriz%20del%20bien%20com%C3%BAAn%204.1.pdf>

9. NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DESDE LA INNOVACIÓN SOCIAL EN ANDALUCÍA

Para el análisis de las tendencias de Innovación Social se ha manejado información extraída de los diferentes casos estudiados, tanto a nivel europeo, nacional y regional, así como la experiencia del panel de personas expertas.

En el ensanchamiento de toma de poder de la ciudadanía están, a juicio de este panel, las tendencias para la innovación social cooperativa, estrechamente ligadas a las problemáticas o necesidades **sociales que en el momento actual no tienen una solución** pública o privada y de manera individual no es accesible para todas las personas afectadas.

En el presente análisis se han detectado soluciones en desarrollo que pasan por la cooperativización y colectivización de la actividad económica.

Estos ámbitos son:

- ❖ Empleo
- ❖ Medioambiente
- ❖ Salud.
- ❖ Financiación y Micro-apoyos.
- ❖ Vivienda.
- ❖ Educación.

Empleo:

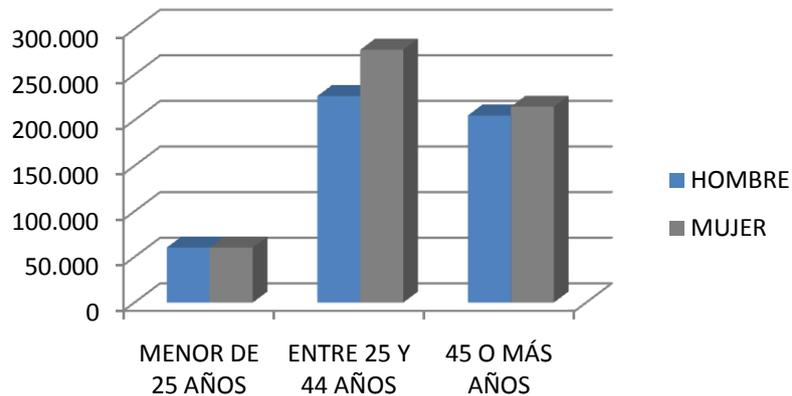
- **Estructuras cooperativas “Paraguas”:**

Generar **estructuras que canalicen y regulen la generación de empleo**, en definitiva, estructuras cooperativizadas que aporten valor añadido a nivel individual y social, destacando en todo momento el principio de independencia de las instituciones públicas y privadas, y poniendo el acento en la colaboración real.

Estas estructuras cooperativizadas pueden dar respuesta a dos necesidades sociales muy importantes en Andalucía: **creación de empleo** y **regularización de empleo intermitente**.

Es necesario destacar dos ámbitos específicos para la creación de empleo: **juvenil y mayor de 45 años, siendo esta una problemática social acuciante en la región andaluza**⁶⁴.

64 Junta de Andalucía, Consejería Economía Ciencia y Empleo, Octubre 2014. <http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/argos/descargaInforme.do?action=downloadInforme&idInforme=350297>



- **Autoempleo juvenil: generación de empleo a partir de la generación de su propio negocio.**
- **Sectores Sociales en riesgo de exclusión.**
- **Generar empleo con apoyos.**

Otra de las demandas sociales detectadas en el presente estudio, está relacionada con un cambio en la estrategias que hasta ahora han seguido asociaciones y centros de servicios encaminados a generar apoyos a personas con alguna dificultad (física o psíquica), este cambio de estrategia se basa en la demanda del colectivo que atienden de participar en el mercado laboral, por lo que, es necesario generar estructuras cooperativas donde estas personas participen en una actividad laboral y societaria de la empresa.

- ✓ Demanda de participación en el ámbito económico y laboral.
- ✓ Empleo con Apoyos.
- ✓ Alta variabilidad en las actividades.

- **Colaboración Público Privada: aumento de la eficacia mediante.**

Quizás una de las fórmulas más interesantes para la generación de empleo y puesta en valor de infraestructuras y recursos de titularidad es pública, es la creación de empresas sociales que gestionen las mismas.

Se destacan dos fórmulas básicas de colaboración:

- ✓ Realización de la gestión por empresas cooperativas.
- ✓ Participación de las entidades públicas en formula cooperativa para una gestión conjunta

Esta estructura abre un amplio campo de trabajo, ya que la variedad de infraestructuras con titularidad pública es amplia: teatros, centros deportivos, salas de exposiciones, naves industriales, terrenos de cultivo, centros de visitantes y teatros, rutas turísticas, solares urbanizables, viviendas, etc...

- **Recuperación de empresas en modelo cooperativo.**

Se ha detectado que existe un importante número de empresas de capital que se encuentran en situación de cierre debido a varios motivos: jubilación de las y los propietarios, escasa viabilidad de la empresa (desde el modelo capitalista), empresas que necesitan recapitalizaciones, etc..., por lo que se detecta como un elemento importante para evitar la desaparición de una actividad viable en modelo cooperativo, evitando con esto la desaparición de puestos de trabajo.

- **Cooperativas integrales.**

Otra demanda ciudadana detectada, relacionada íntimamente con el empleo, es el establecimiento de la Cooperativa Integral, donde se busca que todos los servicios y productos necesarios para el bienestar de la ciudadanía se realicen mediante el modelo cooperativo, cubriendo de esta manera cada uno de los eslabones de la cadena de valor.

Medio Ambiente:

- **Producción y comercialización ecológica.**

Alimentación; desde el grupo de personas expertas se detecta un importante cambio de relación entre pequeñas productoras y productores y consumidoras y consumidores, especialmente en la producción y consumo de productos ecológicos y/o de cercanía, donde las y los consumidores desean participar en la producción y conocer/controlar los impactos medioambientales, económicos y sociales de su consumo, es decir el desarrollo de un **consumo colaborativo**.

El tema de la alimentación quizás es el sector más desarrollado, aunque existen tendencias que comienzan a general nuevos productos: calzado, productos de limpieza, productos estéticos, productos de higiene personal, vestimenta, etc...

Como consecuencia de esta nueva relación se están desarrollando canales cortos de comunicación y comercialización, además de la aparición de nuevos productos de carácter local y artesanal.

- **Puesta en valor de residuos**

Otra de las necesidades sociales detectadas es la de revalorización de residuos, mediante un modelo de microindustria cooperativizada, como:

- ✓ Generación de combustibles a partir de biomasa de cultivo.
- ✓ Reciclado de aceites y grasas para la producción de biodiesel.
- ✓ Reparación y puesta en valor de aparatos eléctricos y/o electrónicos...

- **Consumos de energía**

El aumento de los precios en los productos energéticos básicos, como carburantes y electricidad, está generando la unión de personas consumidoras en un modelo cooperativo, realizando compras comunes y consiguiendo así el servicio energético a precios más soportables por las economías de las personas participantes.

- **Aprovechamientos de los recursos naturales.**

En el análisis se detecta la necesidad de regular y profesionalizar los sectores que tengan que ver con el aprovechamiento de los recursos naturales, sobre todo aquellos de titularidad pública, donde se cuente con la participación de todos los grupos de interés que posean competencias en los mismos.

Para el desarrollo de actividades económicas centradas en aquellos recursos naturales públicos, se identifica la colaboración público privada como elemento imprescindible para la puesta en marcha de empresas cuya actividad principal sean los cuidados, la recogida, la transformación, la comercialización, el consumo y la gestión de residuos como: piña, setas, bellotas, maderas, caza, pesca, agua mineral, agua de mar, algas, moluscos (Marisco, bivalvos,...), frutos silvestres, etc...

Salud:

Dentro del grupo de personas expertas se destaca el avance con respecto a la **autogestión de los centros para la tercera edad**, ya que se percibe la tendencia hacia un “envejecimiento activo”, donde las personas puedan decidir y auto gestionar las necesidades a satisfacer de este colectivo.

En este sentido, también es necesario destacar el importante sector sociosanitario desarrollado en el movimiento cooperativo, el cual, además de ejecutar los servicios propios relacionados con la ayuda a la dependencia, se está posicionando como un sector creativo, donde se han diversificado los servicios que se ofertaban, destacando servicios de ocio a la tercera edad y actividades deportivas.

Financiación y Micro-apoyos:

Otra de las necesidades sociales detectadas es la financiación de los proyectos sociales, cumpliendo la cooperativa la función de aglutinar ahorro de personas físicas y jurídicas, para ponerlo al servicio de asociaciones y empresas de Economía Social.

Por otro lado, también se detectan cooperativas que aceleran su actividad articulando financiación de personas usuarias/consumidoras, bajo la fórmula de micromecenazgo, donde las y los usuarios consumidores aportan financiación directa a la empresa con el objetivo de mantener la actividad e impacto social de la misma.

Vivienda:

Se destacan como necesidades a cubrir: la **vivienda en cesión de uso**, mancomunada y cooperativizada; **nuevas formas de construcción** para la sostenibilidad ambiental y económica, tanto a nivel arquitectónico, como urbanístico, es decir, la construcción de espacios que tengan en cuenta las necesidades de las personas que lo habitan; y **creación de “hábitats” cooperativos**, donde se creen colectivos cuyo trabajo distribución y consumo se realice de manera autosuficiente.

Educación:

Se destaca un **nuevo modelo de educación**, más participativo y colectivizado, donde participen todos y cada uno de los actores y actrices que forman parte del sistema educativo. Se destaca la **educación como clave para la construcción de una nueva cultura**, enfocada a la sostenibilidad ambiental económica y social, aplicando valores de corresponsabilidad y ayuda mutua.

Por último, se destaca la aparición de nuevas necesidades sociales, destacando: la **igualdad de género**, la **conciliación de la vida familiar** y el **empoderamiento económico**; para estas necesidades se destaca la gran importancia que las nuevas metodologías para la gobernanza van a suponer.

10. CONCLUSIONES

- **No hay una única definición del concepto de Innovación Social.**

En cada uno de los países, regiones y comunidades donde han surgido los proyectos de Innovación Social se ha elaborado su propia definición de este concepto. Por lo tanto, cada territorio sociocultural en el que se desarrollan los proyectos de Innovación Social deberá de dotar de contenido a este concepto. Los proyectos de Innovación Social se nutren de los valores sociales y éticos de las personas que los promueven, adaptándose así a las particularidades culturales, económicas y sociales de la sociedad en la que se insertan. Sin embargo, hay algunas características en las que coinciden la mayoría de las definiciones consultadas: se trata de nuevas ideas (servicios, productos o modelos) que satisfacen necesidades sociales, que en la actualidad no están cubiertas, ni por la empresa privada, ni por parte de la Administración Pública. Son soluciones a problemas sociales eficaces, eficientes y sostenibles.

- **Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas, herramienta de Innovación Social.**

La Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas se configura como una herramienta para la creación y desarrollo de proyectos de Innovación Social desde fórmulas jurídicas cooperativas.

La Ley recoge los principios fundacionales de las sociedades cooperativas andaluzas, que encajan con los objetivos sociales que persiguen los proyectos de Innovación Social y fomenta y apoya a aquellas que desarrollan su actividad en los mismos ámbitos que la innovación social: de cooperación empresarial; de sostenibilidad medioambiental; conciliación de la vida familiar y laboral; igualdad de género; nuevas tecnologías; en el sector sociosanitario; en otras de interés social como el medio natural, educacional y cultural; en vías de transformación que satisfagan un interés público o social; en su capacidad para generar empleo, en general, y, singularmente, en sectores con dificultades para el acceso al mercado laboral, o en su contribución al desarrollo armónico del territorio.

La Ley además da cobertura legal a las pequeñas inversiones “microfinanciación”, fuente de financiación de las cooperativas y de los proyectos de Innovación Social, permitiendo la participación de las personas inversoras en la sociedad cooperativa sin tener que desarrollar la actividad cooperativizada.

Con esta Ley se ha agilizado la gestión de estas sociedades, fomentando su creación haciéndolas más atractivas para las y los emprendedores sociales y para que se canalicen los proyectos de innovación social a través de esta fórmula jurídica.

La Ley también ha **reforzado la solidez económica-financiera** de estas entidades: estableciendo el carácter de no reembolsable de algunas aportaciones voluntarias y obligatorias al capital; contemplando medidas voluntarias para eliminar obstáculos económicos para el ingreso de nuevas personas socias; simplificando los tipos de resultados, cooperativos o extracooperativos; regulando expresamente los títulos

participativos o las participaciones especiales y admitiendo cualquiera de los instrumentos de financiación existentes en el mercado; persiguiendo la consolidación del Fondo de Formación y Sostenibilidad y reduciendo los porcentajes de resultado con los que se dota el Fondo de Reserva Obligatorio; estableciendo para las cooperativas de servicios **el voto plural**, que permite la participación equitativa en las cooperativas; y **creando nuevas fórmulas jurídicas**, Cooperativas Mixtas, Cooperativas de Impulso Empresarial, Cooperativas de Servicios Públicos y Grupos Cooperativos

- **Las fórmulas jurídicas cooperativas son las estructuras empresariales más idóneas para llevar a cabo los proyectos de Innovación Social.**

La cooperativa es una estructura democrática y participativa que ha dado respuesta a la necesidad de empoderamiento económico, social y cultural de la ciudadanía. En la actualidad se detecta un aumento de la participación de personas usuarias y consumidoras dentro del ámbito cooperativo.

El cooperativismo se presenta como una fórmula empresarial idónea para desarrollar proyectos de Innovación social debido principalmente a la flexibilidad en la organización y a las características éticas (valores y principios) del modelo empresarial, permite el desarrollo sostenible, da respuesta a las necesidades sociales, genera empleo, crea nuevas formas de organización, etc...

- **La Unión Europea fomenta y divulga la Innovación Social.**

La Innovación Social se erige como uno de los siete puntos básicos de la estrategia política de la Unión Europea para paliar o solucionar el periodo de crisis que Europa vive casi en su totalidad. Esta estrategia destaca a la **Innovación Social como modo de atender a las necesidades que no están cubiertas por el mercado y como forma de abordar cambios sociales**, dotando de poder a la ciudadanía y estableciendo nuevas formas de relación social y de colaboración.

- **Andalucía, Cataluña, y País Vasco, las regiones más avanzadas en Innovación Social de España.**

En **Andalucía** encontramos varias iniciativas público-privadas que están **impulsando el conocimiento y el desarrollo de la Innovación Social** en esta Comunidad Autónoma: la **Red Española de Innovación Social (REIS)**; **Málaga Innovación Social**; **Guadalinfo**; **CEPES-Andalucía**; **Fundación Innoves** y **FAECTA**, estas tres últimas iniciativas son entidades de representación de empresas de Economía Social, entre las que destacan las cooperativas andaluzas.

En la Comunidad Autónoma de Cataluña encontramos iniciativas de Innovación Social en el **ámbito público**: el Programa **@EmprenSocial** que busca reforzar la visibilidad de los proyectos de emprendimiento social y la iniciativa **Citilab Cornellà**, entidad mixta pública/privada donde la ciudadanía, las empresas, los organismos públicos y los centros de investigación se involucran en el proceso de innovación; en el **ámbito**

académico: el **Instituto de Innovación Social de ESADE**, plataforma donde compartir conocimiento y experiencias en el campo de la Innovación Social y catalizador de los agentes protagonistas más vanguardistas; y en el **ámbito social:** la **Asociación Upsocial** iniciativas de un grupo de personas emprendedoras que se han asociado para potenciar la innovación social y facilitar su escalabilidad.

En el País Vasco han dado un paso más hacia el desarrollo de la Innovación Social en su territorio, elaborando una **Estrategia de Innovación Social para Euskadi** y tomando este concepto como la clave de futuro para la sociedad vasca, poniendo en marcha iniciativas con las que desarrollar la innovación social en la región: **Innobasque**, Agencia Vasca de Innovación, asociación privada sin ánimo de lucro, herramienta creada para **coordinar e impulsar la Estrategia para La Innovación Social del País Vasco** en todos sus ámbitos y para fomentar el espíritu emprendedor y la creatividad, cuya visión es convertir a **Euskadi en el referente europeo en innovación para el año 2030** y su misión impulsar, dinamizar y monitorizar el proceso de transformación de Euskadi hacia una sociedad innovadora en todos los ámbitos.

- **El Modelo de Innovación Social Cooperativa es una herramienta clave para las empresas de cara a la detección, identificación y conocimiento de prácticas innovadoras sociales, desde el cooperativismo.**

Este modelo se elabora para poner en valor el cooperativismo como fórmula jurídica idónea para llevar a cabo las innovaciones sociales y poner de manifiesto la responsabilidad social asumida y ejercida por las cooperativas andaluzas, difundiendo con ello los beneficios del emprendimiento social colectivo.

- **Desde este Modelo de Innovación Social Cooperativa se define:**

La **Innovación Social** como *“nuevas y creativas formas de procesos, servicios y productos llevadas a cabo a través de una empresa cuya estructura decisional es la **democracia económica del colectivo** que la forma, para dar una mejor, más eficaz y sostenible respuesta a los retos sociales (**necesidad o problema social**) económicos, medioambientales, de igualdad de oportunidades,... consiguiendo la **redistribución económica, el empoderamiento de la ciudadanía** y produciendo un **impacto positivo en la sociedad**”*.

Las **Necesidades Sociales** como *“todo aquello que **demande la sociedad** para su supervivencia o para mejorar sus condiciones económicas, culturales, de salud, sociales, de empleabilidad, de vivienda, etc... con un límite, **que se respeten los derechos humanos** para satisfacerlas”*.

La **Democratización económica** como *“para poner en marcha la solución de una necesidad social detectada, hay que hacerlo a través de **estructuras empresariales** que desplieguen los mecanismos necesarios para **integrar y activar la participación de los colectivos sociales afectados**, así como de las entidades e instituciones competentes en la materia, dando como resultado, de ese proceso de participación, la **responsabilidad y la toma del poder de decisión a esos colectivos**”*

Y el **Empoderamiento** como “dotar de los **recursos necesarios**; capacidades, actitudes, herramientas, a los colectivos sociales para que satisfagan sus necesidades sociales, de manera que el impacto social de la innovación social se haga perdurable en la sociedad, **el empoderamiento debe ser el fin último de la innovación social**”.

Por lo tanto define la **Innovación Social Cooperativa** como “todo aquel **proyecto empresarial**, llevado a cabo a través de fórmulas jurídicas **cooperativas**, que garantice que el poder y la toma de decisiones recaiga sobre el colectivo afectado por una necesidad social, para dar respuesta a ésta, ya sea una económica, cultural, de salud, de vivienda, de empleabilidad,... y con el fin último de empoderar al colectivo afectado, es decir, de capacitarlo para que se hagan responsables de satisfacerlas”.

- **Una cooperativa de innovación social deben tener estas características:**

Debe asegurar la Democratización de la Economía; la innovación social debe producirse desde organizaciones productivas cuya estructura decisional sea democrática, posibilitando a sus miembros desarrollar su autonomía accediendo a la propiedad y al mercado.

Debe tener como fin social el Empoderamiento de la ciudadanía; el fin de la innovación social debe ser el conceder poder a un colectivo socio-económicamente para que mediante su autogestión mejore sus condiciones de vida y se haga responsable de sus propias necesidades.

Debe producir un Impacto social; el desarrollo del proyecto y de su actividad económica resuelve la problemática o necesidad social por la cual fue originada, produciendo un cambio en el colectivo al que va dirigido y en la sociedad.

Debe generar empleo; generación, mantenimiento y mejora de la calidad del empleo.

Debe ser sin ánimo de lucro; entendido como la reinversión de los beneficios obtenidos del desarrollo de la actividad económica

Debe consolidar su proyecto; se entiende por un proyecto consolidado aquel que tenga una aceptación social positiva por parte de la sociedad.

- **Las cooperativas de innovación social deberán promover unos valores sociales y éticos:**

Equidad, Solidaridad, Igualdad de género, Sostenibilidad social y ambiental, Responsabilidad social y ambiental y Libertad.

- **Las y los cooperativistas de los proyectos de innovación social estructuran sus organizaciones en base a unos valores sociales y éticos:**

Honestidad, Transparencia, Compromiso ético, Generosidad en el esfuerzo, Honradez, Tolerancia al riesgo y Coherencia.

- **Los procesos internos de organización de las cooperativas favorecen el desarrollo de los proyectos de innovación social:**

Participación; las cooperativas de innovación social ponen en marcha mecanismos para aumentar y mejorar la participación de las personas socias y de los grupos de interés de las mismas. A las cooperativas se las identifica como una herramienta de participación para la construcción de una democracia inclusiva y participativa, ya que su estructura, presenta dos de los mecanismos necesarios para ello, la **democratización de la empresa y aumento de la participación social y política.**

Toma de decisiones; puesta en manos de las personas socias, la estructura, control y gestión de las cooperativas es democrático. Con la ponderación del voto se podrá otorgar más si cabe la preponderancia de las personas socias que ostenten mayor responsabilidad en el desarrollo de la actividad cooperativizada, a aquellas personas que realizan el trabajo cooperativizado de estas empresas.

Reparto de la riqueza y excedentes; las cooperativas establecen unos mecanismos y herramientas para dotar de mayor estabilidad económica a estas empresas, Fondo de Reserva Obligatorio, el Fondo de Formación y Sostenibilidad y las Aportaciones no reembolsables. Las cooperativas de innovación social buscan la rentabilidad económica para poder seguir desarrollando su proyecto, reinvertiendo los excedentes de la actividad cooperativizada.

Financiación del proyecto empresarial; las cooperativas de innovación social, al igual que el resto de las cooperativas, se han financiado a través de las personas socias que han aportado sus recursos económicos (personales, familiares,...), su capacidad de trabajo o su tiempo, pero además han puesto en marcha otros que han facilitado en muchos casos la continuidad de los proyectos: búsqueda de financiación a través de entidades éticas, bancos del tiempo, contrato de cuentas en participación, títulos participativos, trueques, préstamos entre cooperativas, cesiones de crédito y fondos de reserva voluntarios.

Relación entre empresa, personas trabajadoras y usuarias y clientela; las cooperativas de innovación social dedican muchos esfuerzos en la creación de redes de colaboración entre todos sus grupos de interés, buscando la manera de integrarlos en sus organizaciones. La intercooperación, asignatura pendiente de las cooperativas, aunque pareciera que es una moda, se perfila la clave para el desarrollo futuro de las cooperativas. La intercooperación es el mecanismo para integrar cooperativas y crear así estructuras más fuertes y con una masa crítica importante para poder competir con otras empresas mercantilistas.

- **Hay que impulsar medidas para el fomento de la Innovación Social Cooperativa:**

De los datos recabados se puede establecer que no hay formación, ni programas específicos de Innovación Social.

Las cooperativas de innovación social han encontrado apoyo a la hora de poner en marcha sus proyectos de innovación social, sobre todo aquellas cooperativas que estaban afiliadas a alguna entidad de representación: asesoramiento técnico, apoyo

legal para su constitución, interlocutoras entre los proyectos de innovación social cooperativa y la Administración Pública.

Se hace necesario la difusión y promoción de las fórmulas jurídicas cooperativas a nivel general, ya que el no conocimiento por parte de la sociedad, en general, y por parte de las personas funcionarias y administrativas de las entidades, en concreto, con las que las cooperativas tienen la necesidad de relacionarse, frena en muchos casos los procesos de creación y de desarrollo de las mismas.

- **Hay que poner en valor la responsabilidad social empresarial que en las cooperativas es intrínseca a su naturaleza y funcionamiento.**

Se proponen dos herramientas de evaluación de los proyectos de innovación social cooperativa: el Balance Social Cooperativo y la Matriz de la Economía del Bien Común.

El Balance Social Cooperativo es un informe que emiten las cooperativas con el objetivo de poner a disposición de la sociedad información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella, les sirve a las empresas cooperativas como instrumento para autoevaluar el cumplimiento de los valores y principios cooperativos y para lo más importante consolidar su identidad cooperativa.

La Matriz del Bien Común es una herramienta creada para poder evaluar que las empresas cumplen las pautas de comportamiento que les exige La Economía del Bien Común, nuevo modelo económico, con el objetivo de identificar a las empresas que deben obtener beneficios fiscales, por buscar el bien común, y a las personas consumidoras elegir donde consumir productos y servicios o con cuáles llegar a colaborar.

- **Las tendencias para la innovación Social en Andalucía: empleo y medioambiente Empleo, Medioambiente, Salud, Financiación y Micro-apoyos, Vivienda y Educación.**

Existe un deseo de participación laboral de las personas diversas funcionales, donde el cooperativismo se presenta como el modelo que garantiza el control y participación de la vida económica de estas personas.

Existen nuevas fórmulas de cooperativas que integran a todos los grupos de interés, se están creando estructuras donde las personas productoras, consumidoras, trabajadoras, comerciales, etc..., pueden participar.

El modelo cooperativo se presenta como una herramienta ideal para la recuperación de puestos de trabajo que provienen de despidos o cambios de titularidad de empresas de capital.

Es la colaboración Público-Privada el modo más factible de generar empleo, en dos vertientes principales:

- Concesión para la gestión de infraestructuras infrautilizadas; donde se asegura un desarrollo local y un reparto equitativo de la riqueza.

- Participación directa de entidades públicas en el modelo cooperativo; favoreciendo la regulación de actividades, la repercusión sobre el territorio y una gestión más participativa de los recursos públicos.

11. AGRADECIMIENTOS

Grupo Cooperativo Smart



La Extravagante Libros, S.Coop.And.



SECTOR EMPLEO

SECTOR CULTURA Y EDUCACIÓN

Ideas, S.Coop.And. de Interés Social



COOP57-ANDALUCÍA, SCLL



SECTOR MEDIOAMBIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE

SECTOR FINANCIACIÓN

Ecoqueremos, S.Coop.And. de Interés Social



Los Milagros, S.Coop.And. de Interés Social



SECTOR EMPLEO

SECTOR VIVIENDA, SALUD Y DEPENDENCIA

Ediciones Rodio, S.Coop.And.



Corporación Piñandalucía, S.Coop.And. de Integración Económica



SECTOR EDITORIAL

SECTOR MEDIOAMBIENTE

SBP-CA, S.Coop.And. de Impulso Empresarial



Aquasport, S.Coop.And.



SECTOR EMPLEO

SECTOR EMPLEO Y SALUD

12. BIBLIOGRAFÍA

Albaigès, J.; Morales Gutiérrez, A.C.; Del Águila Obra, A.R.; Padilla Meléndez, A.; De la Nuez, J.M.; Bel Vignal, A.; y García Salguero, M.A. (2010) **La Innovación Social, motor de desarrollo de Europa**. Socialinnova. Consultores de Comunicación e Innovación Social, SL. Cofinanciado por la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía.

Atxa, I. (2011) **La Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito de la dinámica transformadora del 4º Sector**. Innovación social y competitividad responsable. Innobasque, Agencia Vasca de la Innovación. Zamudio.

Bel Durán, P. y Fernández Guadaño, J. (2002) **La financiación propia y ajena de las sociedades cooperativas**, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 42, noviembre 2002, pp. 101-130 Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid.

Buckland, H. y Murillo, D. (2013) **Antena de Innovación Social. Vías hacia el cambio sistémico. Ejemplos y variables para la innovación social** Instituto de Innovación Social, ESDE, Universidad Ramón Llull.

Carlos Etxeberri. **Aunque parezca contradictorio, las cooperativas son empresas muy jerarquizadas** Entrevista a Sabino Ayestarán Catedrático Emérito de Psicología Social de la UPV/ehu. Martes, 24 de diciembre de 2013.
<http://www.noticiasdegipuzkoa.com/2013/12/24/economia/aunque-parezca-contradictorio-las-cooperativas-son-empresas-muy-jerarquizadas>

Cuadrado Serrán, M. y Ciruela Lorenzo, A.M. (2014) **Las sociedades cooperativas y sociedades laborales como motor de desarrollo económico y social: análisis de su impacto socioeconómico en la región de Andalucía**. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, nº 115, segundo trimestre.

Chliova, M., García, R., Iglesias, M., Navarro C., Rodríguez, E. (2011) **Aprendiendo de las empresas sociales. Seis casos de emprendimientos sociales en Europa** ESADE. Universidad Ramón Llull. Instituto de Innovación Social.

Diputación Foral de Bizkaia **Programa Emprendimiento e Innovación Social de la Diputación Foral de Bizkaia**
http://www.bizkaia.net/home2/Temas/DetalleTema.asp?Tem_Codigo=7861&idioma=CA&bnetmobile=0&dpto_biz=8&codpath_biz=8|6889|7861

Echeverría, J. (2008) **El Manual de Oslo y la Innovación Social** ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, nº 732, julio-agosto (páginas 609-618).

Economía del Bien Común (2014) **Matriz del Bien Común 4.1**. <http://economia-del-bien-comun.org/es>

Economía del Bien Común (2010-2014) **Manual básico sobre el balance del bien común**, <http://economia-del-bien-comun.org/es>

European Commission **Guía de la innovación social**

European Commission (2013) **Research and Innovation performance. Spain**

Fernández Fernández, M^a T.; Montes Pineda, O.; y Asián Chaves, R. (2012) **Innovación Social como solución a la crisis: hacia un nuevo paradigma de desarrollo** XII Jornadas de Economía crítica. Los costes de la crisis y alternativas en construcción. Sevilla, febrero.

Fundación de la Innovación Bankinter **Innovación Social: reinventando el desarrollo sostenible** Colaborador: Accenture.

Goenaga, A.S.; Ielmini, S.C.; Campetella, S.A.; y García, R.D. (2001) **Balance social: diferencias entre el modelo aplicado a cooperativas y el proyecto de resolución técnica de la FACPCE**, XXXII JORNADAS UNIVERSITARIAS DE CONTABILIDAD, Rosario, octubre, Universidad Nacional del Sur

Guadalinfo (2010) **Innovación Social: concepto y relación con el desarrollo**
http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/1165/page_02.htm

Hopenhayn, M. **Presentación: innovación en los sectores sociales** Recuperado de <http://www.eclac.org/noticias/paginas/9/20509/hopenhayn.pdf>

Howaldt, J. y Schwarz, M. (2010) **Social Innovation: Concepts, research fields and international trends** Sozialforschungsstelle Dortmund ZWE der TU-Dortmund

Innobasque. (2003) **RESINDEX (Regional Social Innovation Index). Un Índice Regional para medir la Innovación Social** Investigación piloto de la Agencia Vasca de la Innovación. Parque Tecnológico de Bizkaia. Laida Bidea 203, 48170 Zamudio.

Innobasque, Agencia Vasca de la Innovación. (2010) **Hacia una sociedad vasca 2030, basada en valores innovadores.**

Innobasque, Agencia Vasca para la Innovación. (2011) **Estrategia de Innovación Social. Una ventana de oportunidad para Euskadi.**

Innobasque, Agencia Vasca de la Innovación. (2010). **Definición de la Estrategia de investigación en Innovación Social del País Vasco.** Deloitte, S.L.

Innerarity, D. y Gurrutxaga, A. (2009) **¿Cómo es una sociedad innovadora?** Innobasque, Agencia Vasca de la Innovación.

Instituto de Innovación Social de ESADE (2010) **Plan Estratégico 2010-2014** Septiembre

Junta de Andalucía (2014) **Estrategia de innovación de Andalucía 2014-2020 RIS3.**

Marcuello Servós, C. y Saz Gil, M^a I. (2008) **Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico.** Revista REVESCO N^o 94 - Primer Cuatrimestre.

Martínez Moreno, R. (2011) **Políticas públicas e innovación social. Marcos conceptuales y efectos en la formulación de las políticas** Trabajo Final/ Máster Pensar y Gobernar las Sociedades Complejas/ Junio 2011, UAB.

Morales Gutiérrez, A.C. (2012) **Innovación social y cooperativas: convergencias y sinergias** Revista Ekonomiaz N.º 79, 1er cuatrimestre, Pág. 147-167

Morales Gutiérrez, A.C. (2009) **Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales** Universidad de Córdoba
<http://www.zerbitzuan.net/documentos/zerbitzuan/12.pdf>

Riutort Isern, S. (2013) **Innovación Social y Economía Social: revisión conceptual y aplicación a partir del caso de las cooperativas de ciudadanos para las energías renovables (RESCOOPS)**. CECUPS (Centre d'Estudis sobre Cultura, Política i Societat) Departament de Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de les Ciències Socials Universitat de Barcelona, XI Congreso Español de Sociología, 10-12 julio, Madrid.

Rocafort Nicolau, A. (2010) **La financiación cooperativa mediante la emisión de títulos participativos**, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa., nº 68, agosto 2010, pp. 141-166, Universidad de Barcelona.

Roelant B. et al. (2013) **Crecimiento Cooperativo para el Siglo XXI** Informe encomendado por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) a CICOPA, la Organización Internacional Sectorial de la ACI para las Cooperativas de Industria y Servicios.

Sanchis Palacio, J.R. y Campos Climent, V. (2008) **La Innovación Social en la empresa el caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España** Revista Economía industrial, ISSN 0422-2784, N.º 368, (Ejemplar dedicado a: La innovación en la economía y en la empresa), págs. 187-196.

Secretaría General de Innovación, Ministerio de Ciencia e Innovación (2010) **Estrategia Estatal de Innovación**

SITRA (2005) **Making Finland a leading country in innovation Final report of the Competitive Innovation Environment Development Programme** Helsinki

Universidad de Santiago de Chile, USACH (2012) **Innovación Social y Desarrollo Cooperativo en el marco del año Internacional del Cooperativismo** Encuentro de Investigadores Latinoamericanos de la Alianza Internacional. Santiago de Chile, 13 y 14 de noviembre de 2012.

13. WEBGRAFÍA

- **ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL**
<http://ica.coop/es/>
- **AGENCIA VASCA DE LA INNOVACIÓN, INNOBASQUE**
<http://www.innobasque.com/home.aspx?tabid=1>
- **ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RECUPERADORES DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**
<http://www.aeress.org/>
- **ASOCIACIÓN UPSOCIAL**
<http://www.upsocial.org/es/sic/soluciones/asociacion-civil-andar>
- **AQUASPORT, S.COOP.AND.**
<http://aquasportgerena.com/>
- **BILBAO EUTOKIA**
<http://eutokia.org/es>
- **CAMBIO Y CORTO**
<http://www.josepmiro.com/>
- **CEPES-ANDALUCÍA**
<http://www.cepes-andalucia.es/>
- **CERILLAS EN LA OSCURIDAD**
<http://cerillasenlaoscuridad.blogspot.com.es/>
- **CITILAB**
<http://www.citilab.eu/es>
- **INSTITUTO DE INNOVACIÓN SOCIAL ESADE**
<http://www.esade.edu/research-webs/esp/socialinnovation>
- **COOPERATIVA INTEGRAL ARAGONESA**
<http://ciar.cc/>
- **COOPERATIVA INTEGRAL GRANAINA**
<http://ci-granaina.org/web/>
- **COOP57, SCCL**
<http://www.coop57.coop/andalucia/index.php>
- **DEL YO AL NOSOTROS**
<http://delyoalnosotros.blogspot.com.es/>
- **DENOKINN**
<http://denokinn.eu/>
- **ECOQUEREMOS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL**
<http://www.ecoqueremos.com/>
- **EDICIONES RODIO, S.COOP.AND.**
<http://www.edicionesrodio.com/>

- **@EMPRESOCIAL**
<http://www.emprenedoriasocial.cat/>
- **FAECTA**
<http://www.faecta.coop/>
- **FUNDACIÓN INNOVES**
<http://www.innoves.es/>
- **GUADALINFO**
<http://www.guadalinfo.es/>
- **IDEAS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL**
<http://www.ideas.coop/>
- **LA EXTRAVAGANTE LIBROS, S.COOP.AND.**
<http://www.laextravagante.com/>
- **LA FADEGA**
<http://www.fageda.com/es>
- **LA NORIA**
<http://www.malaga.es/lanoria/>
- **LOS MILAGROS, S.COOP.AND. DE INTERÉS SOCIAL**
<http://www.losmilagrossca.blogspot.com.es/>
- **MÁLAGA INNOVACIÓN SOCIAL**
<http://www.malagainnovacionsocial.com/>
- **PEABODY**
<http://www.peabody.org.uk/our-neighbourhoods>
- **SBP-CA, S.COOP.AND. DE IMPULSO EMPRESARIAL**
<http://sebuscanperiodistas.com/>
- **SIP SOCIAL INNOVATION PARK**
<http://www.socialinnovationpark.com/>
- **THE BODY SHOP**
<http://www.thebodyshop.es/>
- **WINKOMUN**
<http://www.winkomun.org/>
- **WYWLAB**
<http://www.wywlab.com/>
- **ZSI - ZENTRUM FÜR SOZIALE INNOVATION**
<https://www.zsi.at/>

14. ANEXO

A continuación se muestra los cuestionarios y entrevista elaborados para la recopilación de la información.

ACCIÓN 1: CUESTIONARIO SOBRE INNOVACIÓN SOCIAL

NOMBRE:

1. ¿Qué es para ti la Innovación Social?
2. ¿Cómo definirías el concepto de Innovación Social?
3. ¿Qué necesidades satisface las empresas cooperativas innovadoras socialmente
4. ¿Qué aporta el cooperativismo a la Innovación Social?
5. ¿Qué características debería poseer una empresa cooperativa para ser calificada como innovadora social?
6. ¿Qué aspectos, variables e indicadores de innovación social consideras que son los más importantes a la hora de analizar y evaluar el grado de innovación social de una empresa cooperativa?
7. Podrías poner un ejemplo (enlace a web) de una empresa cooperativa que consideres como Innovadora Social.

ACCIÓN 2: EVALUACIÓN Y ANÁLISIS PROYECTOS INNOVACIÓN SOCIAL

NOMBRE:

1. **¿QUÉ TIPO DE INNOVACION/ES PUEDE IDENTIFICAR EN EL PROYECTO? JUSTIFÍQUELO**
 - Innovación en producto
 - Innovación en tecnología utilizada
 - Innovación en organización
 - Innovación en servicios
 - Innovación estructural

2. **¿EN QUÉ SECTOR/RES CREES QUE LA EMPRESA APORTA SOLUCIONES? IDENTIFICAR EL SECTOR AL QUE PERTENECE:**
 - Empleo
 - Financiación
 - Vivienda
 - Educación
 - Cultura
 - Energía
 - Salud y dependencia
 - Medio Ambiente
 - Otros:

3. **¿QUÉ PROBLEMÁTICAS/RETOS/NECESIDADES SOCIALES CREES QUE SOLUCIONA O DA UNA RESPUESTA MÁS EFICIENTE, QUÉ CAMBIO SOCIAL PROMUEVE?**

4. **¿EN QUÉ FASE SE ENCUENTRA EL PROYECTO?**

5. **¿QUÉ ELEMENTOS DESTACARÍAS DE LA ORGANIZACIÓN QUE HACE QUE SEA MÁS EFICIENTE, QUÉ FACTORES DE ÉXITO DESTACAS?**

6. **¿QUÉ DESTACARÍAS DEL GRUPO PROMOTOR?**

7. **PUEDES IDENTIFICAR DIFICULTADES PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO:**

8. **¿CREES QUE PODRÍA SER REPLICABLE O ADAPTADO A OTROS ENTORNOS? ¿CUÁLES SERÍAN LOS REQUISITOS?**

9. **¿QUÉ VENTAJAS APORTA EL COOPERATIVISMO A ESTE PROYECTO?**

10. **¿QUÉ LOGROS Y AVANCES CREES QUE HAN ALCANZADO?**

11. **ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS BAJO EL PRISMA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. VALORA DEL 1 AL 10, DONDE 1 SIGNIFICA QUE LA EMPRESA/PROYECTO NO ES NADA RESPONSABLE Y 10 MUY RESPONSABLE SOCIALMENTE**

IMPACTOS ECONÓMICOS	VALORACIÓN	POR QUÉ
Servicios ofrecidos		
Viabilidad y sostenibilidad económica del proyecto		
Impacto económico local		

Reparto/redistribución de la riqueza		
Otros:		

IMPACTOS SOCIALES	VALORACIÓN	POR QUÉ
Importancia social de los servicios generados		
Servicios a la comunidad local		
Creación de empleo		
Equidad		
Riqueza Social y participación		
Otros:		

IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES	VALORACIÓN	POR QUÉ
Consumo energético		
Consumo de materias primas		
Otros:		

12. ¿QUÉ NIVEL DE CONSOLIDACIÓN TIENEN EL PROYECTO?

13. RESUMEN: ¿PORQUÉ ESTA EMPRESA ES UN EJEMPLO DE INNOVACIÓN SOCIAL A VISIBILIZAR?

14. REFERENCIAS

ACCIÓN 3: GUIÓN DE ENTREVISTA

1. ¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN SOCIAL?

2. DESTACA LOS FACTORES QUE CALIFICARÍAS COMO INNOVADORES SOCIALES DENTRO DEL PROYECTO.

3. PRINCIPALES OBJETIVOS Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL PROYECTO

4. ¿CÓMO SURGE LA IDEA?

5. ¿EN QUÉ MOMENTO SE ENCUENTRA EL PROYECTO?

6. ¿QUÉ FACTORES SOCIALES, ECONÓMICOS Y/O CULTURALES HAN PRODUCIDO VUESTRO PROYECTO, VUESTRA INNOVACIÓN SOCIAL? ¿A QUÉ NECESIDAD RESPONDE VUESTRO PROYECTO?

7. ¿QUÉ IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO O MEDIOAMBIENTAL HABÉIS LOGRADO ALCANZAR HASTA LA FECHA? LOGROS Y AVANCES ALCANZADOS HASTA LA FECHA

8. FACTORES QUE HAN FACILITADO LOS LOGROS Y AVANCES ALCANZADOS

9. ¿HABÉIS PARTICIPADO EN ALGÚN PROGRAMA DE INNOVACIÓN SOCIAL?

10. ¿DE QUÉ MANERA VUESTRA FÓRMULA JURÍDICA/MODELO DE GOBERNANZA OS AYUDA U OS FACILITA LLEVAR A CABO LA INNOVACIÓN SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN?

11. DESCRÍBENOS A LAS PERSONAS QUE FORMAN PARTE DEL PROYECTO, CÓMO ES EL GRUPO PROMOTOR, CÓMO PARTICIPAN,...

12. ¿QUÉ FORMACIÓN RECIBÍS PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN SOCIAL EN LA COOPERATIVA, EXISTE FORMACIÓN?

13. ¿QUÉ ACTORES, ENTIDADES Y ORGANISMO PÚBLICOS O PRIVADOS HAN COLABORADO O COLABORAN EN EL PROYECTO EMPRESARIAL? ¿CÓMO SE FOMENTA LA PARTICIPACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE LOS COLABORADORES?



www.faecta.coop

Facebook: <https://www.facebook.com/faecta>

Twitter: (@FAECTA_)

faecta@faecta.es

Tlfno: 954 90 29 66

